

Казахский национальный педагогический университет им. Абая

УДК 316:303.7:334.722.8 (574.1)

На правах рукописи

БУЛДЫБАЕВА ГУЛЖАН НУРТАЕВНА

**Социологический анализ социально-корпоративной
ответственности компаний нефтегазового сектора Западного региона
Казахстана**

6D050100-Социология

Диссертация на соискание ученой степени
доктора философии (PhD)

Научные консультанты
д.филос.н, проф., член-корреспондент
НАН РК Абсаттаров Р.Б.,
д.социол.н, проф. Садырова М.С.

зарубежный консультант
проф. Печского Университета
д.экон. н. Ференц Фаркас

Республика Казахстан
Алматы, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА ЗАПАДНОГО РЕГИОНА КАЗАХСТАНА	15
1.1 Теоретико-методологические подходы к исследованию социально-корпоративной ответственности в социологии	15
1.2 Социологическая характеристика социально-корпоративной ответственности	28
1.3 Сравнительный анализ моделей социально-корпоративной ответственности	49
1.4 Роль стейкхолдеров в социально-корпоративной ответственности нефтегазовых компании	64
2. ТЕНДЕНЦИИ И РАЗВИТИЕ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА В КАЗАХСТАНЕ	78
2.1. Место нефтегазового сектора в структуре экономики РК.....	78
2.2. Становление корпоративной социальной ответственности в нефтегазовом секторе Казахстана	91
2.3. Анализ влияния нефтегазовой отрасли на социально-экономическую ситуацию в Западном регионе Казахстана.....	104
2.4. Социальная политика нефтегазовых компаний Казахстана в ракурсе социально-корпоративной ответственности.....	126
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	141
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	147

ВВЕДЕНИЕ

Общая характеристика работы. В настоящем диссертационном исследовании осуществлен сравнительный социологический анализ социально-корпоративной ответственности компаний нефтегазового сектора Республики Казахстан.

На базе основных парадигм в социально-гуманитарных науках автором проведен социологический анализ механизмов функционирования и совершенствования социально-корпоративной ответственности компаний нефтегазового сектора на примере нефтегазовой отрасли Западного Казахстана.

Актуальность темы исследования. Большой интерес к проблематике социальной ответственности бизнеса объясняется рядом обстоятельств, в частности, вступлением отношений государства и бизнеса в новую фазу развития – партнерства и сотрудничества, влиянием ускоряющегося процесса глобализации, также недостаточностью методики применения принципов корпоративной социальной ответственности с учетом специфики организационной структуры и особенности социального взаимодействия производственных предприятий. Глобализация диктует необходимость соблюдения международных стандартов корпоративного поведения и этических норм ведения современного бизнеса.

Следовательно, изучение опыта становления социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой отрасли с социологической точки зрения с учетом глобальных социальных изменений имеет особую актуальность, чтобы в полном объеме проследить весь спектр перемен, произошедших и происходящих в казахстанской экономике и в её важнейшей отрасли - нефтегазовой отрасли.

Успешное функционирование социальной ответственности бизнеса является основой решения острых социальных проблем на уровне региона и конкретного предприятия. Ситуация после приобретения независимости Казахстана характеризуется углублением разрыва между богатыми и бедными, слабостью гражданского общества, безработицы, усилением проблем экономического и социального характера, как миграция, инфляция, кризис и т.д. Результатом стали изменения в продолжительности жизни, состоянии здоровья казахстанцев, рост настроений пассивности и апатии. Эти явления негативно воздействовали на устойчивое социальное развитие казахстанского общества. В настоящее время крупные производственные компании стали основой социально-экономического развития казахстанского общества. В казахстанском обществе к социальной ответственности бизнеса последнее время уделяется особое внимание. Повышается их социальная ответственность в решении региональных социальных проблем. В Стратегии вхождения Казахстана в число 50 наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся государств мира Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев выделил внедрение международных стандартов социальной ответственности бизнеса как одно из приоритетных направлений дальнейшей

модернизации социальной сферы, а национальные компании и крупных инвесторов – как основных проводников социальной ответственности бизнеса перед обществом [1].

Данная проблема является частью исследования нефтегазовых корпораций как социальной системы и социального института. В социологическом ракурсе предложенная проблема охватывает анализ корпоративного управления и корпоративного взаимодействия компаний нефтегазового сектора Казахстана. Изучение специфики корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой индустрии Казахстана является частью исследования региональной социологии.

Таким образом, актуальность темы диссертационного исследования обусловлена следующими обстоятельствами.

Во-первых, значимостью нефтегазового комплекса для казахстанской экономики, его ролью в осуществлении социальной модернизации казахстанского общества.

Во-вторых, необходимостью комплексного анализа динамики функционирования социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой отрасли РК при реформировании экономических, социальных и правовых условий ведения хозяйственной деятельности в социологическом ракурсе.

В-третьих, недостаточной теоретической и методологической разработки социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой промышленности в социологической науке.

В-четвертых, потребностью социологического исследования интересов регионов и нефтегазовых компаний в решении региональной социальной политики.

В-пятых, необходимостью анализа и оценки различных направлений институциональных изменений в нефтегазовом секторе Казахстана.

В-шестых, необходимостью в современных условиях социологического исследования и разработки научно обоснованных практических рекомендаций по совершенствованию социально-корпоративной ответственности нефтегазовой отрасли Западного региона Казахстана.

Исследование специфики социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой индустрии Казахстана в социологическом ракурсе заключается в изучении нефтегазовых компаний как социальную систему, анализе мотивационной структуры взаимодействий и взаимовлиянии участников корпоративной социальной ответственности, сформировании методики социологического исследования корпоративной социальной ответственности на предприятиях нефтегазовой отрасли в условиях казахстанской реалии.

Необходимо отметить, что еще не созданы индикаторы определения эффективности социально-корпоративной ответственности промышленных предприятий в нефтегазовой индустрии. При измерении основных показателей социально-корпоративной ответственности промышленных предприятий в нефтегазовой индустрии многие факторы требуют дополнительного

исследования путем применения качественных и количественных методов социологического анализа.

Объект исследования. Объектом диссертационного исследования является нефтегазовая отрасль промышленности РК.

Предмет исследования – комплексный социологический анализ особенностей социально-корпоративной ответственности компаний нефтегазового сектора Республики Казахстан.

Степень разработанности исследуемой проблемы. В мировой практике накоплен определенный опыт в изучении социально-экономических процессов, сформировавших и развивших социально-корпоративную ответственность на предприятиях нефтегазовой отрасли Запада, России и Казахстана, посвящено достаточное количество статей и монографических исследований.

С этой точки зрения фундаментальными являются работы таких зарубежных ученых, как Г. Боуэн [2], Т. Левит [3], М. Фридман, [4], К. Девис [5] и др. Точкой отсчета разработки данной проблемы можно считать работу Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», которая была опубликована в 1953 году [2]. В статье были отражены определения и смысл рассматриваемого понятия, а также возможность дальнейшего детального изучения социально-корпоративной ответственности. Впервые основные положения этой теории, получившей название теории корпоративного эгоизма, представил М. Фридман в статье в журнале *New York Times* под названием «Социальная ответственность бизнеса заключается в увеличении своей прибыли» [4]. Последующее изучение корпоративной социальной ответственности представлены в работах К. Девиса [6], Дж. МакГуира [7], С.Сети [8], в которых были конкретизированы понятие и содержание социальной ответственности.

За рубежом вопросы производства и использования ресурсов углеводородов, их роли в экономическом развитии рассматривались в работах Д. Вуда, Д. Ергина, И.Квернера, П. Девидсона, Э.Лейрда, В. Робсона, Дж. Эдвардса, А.Эндерса, К. Хоссейна, А.Юриса, Ф.Фаркаса и К. Добрай [9], Дэвид Б. Спенса [10] и др.

Основные результаты и теоретические положения корпоративной социальной ответственности исследованы в работах С.Е.Литовченко, М.И.Корсакова [11], Е. Чернова [12], В. В. Елгина [13], Н.А. Кричевского, С.Ф. Голгарова [14], Л.Н. Коноваловой, М.И. Корсакова, Якимец В.Н.[15], Ю.Е. Благова [16], Э.М. Короткова [17] и др.

В монографии Перекрестова Д.Г., Поварича И.П., Шабашева В.А. «Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики» рассматриваются вопросы теории и практики становления корпоративной социальной ответственности в России. Раскрываются сущность и содержание корпоративной социальной ответственности, предлагаются механизм взаимодействия общества, государства и бизнеса и алгоритм его функционирования. Обосновывается методический подход к оценке вклада социально ответственного бизнеса в развитие региона [18].

Исследованием современных проблем развития топливно-энергетического комплекса, экономической оценки и прогноза освоения минерально-сырьевой базы нефтегазодобывающей промышленности в России занимались многие научные коллективы, в том числе под руководством А.Н.Дмитриевского, А.Э.Конторовича [19], Р.М.Тер-Саркисова, А.И.Владимирова. Региональные и отраслевые аспекты нефтегазового комплекса рассматривались в трудах К.С.Басниева, О.Б.Брагинского, А.М.Брехунцова, В.В.Бушуева, А.А.Герта, О.М.Ермилова, А.А.Ильинского, А.А.Конопляника, А.Г.Коржубаева, О.С.Краснова, В.А.Крюкова, А.А.Макарова, А.М.Мастепанова, К.Н.Миловидова, А.С. Некрасова, В.И.Назарова, Б.В.Робинсона, Н.И.Суслова, Р.Р.Шагиева, В.В.Елгина, Стребкова А. Ю. [20] и др.

В настоящее время перспективным становится направление изучения политики социально-корпоративной ответственности как продолжение теории стейкхолдеров или теории заинтересованных сторон. Термин стейкхóлдер впервые в научной литературе был сформулирован Р. Фриманом в 1984 году в теории стейкхолдеров в структуре концепций в этике бизнеса [21]. Необходимость учета интересов всех заинтересованных лиц в процессе определения стратегии и направлений дальнейшего успешного развития организации отмечали ученые - экономисты еще в 90-х годах XX века.

Анализу внутренней социальной структуры и социальных ролей заинтересованных групп посвящены работы М. Кларксона [22], Т. Дональдсона и Н. Боуи [23], Ньюбоулда и Луффмана, Менделоу.

В Казахстане вопросам развития нефтегазового сектора с середины 80-х гг. XX века до 2000 г было посвящено исследование Л.С. Сериковой «Қазақстанның мұнай-газ кешендерінің даму тарихы (1985-2000 жж.)» [24]. Автор рассмотрела проблемы отрасли Западного Казахстана, такие, как открытие месторождения Карачаганак, динамику добычи газа за 1984-1990 гг., анализ решений правительства КазССР по нефтегазовому сектору, создание и развитие «Актобемунайгаза», «Мангистаумунайгаза», «Тенгизмунайгаза», вопросы инвестиции в стратегический сектор экономики, подготовки кадров для отрасли, некоторые проблемы социальной сферы [25].

В обобщающей работе А. Абишева «Каспий: нефть и политика» раскрываются основные экологические и международно-политические вопросы развития современного рынка нефти, перспективную роль и место Каспийского нефтегазового бассейна в системе международных экономических отношений. Также исследуется состояние нефтегазовой отрасли республики, правовой статус Каспия, проблемы Тенгиза, Карачаганака и Кашагана. Рассматривается и роль национальной компании «КазМунайГаз», сотрудничество в нефтяной сфере между Казахстаном и Китаем, проблема внутреннего газоснабжения в республике [26].

К числу работ, поднимающих важные для населения нефтедобывающих областей проблем здоровья, быта, социальной сферы следует отнести диссертацию О.И. Егорова «Проблемы эффективного использования нефтегазового потенциала Казахстана в условиях становления рыночных

отношений (вопросы теории и практики решения)». В ней наряду с производственными и экономическими проблемами ставятся вопросы поддержания экологического равновесия в Западном Казахстане, где нефть добывает СП «Генгизшевройл» [27].

В 90-е годы XX века появились новые исследования по нефтегазовому комплексу, в которых освещаются различные аспекты отрасли. Среди них работа Р.А. Алшанова «Казахстан на мировом минерально-сырьевом рынке: проблемы и их решение. Анализ и прогноз», где он приводит сравнительный анализ энергетических ресурсов по странам, удельный вес стран в добыче нефти, другие проблемы, отмечая такой факт, что Казахстан входит в число стран, имеющих достаточные запасы углеводородов, которые позволяют республике играть заметную роль на мировом энергетическом рынке [28].

В Казахстане проблему функционирования нефтегазовой отрасли изучали в разрезе экономической и исторической науки Нурсултанова Л.Н.[29]; Мейрхан Марлен [30]; Гусейнов И.М. [31]; Омарова А.И. [32].

В диссертации Нурсултановой Л.Н. проведено комплексное исследование развития нефтегазовой промышленности современного Казахстана. Также она изучает инвестиционную политику Казахстана в нефтегазовой промышленности [33]. И.М. Гусейновым предложены пути дальнейшего совершенствования инновационной деятельности в нефтегазовой сфере топливно-энергетической отрасли Республики Казахстан. Задача перехода нефтегазового комплекса Казахстана на инновационный путь развития требует использования конкурентных преимуществ Республики, связанных с возможностями разработки и коммерциализации передовых научно-технических достижений, а развитие инновационной деятельности казахстанских компаний - серьезный шаг со стороны государства, нацеленных, прежде всего, на снижение значительных технологических и финансовых рисков [31].

В социологической науке анализу экономических процессов были посвящены работы Р.Б.Сарсенбаевой [34], Г.Б. Шуптибаевой [35], Нурбековой Ж.А. [37], Бейсеновой А. А. [38], Р. Б. Италмасовой [36-39]. Р.Б. Сарсенбаева, Н.У. Шеденова, рассматривают вопросы влияния гендерных особенностей на системные реформы, проводимые в Казахстане. В трудах К.Б. Шуптибаевой и Р. Италмасовой анализируется инвестиционная политика РК в условиях индустриально-инновационного развития и социальной модернизации казахстанского общества. К.Б. Шуптибаева в диссертационной работе «Социальный анализ инвестиционного процесса в Казахстане (на примере Западного региона)» в разделе «Инвестирование социального окружения в нефтегазодобывающих предприятиях» с социологической точки зрения анализирует проблему социальной эффективности инвестиции в данную отрасль экономики. Она на основе конкретного социологического исследования выявила отношение местного населения к инвестиционной деятельности нефтегазовых компаний.

Несмотря на значительное количество публикаций, единого общепринятого понимания социально ответственного бизнеса не сформировано. Не определены объективные причины функционирования бизнеса как социально ответственного. Недостаточно изучены направления воздействия социального инвестирования на систему формирования интеллектуальной собственности. Не исследованы институциональные основы управления процессом социального инвестирования. Отсутствие на сегодняшний день в отечественной и зарубежной экономической литературе глубокого теоретического анализа фундаментальных причин функционирования бизнеса как социально ответственного, объективных основ социального инвестирования и направлений его воздействия на систему формирования интеллектуальной собственности обусловили цель и основные задачи данной работы.

Исследования социально-корпоративной ответственности нефтегазовых корпораций Казахстана в социологическом ракурсе еще не проводилась никем.

Цель и задачи диссертационного исследования состоит в социологическом анализе механизмов функционирования социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой отрасли промышленности Казахстана.

Для достижения данной цели были определены следующие исследовательские задачи:

- сформулировать на основе сравнительного анализа современных подходов концепции социально-корпоративной ответственности теоретико-методологическую базу для социологического анализа корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли промышленности Казахстана;

- выявить с позиций социологического подхода сущность и содержание понятий «Социальная ответственность бизнеса», «корпоративная социальная ответственность»;

- оценить роль стейкхолдеров как участников процесса социального взаимодействия в реализации социальной политики нефтегазовой сферы;

- на основе проведения сравнительного анализа развития социально-корпоративной ответственности в казахстанских и зарубежных нефтегазовых компаниях разработать методологические принципы и технологии социологического исследования социальной ответственности на промышленных предприятиях нефтегазовой отрасли;

- обосновать необходимость применения комплексного, интегративного подхода к изучению специфики социально-корпоративной ответственности на промышленных предприятиях нефтегазовой отрасли;

- на основе эмпирических данных анализировать современные тенденции развития социально-корпоративной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли Казахстана;

- выявить основные положительные и отрицательные факторы, влияющие на уровень социально-корпоративной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли Казахстана;
- на основе проведения конкретного социологического исследования выявить особенности социальной политики компаний работающих, в нефтегазовой отрасли Казахстана;
- выработать рекомендации по совершенствованию социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой сфере Казахстана.

Методы исследования. В диссертационном исследовании применены следующие методы социологического анализа: монографическое исследование, кабинетное исследование и традиционный анализ документов, полуструктурированные личные интервью с экспертами - представителями управляющего звена нефтедобывающих компаний в Казахстане. Получение эмпирических данных базировалось на комплексе методов (количественных и качественных), включающих методы конкретного социологического исследования – интернет опрос, полужформализованное индивидуальное интервью.

Научная новизна диссертационного исследования. Основная новизна работы заключается в социологическом исследовании специфики социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой отрасли современного Казахстана. Основываясь на достижения социологической, экономической, исторической науки, в диссертационном исследовании предложены следующие новые научные результаты:

- анализируя фундаментальные теории ученых Запада, России и Казахстана, дана классификация теории социально-корпоративной ответственности;
- представлена авторская концепция социально-корпоративной ответственности бизнеса в нефтегазовой отрасли Казахстана как социальной системы, которая обеспечивает повышение конкурентоспособности национальной экономики в условиях социальной модернизации и инновационного развития казахстанского общества;
- выявлены особенности социологического подхода в изучении социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой отрасли современного Казахстана;
- разработан понятийный аппарат, характеризующий сущность социально-корпоративной ответственности компаний нефтегазовой отрасли Западного региона Казахстана;
- предложен интегративный подход в социологическом изучении стейкхолдеров с учетом их социальных ролей и социальных позиций как участников процесса социального взаимодействия в реализации социальной политики нефтегазовой сферы;
- разработаны методологические принципы и технологии социологического исследования социальной ответственности на промышленных предприятиях нефтегазовой отрасли;

- на основе изучения статистических материалов дана социологическая характеристика нефтегазовой отрасли Казахстана как социального института;
- на основе проведения конкретного социологического исследования выявлены современные тенденции развития социально-корпоративной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли Казахстана;
- выявлена специфика социальной политики нефтегазовых компаний Казахстана в ракурсе социально-корпоративной ответственности.
- разработаны рекомендации по совершенствованию корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли Казахстана.

Основные положения, выдвигаемые на защиту

1. Анализируя различные теоретические направления нами выделены следующие методологические подходы к изучению социально-корпоративной ответственности в науке:

а) Обобщения существующих определений (А.Б Кэрролл [40], Л. Мойр[41], Б. Джойнер и Д. Пейн [42], С. Картер и М. Дженнингс [43]);

б) Развитие определения КСО на основе теоретических рассуждений;

в) Исследование КСО как процесс, в котором компания хочет играть роль в структуре правительства, они хотят влиять на корпоративные решения в соответствии со своими собственными интересами [44].

г) Корпоративная социальная ответственность представляет собой многоуровневую ответственность, которую целесообразно представить в виде пирамиды [45].

2. Понятие социально-корпоративная ответственность бизнеса отражает и показывает специфику социальной системы, то есть особенности общества, системы управления, социальных институтов в разрезе времени и социального пространства. Личностный уровень социальной ответственности в диссертации анализируется с учетом личностной, статусной, социально-демографической, национальной, гендерной структуры личности и социальных групп. В диссертационном исследовании корпоративная социальная ответственность определяется как совокупность стратегии, уровня восприимчивости и специфики социальной политики корпорации, которая проявляется в моральной характеристике, управленческих подходов и эффективности социальных программ в ракурсе самой организации и региона функционирования.

3. В результате анализа концепции корпоративной социальной ответственности, на основе применения методологии П. Штомпка автором выявлены следующие особенности корпоративной социальной ответственности на макро, мезо и микро уровне.

Макро уровень исследования характеризует все формы и виды социальной корпоративной ответственности на уровне всего общества, планеты. Главными индикаторами корпоративной социальной ответственности на этом уровне являются общие социально-философская характеристика, определение методологии и методики исследования и общих закономерностей развития данного явления.

Мезо уровень анализа социально-корпоративной ответственности акцентирует внимание на функционирование данного явления на уровне определенного региона, отрасли и т.д. Исследования на этом уровне помогают выявить национальные, профессиональные, гендерные особенности корпоративной социальной ответственности.

Микро уровень характеризует проявление социально-корпоративной ответственности на уровне личности, промышленного предприятия, корпорации и т.д. Данный анализ помогает выявить специфические, латентные факторы корпоративной социальной ответственности. В настоящее время уместно придерживаться данной методологии исследования, так как она учитывает не только экономические, но и философские, социологические и психологические, культурологические основы системы социально-гуманитарных наук.

4. На основе монографического исследования выявлены факторы эффективности заинтересованных сторон корпорации. Мотивационная структура заинтересованных сторон, их постоянная динамика под влиянием стратегических и текущих целей корпорации, изменения их системы ценностей влияют на эффективность корпоративной социальной ответственности на уровне личности, организации, региона, государства.

5. В развитии социально-корпоративной ответственности нефтегазовой отрасли выделяются три модели: участие государства в регулировании корпоративной социальной ответственности на всех уровнях функционирования нефтегазовой отрасли; регулирование социально-корпоративной ответственности на уровне предприятия, концерна; регулирования корпоративной социальной ответственности на уровне государства и предприятия. Согласно итогам социологического анализа, есть два главных фактора, которые играют ключевую роль в вопросах определения приоритетов социальной политики компании в нефтегазовой отрасли Казахстана. Это – 1) финансовые возможности компаний и 2) существующие законодательные требования. Получается, что, с одной стороны, компании ориентируются на собственные финансовые возможности, с другой, стараются соответствовать имеющимся законодательным нормам и требованиям при осуществлении своей социальной политики.

6. На уровень социально-корпоративной ответственности корпорации влияют следующие факторы: основные принципы корпоративной социальной ответственности, мотивационная структура работников, координация процесса корпоративной социальной ответственности в компании, характер и направления взаимосвязи с заинтересованными сторонами, взаимоотношения с государственными и местными органами власти.

7. По результатам анализа экспертных суждений, можно выделить три группы отношений населения к нефтегазовым компаниям. Согласно первой группе суждений, иностранные компании имеют низкий уровень корпоративной социальной ответственности. Согласно второй позиции, ответственность за социальную сферу лежит полностью на государстве, а иностранные нефтяные компании только должны исполнять законодательные

требования и платить налоги. Третья группа экспертов полностью отрицает тот факт, что иностранные компании несут слабую ответственность перед местным населением. Наоборот, считается, что эти компании с каждым годом увеличивают свои расходы на социальный сектор. Поэтому формирование доверия к компании в коллективе, в обществе, в деловой среде – серьезная работа. И она должна соответствовать лучшим стандартам и образцам, которые существуют в международной практике.

8. На основе анализа статистических данных выделены основные направления социально-корпоративной ответственности нефтегазовых компаний Казахстана: создание новых рабочих мест; предоставление социального пакета работникам; строительство социальных объектов; благоустройство города, поселка; финансирование научных и образовательных проектов; осуществление программ борьбы со СПИД-ом, наркоманией, беспризорностью; улучшение систем транспорта и связи; меценатство - помощь театрам, галереям, отдельным деятелям культуры; решение экологических проблем; проведение культурных, спортивных мероприятий.

9. В развитии социально-корпоративной ответственности нефтегазовой отрасли выделяются три модели: участие государства в регулировании корпоративной социальной ответственности на всех уровнях функционирования нефтегазовой отрасли; регулирование социально-корпоративной ответственности на уровне предприятия, концерна; регулирования корпоративной социальной ответственности на уровне государства и предприятия.

Теоретической и методологической основой диссертационного исследования послужили труды ученых-экономистов, философов, социологов Казахстана, ближнего и дальнего зарубежья, законы Республики Казахстан, Указы Президента страны, постановления Правительства Казахстана и другие нормативные документы касающиеся социально-корпоративной ответственности компаний нефтегазового сектора Республики Казахстан. Методологической базой исследования стали концепции корпоративной социальной ответственности Г. Боуена, М. Фридмана, К. Девиса, А.В. Кэрролла, Дж. МакГуира. Автор также опирается на теорию стейкхолдеров Р. Фримана.

Информационная база формировалась на основе данных Национального Агентства по статистике Республики Казахстан, результатов социологических исследований в области социально-корпоративной ответственности в нефтегазовой сфере экономики. Также дополнительно были привлечены аналитические и статистические данные, предоставляемые как государственными и негосударственными ведомствами, такими как Министерство нефти и газа, Рейтинговое агентство РФЦА и др. результаты исследований, проведенных казахстанскими социологическими службами. Были использованы и проанализированы данные исследований Общественного фонда «ЦСПИ «Стратегия» в западных областях страны. В частности, привлечены результаты опросов, фокус-групповых дискуссии и экспертных

интервью, проводимых в Мангыстауской и Атырауской областях. Эти данные имеют публичный характер и опубликованы на официальном сайте компании ofstrategy.kz. отчетные документы нефтедобывающих компаний по выполнению социальной ответственности в регионе.

Диссертационное исследование опирается на данные социологических исследований, проведенных автором индивидуально среди представителей нефтегазового сектора РК в период с 2011 по 2012 годы.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования. Идеи и положения диссертационного исследования могут быть использованы в научной и методической работе в области социологии труда, экономической социологии, а также в преподавании соответствующих учебных курсов в системе высшего образования, правительственными и общественными организациями, заинтересованными в улучшении механизмов развития корпоративной социальной ответственности на промышленных предприятиях. Материалы диссертации могут применяться при формулировании предложений по улучшению законодательной базы РК в области социальной политики.

Апробация и внедрение основных результатов исследования. Основные положения диссертационной работы, научные выводы и предложения получили положительную оценку на международных научно-практических конференциях в журналах Skopus, в периодических изданиях, рекомендованных ВАК РК и сборниках научных, научно-практических конференциях международного, республиканского масштаба: «Прогноз последствий одностороннего развития сырьевой экономики» Международная научно-практическая конференция «Повышение Качества Образования и Научных Исследований», в рамках X Сатпаевских чтений, посвященная 20-летию Независимости РК. 12-14 апреля, 2011г.; «Краткий обзор социально-экономического состояния Мангыстауского региона». (Алматы 2012); «Основные формы сотрудничества Казахстана и Японии в сфере образования и науки». (Алматы, 2012); «corporate social responsibility in international context: a learning process for kazakh companies. (Serbia 2013); «Tengizchevroil: Social Responsibility». (Алматы, 2012); «Practicing CSR in Kazakhstan. Case:Tenghizchevroil in Atyrau region». (Алматы, 2013); «Становление корпоративной социальной ответственности в нефтегазовом секторе Казахстана. (Алматы, 2013); «Влияние нефтегазовой отрасли на социально-экономическое развитие Западного региона Республики Казахстан». (Алматы, 2013); «Issues of the Cultivation of Corporate Social Responsibility for Oil and Gas Enterprises in the Republic of Kazakhstan». (Пакистан, 2013); «Both sides of CSR practice: A case from Oil and Gas Industry in Kazakhstan» ACTA Politechnica». (Hungary 2012).

Основные положения диссертации были обсуждены и рекомендованы к защите на заседании кафедры политологии и социально-философских дисциплин КазНПУ им. Абая.

Структура и объем работы. Задачи, поставленные в диссертационном исследовании, логика изложения проблемы определили структуру работы. Она

состоит из введения, двух разделов (8 подразделов), заключения, списка использованных источников и приложения.

1. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА ЗАПАДНОГО РЕГИОНА КАЗАХСТАНА

1.1 Теоретико-методологические подходы к исследованию социально-корпоративной ответственности в социологии

Для научного понимания значения термина социально-корпоративной ответственности проследим эволюцию данного понятия. Интерес к проблеме социальной ответственности предприятия сталкивается с множеством нерешенных в теоретическом и методологическом плане вопросов. Один из них — это оценка состояния социальной ответственности, ее анализ. В настоящее время в мировой научной и деловой литературе, посвященной проблемам социальной ответственности бизнеса, используется множество концепций, ассоциируемых с корпоративной социальной ответственностью, из которых наибольшую известность получили: «корпоративная социальная ответственность», «корпоративное гражданство», «этика бизнеса», «корпоративная филантропия», «корпоративная социальная деятельность», «устойчивое развитие», «корпоративная устойчивость» и др.

В современной теории и практике получили устойчивое распространение два понятия: «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность». Корпоративная социальная ответственность и социальная ответственность бизнеса соотносятся как часть и целое.

В середине XX века в мировой управленческой литературе, прежде всего американской, было разработано множество релевантных концепций, среди которых наибольшую известность получили «социальная ответственность бизнеса», «социальная ответственность бизнесменов», «корпоративная социальная ответственность», «корпоративная социальная восприимчивость», «корпоративная социальная деятельность», «корпоративная социальная добросовестность». Последовательно развиваясь, указанные концепции не столько замещали друг друга, сколько аккумулировали в себе предыдущие достижения.

Развитие общества и бизнеса взаимосвязаны. Бизнес является неотъемлемой частью современного общества. В ходе постепенного и длительного развития стран Запада сформировалась относительно целостная, сложная и сбалансированная система регламентации взаимоотношений частного предпринимательства, государственных структур и общества в сфере социально-экономического развития стран и отдельных территорий. В современных условиях в различных странах участие бизнеса в решении социальных проблем либо жестко регулируется в рамках действующего коммерческого, налогового, трудового, экологического законодательства, либо осуществляется самостоятельно под воздействием социально-этических принципов и норм, специально установленных стимулов и льгот. Как известно, постиндустриальная стадия развития общества вызывает к жизни необходимость пересмотра системы отношений государство-бизнес-общество.

Усиливающаяся роль бизнеса обусловлена сложностью, масштабностью проблем нового общества. Такие вопросы, как охрана окружающей среды, охрана здоровья населения, борьба с безработицей, борьба с коррупцией и другие правительство решать в одиночку не может.

Государственный сектор начинает тесно сотрудничать с бизнесом в области решения глобальных социальных и экологических проблем. Социальная ответственность несет ответственность организации за последствия своих решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое:

- согласуется с принципами устойчивого развития и благосостояния общества;
- принимает во внимание ожидания заинтересованных сторон;
- соответствие с действующим законодательством и в соответствии с международными нормами и поведением;
- интегрируется в рамках всей организации [46].

Как отмечает Б.Л. Цветкова социально ответственный бизнес направлен на снижение социальной напряженности, улучшение качества жизни индивидов и социальных общностей, оздоровление природной среды, достижение личностной включенности представителей бизнеса в преодоление социальных проблем и самоуправления общественной жизнью [47]. Социальная ответственность бизнеса - объективная закономерность развития рыночного хозяйства, а корпоративная социальная ответственность — ее реальное проявление на современном уровне развития бизнеса и общества, их взаимодействия. Методологическое обоснование этой взаимосвязи содержится в трудах О.В. Даниловой [48].

Динамичное развитие концепции корпоративной социальной ответственности прошло определенные этапы. Точкой отсчета можно считать работу Г. Боуена «Социальная ответственность бизнесмена», которая была опубликована в 1953 году [2]. В статье были отражены определения и смысл рассматриваемого понятия, а также возможность дальнейшего детального изучения корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность была определена как «обязанность бизнесменов принимать те решения и следовать тем направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей... общества». В ней особо подчеркивалась мысль о том, что организации должны нести ответственность перед обществом, в котором функционируют, направляя часть своих ресурсов и усилий на социальные нужды, при этом уделяя внимание таким сферам, как защита окружающей среды, здравоохранение, защита интересов потребителей и т.п. По мнению Г. Боуена, социальная ответственность бизнесмена состоит в «реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества» [2]. Ученый подчеркивает главную особенность корпоративной социальной ответственности как ориентация на цели и ценности государства, в т.ч. корпорации. Отцом корпоративной социальной ответственности Г.

Боуеном, во многом были определены рамки и заданы направления последующей дискуссии о КСО. Однако если важнейшей задачей, стоящей перед научными и деловыми кругами во второй половине XX века, являлась концептуализация обозначенной проблематики, то в настоящее время более актуальной становится систематизация достигнутого многообразия.

Сущность корпоративной социальной ответственности в ракурсе рыночной структуры и рыночных сил была впервые внесена в научный оборот американским ученым Т. Левиттом. В статье «Угрозы социальной ответственности» он отмечает, что бизнес получит большие шансы на выживание, если откажется от абсурдного взгляда на свои цели, то есть если долгосрочная максимизация прибыли остается единственной целью и в теории, и на практике. По его мнению бизнес несет ответственность в двух видах: следование элементарным канонам повседневного цивилизованного общения (честности, добросовестности) и стремление к материальной выгоде [50].

Впервые основные положения этой теории, получившей название теории корпоративного эгоизма, представил нобелевский лауреат М. Фридман в статье в журнале *New York Times* под названием «Социальная ответственность бизнеса заключается в увеличении своей прибыли» [4]. М. Фридмен охарактеризовал ее не иначе как «фундаментально подрывную доктрину, широкое применение которой разрушит свободное общество». В свободной экономике, утверждал он, есть одна и только одна социальная ответственность бизнеса - «использовать свои ресурсы и осуществлять деятельность, направленную на увеличение своих прибылей до тех пор, пока она остается в рамках правил игры, т.е. участвует в открытой свободной конкуренции без обмана и мошенничества». Даже простое признание социальной ответственности на словах, утверждал он, «укрепляет и так превалирующее убеждение в том, что стремление к прибыли нехорошо и аморально и должно быть обуздано какими-нибудь внешними силами». Как только это суждение будет признано, продолжал М. Фридмен, обуздать рынок не поможет «социальная совесть» управляющих, какой бы высокоразвитой она ни была, а «железный кулак правительственных бюрократов». В ней отмечалось, что ответственность корпорации (будучи «принципиально вредной доктриной») не имеет никакого отношения к принесению акционерам дохода. «Бизнес бизнеса есть бизнес», - утверждал М. Фридман. Он полагал, что «существует лишь одна и только одна социальная ответственность делового мира — использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, направленной на увеличение прибыли, при условии соблюдения правил игры, то есть заниматься открытой свободной конкуренцией без обмана и мошенничества» [4]. С. Туркин подход М. Фридмена называет «теорией корпоративного эгоизма» [51] а Комитет экономического развития «теорией корпоративного альтруизма» [52].

Авторы указанного заявления исходили из концепции «просвещенной выгоды», основанной на признании глубокой взаимозависимости между бизнесом и обществом. «Сегодня широко признано, - говорилось в заявлении, - интересы корпорации, которые тесно связаны с благосостоянием общества,

неотъемлемой частью которого является бизнес. Растет понимание того, что корпорация зависит от благосклонного отношения общества, которое может поддержать или подорвать ее существование путем общественного давления на правительство». Поэтому, подчеркивалось в заявлении, «с точки зрения «просвещенной выгоды» корпорации необходимо содействовать общественному благосостоянию». Появился также ряд промежуточных концепций. Менее радикальные экономисты, в целом поддерживавшие М. Фридмана, пытались найти место для корпоративной социальной ответственности в рамках его теории.

Последующее изучение социально-корпоративной ответственности представлены в работах К. Девиса [53], Дж. МакГуира [54], С. Сети [55], в которых были конкретизированы понятие и содержание социальной ответственности.

Профессор Арizonского университета К. Дэвис отмечает, что «сущность социальной ответственности вытекает из озабоченности представителей бизнеса этическими последствиями своих действий в той мере, в какой они могут воздействовать на интересы других» [56]. По его мнению, в современных условиях бизнес пришел к осознанию необходимости совместить производство экономических ценностей с производством социальных ценностей. Не отвергая принцип извлечения прибыли, бизнес поставил перед собой цель сочетать ее с социальной прибылью. В этом плане под понятием «социальная ответственность» К. Дэвис подразумевает осуществление частными организациями своих действий, неся за них ответственность перед обществом. Он отдавал предпочтение понятиям «социально ответственный бизнес» и «социальный капитализм». Определяемая таким образом социальная ответственность представляла для К. Дэвиса нечто большее, чем просто поведение в соответствии с законом, потому что «не все системные действия деловых решений учитываются законом». Социальная ответственность, подчеркивал он, предполагает «признание фирмой социальных обязательств за рамками требований закона наряду с обязательствами, обозначенными в законе». Он приходит к выводу, что социальную ответственность нельзя рассматривать как пассивную реакцию на общественные ожидания, ибо в таком случае бизнес оказывается в плену эмоций и противоречивых целей [18]. К. Дэвис рассматривает социальную ответственность во-первых, на системном уровне, во-вторых, на уровне фирмы, то есть в управленческом контексте. Следовательно, социальной ответственностью бизнесменов является поиск возможных решений, касающихся окружающей среды и содержания их собственной социальной ответственности [57]. Также он подчеркивал, что социальная ответственность бизнесменов непосредственно вытекает из той реальной социальной власти, которой они обладают, и должна ей соответствовать. Но, К. Дэвис предупреждал, что «Те, кто не берет на себя ответственность, соответствующей их власти, в результате утратят эту власть» [5]. Он призывал учитывать социальную ответственность на уровне личности, то есть членов производственного коллектива и на уровне организационной

структуры предприятия, то есть на уровне всей фирмы с учетом принципов государственного управления на уровне всего общества.

Сторонники неоклассического экономического либерализма Т. Дональдсон и Н. Боуи предполагали, что корпорации должны быть прибыльными, уважая при этом определенные моральные устои и соблюдая права человека, то есть следуя некоему социальному соглашению между бизнесом и обществом. В итоге в большинстве развитых стран общепринятой стала концепция своеобразного «разумного эгоизма», когда вложение средств в социальные программы считается одним из факторов обеспечения стабильности бизнеса, вкладывая часть денежных средств на социальные и филантропические программы, корпорации сокращают свою текущую прибыль, но в долгосрочной перспективе создают благоприятное социальное окружение и, таким образом, устойчивую прибыль в будущем. Компании должны стараться как можно лучше понять свое влияние на социум и использовать его при принятии решений [18].

Общее определение социально-корпоративной ответственности - это то, что компании делают за пределами своей основной деятельности. Слово "ответственность" означает обязанность кому-то и слово "социальный" относится к обществу, следовательно, интерпретировать термин долг компании перед обществом. Очевидно, в широком контексте концепции корпоративной социальной ответственности является устойчивое развитие в тесной связи с этическими аспектами, охраны окружающей среды и новые вызовы различных социальных маркетинговых мероприятий [58].

В 1979 г. американским ученым А. Кероллом была предложена трактовка корпоративной социальной ответственности, которая подразумевала «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный момент» [59]. Данный подход, на основе которого позднее была разработана соответствующая модель, является одним из основных для современных исследований по проблемам корпоративной социальной ответственности.

Согласно этой модели, социально-корпоративная ответственность представляет собой многоуровневую ответственность, которую целесообразно представить в виде пирамиды. Вполне аргументированным представляется подход А. Керолла - одного из ведущих мировых специалистов в области взаимоотношений бизнеса и общества — предложившего увязывать все указанное множество концепций с развитием теории корпоративной социальной ответственности как «ядра», согласованного с альтернативными концепциями или трансформирующегося в них. Подход А. Керолла, позднее воплотившийся в детально проработанную модель, получил наибольшее распространение, стал во многом определять рамки современных исследований в области корпоративной социальной ответственности [60]. Трактовка корпоративной социальной ответственности как пирамиды сама по себе не снимает всех вопросов, относящихся к социальной ответственности, но позволяет их систематизировать. В дальнейшем А. Керолл в статье, написанной

в соавторстве с М. Шварцем, модифицировал пирамиду путем отнесения филантропической ответственности к категориям этической и экономической ответственности, т.к. занимаясь «стратегической филантропией», компании нередко руководствуются экономическими мотивами, основываясь на своей экономической ответственности, и различие между «филантропической» и «этической» деятельностью иногда сложно провести и в теории и на практике.

Согласно позиции А. Кэрролла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, в его модели – четыре составляющих: экономическая, правовая, этическая и филантропическая ответственность корпорации. Корпорация должна следовать всем обязательствам, чтобы исполнять свою корпоративную гражданскую роль. Главная, базовая цель и ответственность фирмы – это экономическая ответственность, т.е. зарабатывать достаточную прибыль на собственный акционерный капитал, предоставлять продукцию, которая стоит заплаченных за нее денег, создавать новые рабочие места и новые материальные ценности для своего бизнеса, поощрять инновации. Иными словами, любая фирма, реализующая свою экономическую ответственность перед обществом, уже социально ответственна. А. Кэрролл считает, что деятельность корпораций необходимо оценивать не только по их экономическим успехам, но и по неэкономическим критериям. Каждая компания должна действовать в рамках закона, – это правовая ответственность, она подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, фиксированным в правовых нормах. Этическая ответственность определяет границы поведения корпорации, соблюдение которых хотя и не требуется законодательством, но общество ожидает такого поведения в соответствии со сложившимися социально-культурными нормами и ожиданиями, т.е. быть моральной, честной, справедливой, уважать права людей, избегать нанесения социального вреда и препятствовать нанесению вреда другим. Наконец, филантропическая (дискреционная) ответственность побуждает фирму к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ, т.е. вести деятельность, полезную для общества. А. Кэрролл перечисляет все четыре вида ответственности в порядке их приоритетности. Компания должна сначала получить прибыль для соблюдения своей экономической ответственности. Для продления периода своей деятельности, компания должна соблюдать законы. Существуют примеры, когда компании, нарушавшие законы, получали меньше прибыли, и у них снижались объемы продаж после того, как их признавали виновными в этом. Компания должна рассматривать возможность выполнения действий по социальной ответственности только после выполнения своей как экономической, так и правовой ответственности. Как человеку необходима еда для жизни и роста, так и компании необходима прибыль для жизни и роста. Ведь максимизация прибыли приведет к максимизации еды [16].

Продолжение концепции А. Керолла нашла свое отражение в концепции С. Вартика и Ф. Кохрена. Согласно их тактовке, корпоративная социальная деятельность представляет собой «основополагающую взаимосвязь между принципами социальной ответственности, процессом социальной восприимчивости и политикой, направленной на решение общественных проблем» [61]. Ученые предлагают трехфакторное измерение корпоративной социальной ответственности с учетом принципов, процесса и политики организации.

Таблица 1 - Модель корпоративной социальной ответственности С. Вартика и Ф. Кохрена [61]

Принципы	Процесс	Политика
Корпоративная социальная ответственность Экономическая Правовая Этическая Дискреционная	Корпоративная социальная восприимчивость Реактивная Оборонительная Адаптивная Проактивная	Решение общественных проблем Идентификация проблем Анализ проблем Разработка ответа
Направляющая сила Общественный договор Корпорация как моральный агент	Направляющая сила Способность к восприятию изменяющихся общественных условий Управленческие подходы к разработке способов восприятия	Направляющая сила Минимизация рисков Внедрение эффективной корпоративной социальной политики
Философская ориентация	Институциональная ориентация	Организационная ориентация

Исходя от данной модели можно выделить корпоративную социальную ответственность как совокупность стратегий, уровня восприимчивости и специфики социальной политики корпорации, которая проявляется в моральной характеристике, управленческих подходов и эффективности социальных программ в ракурсе самой организации и региона функционирования.

Другой теоретический подход, описываемый социально-корпоративную ответственность как процесс, в котором компания хочет играть роль в структуре правительства, они хотят влиять на корпоративные решения в соответствии со своими собственными интересами. Конечно, стремление компании улучшить свои собственные интересы не предусматривает социальные льготы.

Так М. Ван Марревиик, профессор одного из ведущих учебных и научных центров Нидерландов по изучению корпоративной социальной ответственности, предлагает такое определение: «корпоративная социальная ответственность - это включение социальных и экологических вопросов в процесс бизнеса и его взаимодействие с заинтересованными сторонами» [62].

Наконец, есть "официальное" определение, взятое из Комиссии европейских сообществ: «Корпоративная социальная ответственность является концепцией, согласно которой компании интегрируют социальные и экологические проблемы в их деятельности и в их взаимодействии с заинтересованными сторонами на общественных началах» [63].

С 2000 года корпоративная социальная ответственность становится одним из приоритетов Европейского Союза (ЕС). В июле 2001 г. Европейская комиссия опубликовала «Зеленую книгу о корпоративной социальной ответственности», а 2005 год был объявлен в ЕС годом социальной ответственности. Европейская комиссия (2000 г.) дает такое определение корпоративной социальной ответственности: «Корпоративная социальная ответственность по своей сути является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды. Цель – взаимодействие с заинтересованными сторонами: служащими, акционерами, инвесторами, потребителями, властями и неправительственными организациями» [64].

Это полностью согласуется с целями по построению благоприятного имиджа корпорации, т.е. общего представления (состоящего из набора убеждений и ощущений), которое складывается у общества об организации. Это определение корпоративной социальной ответственности подчеркивает добровольный характер проводимых компаниями общественно ориентированных мероприятий. Интересен тот факт, что, хотя теоретическая дискуссия о корпоративной устойчивости еще только разгорается, ее идеи уже нашли свое воплощение в таких популярных стандартах, как GRI, ISO 14001 и SA 8000, в формах социальной отчетности и моделях диалога корпораций с заинтересованными сторонами.

В 2004 году Ассоциацией менеджеров в Докладе о социальных инвестициях в России дается более расширенное толкование корпоративной ответственности, под которой понимают «философию поведения и концепцию выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие ориентиры:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат и инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- неукоснительное выполнение требований законодательства: налогового, трудового, экологического и т.п.;
- построение добросовестных отношений со всеми заинтересованными сторонами;

- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;

- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества» [65]. В этом определении обращает на себя внимание то обстоятельство, что большинство отмеченных направлений деятельности бизнеса содержит экономический принцип предпринимательской деятельности, этические и юридические нормы ведения бизнеса. Социальная составляющая представлена в этом определении через инвестиции в развитие человеческого потенциала и вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества. В докладе о социальных инвестициях в России, вышедшем в 2008 году, формулировка корпоративной социальной ответственности претерпела определенные изменения. Она стала более обобщенной, но с подчеркиванием необходимости удовлетворения ожиданий всех заинтересованных сторон в целях обеспечения устойчивого развития. «Корпоративная социальная ответственность - это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития» [66]. Она может претендовать на самое абстрактное определение социально-корпоративной ответственности как экономической категории.

Термин социально-корпоративная ответственность уникален тем, что он имеет определенное значение, но понимание его в разных регионах не всегда однозначно. Например, в Канаде корпоративная социальная ответственность часто сводится к корпоративной филантропии и социальному маркетингу, в Камбодже корпоративная социальная ответственность понимается как партнерство бизнеса в целях улучшения условий работы, в Австралии — это проекты корпораций под давлением властей; давлением, которое, по сути, определяют экологические и правозащитные организации, в Индии корпоративная социальная ответственность представляет собой благотворительность и минимизацию последствий плохой общественной инфраструктуры, а в Китае у бизнеса в приоритете здоровье и безопасность сотрудников. В США корпоративная социальная ответственность была определена с точки зрения модели спонсорства: компании прозрачно получают прибыль, платят налоги, а затем отчисляют определенную долю дохода на благотворительные цели. В Великобритании правительство рассматривает корпоративную социальную ответственность, как вклад в развитие целей устойчивого развития; то, насколько компании принимают во внимание свое воздействие на экономическую, социальную и окружающую среду — максимизируя положительные и минимизируя негативные последствия, осознавая долгосрочные потребности и потребности общества [66].

Обилие концепций породило обилие интерпретаций понятия социально-корпоративной ответственности, ее сущности и целей. Как справедливо отмечает отечественный исследователь проблемы корпоративной социальной ответственности Ю.Е. Благов, подобная терминологическая неопределенность породила для менеджеров весьма комфортную «сумеречную зону», где вполне могли укрыться те, кто не желал брать на себя дополнительные обязательства, выглядевших чрезмерно амбициозными, идеалистическими или просто нетрадиционными для управленческой деятельности [67]. Подобная неопределенность усугубляется тем, что проблематика социально-корпоративной ответственности привлекает широкие слои специалистов с разной профессиональной подготовкой – филологов, социологов, психологов, экономистов – каждый интерпретирует это понятие по-своему. Безусловно, огромную роль в развитии теории корпоративной социальной ответственности сыграли ученые-экономисты. Как отмечает Благов Ю.Е., со ссылкой на Де Беттиньеца, существует 18 экономических концепций корпоративной социальной ответственности, последняя из которых «концепция устойчивого развития бизнеса» получила свое развитие только после 2005 г. [68].

Зарубежные исследователи и организации, оперирующие в области социально-корпоративной ответственности, определяют данное понятие по-разному. Концепция социально-корпоративной ответственности представляет собой целую систему направлений деятельности компании [69]. Помимо ответственной политики на микро уровне (обучение и переподготовка сотрудников, их социальное обеспечение и медицинское страхование, справедливая заработная плата, др.), существует политика, направленная во внешнюю среду, - политика долгосрочного устойчивого развития. Корпоративная социальная ответственность все больше ассоциируется с корпоративным гражданством, которое, по своей сути, является ее формой. Согласно концепции корпоративного гражданства, любая компания, подобно гражданину, несет ответственность за свои действия перед обществом. По мнению американского мецената Чарльза Тейлора, «...корпоративное гражданство должно стать опорой для развития прав общества через политиков или иные организации, которые ставят своей целью улучшение жизни». Ключевым элементом данной концепции является акцент на преимуществах социально-ответственного поведения для самого бизнеса. «Иными словами, обычно компании добавляют «ценности» в общество неосознанно. Если они идут на это сознательно, это и есть корпоративное гражданство». Социально-корпоративная ответственность прочно закрепилась в повседневной деятельности современных корпораций. Преимущества социально открытой модели поведения основаны на опыте многих ведущих организаций. Согласно статистике, рост прибыли акционеров социально ответственных компаний в два раза выше, чем у классических финансово успешных компаний. Концепция социальной ответственности стала релевантной частью корпоративной культуры многих современных компаний, и она кардинальным образом меняет роль бизнес-сообщества в современном мире. Идеи социально-корпоративной

ответственности выражают устремленность бизнес-сообщества к удовлетворению потребностей широких слоев граждан, приведению капитализма к более гуманному и социально справедливому состоянию. Доктрина социально-корпоративной ответственности вполне соотносится с концепцией четырех своеобразных «и»: институтов, инфраструктуры, инноваций, инвестиций, составляющих основу государственной политики на современном этапе. Потому что в рамках данной концепции предполагается модернизация инфраструктуры и снижение налогового бремени в целях стимулирования инноваций и частных инвестиций в человеческий капитал посредством привлечения к участию бизнес-сообщества в решении данных задач.

1980-е гг. XX века указанный ряд продолжили концепции «заинтересованных сторон» и «этики бизнеса», пережившей второе рождение в применении к более широкому контексту социальной ответственности. К началу XXI в. пришел черед теорий «устойчивого развития» и «корпоративного гражданства».

Согласно П. Минг-Донгом, развитие концепции корпоративной социальной ответственности «можно охарактеризовать как рационализацию: уровень анализа передвинулся с макросоциального уровня на уровень организации. Смещение аналитического фокуса в свою очередь повысило интерес исследователей к управленческим и стратегическим вопросам корпоративной социальной ответственности» [70].

Таблица 2 - Список общих тем изучения социально-корпоративной ответственности [49]

<p>КСО - экономические темы: Проводить рациональную практику корпоративного управления Обеспечивать прозрачность посредством экономической, социальной и экологической отчетности Участие в честной конкуренции Содействие инновациям Взятничества и коррупции Применять социально ответственное инвестирование Защиты прав интеллектуальной собственности Предлагаем безопасные и высококачественные продукты / услуги Способствовать устойчивому потреблению и производству Реализация звуковых систем управления рисками</p>	<p>КСО - экологические темы Поддержку охраны воздуха и воды, земли биоразнообразия Сведите к минимуму количество токсичных веществ, выбросы, сточные воды и отходы Сохранению природных ресурсов, применять возобновляемые источники энергии и избежать использования сырья Участие в защите климата Стимулирования инноваций для улучшения эффективности Рассмотрим целом жизненного цикла продукта, облегчают повторное использование и вторичного использования продукции</p>
<p>КСО - социальные темы Участие в справедливом и эффективном управлении человеческими ресурсами Гарантии безопасности, охраны здоровья и безопасности Уважение свободы объединений Отказаться от дискриминации и поощрения разнообразия Уважайте интересы потребителей</p>	<p>КСО - Глобальные темы Повышение информированности заинтересованных сторон для социальных и экологических вопросов Практика управления звуком заинтересованных сторон Содействия устойчивому цепочки поставок Уважать права человека Участие в борьбе с нищетой Участие в разработке государственной политики</p>

Корректный анализ эволюции концепции корпоративной социальной ответственности проходит несколько этапов. Как отмечает Ю.Е.Благов исследование данной проблемы требует учета целого ряда методологических предпосылок. Важную роль в этом процессе отводится монографическому и контент-анализу публикаций по исследуемой проблеме. Американские ученые В. Герде и Р. Вокуч выделили четыре фазы развития концепции корпоративной социальной ответственности;

- «Вызревание и инновации». (1960 годы);
- «Развитие и экспансия». (1972-1979 г.г.);
- «Институционализация». (1980 годы);
- «Зрелость». (1988-1996) [16].

Более оптимальную классификацию развития концепции корпоративной социальной ответственности предложил один из основателей данного научного

направления американский ученый А. Керолл. Он представил следующую периодизацию:

Начало эволюции термина корпоративной социальной ответственности. (1950-е годы);

Содержательное углубление дефиниции корпоративной социальной ответственности. (1960-е годы);

Усиление разнообразия дефиниции корпоративной социальной ответственности. (1970-е годы);

Уменьшение числа дефиниции, рост исследований и появление альтернативных тем. (1980-е годы);

Сохранение ключевой роли самого термина корпоративной социальной ответственности «при его постепенной трансформации либо замещении в альтернативных тематических рамках» (1980-е годы); [40].

Социальная ответственность чаще всего рассматривается в двух аспектах:

1. Социальная ответственность на макроуровне предполагает участие бизнеса в реализации социальных программ на уровне общества. Эти программы могут касаться различных аспектов благотворительности, шефства над учреждениями культуры, социального обеспечения, защиты окружающей среды.

2. Социальная ответственность на микро уровне предполагает участие бизнеса в реализации социальных программ, направленных на работников предприятия.

Анализируя различные теоретические направления, нами выделены следующие методологические подходы к изучению корпоративной социальной ответственности в науке:

1. Обобщения существующих определений (например, А.Б. Кэрролл 1999 [40]; Мойр 2001 [41]; Джойнер и Пейн 2002 [42]; С. Картер и М. Дженнингс 2004 [43], и другие проводили интервью, анализ научно-исследовательских работ [71], S. Taneja, P. Taneja и др. [72].

2. Развитием определения корпоративной социальной ответственности на основе теоретических рассуждений [73].

3. Исследовать корпоративную социальную ответственность как процесс, в котором компания хочет играть роль в структуре правительства, они хотят влиять на корпоративные решения в соответствии со своими собственными интересами. Конечно, стремление компании улучшить свои собственные интересы не предусматривает социальные льготы [75].

4. Корпоративная социальная ответственность представляет собой многоуровневую ответственность, которую целесообразно представить в виде пирамиды [40].

Как видим, понятие социальная корпоративная ответственность бизнеса отражает и показывает специфику социальной системы, то есть особенности общества, системы управления, социальных институтов в разрезе времени и социального пространства, выявляется личностный уровень социальной

ответственности с учетом личностной, статусной, социально-демографической, национальной, гендерной структуры личности и социальных групп.

Следовательно, социальная корпоративная ответственность проявляется на макро, мезо и микро уровнях.

Макро уровень характеризует все формы и виды социальной корпоративной ответственности на уровне всего общества, планеты. Главными индикаторами корпоративной социальной ответственности на этом уровне являются общие социально-философская характеристика, определение методологии и методики исследования и общих закономерностей развития данного явления.

Мезо уровень анализа корпоративной социальной ответственности акцентирует внимание на функционирование данного явления на уровне определенного региона, отрасли и т.д. Исследования на этом уровне помогают выявить национальные, профессиональные, гендерные особенности корпоративной социальной ответственности.

Микро уровень характеризует проявление корпоративной социальной ответственности на уровне личности, промышленного предприятия, корпорации и т.д. Данный анализ помогает выявить специфические, латентные факторы корпоративной социальной ответственности. В настоящее время уместно придерживаться данной методологии исследования, так как она учитывает не только экономические, но и философские, социологические и психологические, культурологические основы системы социально-гуманитарных наук.

1.2 Социологическая характеристика социально-корпоративной ответственности

Социальная ответственность приносит больше пользы обществу и самой компании, если направление социально ответственной работы логично «вписывается» в стратегию компании, если компания готова выделять ресурсы на социально ответственную работу и если компания знает, как эффективно сообщать обществу о своих достижениях на этом поприще. Преимущества использования подходов корпоративной социальной ответственности обусловлены повышением эффективности взаимодействия с внешней средой и синергией внутреннего потенциала предприятия, что проявляется, с одной стороны, в лояльности клиентов, доверии партнеров и инвесторов, а с другой — в рационализации бизнес-процессов, деловой активности и развитии интеллектуального капитала предприятия.

Следует также подчеркнуть, что социально-корпоративная ответственность не может рассматриваться по отношению к обществу в целом. Для каждой организации, ведущей бизнес, общество представляет собой систему заинтересованных сторон, включающую в себя индивидуумов, группы и организации, оказывающие влияние на принимаемые компанией решения и (или) оказывающиеся под воздействием этих решений.

Таким образом, каждой компании приходится реагировать на сложнейшую систему противоречивых ожиданий, вырабатывая соответствующий

рациональный отклик. Социальная ответственность предполагает некий добровольный отклик на то, что лежит вне требований, определяемых законом или регулируемыми органами, или же сверх этих требований. Корпоративные социальные программы в первую очередь следует рассматривать с позиции рациональности и извлечения выгод в долгосрочном периоде. Масштаб и охват корпоративной социальной политики будет зависеть от конкретных целей (краткосрочных и долгосрочных), которые преследует предприятие и многих внешних условий, а также способности осуществлять эффективные коммуникации и вступать в партнерство со своим социальным окружением, тем самым производить определенного характера инвестиции в свои нематериальные активы и гарантированное положительное морально-этичное отношение среды присутствия.

Содержание стратегии социально-корпоративной ответственности бизнеса включает уровни и формы реализации социальной ответственности и совокупность соответствующих социальных инвестиций.

На микро уровне (фирма):

- разработка социальных пакетов для работников и их семей;
- повышение квалификация работников;
- развитие корпоративной культуры;
- развитие отношений с профсоюзами и советами трудовых коллективов;
- переосмысление отечественного (советского) опыта заключения коллективных договоров, разработки и реализации планов социально-экономического развития предприятий, шефства как избирательных целевых социальных вложений.

На мезо уровне (регион):

- участие бизнеса совместно с органами власти в разработке и реализации проектов и программ регионального развития;
- совместно с НКО участие в системной благотворительности, спонсорстве;
- возможность создания региональных фондов социально-экономического развития;
- работа со СМИ по формированию позитивного общественного мнения по отношению к бизнесу и примерам успешного социального партнерства, придерживающемся стандартов социально-ответственного поведения.

На макро уровне (государственный уровень):

- координация усилий бизнес-союзов и ассоциаций;
- создание Национального Фонда социального развития (НФСР) (для поддержки целевых приоритетных программ социального развития);
- создание при таком НФСР на базе Научно-благотворительного Фонда «Экспертный институт» Центра консалтинга социальных инвестиций и гуманитарной экспертизы [76].

Корпоративная социальная ответственность как политика и концепция стратегического развития компаний распространяется на взаимосвязанные направления:

формирование и укрепление имиджа и деловой репутации; корпоративное развитие - проведение реструктуризаций и организационных изменений с участием представителей от высшего менеджмента компаний, их персонала и общественных организаций; экологическая политика и использование природных ресурсов;

управление развитием персонала; - здоровье, безопасность и охрана труда, соблюдение прав человека; взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем; социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями своей продукции и услуг;

- PR-обеспечение перечисленных направлений [77].

Как социальная система корпоративная социальная ответственность включает следующие элементы:

1) Осознание того, что действие деятельности компании будет сказываться не только на акционерах, но и на более широком круге заинтересованных лиц, включая близлежащие населенные пункты, где оперирует компания.

2) Создание внутренних систем управления для получения результатов по всем вышеперечисленным сторонам проекта.

3) Налаживание внешних связей, включая вовлечение заинтересованных лиц и информирование общественности о результатах экологического и социального аудита, юридической проверки.

По мнению российских ученых Беляевой И.Ю и Эскиндарова М.А. основными структурными компонентами КСО выступают: социальное обязательство (достижение социальных целей в соответствии с экономическими целями), социальная ответственность и социальное реагирование, отражающие факт выхода социальной деятельности компании за пределы экономических и правовых критериев, их соответствие морально-этическим принципам [78]. В рамках этого подхода большинство компаний следует отнести к социально реагирующим, руководствующимся теорией «корпоративного эгоизма». Это обстоятельство свидетельствует о еще неиспользованном потенциале концепции корпоративной социальной ответственности.

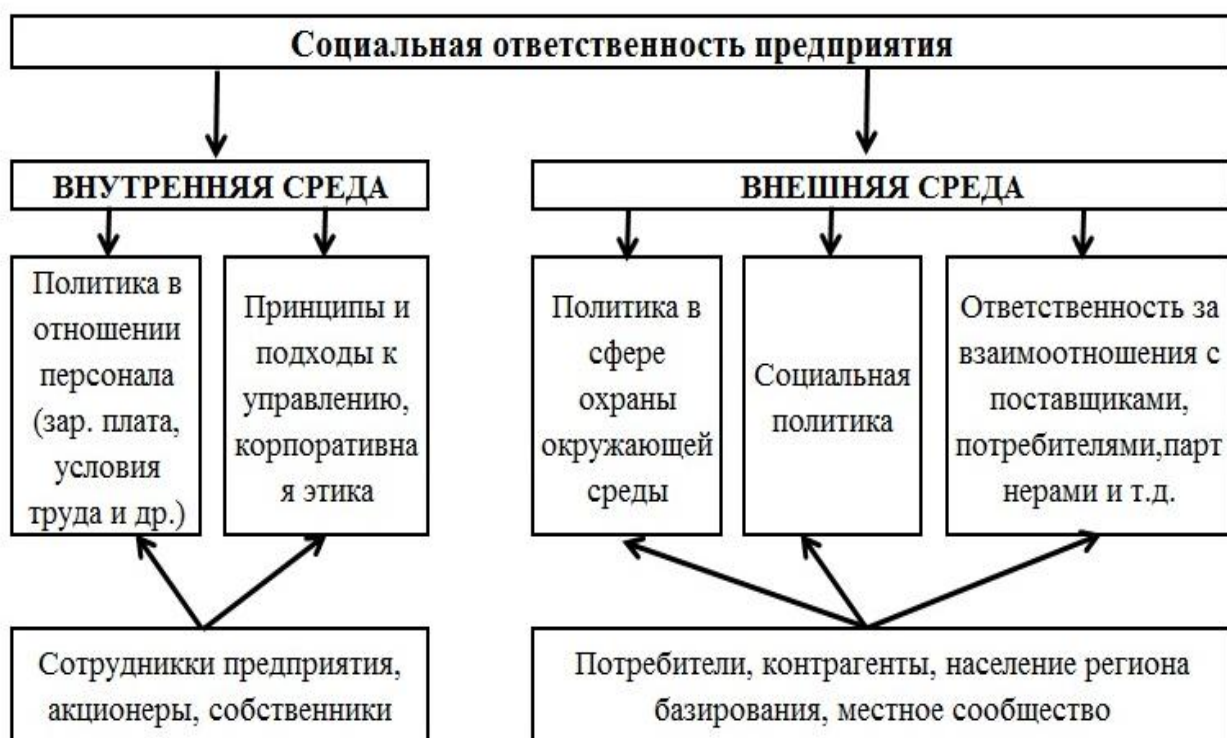


Рисунок 1 - Структура корпоративной социальной ответственности предприятия [18]

Один из теоретиков концепции корпоративной социальной ответственности К. Дэвис выявил положительные и отрицательные факторы в корпоративной социальной ответственности.

Таблица 3 - Аргументы за и против принятия бизнесом социальной ответственности по К. Дэвису [56]

Аргументы «за»	Аргументы «против»
1	2
Долгосрочная заинтересованность в общественном процветании	Отказ от всемерной максимизации прибыли
Повышение общественного имиджа конкретной предприятия	Издержки социальной ответственности
Поддержка жизнеспособности бизнеса	Отсутствие навыков решения социальных задач
Соответствия бизнеса социокультурным нормам	Ослабление международного платежного баланса

Продолжение таблицы 3

1	2
Снижение риска акционеров при диверсификации инвестиционного портфеля	Чрезмерная концентрация власти в руках бизнеса
Новые пути решения социальных проблем	Слабость общественного контроля
Наличие у бизнеса необходимых ресурсов	Отсутствие широкой общественной поддержки
Профилактика социальных проблем	

Если К. Дэвис акцентирует внимание на комплексное исследование последствий корпоративной деятельности в корпорации, Д.М. Клепиков, М.А. Клепиков рассматривают положительные стороны данного процесса. Они, анализируя функционирование корпоративной социальной ответственности на уровне промышленных предприятий, показали позитивные стороны, характеризуя содержание приносимого эффекта.

Таблица 4 - Преимущества использования корпоративной социальной ответственности [79]

Характеристика	Содержание эффекта
1	2
Формирование имиджа и закрепление репутации	Сохраняет клиентскую базу и увеличивает темпы роста прибыльности компании
Повышение качества работ (услуг) и внедрение технических новшеств	Повышает лояльность клиентов
Информирование о благонадежности и ответственности компании	Увеличивает доверие партнеров и лояльность персонала
Информационная прозрачность	Облегчает доступ к кредитным ресурсам
Выполнение требований в области корпоративного управления (система задержек и противовесов)	Облегчает доступ к капиталу, увеличивает размеры инвестирования и сокращает затраты на привлечение капитала за счет снижения рисков
Модернизация систем управления и внедрение внутреннего контроля за использованием ресурсов и результатами работ	Упорядочивает бизнес-процессы и обеспечивает рост операционной эффективности (рост надежности процедур)

Продолжение таблицы 4

1	2
Проведение социально-экологического аудита и коррективки на его основе бизнес-процессов	Снижает риски и ведет к росту деловой активности
Диалог с заинтересованными сторонами и своевременное решение проблем	Развивает и сохраняет интеллектуальный капитал
Регулярные социальные отчеты и прозрачность бизнеса	Определяют адекватную оценку стоимости бизнеса

Показатели социально-корпоративной ответственности бизнес структур:

Максимально добросовестно и эффективно ведут основной бизнес, производя качественную продукцию и предоставляя качественные услуги для потребителей, развивая гармоничные отношения с поставщиками и бизнес партнерами;

Сознательно и добровольно делают вложения (финансовые и нефинансовые инвестиции) в развитие общества в целом в социальной, экономической и экологической сферах, связанных напрямую с основной деятельностью компании и выходящих за рамки определенного законом минимума;

Добровольно осуществляют партнерские программы и проекты развития сообщества, на территории которого размещены их предприятия;

Последовательно и систематически реализуют инвестиционные программы в развитие человеческих ресурсов компании и человеческого потенциала;

Заботятся о росте благосостояния своих акционеров.

К основным таким компонентам относятся:

1) ответственность перед обществом, работниками, партнерами и потребителями; производство высококачественной продукции;

2) открытость и доступность для общества во всех аспектах деятельности, не составляющих коммерческую тайну; соблюдение требований законодательства;

3) приоритетность решения социальных задач как на уровне фирмы, так и на уровне общества в целом;

4) активное использование всех инициатив, направленных на развитие бизнеса и улучшение социального климата.

На основе исследования зарубежных и казахстанских нефтегазовых компаний можно выделить следующие индикаторы корпоративной социальной ответственности:

- создание новых рабочих мест
- предоставление социального пакета работникам

- строительство социальных объектов
- благоустройство города, поселка
- финансирование научных и образовательных проектов
- осуществление программ борьбы со СПИДом, наркоманией, беспризорностью
- улучшение систем транспорта и связи
- меценатство - помощь театрам, галереям, отдельным деятелям культуры
- решение экологических проблем
- проведение культурных, спортивных мероприятий
- восстановление и строительство религиозных сооружений [80].

Основными принципами корпоративной социальной ответственности выделены:

- Прозрачность
- Публичность
- Достоверность
- Диалог
- Направленность
- Единство во времени
- Регулярность
- Интегрированность
- Актуальность
- Масштабность
- Политическая неранжированность
- Дистанцирование от религии

Деятельность компании в разрезе корпоративной социальной ответственности на основе выше указанных принципов оценивается по нескольким основным направлениям:

экономическая результативность и организационное управление,
 взаимодействие с потребителем,
 трудовые отношения и права персонала,
 взаимодействие с обществом,
 экология и охрана окружающей среды.

По совокупности этих критериев формируется общая оценка социально-корпоративной ответственности. Например, Рейтинг “Репутации” строится по трехбалльной системе: приемлемый уровень корпоративной социальной ответственности – высокий уровень – наивысший уровень.

AAA(s) – Наивысший уровень корпоративной социальной ответственности. В организации сформирована комплексная действующая политика корпоративной социальной ответственности, принятая в качестве внутреннего нормативного документа, осуществляется деятельность по всем разделам социальной ответственности. Высокий уровень информирования заинтересованных сторон о деятельности в области социальной

ответственности, регулярный контроль и стабильно положительная динамика показателей по всем разделам социально-корпоративной ответственности. Наивысший уровень социальной ориентированности. В организации осуществляется постоянный мониторинг внешней среды с точки зрения возникновения рисков негативного воздействия на стабильность организации, вследствие чего риски негативного воздействия со стороны внешней среды минимальны.

AA(s) – Высокий уровень корпоративной социальной ответственности. В организации сформирована действующая политика корпоративной социальной ответственности, регламентируемая внутренними нормативными документами, осуществляется деятельность в области социальной ответственности по базовым разделам. Организован процесс информирования заинтересованных сторон, динамика показателей стабильная и положительная, контроль результативности ведется по основным показателям КСО. Высокий уровень социальной ориентированности. Риски негативного воздействия со стороны внешней среды находятся под контролем.

A(s) – Приемлемый уровень социально-корпоративной ответственности. В организации сформирована политика социально-корпоративной ответственности. Деятельность организации в области реализации социальной ответственности охватывает ряд базовых разделов социально-корпоративной ответственности. Интеграция в процедуры управления, информирование заинтересованных сторон, а также процесс контроля динамики показателей находится в процессе формирования. Приемлемый уровень социальной ориентированности. Риски негативного воздействия со стороны внешней среды возможны, но способны оперативно быть взятыми под контроль [81].

Анализ уровня социально-корпоративной ответственности заинтересованных организаций определяются по следующим параметрам;

Организации бизнеса

- знание интенсивных деловых услуг
- консалтинговых фирм и агентств
- организации совещаний и конференций CSR

2. Некоммерческие организации

- НПО для гражданского общества
- основы компании
- со-производственных инновационных организаций
- гибридных организаций для бизнеса - НПО сотрудничестве

3. Сети бизнес

- торгово-промышленные палаты
- КСО целевые

4. Средства массовой информации и WWW-порталов

- академический сектор
- высших учебных заведений
- КСО научно-исследовательских учреждений
- научных и профессиональных журналах [82].

При анализе корпоративной социальной ответственности предприятий на уровне корпорации российские ученые отмечают важность институциональных, организационных и индивидуальных принципов.

В мировой экономике оценкой уровня корпоративной социальной ответственности являются следующие параметры:

1. Отчеты корпоративной социальной ответственности служат интересам и выполнением коммуникационных потребностей заинтересованных организаций, гигантских нефтегазовых компаний.

2. Организации бизнеса.

3. Знание интенсивных деловых услуг и консалтинговых фирм и агентств.

4. Организации совещаний и конференций КСО.

5. Некоммерческие организации.

6. НПО для гражданского общества

7. Со-производственных инновационных организаций гибридных организаций для бизнеса - НПО сотрудничестве.

8. Сети бизнес.

9. Торгово-промышленные палаты.

10. КСО целевые.

11. Средства массовой информации и WWW-порталов.

12. Академический сектор высших учебных заведений.

13. Корпоративная социальная ответственность научно-исследовательских учреждений в научных и профессиональных журналах [82].

Д.М. Клепиков, М.А. Клепиков в исследовании социологической характеристики корпоративной социальной ответственности выделяют следующие индикаторы:

Принципы социально-корпоративной ответственности

Институциональный принцип легитимности. Общество обеспечивает бизнес легитимностью и наделяет его властью.

Организационный принцип публично-правовой ответственности. Организации в бизнесе ответственны за те результаты, которые относятся к областям их «первичного» и «вторичного» взаимодействия с обществом.

Индивидуальный принцип свободы управленческого выбора. Менеджеры являются моральными агентами. На каждом этапе корпоративной социальной ответственности они должны сделать выбор, который приведёт к социально-ответственным результатам.

Процесс корпоративной социальной восприимчивости.

Оценка среды ведения бизнеса (контекст). Управление заинтересованными сторонами (действующие лица). Управление проблемами (интересы).

Результаты корпоративного поведения.

Воздействие на общество. Социальные программы. Социальная политика. [79].

Российские ученые Ф. Прокопов, Е. Феоктистова дали характеристику экономическим, экологическим, социальным индикаторам корпоративной социальной ответственности. Экономические индикаторы: производство

качественного товара; вклад в развитие персонала, добровольное пенсионное обеспечение.

Экологические индикаторы: доля используемого вторичного сырья, энергосбережение, снижение выбросов парниковых газов, контроль выброса загрязняющих веществ в атмосферу, рациональное использование пресной воды, инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия.

Социальные индикаторы: медицинское страхование, уровень травматизма на производстве, случаи дискриминации, взаимодействие с органами власти в области в области общественно значимых задач (социально-экономического развития территории присутствия организации) и др. [83].

Д.М.Клепиков, М.А. Клепиков при исследований уровня и особенностей корпоративной социальной ответственности на конкретном предприятии предлагают учитывать следующие показатели:

1. Рост рентабельности персонала;
2. Рост объема производства продукции;
3. Рост выручки в соотношении денежного знака;
4. Рост объема социальных инвестиций на одного работающего;
5. Рост объема социальных инвестиций по отношению к прибыли от реализации;
6. Рост объема социальных инвестиций по отношению чистой прибыли;
7. Рост доли текущих затрат на природоохранные мероприятия;
8. Сокращение выбросов загрязняющих веществ;
9. Рост удельных инвестиций в охрану окружающей среды;
10. Рост инвестиций в образование, культуру, спорт, социально-уязвимым группам [79].

При социологической характеристике корпоративной социальной ответственности особое внимание уделяется типологии и выявлению уровней данного понятия.

Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме пирамиды, ступенями которой являются экономическая, правовая, этическая и филантропическая ответственность.

Таблица 5 - Пирамида корпоративной социальной ответственности А. Керолла [45]

<p>Филантропическая ответственность Быть хорошим корпоративным гражданином Жертвовать ресурсом для сообщества Повышать качества жизни</p>
<p>Этическая ответственность Быть этичным Поступать правильно, честно и справедливо</p>
<p>Правовая ответственность Исполнять законы Относиться к закону как общественной кодификации хорошего и плохого</p>
<p>Экономическая ответственность Быть прибыльной организацией Относиться к данной ответственности как к фундаменту, на котором базируются остальные уровни</p>

Лежащая в основании пирамиды экономическая ответственность непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль. Иными словами, любая фирма, реализующая свою экономическую ответственность перед обществом, уже социально ответственна.

Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, фиксированным в правовых нормах.

Этическая ответственность, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали. В некотором роде правовая ответственность отражает соответствие бизнеса формальным правилам и институтам, а этическая ответственность — неформальным.

Филантропическая (дискреционная) ответственность побуждает фирму к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ.

И.Ю. Беляев выделяет внутреннюю и внешнюю корпоративную социальную ответственность [84].

Корпоративную социальную ответственность, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены внутри организации, называется внутренней [17].

Внутренняя корпоративная социальная ответственность ограничена пространством компании и обычно направлена на ее работников, развитие корпоративной культуры. Это устойчивая структура управления системой

взаимодействия внутри организации, основанная на учете социальных потребностей работников и выстраиваемая в зависимости от социальной стратегии предприятия. К внутрикорпоративной социальной ответственности также относится принятие и следование социальным обязательствам, нормам и ценностям как руководителей, так и работников [85].

Исходя из указанных соображений, целесообразно выделить следующие формы реализации внутренней социальной ответственности, направленной на работающих в компании сотрудников, с подразделением ее на отдельные элементы или виды:

Развитие и поддержка персонала, в том числе:

- повышение уровня квалификации;
- обучение и обеспечение профессионального роста и карьеры;
- применение мотивационных схем оплаты труда;
- программы адаптации сотрудников;
- предоставление сотрудникам социального пакета;
- создание условий для отдыха и досуга работников и их семей;
- поддержание внутренних коммуникаций в организации;
- формирование корпоративной культуры;
- участие сотрудников в принятии управленческих решений.

Представленный спектр мероприятий по развитию и поддержке персонала позволяет компании способствовать стимулированию, закреплению персонала, повышению лояльности работников к организации и созданию условий для эффективного, инициативного и качественного труда.

Деятельность по охране здоровья и безопасные условия труда направлена на создание и поддержание, прежде всего, дополнительных, по отношению к законодательно закрепленным нормам охраны здоровья и условий безопасности на рабочих местах, а именно:

- охрана труда и техника безопасности;
- поддержание санитарно-гигиенических условий труда;
- медицинское обслуживание персонала на предприятии и их семей;
- профилактика профессиональных заболеваний;
- обеспечение лечебно-реабилитационных мероприятий;
- создание эргономичных рабочих мест.

Социально ответственная реструктуризация предполагает намеренное изменение формальных отношений между составляющими элементами компании, подразумевающее использование одного или ряда способов учета интересов всех заинтересованных сторон, включая персонал компании. Оно предусматривает:

- реорганизацию трудовых процессов;
- уменьшение уровней иерархии;
- упразднение структурных элементов посредством аутсорсинга и придания самостоятельности структурным подразделениям;
- отказ от некоторых видов деятельности;
- экономически обоснованное сокращение рабочих мест.

Социальными инвестициями являются материальные, технологические, управленческие, человеческие ресурсы компании, направленные на реализацию социальных программ. В этом отношении большое значение имеет не только базовые основы социальной ответственности, которые определяются законодательством, а добровольные инициативы управленческого звена по пути улучшения и совершенствования социальных программ корпорации. Э.М.Коротков следующие виды внутренней корпоративной ответственности:

- социальная защита сотрудников организации;
- отсутствие дискриминации в практике найма на работу;
- отсутствие дискриминации при карьерном движении;
- обеспечение защиты жизни здоровья работников, в т.ч. санаторно-курортное лечение для сотрудников;
- достойное вознаграждение за труд, включая систему оплаты труда и меры социальной поддержки;
- участие компании в ипотеке и жилищном строительстве для своих сотрудников;
- разработанная система взаимодействия с работниками как стейкхолдерами любой компании;
- обеспечение для работников возможности повышения квалификации, постоянного обучения;
- уважение семейных обязанностей работников, включая гибкую систему занятости и отпусков;
- обоснованные меры, дающие возможности трудовой самореализации представителям социальноуязвимых групп, как коренные представители местных сообществ, мигранты, инвалиды и др.
- участие в решении вопросов, связанных с молодежной или женской безработицей;
- информационно-разъяснительная работа, связанная с возможностью получения выплат и льгот на основе социальных программ;
- обучение и информирование работников в области корпоративной социальной ответственности [17].

Как видим, социально-трудовые взаимоотношения в коллективе, постоянная трудовая мотивация сотрудников корпорации, гарантия социальной безопасности работников повышает эффективность осуществления и развития новых форм социально-корпоративной ответственности. Основным направлением социальной защиты работников является соблюдение принципов социального равенства и справедливости при трудоустройстве, в определении уровня заработной платы, в повышении по трудовой лестнице. Так же надо отметить, то что чем больше возможностей материального, финансового, технологического характера, тем лучше состояния здоровья работников и возможности для профилактики и осуществления здорового образа жизни в рамках корпорации.

Управленческий персонал должен учитывать потенциальные возможности человека:

Физический потенциал работника. Физическое состояние и характеристика здоровья человека с учетом демографических, гендерных, национальных особенностей показатель физических возможностей человека.

Профессиональная компетентность. В данном отношении компании постоянно должны заботиться о повышении профессионального мастерства работников. Чем больше высококвалифицированных работников, тем больше социальной ответственности в корпорации.

Психологическая характеристика личности. В настоящее время, когда быстрыми темпами происходят социальные изменения, когда усиливаются социальные риски, от человека требуется стресса устойчивость, адекватность восприятие производственной ситуации. Поэтому, учет психологической нагрузки, психологических особенностей работников, повышение их психологической грамотности непереносимое условие повышения корпоративной социальной ответственности работников корпорации. В данном отношении необходимо работать над сочетанием личной мотивации личности с организационной мотивацией корпорации.

Нравственные качества человека определяют качество и уровень корпоративной социальной ответственности работников и влияют на формирование корпоративной культуры. Особенно работникам промышленных предприятий важны следующие качества, как гуманность, толерантность, коллективизм, отзывчивость, справедливость и честность, коммуникабельность и др.

Все мероприятия по повышению социально-корпоративной ответственности на уровне предприятия, в итоге приводят к развитию человеческого персонала, т.е. к качественным изменениям социальной структуры организации.

По трактовке Д. М. Клепикова , М. А.Клепикова

1) К внутренней корпоративной социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- безопасность труда;
- стабильность заработной платы;
- поддержание социально значимой заработной платы;
- дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников;
- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы

подготовки и повышения квалификации;

- оказание помощи работникам в критических ситуациях.

2) К внешней корпоративной социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- спонсорство и корпоративную благотворительность;
- содействие охране окружающей среды;

- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;
- готовность участвовать в разрешении кризисных ситуаций;
- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров) [79].

Основными видами внешней корпоративной социальной ответственности являются:

1. социальная ответственность за воздействие на экономику;
2. социальная ответственность за воздействие на общество;
3. социальная ответственность за воздействие на экологию.

Основными видами воздействия на региональное развитие компаниями осуществляются через социальные инвестиции и программы спонсорства и традиционной благотворительности.

Внешняя корпоративная социальная ответственность ориентируется на местные сообщества, развитие территории, где предприятие осуществляет свою деятельность.

Это ответственность перед населением в целом и различными контактными группами бизнеса (потребителями, инвесторами, акционерами, органами власти, общественными организациями, средствами массовой информации).

1. Природоохранная деятельность и ресурсосбережение, то есть разнообразные инициативы компании, направленные на сокращение вредного воздействия производственной деятельности на окружающую среду, в том числе:

- мероприятия по предотвращению загрязнения окружающей среды;
- организация экологически безопасного производственного процесса;
- меры по экономному потреблению природных ресурсов;
- мероприятия по повторному использованию и утилизации отходов;
- экологический аудит;
- мероприятия по озеленению территорий.

2. Развитие местного сообщества на территориях пребывания, реализуемое посредством:

- осуществления различных социальных проектов, акций;
- проведения мероприятий по поддержке социально незащищенных слоев населения;
- участия в сохранении и развитии жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения;
- спонсирования местных культурных, образовательных и спортивных организаций и мероприятий;
- поддержки социально значимых исследований и кампаний;
- поддержки некоммерческих и общественных организаций;
- участия в благотворительных акциях.

Развитие добросовестной деловой практики между поставщиками, бизнес партнерами и клиентами компании.

Данная форма реализации корпоративной социальной ответственности предполагает:

- политику информационной открытости компании в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон;
- организацию крупными компаниями программ содействия малому бизнесу;
- выполнение программ по добровольному ограничению сфер ведения бизнеса (например, распространение табачными компаниями политики отказа от продаж сигарет несовершеннолетним);
- реализация программ сотрудничества с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и иными общественными организациями [18].

С. Туркин объясняет «современную, качественную социальную ответственность» через правило «Трех «Д»:

- 1) добровольная (осуществление социальной деятельности в соответствии с личными предпочтениями бизнеса на опережение социальных потребностей общества);
- 2) дополнительная (повышение уровня социального стандарта, при соблюдении установленного формальными институтами минимума);
- 3) деловая (социальная ответственность должна работать на интересы бизнеса, предоставляя большие конкурентные преимущества на рынке) [51].

С.Стрижов в своей работе отмечает, что корпоративная социальная ответственность как система управления устойчивым развитием приносит компаниям эффективный результат как минимум в форме: роста имиджа и деловой репутации; роста капитализации; укрепления сплоченности трудового коллектива; развития прозрачности компании для общества; повышения инвестиционной привлекательности; социального вклада в устойчивое национальное развитие [18].

Чем выше у бизнес-структуры уровень социальной ответственности, тем больше у них добровольно принятых на себя обязательств.

В соответствии с этим С. Братющенко и В. Селиверстов представляют социальную ответственность наподобие пирамиды.

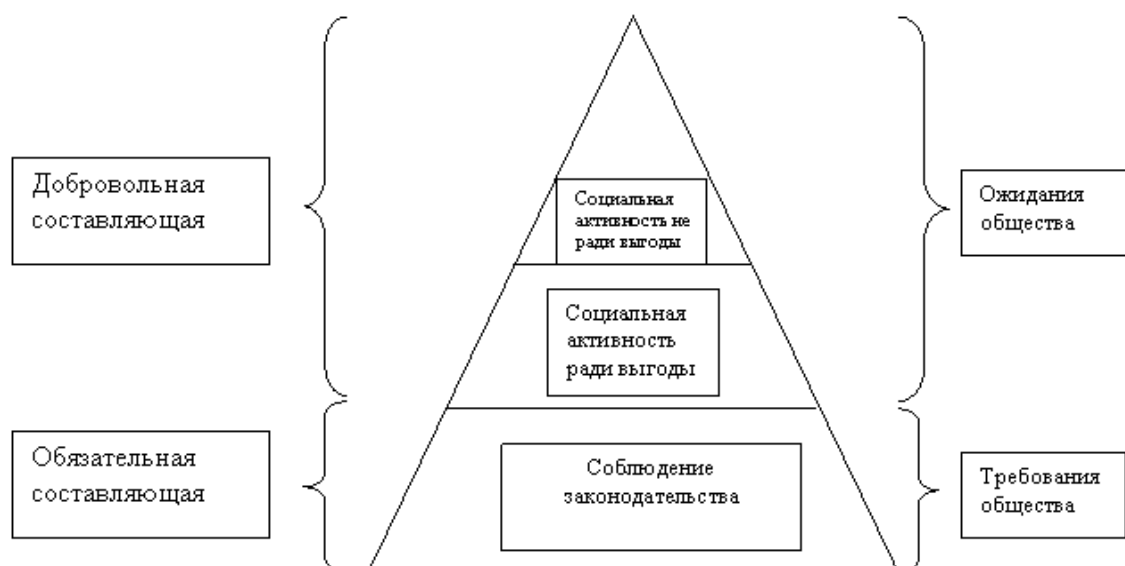


Рисунок 2 - Уровни социальной ответственности бизнеса [86]

Первый уровень, базовый, является обязательной составляющей социальной ответственности, - это соблюдение законов (налогового законодательства, трудового и гражданского кодексов). Если законодательство не соблюдается, то ни о какой социальной ответственности речи идти не может: предприниматель нарушает обязательства, установленные для его деятельности изначально.

Второй и третий уровни относятся к добровольной составляющей социальной ответственности. Эти две ступени различаются мотивами реализации социально ответственного поведения.

Второй уровень представляет собой реализацию социально ответственного поведения ради экономической выгоды. Экономической выгодой могут быть улучшение имиджа организации для потребителей ее продукции и для ее работников, повышение инвестиционной привлекательности, создание более благоприятных условий для существования и развития компании со стороны власти и общества.

Третий уровень охватывает те виды социально ответственного поведения, которые не имеют своей целью получение экономических выгод. Это более высокий уровень осознания положения и роли организации в обществе. Подобные действия могут приносить экономическую прибыль, но не это их цель. На наш взгляд, представленные три уровня раскрывают стадии зрелости конкретного предприятия. Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер: Базовый уровень предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

Второй уровень предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации

работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип ответственности был условно назван «корпоративной ответственностью».

Третий, высший уровень ответственности, по мнению участников диалога, предполагает благотворительную деятельность [87].

В целом же, социальная ответственность включает несколько уровней. Если на первом уровне затрагивается вопрос о социальной поддержке работников и их семей на предприятии. К примеру, предоставление дополнительных отпусков по уходу за ребенком с сохранением рабочего места, введение гибких графиков работы для женщин-матерей, содействие решению жилищной проблемы для молодых семей, участие в финансировании дошкольных учреждений, социальное страхование и накопительная пенсионная система. То следующий уровень включает заботу о социально незащищенных слоях населения и расширение доступности достойного труда. Это может выражаться не только в соблюдении предусмотренной законодательством квоте трудоустройства или открытии социальных рабочих мест, а также в совместных усилиях по развитию трудового потенциала данных лиц, для того чтобы они могли стать работниками достаточно конкурентоспособными и востребованными. Важное прикладное значение имеет выделение пяти уровней развития корпоративной социальной ответственности с точки зрения привлечения вновь создаваемых предпринимательских структур к проведению социально значимых мероприятий для заинтересованных сторон и привитию им социально ответственного поведения в процессе своей бизнес-деятельности, выполненное С.А. Стрижовым.

Таблица 6 - Уровни развития корпоративной социальной ответственности по С.А. Стрижова [88]

Показатели	Основной принцип КСО	Деловая мотивация персонала	Координация процесса КСО в компании	Взаимосвязь с заинтересованными сторонами	Взаимоотношения с властью
1	2	3	4	5	6
Либеральный (добровольная благотворительность)	Бизнес ответственен только за увеличение доходов своих акционеров	В рамках нормальных требований	Отделы по связью с общественностью	Филантропия	Соблюдение законодательства и уплата налогов

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Традиционный (принудительная благотворительность)	Бизнес осуществляет социальную поддержку работников предприятия	Снижение рисков взаимодействия с властью	Комитеты по социальной ответственности при Совете Директоров	Односторонний характер взаимодействия	Благотворительные пожертвования по проектам, инициированные властью
Партнерский (равноправное взаимодействие)	Бизнес осуществляет социальное инвестирование, участвует в реализации национальных проектов	Упреждающее управление рисками, построение деловой репутации и совместная выработка решений	Комитеты или комиссии по управлению нефинансовыми рисками	Двухсторонний диалог	Формирование партнерских отношений с властными структурами
Интеграционный (корпоративное гражданство)	Встраивание социальных программ компании в ее основные направления деятельности	Увязка между собой долгосрочных корпоративных целей и проблем общества	Депаменты по корпоративным отношениям	Корпоративное гражданство	Конгруэнтная система интересов власти, бизнеса и общества

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Инновационный (прогрессивные альянсы)	Участие бизнеса в реализации инновационного прорыва и экономическом и социальном развитии страны	Смещение внимания КСО на системные изменения, обращение к будущим рынкам, структурам и моделям бизнеса	Участие высшего руководства компании в формировании общественных отношений	Прогрессивные Альянсы, ориентированные на регулирование общественных отношений	Взаимодействие с властными структурами и в прогрессивных альянсах

Первый уровень (либеральный) связан с периодом, когда компания впервые сталкивается с возникающими задачами. В этой ситуации зачастую срabатывает принцип, обозначенный в свое время М. Фридменом, смысл которого заключается в том, что бизнес ответственен только за увеличение дохода своих акционеров. В этом случае признание интересов общества носит весьма ограниченный и формальный характер, который может реализовываться, например, путем благотворительности. Отношения с властью рассматриваются, главным образом, с позиции соблюдения законодательства и уплаты налогов.

На втором уровне (традиционном) задачи социально-корпоративной ответственности и созидательного развития признаются легитимными и требующими конструктивной реакции. Начинают вестись разговоры о стандартизации корпоративной социальной ответственности и ее измерении. Охват корпоративной социальной ответственности ширится, хотя в основном ее признают пиаром. При заметной активизации взаимодействия с заинтересованными сторонами оно еще зачастую носит односторонний характер. Этот уровень характеризуется принудительной благотворительностью, когда средства, получаемые под давлением властей от бизнес-структур, направляются не на решение социальных проблем, а, в основном, на содержание неэффективной социальной инфраструктуры.

Третий уровень (партнерский) предполагает равноправное взаимодействие и характеризуется формированием партнерских отношений: взаимодействие с заинтересованными сторонами превращается в двусторонний диалог с более широкой частью общества; складываются более тесные рабочие отношения с местными органами власти; компании начинают применять в своей

деятельности социальную отчетность; деловая мотивация сосредоточена на упреждающем управлении рисками, построении деловой репутации и совместной выработке решений.

Для четвертого уровня характерны интеграционные процессы. В этот период проблемы корпоративной социальной ответственности воспринимаются как все более стратегические, требующие комплексного ответа со стороны компаний и всей ее цепи создания стоимости. Для данного уровня присуще активное участие высшего руководства компаний в формировании общественных отношений: компании взаимодействуют с гражданским обществом и властными структурами в прогрессивных альянсах, направленных на достижение общих целей; основное внимание уделяется встраиванию целей корпоративной социальной ответственности во все бизнес-процессы, начиная с разработки изделия или формирования услуг; деловая мотивация все больше приобретает стратегический характер по мере того, как компании начинают увязывать между собой долгосрочные корпоративные цели и проблемы общества.

Пятый уровень (инновационный) заслуживает особого внимания. Дело в том, что наша страна в сегодняшних кризисных условиях стоит перед необходимостью выбора и реализации стратегии инновационного прорыва, концентрации усилий государства, бизнеса и общества на освоении принципиально новых, конкурентоспособных технологий и продуктов, инновационного обновления устаревшего производственного аппарата, повышения роли и ответственности государства за выбор и реализацию стратегии. В этой ситуации перед корпоративной социальной ответственностью возникают принципиально новые задачи. Речь идет о смещении внимания на системные изменения, обращения к будущим рынкам, структурам и моделям бизнеса. При этом система ценностей прогрессивных альянсов меняется, смещаясь на регулирование общественных отношений и рынка [89].

Анализ деятельности отечественных и зарубежных фирм, обобщение теоретических исследований показывает, что для реализации социальной ответственности бизнесом к настоящему времени используется несколько форм: благотворительность, спонсорство, социальное инвестирование. Эти формы различаются мотивами реализации, способами и периодичностью осуществления, последствиями осуществления:

- благотворительность – формирование имиджа компании и бизнеса с точки зрения их полезности для общества;
- спонсорство – преодоление вызревающих корпоративных социальных проблем и переход к социально ответственному инвестированию;
- социальное инвестирование – выполнение бизнесом миссии по созданию среды своего обитания и формированию человеческого капитала как носителя интеллектуальной собственности.

Спонсорство и благотворительность имеют разовый характер, социальное инвестирование нацелено на долгосрочную перспективу и является элементом стратегии развития крупных компаний.

На уровень социально-корпоративной ответственности корпорации влияют основные принципы корпоративной социальной ответственности, мотивационная структура работников, координация процесса корпоративной социальной ответственности в компании, характер и направления взаимосвязи с заинтересованными сторонами, взаимоотношения с государственными и местными органами власти.

1.3 Сравнительный анализ моделей социально-корпоративной ответственности

Одна из причин повышения социальной ответственности бизнеса, вызывающей необходимость разработки и институционализации концепции социальной ответственности бизнеса, связана с глобализацией, усиливающей влияние крупных компаний на экономическое развитие. Транснациональные компании оказывают существенное влияние на формирование внутренней социально-экономической политики государства. Социальные и экологические последствия деятельности мощных транснациональных структур можно предотвратить только путем согласованных на международном уровне действий, направленных на постепенное формирование социально-ориентированных моделей их поведения, объединяемых понятием «корпоративное гражданство». Результатом этих действий стала институционализация концепции социальной ответственности, как на уровне отдельных стран, так и в масштабе глобального сообщества. На уровне стран ее наиболее яркими примерами являются введение поста министра по корпоративной социальной ответственности в Великобритании, принятие закона Сарбанеса-Оксли в США, расчет специальных индексов устойчивого роста, разработка кодексов корпоративного поведения, внедрение критериев корпоративной социальной ответственности при оценке инвестиционных рейтингов компаний, использование процедур социально ответственного инвестирования и скрининга.

К числу международных инициатив относятся: Международный Совет бизнеса за устойчивое развитие, объединяющий более сотни крупнейших транснациональных корпораций; Европейская декларация бизнеса против социальной изоляции; Глобальный компакт, разработанный под руководством Генерального секретаря ООН К. Аннана, участниками которого являются сотни компаний, ряд ведущих профсоюзных объединений, правозащитных и экологических организаций; Глобальная инициатива корпоративного гражданства Всемирного экономического форума и др.

Таким образом, для осуществления социальной ответственности бизнеса существуют множество путей и подходов, но самым значимым из них является Глобальный договор ООН. Этот документ – международная универсальная инициатива, в которой лидеры бизнес-сообществ выражают согласие принять и придерживаться 10 общепризнанных принципов, касающихся соблюдения прав человека, трудовых отношений, защита окружающей среды и противодействия коррупции [90].

По мнению ряда ученых в своем развитии корпоративная социальная ответственность (в развитых странах мира) за последние десятилетия прошла три этапа.

Первый этап (60-е - середина 70-х годов XX века) характеризовался расцветом традиционной филантропии (или благотворительности). Компании старались максимально «развести» деловую и социальную активность, основной упор делая на помощь наиболее незащищенным категориям населения (детям, инвалидам) или учреждениям культуры. Помощь выделялась в виде натуральных или денежных пожертвований на основании личных симпатий руководителя.

На втором этапе (середина 70-х - начало 80-х годов XX века) стратегическая филантропия явилась ответом бизнеса на экономический кризис, давление общественности и власти в связи с нежеланием корпораций проявлять заботу о собственных сотрудниках и местных сообществах, а также пренебрежением вопросами экологии, стандартов качества и безопасности на рабочем месте. Вынужденные заниматься социальной активностью, компании решили извлекать из нее максимум преимуществ. Стратегическая филантропия бизнеса характеризуется готовностью получить оптимальную прибыль вместо максимальной, фокусным подходом к решению социальных проблем (нацеленностью на решение самой проблемы, а не на борьбу с ее результатами). В основе этого подхода лежит желание бизнеса увязать решение социальных проблем со стратегическими целями компании.

В середине 80-х гг. XX века во всем мире на смену стратегической филантропии пришла концепция корпоративного гражданства. На местном уровне корпоративное гражданство проявляется в виде социальных инвестиций бизнеса, означающих совместную работу коммерческого, некоммерческого и государственного секторов для решения актуальных социально-экономических проблем местных сообществ. Компании не просто выделяют товары, деньги или своих сотрудников, но включаются в партнерские программы всеми своими ресурсами [18]. В XIX веке и период до 80-х годов XX века развитие корпоративной социальной ответственности проявлялась преимущественно в форме филантропии.

Начало 80-х годов XX века характер корпоративной социальной ответственности меняется на более открытый и согласованный на национальном уровне.

Последняя четверть XX века ознаменовалась серьезными экономическими проблемами в мире, как безработица и общественные беспорядки. Крупный бизнес по собственной инициативе пошел на активные меры по внедрению корпоративной социальной ответственности, созданные на национальном уровне Группы специальных программ (ГСП).

В 90-е годы XX века ознаменовались двумя последующими волнами КСО – за социально-ответственное производство товаров и ответственное отношение к персоналу.

В исследовании данной проблемы наиболее широко известны три модели социального партнерства, оказавшие значительное влияние на формирование системы корпоративной социальной ответственности.

Первая модель, характерная для стран Северной Европы (Бельгии, Нидерландов, Норвегии, Финляндии, Швеции), предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящем на трех уровнях: общенациональном, отраслевом и на уровне отдельного предприятия.

Вторая модель, применяемая в основном в США, Канаде, Японии, в странах Латинской Америки, а также англоязычных странах Африки, характерна регулированием социально-трудовых отношений на уровне предприятия, и в значительно меньшей степени – на уровне отрасли или региона. Воздействие государства осуществляется путем принятия законодательных и нормативных актов, рекомендаций и требований. В странах Северной Америки объединения предпринимателей предпочитают не вмешиваться в процесс социально-трудовых отношений на предприятии, однако активно участвуют в законотворческой и политической деятельности.

Третья модель, распространенная в странах Центральной Европы (Австрии, Германии, Франции) и, частично в Великобритании, является соединением двух предыдущих моделей, являющихся как бы крайностями для центральноевропейской конструкции [14].

В 2000 году по инициативе генерального секретаря ООН Кофи Аннана был создан Глобальный пакт, призывающий объединить усилия бизнеса и гражданского общества в поддержку девяти принципов в области прав человека, трудовых отношений и окружающей среды. Несколько сот компаний мира уже присоединились к этой инициативе, в том числе и казахстанские — Казкоммерцбанк, Алматы-Лондон. Впервые проект социальной отчетности перед обществом был внедрен в начале 90-х годов XX века рядом таких компаний, как Британская: The Body Shop, Американская: Ben & Jerry's и Канадская: Van City. Зарубежный опыт говорит о том, что подобный подход дает компании возможность выслушать и ответить на ожидания своих потребителей. Особенно это важно для компаний, ведущих свою деятельность в сферах, вызывающих противоречивые оценки общества: табачные и химические корпорации, нефтедобывающие и фармакологические компании [91].

Международная конференция по устойчивому развитию, состоявшаяся в 1992 году в г. Рио-де-Жанейро, стала поворотным пунктом, зафиксировавшим новые требования со стороны мирового сообщества к корпорациям по повышению их социальной ответственности. Она явилась мощным импульсом активизации изучения роли крупных компаний в решении социальных проблем.

Е.Н. Скляр, И.О. Зверкович рассматривая вопросы формирования моделей корпоративной социальной ответственности, используемых в мировой практике

(европейской, американской, российской, британской), анализируют основные различия моделей [92].

В настоящее время при анализе корпоративной социальной ответственности выделяются англо-американская, немецкая, японская и предпринимательская модели корпоративного правления.

Таблица 7 - Сравнительные характеристики моделей корпоративного управления [92]

Характеристики модели	Англо-американская модель	Немецкая модель	Японская модель	Предпринимательская модель
Система социальных ценностей	Индивидуализм, свобода выбора	Социальное взаимодействие и согласие	Взаимодействие и доверие	Неопределенная
Роль трудовых коллективов	Пассивная	Активная	Активная сопричастность	Экстремальное реагирование
Основной способ финансирования	Фондовый рынок	Банки	Банки	За счет близости к властным

Если англо-американская модель характеризуется индивидуализмом, ориентацией на деятельности фондовых рынков, немецкая и японская модели схожи и особое внимание уделяют социальному взаимодействию и функционированию промышленных организаций при поддержке банков. В предпринимательской модели характеризуются быстрым реагированием на социальные изменения в структуре рынков и готовностью к рискам.

Функционирование корпоративной социальной ответственности в различных обществах, с различными уровнями социально-экономического развития приводит к различным формам проявления данного явления.

Впервые о социальной ответственности заговорили в США. В 1905 году там зародилось движение Rotary, суть которого заключалась в том, что материально преуспевающие люди должны вносить свою лепту в улучшения в профессиональной сфере и обществе. В США корпоративная социальная ответственность была определена с точки зрения модели спонсорства: компании прозрачно получают прибыль, платят налоги, а затем отчисляют определенную долю дохода на благотворительные цели. В Великобритании правительство рассматривает корпоративную социальную ответственность как вклад в развитие целей устойчивого развития; то, насколько компании

принимают во внимание свое воздействие на экономическую, социальную и окружающую среду – максимизируя положительные и минимизируя негативные последствия, осознавая долгосрочные необходимости и потребности общества.

В США многие компании используют в своей деятельности критерии, сформулированные журналом «Fortune» при составлении рейтинга 500 крупнейших компаний:

- качество менеджмента;
- качество продукции;
- способность привлекать и удерживать квалифицированные кадры;
- финансовая прочность;
- эффективное использование корпоративных активов;
- долгосрочная инвестиционная привлекательность;
- склонность к использованию новых технологий;
- ответственное отношение к обществу и окружающей среде [78].

В глобальном исследовании рабочей силы Towers Perrin корпоративная социальная ответственность является третьим наиболее важным фактором вовлечения сотрудников в целом. Для компаний, в США рост организации в жизни общества является вторым наиболее важным фактором вовлечения сотрудников и репутация компании в области социальной ответственности также входит в топ-10.

Американская модель корпоративной социальной ответственности инициируется самими компаниями и предусматривает максимальную самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада, но законодательно поощряет социальные инвестиции в выгодные для общества сферы через соответствующие налоговые льготы и зачеты, при этом государственное регулирование корпоративной социальной ответственности минимально.

В 1999 году в Великобритании был разработан международный стандарт Account Ability 1000, предназначенный для измерения результатов деятельности компаний с этических позиций, т. е. своеобразный социальный аудит. Корпоративная социальная ответственность в Великобритании сочетает элементы американской и континентальной моделей.

В целом для британской модели характерны следующие признаки:

- пристальное внимание финансового сектора к проектам в области корпоративной социальной ответственности (тенденция роста количества социально ответственных инвестиционных фондов);
- повышенный интерес СМИ (так, «Таймс» публикует индексы социальной ответственности в еженедельном разделе «Профиль компании»);
- широкое развитие сектора независимого консалтинга в области корпоративной социальной ответственности;
- система бизнес-образования Великобритании однозначно превосходит Континентальную Европу по количеству и разнообразию учебных курсов в области корпоративной социальной ответственности;

- участие правительства в развитии корпоративной социальной ответственности проявляется в создании партнерств с частными предприятиями в образовательном секторе, поддержке инициатив в области корпоративной социальной ответственности через софинансирование проектов, налоговые льготы и др. Общей тенденцией, как для британской, так и для европейской моделей является их скрытая форма с постепенным движением в сторону открытой модели. Британские компании имеют в своих структурах социальные подразделения по корпоративной социальной ответственности со своими бюджетами и представительством на уровне Совета Директоров. Около 80% крупных национальных компаний включают социальную ответственность в ежегодные финансовые отчеты [91].

Таким образом, британская модель корпоративной социальной ответственности сочетает элементы моделей США и Европы, но с существенным вовлечением государства и общественных институтов в процесс согласования общественных интересов, а также продвижения и поощрения лучших практик.

В 1995 году ведущие компании Евросоюза образовали так называемую Инициативу Corporate Social Responsibility-Europe, объединяющую сегодня порядка 50 крупных корпораций. Модель корпоративной социальной ответственности Континентальной Европы можно охарактеризовать наличием государственного регулирования данной сферы, поэтому эту модель зачастую относят к скрытым формам корпоративной социальной ответственности. Так, во многих странах Континента законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование и ряд других социально значимых вопросов. Таким образом, европейская модель корпоративной социальной ответственности в большей степени представляет собой систему мер государственного регулирования.

Таблица 8 - Корпоративная социальная ответственность: подходы в разных странах Западной Европы [94]

Страна	Национальные стратегии в области КСО и план действий	Интегрированная в Национальную стратегию устойчивого развития	Интеграция в другие национальные стратегии	Другие СО несущий каркас, партнерство	В разработке
1	2	3	4	5	6
Австрия					X
Бельгия	X				

Продолжение таблицы 8

1	2	3	4	5	6
Болгария	X				
Кипр					X
Дания	X				
Эстония					X
Финляндия				X	
Франция		X			
Германия	X				
Венгрия	(X)				
Ирландия		X			
Литва					X
Люксембург		X			
Мальта					X
Нидерланды	X				
Польша			X		
Португалия			(X)		
Словакия					X
Испания				X	
Швеция				X	
Великобритания				X	
Итого	6	3	2	4	6

В таблице показано, каким образом национальная корпоративная социальная политика осуществляется. В шести европейских странах введены национальные стратегии КСО (в том числе и в Венгрии). Шесть стран интегрировали КСО стратегии и плана действий в другие национальные стратегии, и три из них интегрированы в национальные стратегии устойчивого развития. Четыре страны преследовали другие подходы, такие как национальные КСО несущих конструкций или других партнерств.

Одним из наиболее важных вкладов в литературу по корпоративной социальной ответственности в венгерском контексте стала публикация книги Р. Котлера, в усилении концепции корпоративной социальной ответственности в венгерской транснациональной компании MOL (венгерская нефтяная компания [95]). Венгрия в составе Европейского Союза имеет историю двух десятилетий, занимающихся вопросами КСО. Уделяя большое значение данному термину, хотя на примере транснациональной компании MOL которая выделяет одноразовый вклад в развитие КСО и тем самым считает, что они выполнили свою часть корпоративной социальной ответственности перед народом и государством, показывает что и многие европейские компании продолжают считать социальную ответственность одноразовым актом филантропии.

Этапы развития корпоративной социальной ответственности в России:

1. 1991-1998 гг. – реструктуризация социальной инфраструктуры компаний в ходе приватизации, возрождение традиций дореволюционной благотворительности и меценатства. «Дикая» благотворительность стала первой стадией в развитии социальной ответственности компаний в России. В это время финансовая поддержка нуждающимся, как правило, оказывалась из «черной кассы». Одним из основных факторов для принятия решений об оказании помощи был эмоциональный [93]. Параллельно с этим в стране процветала «филантропия по-советски», основанная на оставшихся в наследство советских представлениях о социальной помощи и работающая по принципу «латания дыр» в рухнувшей государственной социальной системе.

2. 1999 - 2001 гг. - постепенный переход от разовой помощи физическим лицам и организациям к финансированию целенаправленных программ; формирование представлений о корпоративной социальной ответственности в деловой среде и обществе в целом.

3. С 2002 г. по настоящее время – начало институционализации корпоративной филантропии, выделение корпоративных и частных фондов, привлечение некоммерческих организаций к реализации корпоративных программ, профессионализация; активные дискуссии по вопросам социальной ответственности. Потребность российского бизнеса в получении общественного признания и закреплении на внутреннем и внешнем рынках является стимулом для изменений в подходе компаний к взаимодействию с обществом [91].

По результатам исследования проведенного институтом исследований развивающихся рынков Institute for Emerging Market Studies по теме «Политическое измерение добрых дел: управление отношениями с государством посредством корпоративной социальной ответственности в России и Китае» показаны следующие особенности развития рынков в России и Китае:

1. Корпоративная социальная ответственность выполняет четыре разные функции в программе компании, призванной повлиять на государство и обеспечить получение государственных ресурсов. Компании могут использовать корпоративную социальную ответственность для изменения политики и конкурентной среды, получения коммерческих выгод в условиях существующего политического устройства, создания новых государственных возможностей решения социально-экологических проблем или просто для завоевания доверия и получения поддержки государства за счет добрых дел, которые совершаются в соответствии с существующими возможностями государственного управления.

2. Стратегия управления отношениями с государством на основе корпоративной социальной ответственности предполагает, что корпоративная социальная ответственность - это не просто спектр деятельности, простирающийся от благотворительности до преследования стратегических целей. Форма использования корпоративной социальной ответственности на

благо бизнеса различается в зависимости от политического контекста. Благотворительная деятельность, казалось бы, не связанная с цепочкой создания стоимости компании, в действительности может играть решающую роль в привлечении государственных ресурсов.

3. Если ТНК стран-членов ОЭСР стремятся выступать в качестве структур, изменяющих правила игры и содействующих развитию потенциала в целях получения долгосрочной отдачи от государства посредством корпоративной социальной ответственности, то роль китайских и российских компаний напоминает роль делового партнера и торговца ресурсами, который использует корпоративную социальную ответственность, чтобы добиться от государства лицензии на рост.

4. В глобальном смысле китайские и российские компании отстают с точки зрения содействия установлению мировых и региональных стандартов, а также развития государственного потенциала для решения социально-экологических проблем [96].

В условиях слабой конкурентоспособности отечественных предприятий на мировом рынке, отмечает А.Ю. Стребиков для России проблема совершенствования разработки и реализации корпоративных стратегий на основе внедрения ССП и других современных инструментов стратегического планирования стоит особенно остро. Даже в компаниях нефтегазового комплекса, которые в России являются лидерами в области корпоративного управления, формирование и реализация корпоративных стратегий развития нуждаются в существенной модификации [20, с. 15].

Важно отметить, что ответственность корпораций распространяется на все компании, как местные, так и иностранные компании, чтобы избежать какой-либо дискриминации. За невыполнение принципов социально-корпоративной ответственности применяются очень жесткие санкции, начиная от административных штрафов, сумма которых может быть оценена в миллионы, временной приостановки нефтяной активности в стране, и что еще хуже, лишением постоянных лицензии и прекращением договора или даже уголовной ответственности менеджеров компании. Поэтому в соответствии с законом предоставляют возможность компаниям на законных основаниях остаться с успешным бизнесом [97].

Исследование показывает, что в корпоративной социальной ответственности нет границ, таких как культурные, расовые и другие. Принципы корпоративной социальной ответственности действуют одинаково. Гигантские многонациональные компании, производят годовые отчеты корпоративной социальной ответственности с указанием их активного участия в регионах, где они работают.

В секторе нефти и газа, социально-корпоративную ответственность представляют собой попытку активизации совместной работы с местными государственными органами и бизнес сообществами. Ни для кого не секрет, что многие богатые нефтью страны были плохо управляемы, и что международные нефтяные компании добыли ценные ресурсы из таких стран в прошлом, уделяя

недостаточное внимание к сопутствующим экологическим и социальным издержкам [10].

Нефтегазовые корпорации по всему миру, и их заинтересованные стороны все более осознают необходимость и преимущества социально ответственного поведения. Цель социальной ответственности заключается в содействии устойчивому развитию. Важно, чтобы местные власти создали агентства по корпоративной социальной ответственности различных социальных институтов, которые функционируют на уровне региона, которое работает на интересы сообщества. Деятельность агентства, распознавание проблемных зон и соответственное решение проблемных задач. Агентство будет нести ответственность, а также производить ежегодный доклад корпоративной социальной ответственности, который будет состоять из изучения необходимых потребностей и правильное распределение выделенных средств, полученных от компаний.

Улучшение социально-корпоративной ответственности является приоритетной задачей нефтегазовых корпораций. Положительные стороны социальной политики данных корпораций должны освящаться через такие каналы, как:

- логотипы
- короткие баннеры
- информационные материалы, презентации
- рекламу и средства массовой информации рекламу
- независимые доклады о компании
- учет журналистов
- публикация корпоративных отчетов
- КСО-премии
- КСО-событие
- КСО-страницы
- форумах и блогах
- КСО-приложений
- издание этического кодекса [98].

Исследование по восприятию социально-корпоративной ответственности жителями Украины проведенного по заказу компании UMC.

в 2007 году показывает общие тенденции развития корпоративной социальной ответственности в регионе СНГ. Исследование по заказу компании осуществляла UMG-Research International. Выборка исследования (1000 респондентов) репрезентативна в городах с населением 50 тыс. жителей и более. По результатам исследования, 64% опрошенных понимают социальную ответственность как ответственность бизнеса перед обществом, 41% — как ответственность перед сотрудниками, 23% — как ответственность перед государством (у респондентов была возможность выбирать один и более ответов). Самыми важными направлениями социальной ответственности бизнеса украинцы считают качество и цену продукции, охрану окружающей

среды, здравоохранение, строительство социальных объектов. К наименее значимым направлениям относят пожертвования благотворительным организациям, меценатство и проекты, направленные на повышение национального самосознания. Социальную ответственность компаний перед сотрудниками украинцы понимают как своевременную и официальную выплату зарплаты, а также трудоустройство молодежи. Незначимыми, с точки зрения респондентов, являются кредитование сотрудников, профилактика чрезвычайных ситуаций и организация соревнований среди сотрудников. Социальная ответственность перед государством определяется как соблюдение законов и своевременная выплата налогов. 66% респондентов считают, что компании занимаются социальной деятельностью для улучшения имиджа, 60% — для рекламы и получения конкурентного преимущества (возможность выбирать один и более ответов). Всего треть населения считает, что компании действительно стремятся помочь нуждающимся людям. В целом, социальная деятельность компаний воспринимается населением Украины позитивно. При этом людям важно не только знать о социальных акциях бизнеса, но и видеть их результат. Интересно, что при совершении покупки для 21% украинцев важным фактором выбора товара является социальная деятельность компании-производителя. 60% респондентов больше доверяют таким компаниям. Последние исследования в Британии и других европейских странах показали, что около 50% и более покупателей выбирают товары социально ответственной компании [99].

Корпоративную социальную ответственность в США и странах Запада необходимо анализировать в разрезе экономической, юридической, этической, филантропической ответственности.

Экономическая ответственность если в США характеризуется направленность на соответствие принципами корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя, то в странах Западной Европы акцент делается на законодательно установленные рамки поведения.

В США имеется проблема совершенствования законодательно закрепленных правил корпорации. В странах Западной Европы бизнес организован на глубоко проработанных законодательных основах и корпоративная социальная ответственность и социальная защита осуществляется за счет высоких налогов, высоким уровнем социальной ориентации государственных программ.

Таблица 9 - Сравнительный анализ двух рассмотренных моделей корпоративной социальной ответственности в Великобритании, континентальной Европе и России [18]

Сравнимые индикаторы	Великобритания и континентальная Европа	Россия
Основные стейкхолдеры по степени важности	Персонал Потребители Сообщества Акционеры	Государство Собственники Персонал Потребители
Стимулирующие силы развития КСО	Сами корпорации НКО и сообщества Государство	Государство Сами корпорации Местные власти
Роль неправительственных организаций	Многочисленны и многообразны Один из основных драйверов, подстегивающих сотрудничающих с бизнесом в вопросах КСО Большое влияние на общественное мнение и реальные механизмы давления на бизнес в целом	Пока сравнительно немногочисленны Скорее помощники, чем двигатели КСО В вопросах КСО пока недостаточно известны в обществе и не обладают существенным влиянием
Тенденции социальной отчетности	СО иницируется самим бизнесом Стандарты СО хорошо адаптированы и широко применяются СО ориентировано на всех/ большинство стейкхолдеров	СО находится на начальном этапе Зачастую недопонимается как целостная система и недооценивается ее полезность в долгосрочной перспективе СО ориентировано в основном на государство и акционеров (меньшей степени – на общество)

Как видно из таблицы, в России преобладает роль государства чем роль НПО в реализации корпоративной социальной ответственности. В странах Западной Европы при реализации корпоративной социальной ответственности акцент делается на мотивацию и социальную активность персонала и она

ориентирована на всех участников данного социального процесса, т.е. на стейкхолдеров.

На основе вышесказанного можно выделить региональные особенности корпоративного управления.

В международном понимании корпоративная социальная ответственность трактуется как добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанных напрямую с основной деятельностью компании. При этом западные компании не воспринимают корпоративную социальную ответственность как благотворительную деятельность.

В мировой практике деятельность в области социально-корпоративной ответственности воспринимается как прагматичное направление бизнеса и является одним из инструментов, который позволяет повышать деловую репутацию бизнеса, капитализацию компании, устанавливать эффективные и сбалансированные отношения со всеми стейкхолдерами компании – государством, акционерами, потребителями, персоналом, партнерами, местными сообществами, а также эффективно управлять непроизводственными рисками, возникающими в процессе взаимодействия со стейкхолдерами.

Таким образом, сфера корпоративной социальной ответственности включает управление деятельностью компании в областях экологии, промышленной безопасности и охраны труда, внешней социальной деятельности, взаимоотношений компании со всеми группами стейкхолдеров. Любая успешная компания опирается в своей деятельности, прежде всего, на единую стратегию развития бизнеса. Бизнес стратегии определяют бизнес цели верхнего уровня, к которым стремится компания в своем развитии. Выбор одной или нескольких целей в качестве приоритетных фактически определяет основные направления развития компании, а также механизмы и действия, обеспечивающие достижение этих целей. Практика ведущих зарубежных компаний показывает, что корпоративная социальная ответственность также рассматривается через призму стратегических бизнес_целей. Прежде всего, это выражается в выборе тех стейкхолдеров, отношения с которыми являются для компании приоритетными. Этот выбор определяет, какими конкретно методами будет пользоваться компания в процессе управления корпоративной социальной ответственностью. Ведь каждая группа стейкхолдеров имеет собственные ожидания относительно деятельности компании [100].

Более узкая трактовка, принятая в западных компаниях, гласит, что «социальная ответственность – это способность и желание бизнеса по собственной воле заниматься вопросом, не только на прямую не связанной с производством, продажей товаров и услуг, но и с благополучием общества той страны, в которой компания работает», а общество – это в том числе потребители продукции компании и сотрудники компании, а также их семьи.

Современная концепция корпоративной социальной ответственности, распространенная на Западе, показывает стремление компаний добровольно и самостоятельно решать наиболее насущные проблемы общества.

Анализ различных моделей социально-корпоративной ответственности позволяет утверждать, что социальная ответственность бизнеса приобретает форму обязательной составляющей деятельности современных корпоративных структур, что проявляется и в организационном плане (открытие специальных подразделений, комитетов при советах директоров), и в подготовке менеджеров и специалистов по данному направлению, и включении разделов по социальной проблематике в годовые отчеты, а также в создании и отдельных публикациях социальных отчетов, включении социальных программ в корпоративные стратегии. Концепция корпоративной социальной ответственности не только претерпела изменения, заложив основы для нового партнерства органов государственной власти, бизнеса и гражданского общества, но и способствует повышению конкурентоспособности компаний и обеспечения консолидации общества. Концепция КСО превращается в парадигму предпринимательства XXI века.

Западные компании не воспринимают корпоративную социальную ответственность как благотворительную деятельность. В мировой практике деятельность в области корпоративной социальной ответственности воспринимается как прагматичное направление бизнеса и является одним из инструментов, который позволяет:

- повышать деловую репутацию бизнеса, капитализацию компании, устанавливать эффективные и сбалансированные отношения со всеми заинтересованными сторонами - государством, акционерами, потребителями, персоналом, партнерами, местными сообществами;
- эффективно управлять непроизводственными рисками, возникающими в бизнес-процессе;
- обеспечивать поступательное развитие бизнеса посредством развития общества (культура потребления, выход на новые услуги и т.д.)

М. Степанько, директор департамента управления человеческими ресурсами АО Казахстанский холдинг по управлению государственными активами «Самрук» выделяет следующие положительные тенденции западных компаний в области корпоративной социальной ответственности.

Во-первых, компании серьезно относятся к деятельности в области корпоративной социальной ответственности и воспринимают ее как одно из стратегических направлений своей деятельности.

Во-вторых, компании фиксируют свои стратегические намерения в области корпоративной социальной ответственности в программных документах и публично их предъявляют (BP, ENI S.P.A., ConocoPhillips, ExxonMobil).

В-третьих, среди зарубежных компаний также получила распространение практика создания комитетов по социальной ответственности при совете директоров. Такие комитеты, составляющие ядро системы управления корпоративной социальной ответственностью и позволяющие из декларативной политики перейти к политике реальных действий, имеются в компаниях Royal Dutch/Shell, BP, PetroChina. В компаниях ConocoPhillips и ENI S.P.A. введена

должность вице-президента по КСО. Таким образом, деятельность в сфере корпоративной социальной ответственности выводится социальная ответственность на уровень ответственности топ-менеджмента перед акционерами и обществом.

В-четвертых, повышение влияния корпоративной социальной ответственности компаний на рост их рыночной стоимости (капитализации) является устойчивой тенденцией. Это подтверждается появлением в последнее время сразу нескольких фондовых индексов социальной ответственности, а также растущим стремлением компаний войти в эти индексы.

В-пятых, информационная открытость как фактор прозрачности и стабильности компании. Результаты исследования информационной прозрачности PricewaterhouseCoopers показывают, что добровольное раскрытие информации сверх законодательных требований к отчетности приводит к росту капитализации на 20-30% [101].

Результаты исследования показывают следующие направления развития корпоративной социальной ответственности:

В мире устойчивой тенденцией является формирование управления корпоративной социальной ответственностью как самостоятельного и важного направления деятельности компаний.

Опыт западных компаний показывает, что приоритеты в сфере корпоративной социальной ответственности зависят от системы стратегических целей компании.

Повышение влияния корпоративной социальной ответственности на рост их рыночной стоимости (капитализации) является устойчивой тенденцией. Это подтверждается появлением в последнее время сразу нескольких фондовых индексов социальной ответственности. А также растущим стремлением компаний войти в эти индексы.

Отсутствие стратегических (публично заявленных) приоритетов в области корпоративной социальной ответственности может приводить к снижению эффективности социальной деятельности компаний [100].

В настоящее время выделяются четыре новые тенденции в области корпоративной социальной ответственности:

- Переход от отчетности к взаимодействию;
- Речь идет о бизнес-моделях;
- Поиск собственной идентичности и уважения;
- Принимать роль глобальных граждан.

Все больше компаний начинают понимать немного больше о масштабах проблемы, которая стоит перед нами с точки зрения устойчивости, и они интересно, что это означает для их бизнес-модели.

Следуя модели корпоративной социальной ответственности, которая рассматривает экономическую, юридическую, этическую ответственность компаний и их благотворительную деятельность, можно выделить следующие отличия европейской модели корпоративной социальной ответственности от американской:

1) экономическая ответственность в основном фокусируется на аспекте прибыльности бизнеса и на ответственности компании перед ее акционерами. Европейцы в данную группу отношений также относят ответственность перед работниками предприятия и местными сообществами;

2) юридическая ответственность является базой для любой формы социальной ответственности в Европе. Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, в то время как в Штатах подобное государственное регулирование воспринимается скорее как вмешательство в вопросы личной свободы;

3) большинство социальных проблем относятся европейскими компаниями к сфере этической ответственности. Европейцы вообще не очень склонны доверять частному сектору. Именно этим объясняется более высокий уровень внимания к бизнесу со стороны общественности в Европе, чем в каких-либо других странах;

4) благотворительность не так популярна в Европе, как в США. Последнее объясняется уровнем налогового бремени, значительно превышающим американские аналоги. Как следствие, европейские компании принимают участие в филантропических акциях преимущественно через юридически закрепленные механизмы. Одной из основных особенностей континентальной европейской корпоративной социальной ответственности является ее государственное регулирование. Поэтому эту модель зачастую относят к скрытым формам корпоративной социальной ответственности. Так во многих странах континента законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование и ряд других социально значимых вопросов. Кроме того, правоотношения работников с работодателями в Европе отрегулированы более детально, чем в США. В целом, госрегулирование многих аспектов корпоративной социальной ответственности значительно превосходит североамериканскую систему.

1.4 Роль стейкхолдеров в социально-корпоративной ответственности нефтегазовых компаний

Усиливающиеся этические требования и мотивы являются стержнем так называемой «идеологии» корпоративной социальной ответственности. Совершенствование этики бизнеса, расширение сферы корпоративной социальной ответственности способствуют изменению негативного отношения общественности, инвесторов, потребителей к крупному бизнесу, в чем остро нуждаются казахстанские компании. С большей долей вероятности можно предположить, что именно отсутствие доверия со стороны инвесторов, акционеров играют негативную роль в ряде несостоявшихся сделок производственных компаний по приобретению активов на международных рынках. За последние годы значительно вырос интерес к корпоративной социальной ответственности на всем пространстве СНГ.

Развитие казахстанского бизнеса в процессе социально-экономических преобразований привело к распространению акционерной формы организации бизнеса, развитию интеграционных процессов и повышению роли корпоративного управления в нефтегазовом секторе Казахстана.

В современном обществе корпоративное управление в нефтегазовом секторе Казахстана характеризуется как принцип организации деятельности компании, обеспечивающий соответствие реалиям конкретного региона, уровню развития общества. Следовательно, в настоящее время актуальным является изучение с социологической точки зрения проблемы корпоративного управления в дискурсе корпоративной социальной ответственности компаний нефтегазового сектора западного региона Казахстана. Разработка и введение в деловую практику Кодекса корпоративного поведения требует социологического анализа определения индикаторов социально-корпоративной ответственности производственных предприятий различных уровней. Президент РК Н.А Назарбаев в статье «Социальная модернизация Казахстана: Двадцать шагов к Обществу Всеобщего Труда» отмечая важность социального партнерства показал необходимость создания эффективной модели социально-трудовых отношений, в основе которой будут механизмы партнерства государства, частного сектора и профессиональных объединений. Он акцентирует внимание, на то, что вся работа должна строиться на основе тесного взаимодействия государства, бизнеса и граждан. Задача власти здесь в том, чтобы обеспечивать рациональный баланс интересов государства, общества и личности. Именно в этом заключается подлинная справедливость. Важно активно развивать социальное партнерство, создавать условия для расширения участия негосударственного сектора в модернизации страны, прежде всего, социальной сферы [102].

В современных экономических условиях одним из эффективных механизмов повышения конкурентоспособности компании, инвестиционной привлекательности бизнеса, лояльности целевой аудитории, государства и общества в целом является социально ответственное поведение членов производственной корпорации. Современные рыночные системы поощряют игроков, которые не только этично достигают основную цель – получение прибыли, но и вкладывают средства в реализацию социальных проектов, ориентированных на создание общественной ценности.

Корпоративное управление – одна из форм корпоративного взаимодействия, которое является более широким понятием. Особое внимание уделено участникам корпоративных отношений - стейкхолдерам [103]. Следовательно, при анализе роли стейкхолдеров на корпоративную социальную ответственность большую роль играет концепция заинтересованных сторон. Ученые отмечают, что в XXI веке необходим переход к «новой эпохе управленческого мышления и управленческих теории, а именно - основанным на идее заинтересованных сторон» [104].

Стейкхолдер (от англ. Stakeholder «владелец доли (получатель процента); держатель заклада», изначально —распорядитель (доверительный собственник)

спорного, заложенного или подопечного имущества, дольщик. В узком смысле слова: акционер, участник, то есть лицо, имеющее долю в уставном (складочном) капитале предприятия. В широком смысле: одно из физических или юридических лиц, заинтересованных в финансовых и иных результатах деятельности компании: акционеров, кредиторов, держателей облигаций, членов органов управления, сотрудников компании, клиентов (контрагентов), общества в целом [105].

Теория стейкхолдеров появилась относительно недавно, однако уже подтвердила свою жизнеспособность. Согласно ей, все группы или индивиды, которые, так или иначе, влияют на деятельность организации, называются ее стейкхолдерами. Интересы стейкхолдеров должны обязательно учитываться организацией. Стейкхолдеры могут не иметь прямого формального влияния на компанию, но они могут неким образом влиять на нее в качестве неформальной коалиции.

Необходимость учета интересов всех заинтересованных лиц в процессе определения стратегии и направлений дальнейшего успешного развития организации отмечали ученые - экономисты еще в 90-х годах XX века Ньюбоулд Д. и Луффман Д., Серт Т. и Марч Х., Фриман Р., Гурков И. Б., Хачатуров А. Е., Хазов О. Ю. и др. [21; 54; 67].

Термин стейкхолдер впервые в научной литературе был сформулирован Р. Фрименом в 1984 году в теории стейкхолдеров в структуре концепций в этике бизнеса. «Стейкхолдер - это группа (индивидуум), которая может оказать влияние на достижение организацией своих целей или на работу организации в целом». Следовательно, стейкхолдеры - это все группы людей (или других организаций), чей вклад (работа, капитал, ресурсы, покупательная способность, распространение информации о компании и т. п.) является основой успеха организации [21]. Как видим, по его определению к заинтересованным сторонам компании относятся любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения или оказывающие под воздействием этих решений. Заинтересованные стороны компании включают собственников, потребителей, группы защиты прав потребителей, конкурентов, средства массовой информации, работников, «группы по интересам», защитников окружающей среды, поставщиков, правительственные агентства, организации местных сообществ. По его мнению, рост числа и разнообразия заинтересованных сторон обусловил необходимость нового взгляда на компанию Р. Фримен большое внимание уделяет ценностям, участников корпоративного взаимодействия. Им выделены ценности как, автономия, солидарность и честность. В трактовке данных ценностей он автономию характеризует как свободу участия в соглашениях, позволяющих заинтересованным сторонам создать для себя ценность, солидарность – как осознание взаимовыгодности интересов, честность – как гарантия фирмой их моральных прав [106]. Р. Фримен и С. Веламури делают заключение о переходе от идеи корпоративной социальной ответственности к идее ответственности компании перед заинтересованными сторонами. Новая

корпоративная социальная ответственность учеными рассматривается как способность, которую организации должны развивать в рамках управленческой деятельности [107]. Они выделяют четыре уровня ответственности компании перед заинтересованными сторонами, как выработка основной ценностной установки, внедрение принципов устойчивого сотрудничества с заинтересованными сторонами, понимание широкого круга общественных проблем, этического лидерства, выработали основные принципы ответственности компании перед заинтересованными сторонами.

Таблица 10 - Десять принципов ответственности компании перед заинтересованными сторонами по Р. Фримену и С. Веламури [107]

	Мы рассматриваем интересы заинтересованных сторон взаимосвязано
	Мы рассматриваем в качестве заинтересованных сторон реальных людей. Они представляют собой сложные объекты
	Мы ищем реальные проблемы, позволяющие одновременно удовлетворить запросы многих заинтересованных сторон.
	Мы вовлечены в интенсивные коммуникации, диалог со всеми заинтересованными сторонами, а не только с кажущимися нам «дружественными».
	Мы придерживаемся философии добровольности – управляем отношениями с заинтересованными сторонами самостоятельно, не оставляя их на попечение государства.
	Мы всемерно применяем маркетинговый подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами.
	Все, чем мы занимаемся, служит интересам наших заинтересованных сторон.
	Мы ведем переговоры с «первичными» и «вторичными» заинтересованными сторонами.
	Мы постоянно отслеживаем и перенастраиваем процессы ведения нашего бизнеса с целью лучшего удовлетворения запросов наших заинтересованных сторон.
0	Мы работаем с целью выполнения наших обязательств перед заинтересованными сторонами, но стремимся соответствовать как их, так и нашим ожиданиям

Дальнейшее развитие теория заинтересованных сторон получила в научных разработках Т. Дональдсона и Л. Престона. Особое значение в исследовании стейкхолдеров имеет интегральная теория общественного договора Т. Дональдсона и Т. Данфи. Им описаны процесс идентификации легитимных этнических правил и норм - основы соответствующей социальной ответственности. По их мнению общественный договор формирует основные принципы и направления обязательства перед заинтересованными сторонами [108]. Теория заинтересованных сторон, - отмечали они, является общей и

комплексной, она далеко выходит за рамки простого эмпирического наблюдения, фиксирующего, что у организации существуют заинтересованные стороны [109]. Т. Дональдсон и Л. Престон предложили три измерения концепции заинтересованных сторон: дескриптивное, инструментальное, нормативное.

Анализируя данный подход Ю.Е. Благов дает характеристику данным измерениям. Под нормативным измерением подразумевалось исследование того, что должно происходить независимо от возможного результата, под инструментальным измерением – что необходимо сделать для получения того или иного конкретного результата, под дескриптивным – что реально происходит [16].

Т. Дональдсон и Л. Престон выделили две важные основы идентификации заинтересованных сторон:

1) интересы заинтересованных сторон к корпорации;

2) влияние и содержание внутренних ценностей [109]. То есть, мотивационная структура заинтересованных сторон, их постоянная динамика под влиянием стратегических и текущих целей корпорации, изменения их системы ценностей влияют на эффективность корпоративной социальной ответственности на уровне личности, организации, региона, государства. Рассматривая ответственность организации и менеджеров перед заинтересованными сторонами, Т. Дональдсон и Л. Престон их выполняющие обязательства делят на необходимые, рекомендуемые, запретительные [109].

А. Керолл выявил взаимосвязь между уровнями корпоративной социальной ответственности и заинтересованными сторонами корпорации. Он отмечает, что существует естественное соответствие между идеей корпоративной социальной ответственности и заинтересованными сторонами. Корпорация заинтересованных сторон персонифицирует социальную ответственность [110]. Особенностью теории А. Керолла является то, что он создал структуру заинтересованных сторон.

Таблица 11 - Матрица уровней корпоративной социальной ответственности заинтересованных сторон [110]

Заинтересованные стороны	Уровни корпоративной социальной ответственности			
	Экономическая	Правовая	Этическая	Филантропическая
Собственники				
Потребители				
Работники				
Местное сообщество				
Конкуренты				
Поставщики				
Группы активистов				
Общество в целом				
Прочие				

Следовательно, каждой компании приходится реагировать на сложнейшую систему противоречивых ожиданий, вырабатывая соответствующий рациональный отклик. При этом менеджмент компании вынужден решать целую совокупность проблем, таких как ранжирование заинтересованных сторон, балансирование конфигураций встречных ожиданий по каждой заинтересованной стороне, балансирование противоречий ожиданий и откликов по всей системе заинтересованных сторон, проблему синергии и т.д.

В развитии теории заинтересованных сторон одним из ведущих теоретиков является К. Голпастер. Им было описаны три базовые нормативные концепции: «стратегический синтез заинтересованных сторон», «мультифидуциарный синтез заинтересованных сторон», новый синтез заинтересованных сторон [111]. Ю.Е. Благов анализируя данный теоретический подход, отмечает, что под стратегическим синтезом подразумевалось признание ценности акционеров как определяющей для функционирования делового предприятия, мультифидуциарный синтез характеризует внутреннюю ценность интересов заинтересованных сторон при фидуциарной ответственности менеджеров перед всеми заинтересованными сторонами [16; 108]. В 2007 году К. Голпастер в монографии «Совесть и корпоративная культура» дает классификацию подходов к сущности корпоративной социальной ответственности.

Тип 1 характеризуется подходом к заинтересованным сторонам как фактору достижения организационных целей – получению прибыли.

Тип 2 отличается подходом к заинтересованным сторонам как персонифицированным рыночным силам или силы, которые ограничивают силу рынка.

Тип 3 рассматривают заинтересованные стороны «вне их инструментальных, экономических или политических одежд» [112].

М. Кларксон предлагал более узкое определение стейкхолдеров как агентов, добровольно или вынужденно берущих на себя определённый риск: «Стейкхолдеры добровольно принимают на себя риск в результате инвестирования определённого капитала, человеческого или финансового, имеющего определённую ценность для фирмы. Другая группа стейкхолдеров вынуждена принимать на себя в результате активности фирмы» [113].

Зачастую под термином «стейкхолдеры» подразумевают *группы влияния*, существующие внутри или вне компании, которые надо учитывать при осуществлении деятельности. Интересы стейкхолдеров могут вступать в противоречие друг с другом. Стейкхолдеров можно рассматривать как единое противоречивое целое, равнодействующая интересов частей которого будет определять траекторию эволюции организации.

Самое короткое и емкое определение этому понятию дал Бредли Гугинс (Bradley Googins), директор Центра по корпоративному гражданству Бостонского колледжа (Boston College Corporate Citizenship Center). По его мнению стейкхолдеры - это группы, организации или индивидуумы, на которые влияет компания и от которых она зависит [114]. Следовательно, стейкхолдеров можно изучать на уровне профессиональной группы, конкретной промышленной предприятий или организации и на уровне конкретной личности. Данный термин используется так же для характеристики социального соглашения между бизнесом.

В таком контексте рассматривают некоторые ученые статус и место стейкхолдеров в системе взаимоотношений в структуре бизнеса. Дуглас Дэн Ули, анализируя концепцию Р. Фридмана, отмечает, что данная концепция вполне допускает корпоративную социальную ответственность, но "с ограничением приоритета интересов акционеров", для чего предлагал руководству корпораций заключать с владельцами специальное соглашение о максимизации прибыли.

Представители данной группы исследователей Т. Дональдсон и Н. Боуи предполагали, что корпорации должны быть прибыльными, уважая при этом определенные моральные устои и соблюдая права человека [115].

В социальных науках особое внимание уделяется структуре социальных групп. С позиции теории стратификации стейкхолдеры дифференцируются по различным социальным параметрам. В основном учитывается степень влияния и специфика интересов и ценностных ориентации участников трудового процесса.

Ньюбоулд и Луффман разделяют *стейкхолдеров* на четыре главные категории:

- группы влияния, финансирующие предприятие (например, акционеры);
- менеджеры, которые руководят им;
- служащие, работающие на предприятии;

– экономические партнеры. Данная категория включает как покупателей и поставщиков, так и другие экономические субъекты.

Каждая из этих групп имеет различные интересы и властные возможности, что будет оказывать влияние на уровень поставленных ими задач [67]

Согласно модели Менделоу (1991) всех заинтересованных лиц можно классифицировать в зависимости от двух переменных — их интересов и их власти:

1) Власть стейкхолдера определяет его способность оказывать влияние на организацию.

2) Интерес стейкхолдера определяется его желанием влиять на организацию.

Он предлагает следующую схему стейкхолдера: Влияние стейкхолдера = Власть \times Интерес. Внутренние стейкхолдеры включают менеджеров, служащих, владельцев и совет директоров или правление, в котором представлены менеджеры и владельцы. Один из самых значительных внутренних стейкхолдеров — единоличный исполнительный орган [67].

Общим при взаимодействии с внутренними стейкхолдерами является то, что их интересы зачастую системно противоречат друг-другу (желание менеджмента большей автономии — потребность у акционеров в большем контроле; желание персонала больших зарплат — потребность менеджмента в сокращении издержек; и т. д.). Данные противоречия можно эффективно решить за счет увязывания воедино интересов разных групп (например построение системы мотивации завязанной на результат деятельности компании в целом) [102].

Обычно различают две группы стейкхолдеров: первичные и вторичные. Первичные стейкхолдеры имеют легитимное и прямое влияние на бизнес (ближний круг):

- собственники; клиенты; сотрудники;
- бизнес-партнеры по производственной цепочке.

Вторичные, имеют опосредованное влияние на бизнес (дальний круг): 1) власть (местная и государственная); 2) конкуренты; 3) другие компании; 4) инвесторы; 5) местные сообщества, куда входят:

- средства массовой информации; некоммерческие организации, в том числе общественные и благотворительные;
- местные активисты, формирующие общественное мнение.

На местном уровне к основным стейкхолдерам можно отнести местную власть, от которой зависит сама бизнес-деятельность; клиентов, от отношения которых к вашей компании зависят ее бизнес-показатели; некоммерческие организации, формирующие общественное мнение; средства массовой информации, влияющие на местное население и на репутацию компании. «Заинтересованные стороны» активно влияют на успешность бизнеса. Не случайно 72% предпринимателей по всему миру признают, что успешные бизнесмены учитывают интересы не только акционеров, но и более широких заинтересованных групп: покупателей, сотрудников, поставщиков и местных

сообществ. Стейкхолдеры формируют взаимозависимую систему, своеобразную «паутину», которая иногда поддерживает бизнес в трудную минуту, а иногда, напротив, лишает компанию возможности действовать [111].

Выявление мотивов стейкхолдеров и работа с ними является одним из инструментов, который позволяет повышать деловую репутацию бизнеса, капитализацию компании, установить эффективные и сбалансированные отношения со всеми заинтересованными лицами.

Также различает две группы стейкхолдеров:

Ближний круг (область ближнего влияния), которые имеют прямое и легитимное влияние на бизнес, к которому относятся акционер; дочерние организации; совместно-контролируемые организации; менеджмент; персонал; профессиональный союз работников организации; партнеры; клиенты; местные сообщества.

Дальний круг (область опосредованного влияния), которые имеют опосредованное влияние на бизнес. К данной группе относятся государственные органы; конкуренты; инвесторы; финансовые институты; поставщики; население; общественные организации; средства массовой информации.

В.С. Кочетова в статье «Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций» анализируя структуру заинтересованных сторон выделяет особенности их интересов и отношении к социальной ответственности.

Таблица 12 - Основные интересы стейкхолдеров [116]

Стейкхолдеры	Основные интересы стейкхолдеров
1	2
Акционеры	<ol style="list-style-type: none"> 1. размер годового дивиденда 2. повышение стоимости акций 3. рост стоимости компании и ее прибыль 4. колебания цен на акции
Институциональные инвесторы	<ol style="list-style-type: none"> 1. размер инвестиций с высоким уровнем риска 2. ожидание высокой прибыли 3. сбалансированность их инвестиционного портфеля

Продолжение таблицы 12

1	2
Работники	<ol style="list-style-type: none"> 1. гарантии занятости 2. уровень реальной заработной платы 3. условия найма 4. возможности продвижения по службе
Потребители	<ol style="list-style-type: none"> 1. желаемые и качественные продукты 2. приемлемые цены 3. разнообразие выбора
Дилеры-распространители	<ol style="list-style-type: none"> 1. послепродажное обслуживание 2. своевременность и надежность поставок 3. качество поставляемого продукта (услуги)
Поставщики	<ol style="list-style-type: none"> 1. стабильность заказов 2. оплата в срок и по условиям договора
Представители государственной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. обеспечение занятости 2. выплата налогов 3. соответствие деятельности требованиям закона 4. поддержка или совместная реализация Проектов
Представители региональной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. вклад в экономический рост региона 2. вклад в местный бюджет 3. поддержка социальной инфраструктуры региона
Социальные и общественные группы	<ol style="list-style-type: none"> 1. забота об окружающей среде 2. поддержка местной общественной деятельности 3. внедрение КСО (нефинансовая отчетность) 4. требование прислушиваться к группам влияния
СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. получение правдивой и полной информации о деятельности корпорации 2. доступ к первым лицам или их представителям для получения комментария

Разнообразие и разноплановость мотивационного ядра заинтересованных сторон предполагает создания такого органа, который постоянно занимался бы выявлением динамики изменения ценностных ориентации и координацией их совместной работы.

Автор также дает классификацию рисков деятельности заинтересованных сторон.

Таблица 13 - Риски, вызванные поведением стейкхолдеров [116]

Стейкхолдеры	Риски, вызванные поведением стейкхолдеров
1	2
Акционеры	Продажа значительного пакета акций
Институциональные инвесторы	1. Отзыв инвестиций 2. Злоупотребление правами акционеров
Работники	1. Забастовки, ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей 2. Распространение негативной информации о предприятии (в частности в интернете)
Потребители	1. Снижение потребления продукта, 2. Бойкотирование продуктов, 3. Претензии (в том числе и в судебном порядке)
Дилеры-распространители и поставщики	1. Отказ от сотрудничества 2. Сотрудничество с конкурентами
Представители государственной власти: законодательная власти	1. Принятия закона, ограничивающую предпринимательскую деятельность (реализацию, рекламу и пр.) продукции. 2. Блокирование интересующих корпорацию законопроектов
Представители государственной власти: исполнительная власти	1. Коррупция 2. Установление барьеров, мешающих предпринимательской деятельности
Представители региональной власти	1. Коррупция 2. Установление барьеров, мешающих предпринимательской деятельности 3. Организация протестов на уровне местного сообщества

Продолжение таблицы 13

1	2
Социальные и общественные группы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация публичных акций (митингов, пикетов и пр.), направленных против деятельности корпорации, 2. Стимулирование негативного освещения в СМИ 3. Создание негативного образа корпорации 4. Консолидация усилий с органами государственной власти и СМИ
СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бойкотирование 2. Негативное освещение 3. Консолидация усилий с органами государственной власти и НКО

Подводя итог по данному параграфу можно отметить, что понятие корпоративная социальная ответственность рассматривается каждой профессиональной, социальной группой со своей точки зрения, наиболее удобной для решения собственных задач. Для менеджеров по связи с общественностью – это защита деловой репутации, для финансовых менеджеров и бухгалтеров – аудит в рамках цепочки распределения, для некоммерческих организаций – сохранение ресурсов и гуманитарная деятельность [117]. Практики социальной ответственности бизнеса расширяют спектр коммуникационных возможностей связей с общественностью корпорации. Ключевая коммуникационная задача корпорации заключается в формировании наиболее благоприятного информационного пространства для ее функционирования. Информационно техническая революция значительно повысила интерактивность аудитории массовых коммуникаций. Следственно корпорация, функционируя в социуме, все больше зависит от мнения каждой заинтересованной стороны, которая получает все больше возможностей влияния на корпорацию. Сегодня потребители, поставщики, деловые партнеры, некоммерческие организации, политики и пр. имеют широкий доступ к разнообразным источникам информации, и информационные потоки, формируемые пресс-службой корпорации, не могут быть единственным источником о деятельности корпорации. Более того, развиваются независимые информационные каналы сообществ (потребителей, экологов, местного населения и пр.), которые имеют возможность самостоятельно транслировать свою точку зрения на деятельность корпораций. Благодаря интернет-технологиям, широкая аудитория получает доступ к подобным информационным каналам и может делать вывод о деятельности корпораций, сопоставляя информацию из различных источников.

Независимо от типа предприятия или организации, существуют группы людей, которые влияют на организацию или на которых влияет сама организация. Эту группу лиц называют «заинтересованной стороной» или «стейкхолдерами». В теории стейкхолдеров, или теории заинтересованных сторон, рассматривается зависимость действий фирмы от интересов широкого множества заинтересованных сторон. Использование концепции стейкхолдеров в современное время считается важным, потому что улучшает корпоративное управление и социальную ответственность компании. Лицо имеет заинтересованность в чем-либо, если материально зависит от результата или озабочено результатом. Стейкхолдерами являются не только те лица, в которых организация имеет заинтересованность, но и те лица, кто заинтересован в результате деятельности организации. Как правило, некоторые из заинтересованных сторон имеют большее влияние, чем другие и бизнес должен иметь понимание уровня влияния, который может осуществлять каждая из этих групп заинтересованных лиц.

Корпоративная социальная ответственность – это прежде всего, осознание того, что в орбиту реализации управленческих решений компании вовлекается множество заинтересованных лиц и в первую очередь тех, кто имеет общественно значимые интересы в отношении деятельности компании, например, работники, поставщики, партнеры, местные сообщества, государственные органы, общество в целом. Обоснование деятельности по корпоративной социальной ответственности основывается на отдельно взятых перспективах корпоративного управления: т.е. корпорации должны вести свои дела таким образом, чтобы они приносили пользу всем заинтересованным лицам, перед которыми они также должны быть подотчетными. Требуемые стейкхолдерами действия в области корпоративной социальной ответственности могут включать множество вещей: от использования более экологически чистых материалов в продукции до удовлетворения интересов конкретных некоммерческих организаций.

Бизнес воплощен в своих стейкхолдерах. Бизнес — это покупатели, поставщики, сотрудники, инвесторы и общественные организации. Однако следует понимать, что не все заинтересованные стороны в одинаковой степени вовлечены в социальную деятельность предприятия. Соответственно, встает вопрос о балансе интересов стейкхолдеров. Разумеется, бизнес должен приносить прибыль, но он должен при этом создавать ценность. Нельзя забывать об истинной цели бизнеса. С позиции создания ценности компании всего мира очень похожи, хотя и существуют межкультурные различия, определяющие особенности взаимоотношений с заинтересованными сторонами в разных странах. Компания производит продукты, которые ожидают потребители, добивается лояльности поставщиков и сотрудников, старается быть хорошим корпоративным гражданином в местном сообществе, иначе ее деятельность будет немедленно ограничена. Теория стейкхолдеров включает в себе абсолютно универсальный, фундаментальный подход к ведению бизнеса. Бизнес — это не просто рыночные операции, которые можно изучать по

условным теоретическим моделям. Бизнес — это создание ценности для стейкхолдеров.

В стандартах социальной ответственности бизнеса, определенных в Глобальном договоре Организации Объединенных Наций, значительное внимание уделяется принципам корпоративной социальной ответственности в сфере трудовых отношений. Данный договор основывается на 12 принципах ратифицированных конвенций Международной организации труда, которые направлены на свободу объединения и признание права на заключение коллективных договоров, устранение всех форм принудительного труда, искоренение детского труда, ликвидацию дискриминации в сфере труда и занятости. Работодатели и работники по своей природе имеют различные интересы, однако и те, и другие заинтересованы в эффективном функционировании экономики. Обеспечение «более высокого уровня жизни на рабочем месте» неизменно оборачивается ростом объема прибыли через развитие инициативы и ответственности работников, повышение производительности их труда.

На основе монографического исследования выявлены факторы эффективности заинтересованных сторон корпорации. Мотивационная структура заинтересованных сторон, их постоянная динамика под влиянием стратегических и текущих целей корпорации, изменения их системы ценностей влияют на эффективность корпоративной социальной ответственности на уровне личности, организации, региона, государства.

По результатам анализа экспертных суждений, можно выделить три группы отношений населения к нефтегазовым компаниям.

Согласно первой группе суждений, иностранные компании имеют низкий уровень корпоративной социальной ответственности.

Согласно второй позиции, ответственность за социальную сферу лежит полностью на государстве, а иностранные нефтяные компании только должны исполнять законодательные требования и платить налоги.

Третья группа экспертов полностью отрицает тот факт, что иностранные компании несут слабую ответственность перед местным населением. Наоборот, считается, что эти компании с каждым годом увеличивают свои расходы на социальный сектор.

Поэтому формирование доверия к компании в коллективе, в обществе, в деловой среде — серьезная работа. И она должна соответствовать лучшим стандартам и образцам, которые существуют в международной практике.

2. ТЕНДЕНЦИИ И РАЗВИТИЕ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА В КАЗАХСТАНЕ

2.1. Место нефтегазового сектора в структуре экономики РК

В настоящее время актуальным является изучение в социологическом контексте социальной и корпоративной ответственности предприятия нефтегазовой индустрии. В казахстанском обществе особое внимание уделяется развитию нефтегазовой отрасли. Данная отрасль экономики влияет на структуру бюджета и на процессы ценообразования в казахстанском обществе. Общество в свою очередь, влияет на эффективность функционирования бизнеса качеством и уровнем и составом рабочей силы в нефтегазовой индустрии, уровнем сбыта и продажи, также покупательской способностью потребителей, уровнем содержания и стабильными условиями труда.

По данным рейтинга крупнейших нефтяных фирм мира в первую десятку крупнейших нефтяных компаний мира вошли: Saudi Aramco (Саудовская Аравия), NIOC (Иран), Exxon Mobil (США), PDV (Венесуэла), CNPC (Китай), BP (Великобритания), Shell (Великобритания - Нидерланды), ConocoPhillips (США), Chevron (США) и Total (Франция).

27 из 50 компаний, причисленных к числу крупнейших, принадлежат или контролируются различными государствами; крупнейшие компании на постсоветском пространстве занимают в рейтинге следующие места: Газпром (Россия) - 13-е место, Роснефть (Россия) - 16-е (Россия), ЛУКОЙЛ (Россия) - 18-е, Сургутнефтегаз (Россия) - 29-е, Uzbekneftegaz (Узбекистан) - 34-е, Socar (Азербайджан) - 36-е, ТНК-BP (Россия) - 43-е, КазМунайГаз (Казахстан) - 50 [118].

Иран, Азербайджан, Туркмения и Казахстан обеспечивают около 7,5% мировой добычи газа, а с учётом России более 27% [119].

Нефтедобывающий сектор экономики Казахстана является основной и наиболее динамично развивающейся отраслью экономики Республики Казахстан. Он обеспечивает значительную часть национального валового продукта, бюджетных доходов и валютных поступлений в страну. Доходы от продажи углеводородов очень важны для экономики страны. За годы независимости нефтегазовая отрасль выросла, окрепла и стала локомотивом экономики. За этот небольшой отрезок времени нефтегазовый сектор вместе с национальной экономикой испытал все трудности переходного периода и рыночных реформ, пережил последствия мировых экономических кризисов.

Президент РК Н.А.Назарбаев отмечает, что Казахстан, обладающая крупными запасами нефти и газа мирового уровня, ни на шаг не будет отступать от своей политики надежного стратегического партнерства и взаимовыгодного международного сотрудничества в энергетической сфере [1]. Стратегический резерв углеводородного сырья станет фундаментом энергетической безопасности Казахстана. Как отметил Президент РК Н.А.Назарбаев, Казахстан должен перейти от простых поставок сырья к

сотрудничеству в области переработки энергоресурсов и обмену новейшими технологиями. К 2025 году Казахстан должен полностью обеспечить собственный рынок горюче-смазочными материалами в соответствии с новыми стандартами экологичности [1]. В рамках Стратегии Казахстана войти в число 50 наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся стран мира, Президент Н.А. Назарбаев подчеркнул необходимость введения международных стандартов социальной ответственности бизнеса как один из приоритетов для дальнейшей модернизации общества.

В процессе глобализации мировой экономической системы происходят все более глубокие процессы интернационализации капитала и транснационализация деятельности нефтяных корпораций. При соответствующей политике государства, могут быть созданы благоприятные условия для разработки и внедрения современных технологий участникам интегрированных структур, что позволит осуществлять более эффективную корпоративную стратегию развития.

В условиях слабой конкурентоспособности отечественных предприятий на мировом рынке, для Казахстана проблема совершенствования разработки и реализации корпоративных стратегий на основе внедрения ССП (социальное стратегическое планирование) и других современных инструментов стратегического планирования стоит особенно остро. Даже в компаниях нефтегазового комплекса, которые в Казахстане являются лидерами в области корпоративного управления, формирование и реализация корпоративных стратегий развития нуждаются в существенной модификации.

Кроме того, исключительная важность нефтяной отрасли как бюджетообразующей обуславливает необходимость государственного регулирующего воздействия и даже прямого участия в капитале крупнейших нефтяных компаний, обеспечивающих сочетание корпоративных и общенациональных интересов.

В отрасли произошли кардинальные структурные преобразования, радикальные реформы в системе управления. Процесс освоения нефтегазовых ресурсов оказывает значительное влияние на развитие социально-экономической системы добывающего региона. Экономика нефтегазовых регионов, как правило, базируется на добыче ресурсов углеводородов и в значительной мере зависит от освоения этих невозобновимых ресурсов. В процессе развертывания хозяйственной деятельности происходят значительные изменения условий жизни в регионе освоения нефтегазовых ресурсов. Прежде всего, это касается структурных сдвигов, происходящих в экономике и социальной сфере региона, развития транспортных систем, изменения состояния окружающей среды, усиления миграционных потоков.

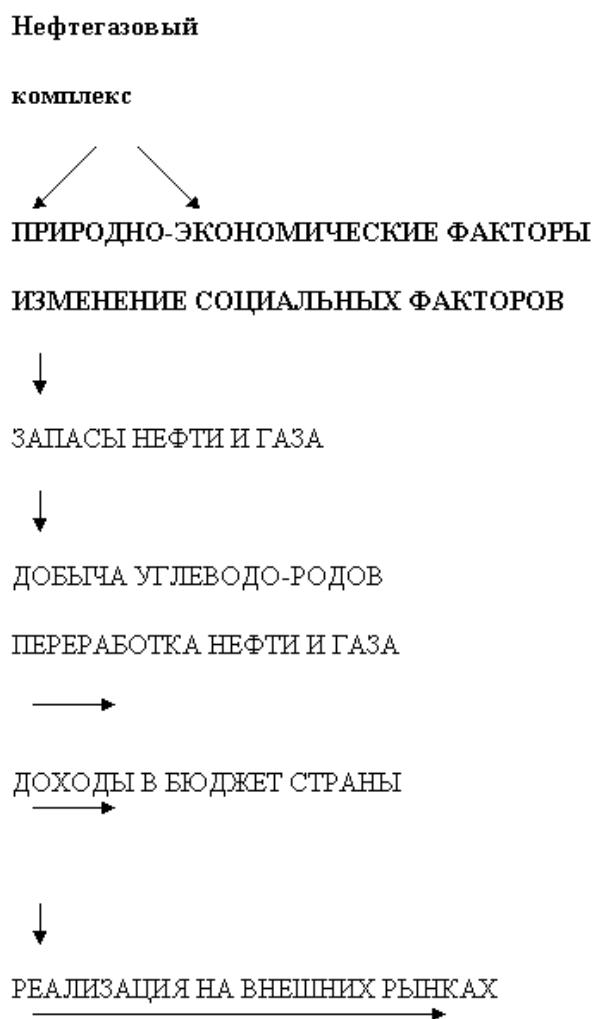


Рисунок 3 - Факторы, влияющие на экономическое и социальное развитие [30]

Ключевую роль в республиканской нефтедобыче играют 7 компаний, добывающих почти 86% казахстанской нефти. Безусловное лидерство принадлежит СП "Тенгизшевройл", объемы добычи которого сопоставимы с суммарным показателем трех наиболее крупных совместных предприятий - ОАО "Мангистаумунагаз", "Разведка Добыча "КазМунайГаз" и Karachaganak Petroleum Operating B.V. Помимо лидирующей "семерки" более 1 млн. тонн жидких углеводородов в год добывают ЗАО "Тургай Петролеум" и АО "Каражанбасмунай". Замыкает первую "десятку" нефтедобывающих компаний СП "Казгермунай". Казахстан реализует три суперпроекта: Кашаган, Тенгиз, Карачаганак. Это проекты добычи на суше, которые вместе дают около 1.3 миллиона баррелей нефти день [120]. Месторождение на Кашагане - морской проект, реализуемый на северном участке Каспийского моря. Добыча еще не начата. Нефтяные запасы Казахстана эксплуатировались с конца девятнадцатого столетия.

Нефтегазовая отрасль оказывает значимое воздействие на социально-экономическое развитие страны. Экономическое развитие Казахстана основано на освоение природных ресурсов. Одним из приоритетных направлений экономических реформ страны является инвестиционная политика государства, целью которого является высокий темп роста экономики страны и обеспечение климата для притока инвестиций, непосредственно в нефтегазовую отрасль. На территории Республики Казахстан 202 месторождения нефти и газа расположены. Они расположены между 6 из 14 регионов страны (Актюбинской, Атырауской, Западно-Казахстан, Кызылорда, Карагандинской и Мангистауской областях). Производство осуществляется 55 нефтегазовыми компаниями, основными из которых являются Тенгиз и Карачаганак [121].

В Казахстане на государственном балансе числится более 200 нефтегазовых месторождений, которые в большинстве своем расположены в западной части республики. Среди них такие месторождения-гиганты, как Тенгизское, обладающее извлекаемыми запасами свыше 7,9 млрд баррелей (1,14 млрд тонн), нефтегазоконденсатное месторождение Карачаганак с запасами газа 1,3 трлн м³ и конденсата 5,1 млрд баррелей (700 млн тонн).

Разведки из крупнейших нефтяных месторождений в мире повышает статус Казахстана как одного из крупнейших производителей углеводородов не только на региональном, но и на международном уровне. Добыча нефти и газового конденсата от нефти и газа бассейнов Казахстан составил до 79,5 млн. тонн в 2010 году до 4% от производства в 2009 году. Казахстан поднял нефти и газового конденсата экспорт до 72 миллионов тонн в 2010 году, что составляет почти 91% от добытой нефти в 2010 году. Добыча газа в Казахстан в 2010 году составил до 37,4 млрд куб. На данный момент казахстанский газ поставляется в Россию только, однако он сказал, что другого независимого трубопровода будет построена в направлении Китая в 2013 году. Ожидаемое количество казахстанского газа для поставки в Китай 10 миллиардов кубических метров [122].

Таблица 14 – Крупнейшие разрабатываемые нефтяные месторождения Республики Казахстан [123]

Месторождение	Удельный вес в добыче, %
Тенгизское	31,1
Узеньское	20,8
Карачаганакское	10,5
Каламкас	6,8
Жетыбай	6,1
Жанажол	5,0
Каражанбас	4,1
Кумколь	3,8
Другие	11,5

АО “Разведка Добыча “КазМунайГаз” (РД КМГ) входит в тройку лидеров по объему добычи нефти в Казахстане. Ее объем нефтедобычи в 2009 году достиг 11,5 млн тонн нефти (232 тыс. баррелей в сутки) с учетом долей в СП “Казгермунай” и SCEL (“Каражанбасмунай”). Объем доказанных и вероятных запасов РД КМГ составлял 241 млн тонн (1,8 млрд баррелей) по состоянию на конец 2008 года, а с учетом долей в зависимых компаниях - более 2,1 млрд баррелей. Акции компании прошли листинг на KASE, а ГДР - на Лондонской фондовой бирже.

Реализация II этапа проекта ТОО “Тенгизшевройл” (ТШО) позволит увеличить нефтедобычу до более чем 36 млн тонн в год. Благодаря обратной закачке газа возрастут объемы запасов извлекаемого газа на весь период эксплуатации месторождения, кроме того, значительно увеличатся денежные выплаты Республике Казахстан. “Мы ожидаем получить одобрение от правительства и партнеров для перехода на стадию детального проектирования к концу текущего года. Основные строительные работы будут проводиться в 2014 и 2015 годах [124].

Акционерами Каспийский трубопроводный консорциум (КТК), обеспечивающий поставки сырой нефти из Казахстана и России через морской терминал “Южная Озерейка-2” на Черном море являются Российская Федерация (в лице “Транснефти”) - 31%, Республика Казахстан (представлена нацкомпанией “КазМунайГаз” - 19% и Kazakhstan Pipeline Ventures LLC - 1,75%) - 20,75%, Chevron Caspian Pipeline Consortium Company - 15%, LUKARCO B.V. - 12,5%, Mobil Caspian Pipeline Company - 7,5%, Rosneft-Shell Caspian Ventures Limited - 7,5%, BG Overseas Holding Limited - 2%, Eni International N.A. N.V. S.ar.l. - 2%, Oryx Caspian Pipeline LLC - 1,75% [125].

Предприятия нефтегазового комплекса Казахстана состоят из следующей структуры: разведка, добыча, транспорт, сервисные работы, переработка, маркетинг; производство оборудования; проектно-исследовательское направление.

Как экономический институт, непосредственно на уровне организации, предприятия нефтегазового комплекса осуществляют функции управленческого характера:

- Непосредственная координация и участие в управлении;
- Разработка стратегии в рамках промышленной политики;
- Согласование и утверждение индикативных планов;
- Управление госпакетами (Совет директоров);
- Лицензирование видов деятельности;
- Контроль за разработкой месторождений;
- Транзитные квоты на экспорт;
- Диспетчерское регулирование;
- Научно-техническая координация.

С участием и при взаимодействии с другими ведомствами можно выделить следующие функции:

- Структурная оптимизация и меры по приватизации;

- Фискальная политика (роялти, акцизы);
- Нормативное регулирование (законы, правила, положения);
- Тарифное регулирование;
- Мониторинг недропользователей (договора, контракты).

В развитии нефтегазового комплекса РК на современном этапе четко прослеживаются три основные тенденции: во-первых, нефтегазовый комплекс на сегодняшний день для Казахстана является одной из стратегических составляющих реального обеспечения экономической независимости страны, ее международной экономической безопасности и внутриэкономической стабильности. Во-вторых, РК уже включена в широкие мирохозяйственные связи, вовлечена в процессы международной экономической интеграции. Нефть и газ издавна являются как предметом международной торговли и сотрудничества, так и объектом соперничества, т.е. наряду с удовлетворением экономических интересов многих стран на мировом рынке реализуются и масштабные политические цели, что порой приобретает даже главенствующее значение. В-третьих, разработка нефтяных и газовых проектов напрямую и через налоговые поступления в бюджет страны позволяет РК наращивать темпы и объемы успешной реализации социально-экономических программ, включая экологическое оздоровление многих территорий [126-127].

Нефтедобывающий сектор экономики Казахстана является основной и наиболее динамично развивающейся отраслью экономики Республики Казахстан. Он обеспечивает значительную часть национального валового продукта, бюджетных доходов и валютных поступлений в страну. Доходы от продажи углеводородов очень важны для экономики страны. За годы независимости нефтегазовая отрасль выросла, окрепла и стала локомотивом экономики. За этот небольшой отрезок времени нефтегазовый сектор вместе с национальной экономикой испытал все трудности переходного периода и рыночных реформ, пережил последствия мировых экономических кризисов. В отрасли произошли кардинальные структурные преобразования, радикальные реформы в системе управления.

У казахстанской экономики отсутствовали достаточные финансовые ресурсы для освоения углеводородных богатств. Политика привлечения иностранных инвестиций, начатая на заре независимости, оказалась правильной. На сегодняшний день общая стоимость проектов подписанных соглашений в нефтегазовой отрасли без учета приватизационных проектов оценивается в сотни млрд. долларов. Наши партнерские связи с иностранными компаниями приносят в Казахстан не только инвестиции, но и помогают нашему становлению на мировом нефтяном рынке. Кроме того, в Казахстане появляются и собственные инвестиционные возможности, отечественные инвесторы, готовые направлять свои капиталы в перспективные проекты. Доля иностранного капитала сократилась до половины общего объема инвестиций. Это означает, что у нашей страны появились достаточно мощные финансовые источники для финансирования крупных проектов собственными силами. Все это предполагает необходимость изменения стратегии развития нефтегазового

сектора экономики Казахстана. Необходимо постепенно, не ущемляя интересов иностранных инвесторов, приводить в соответствие с нашими национальными интересами ситуацию в нефтегазовом секторе экономики страны. Прежде всего, это касается законодательства для иностранных и отечественных инвесторов, а также увеличения государственного сектора в структуре нефтегазового комплекса.

Изменения в нефтяном законодательстве Казахстана, вызванные государственным и правовым регулированием нефтегазовой промышленности, нашли отражение в ряде дополнительных нормативно-правовых актов:

1. Закон Республики Казахстан от 1 декабря 2004 г. (вступил в силу 8 декабря 2004 г.) «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам недропользования и проведения нефтяных операций в Республике Казахстан».

2. Закон Республики Казахстан от 8 июля 2005 г. (вступил в силу 15 июля 2005 г.) «О соглашениях (контрактах) о разделе продукции при проведении нефтяных операций на море».

3. Постановление Правительства РК от 24 августа 2005 г. «Об утверждении Правил определения рыночной цены, реализуемой сырой нефти, газового конденсата». Рыночная цена определяется, как среднее статистическое между ежедневными котировками «Юралс Средиземноморье» и «Датированный Брент», согласно информации специализированного источника «Platts Crude Oil Market Wire».

4. Закон Республики Казахстан от 14 октября 2005 г. (вступил в силу 18 октября 2005 г.) «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам недропользования и проведения нефтяных операций в Республике Казахстан».

5. Постановление Правительства РК от 31 мая 2006 г. № 478 «Об утверждении Правил измерения и взвешивания нефти, добываемой на контрактной территории, производимой подрядчиком». Это Постановление определяет требования к измерению и взвешиванию нефти в соответствии с принятыми международными стандартами.

6. Постановление Правительства РК от 07 августа 2006 г. «О предоставлении информации государственным органам по предприятиям нефтегазового сектора», принятое в целях анализа и прогнозирования объемов поступающих доходов от нефтяного сектора в национальных фонд РК, обязывающее Министерство экономики и бюджетного планирования, Министерство энергетики и минеральных ресурсов представлять информацию о предприятиях нефтегазового сектора на постоянной основе.

7. Постановление Правительства РК от 20 октября 2006 г. № 1009 «Об утверждении Правил ведения единой базы данных по добычи и обороту нефти», предусматривающее эффективный государственный мониторинг за добычей и оборотом нефти, добываемой на территории РК .

8. Закон Республики Казахстан от 24 октября 2007 г. «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О недрах и недропользовании».

9. Закон Республики Казахстан от 24 июня 2010 г. «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О недрах и недропользовании».

Основными нормативно-правовыми актами, регулирующими деятельность нефтегазового сектора, наряду с Конституцией и Гражданским кодексом стали законы "О недрах и недропользовании", "О нефти", "О налогах и других обязательных платежах в бюджет", "О таможенном деле", "Об инвестициях". К настоящему времени Казахстаном подписано около 40 межгосударственных соглашений о взаимной поддержке и защите инвестиций, из которых 35 уже ратифицировано. Начинаясь полномасштабному освоению казахстанского сектора Каспийского моря предшествовали межгосударственные договоренности с Россией и Азербайджаном по разграничению шельфа на национальные секторы, соответствующие соглашения были ратифицированы Парламентом. В связи с этим возникла необходимость внести изменения в законы "О нефти" и "О недрах и недропользовании", учитывающие особенности шельфовых проектов.

На основе проведенного конкретного социологического исследования выявлены основные параметры развития нефтегазовой отрасли РК и ее роль в экономическом развитии Западного региона и казахстанского общества.

В 2011 году объем добычи нефти в Казахстане составил 80 млн. тонн. Для сравнения в 1991 году этот показатель составлял 26 млн., а в 2001 г. - 40 млн. тонн. Как видим, за последние 20 лет объем добычи увеличился более чем в 3 раза. Однако за последние годы отмечается снижение темпов добычи нефти. Так, в 2012 году в Казахстане планировалось добыть 81 млн. тонн нефти и газового конденсата, тогда как первоначальный прогноз Министерства нефти и газа РК составлял 83 млн. тонн. По оценкам экспертов, «сокращение объема добычи нефти в стране связано с корректировками производственных показателей некоторыми нефтедобывающими предприятиями» [128].

Несмотря на это, Казахстан остается одним из крупных игроков на рынке нефтедобычи.

Согласно рейтингу Центра экономических исследований «РИА-Аналитика», который составлен на основе опубликованных ОПЕК данных, Казахстан занял 16-ое место в мире по уровню добычи нефти. В процентном соотношении на долю Казахстана приходится около 2% добываемой нефти в мире. Разведанный объем углеводородного запаса составляет 3,3% мирового запаса.

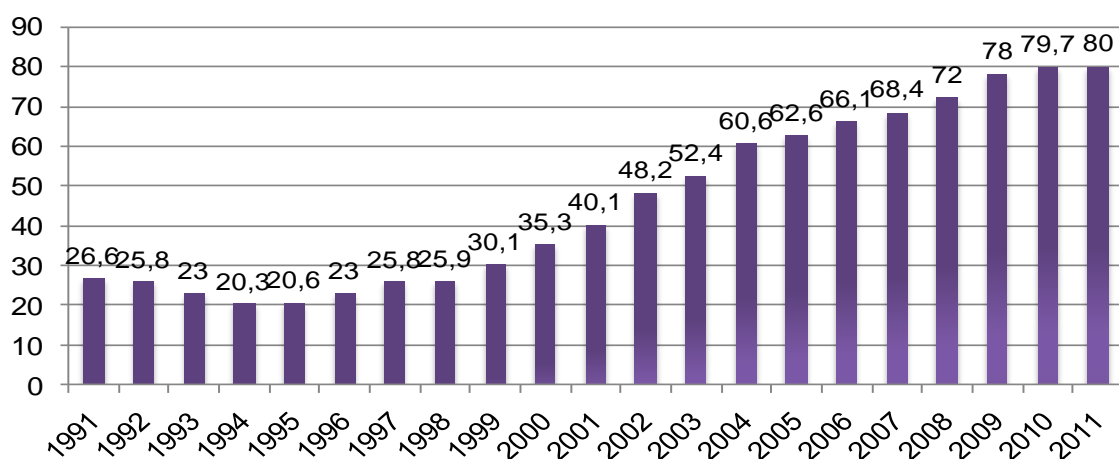


Рисунок 4 - Показатели добычи нефти в Казахстане (млн.тонн)

Примечание – Источник [128]

Всего на территории страны расположены 172 нефтяных и 42 конденсатных месторождений. 80 месторождений находятся на разработке. Нефтегазоносные районы занимают около 62% от общей площади территории Казахстана. Около 90% запасов нефти в Казахстане сконцентрированы в 15 крупнейших месторождениях – Тенгиз, Кашаган, Карачаганак, Узень, Жетыбай, Жанажол, Каламкас, Кенкияк, Каражанбас, Кумколь, Бузачи Северные, Алибекмола, Прорва Центральная и Восточная, Кенбай, Королевское. Месторождения находятся на территории шести из четырнадцати областей Казахстана. Это Актюбинская, Атырауская, Западно-Казахстанская, Карагандинская, Кызылординская и Мангистауская области. При этом примерно 70% запасов углеводородов сконцентрировано на западе Казахстана.

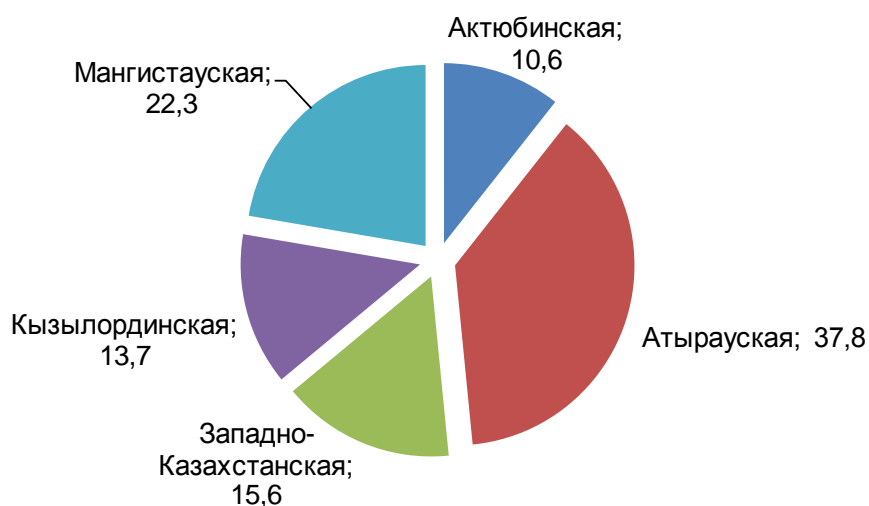


Рисунок 5 – Нефтедобыча в разных регионах страны [128]

Как видно из рисунка, по уровню добычи нефти лидирует Атырауская область, на долю которой приходится 39% от общего объема нефтедобычи.

Второе место занимает Мангистауская область с показателем в 22%. В Западно-Казахстанской области добывается 16%, в Кызылординской 14% нефти. На долю Актюбинской области приходится 11% нефтедобычи. Нефтегазовый комплекс играет ключевую роль в структуре экономики страны. В 2011 году в виде налогов и других отчислений от компаний нефтегазового сектора в государственный бюджет поступило около 3,8 трлн. тенге (более \$25,6 млрд.) [128]. Доля нефтегазовой отрасли в ВВП составляет более 20%. Объем промышленного производства по нефтедобычи в 2011 году составил 8 520 млрд. тенге, что более чем в 2 раза превышает аналогичный показатель за 2007 год. Положительная динамика наблюдается по такому показателю, как «доля продукции в общем объеме промышленной продукции» с 48% в 2007 до 54% в 2011 году. Численность персонала, занятой непосредственно в секторе добычи нефти составляет 44 тыс. человек, и, как видим, за последние пять лет их число стабильно растет. Однако наибольшая положительная динамика фиксируется по такому критерию как «среднемесячная заработная плата персонала основной деятельности». В 2011 году работник нефтедобывающих предприятий в среднем получил 311 тыс. тенге, что практически в 2 раза выше аналогичного показателя за 2007 год. Противоположная тенденция наблюдается по показателю рентабельности этой сферы. Как показано в таблице, в 2011 году рентабельность нефтедобычи составила 136% против 158% в 2007 году. Наибольшее падение уровня рентабельности наблюдалось в кризисные годы – в 2008-2009 гг.

Таблица 15 - Динамика экономических показателей по виду деятельности «Добыча сырой нефти» [128]

	2007	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5	6
Объем промышленного производства, млрд.тенге	3 777	5 267	4 605	6 154	8 520
Доля продукции в общем объеме производства промышленной продукции, в %	48,1	51,7	50,5	50,8	53,5
Число промышленных предприятий и производств – всего	68	75	84	85	85
Численность персонала основной деятельности, тыс. человек	37,0	39,1	41,3	42,1	44,0

Продолжение таблицы 15

1	2	3	4	5	6
Среднемесячная заработная плата персонала основной деятельности, тенге	160704	194648	221387	273007	311857
Рентабельность, в %	157,5	125,6	66,6	133,2	135,6

В ходе экспертных интервью, представителям нефтедобывающих компаний было предложено оценить уровень развития нефтегазовой промышленности в целом. (Задавался открытый вопрос, предполагающий развернутые ответы). Согласно полученным данным, подавляющее большинство экспертов склонно положительно оценивать состояние отрасли. Экспертами особо подчеркивается тот факт, что нефтегазовая промышленность обеспечивает около половины бюджетных поступлений, а также играет ключевую роль в формировании ВВП.

Одной из главных характеристик нефтегазовой отрасли эксперты называют динамичное развитие, выражающееся в увеличении объемов добычи, а также внедрении новых технологий для интенсификации и оптимизации процесса добычи. Основными факторами роста отрасли называются:

- «Высокая инвестиционная привлекательность отрасли»;
- «положительная динамика развития глобального нефтегазового рынка, обуславливающая расширенные возможности сбыта продукции на внешних рынках и наличие ликвидности, доступной для вложения в разведку и добычу»;
- «расширение производственных мощностей ряда уже существующих месторождений, а также ввод новых (Кашаган)».

В качестве положительных характеристик отрасли также эксперты отмечают: интеграцию в мировую экономику, взросление корпоративных структур, а также ужесточение государственного регулирования: «Вместе с тем стоит отметить и Государственную политику в привлечении иностранных инвестиции в эту отрасль, где со стороны Республики в последние годы применяются более строгие правила игры, в особенности в отношении развития местного содержания».

Около 1/4 опрошенных экспертов также признают позитивные сдвиги в развитии нефтегазовой промышленности, но, одновременно, указывают на существующие трудности в этой сфере. В частности, отмечается о несовершенстве законодательной базы и налоговой системы в сфере нефтедобычи, а также недостаточном использовании потенциала региона (отсутствие работ по разработке новых месторождений): «Состояние нефтегазовой отрасли республики находится на удовлетворительном уровне. Но нельзя сказать, что на очень высоком, учитывая те ресурсы, которыми обладает регион».

Вместе с тем, существует и критическая оценка состояния нефтегазовой отрасли. Отдельные эксперты полагают, что она находится в глубоком кризисе, так как рост показателей добычи практически не отражается на экономике нефтегазовых регионов, не говоря об уровне жизни их жителей. Причина – коррупция, отсутствие грамотного менеджмента, низкая квалификация работников, землячество:

«...если бы прибыль тратилась на улучшение благосостояния работников этой отрасли и экономики нефтегазовых регионов, но к сожалению тенденция наживы руководителями отрасли настолько глубоко прижилась, что вспышки протестов и даже человеческие жертвы уже не вызывают ни стыда, ни стеснения».

Для более детального описания ситуации экспертам предлагалось указать перечень наиболее актуальных проблем для нефтегазовой отрасли. В результате был получен широкий перечень обстоятельств, нерешенность которых выступает серьезным препятствием на пути развития отрасли. Их можно классифицировать следующим образом (Таблица 16):

Таблица 16 – Перечень наиболее актуальных проблем

Проблема	Комментарий
1	2
1. Низкое качество управления в нефтедобывающих компаниях, проблема коррупции	<ul style="list-style-type: none"> – «Нецелевое расходование прибыли» – «коррупция в сфере иностранных инвестиций» – «непрофессиональное руководство, не имеющее к производству никакого отношения». – «Низкий профессионализм и плохая организация работы в национальных компаниях. Со временем, к сожалению, ситуация не улучшается. В компаниях с иностранным участием лучше».
2. Экологические проблемы	<ul style="list-style-type: none"> – «экономия на экологической защите от производства» – «Разливы нефти на шельфе»
3. Истощение углеводородных запасов	<ul style="list-style-type: none"> – «Истощение запасов углеводорода и не полное их замещение вследствие недофинансирования поисковых работ на нефть и газ»; – «Ухудшение состояния минерально-сырьевой базы – рост доли трудноизвлекаемых запасов, увеличение фонда бездействующих скважин»;

Продолжение таблицы 16

1	2
4. Слабые социальные гарантии у работников отрасли	<ul style="list-style-type: none"> – «пренебрежение условиями труда и социальной защиты работников» – «На данный момент актуальны проблемы социального характера как адекватная оплата труда иностранным и местным специалистам».
5. Несовершенство законодательной базы и системы налогообложения	<ul style="list-style-type: none"> – «неопределенность законодательства и структуры надзорных органов по недропользованию». – «Негибкое налогообложение, препятствующее развитию отрасли». – «Вопросы налогов, законодательные нормы»
6. Низкий уровень безопасности труда	<ul style="list-style-type: none"> – «оборудование устаревшее» – «Слабый контроль над разработкой месторождений. Отсутствие контроля может привести к техногенным катастрофам».
7. Сокращение инвестиционной базы отрасли	<ul style="list-style-type: none"> – «Сокращение инвестиций в нефтедобычу»; – «Добыча нефти на истощенных месторождениях требует больших инвестиций, необходимо применение более современных технологий».
8. Низкий уровень профессиональной подготовки местных кадров, компаний	<ul style="list-style-type: none"> – Повышение уровня образования специалистов, путем повышения квалификации, обмена опытом и т.д. – «Одной из актуальных проблем в ближайшей перспективе может стать развитие местного содержания при возможном вступлении Республики в ВТО»

Как видим, проблемный ряд отрасли охватывает разные аспекты жизнедеятельности нефтедобывающих компаний и связаны, как с внешними, так и внутренними условиями.

В развитии нефтегазового комплекса РК на современном этапе четко прослеживаются три основные тенденции:

во-первых, нефтегазовый комплекс на сегодняшний день для Казахстана является одной из стратегических составляющих реального обеспечения экономической независимости страны, ее международной экономической безопасности и внутриэкономической стабильности.

Во-вторых, РК уже включена в широкие мирохозяйственные связи, вовлечена в процессы международной экономической интеграции. Нефть и газ издавна являются как предметом международной торговли и сотрудничества,

так и объектом соперничества, т.е. наряду с удовлетворением экономических интересов многих стран на мировом рынке реализуются и масштабные политические цели, что порой приобретает даже главенствующее значение. Сегодня, например, страна прилагает огромные усилия к тому, чтобы Каспий, на котором сошлись интересы многих (и не только прикаспийских) государств, не превратился в зону международных конфликтов, а стал бы, наоборот, морем дружбы и взаимовыгодного экономического сотрудничества. Партнерские связи с такими крупными мировыми компаниями, как Шеврон, Мобил, Бритиш газ, Бритиш петролеум, Тоталь, Аджип, Тексако, ЛУКОЙЛ, Газпром, Китайская нефтяная компания, Импекс и другие, приносят в Казахстан не только значительные инвестиции, но и серьезно способствуют становлению страны на мировых рынках нефти и газа.

В-третьих, разработка нефтяных и газовых проектов напрямую и через налоговые поступления в бюджет страны позволяет РК наращивать темпы и объемы успешной реализации социально-экономических программ, включая экологическое оздоровление многих территорий.

2.2. Становление корпоративной социальной ответственности в нефтегазовом секторе Казахстана

Развитие казахстанского бизнеса в процессе социально-экономических преобразований привело к распространению акционерной формы организации бизнеса, развитию интеграционных процессов и повышению роли корпоративного управления в нефтегазовом секторе Казахстана.

Развитие общества и бизнеса взаимосвязаны. Бизнес является неотъемлемой частью современного общества. Бизнес играет важную роль в создании богатства и инноваций, обеспечивая рынки и создания рабочих мест, в то же время содействовать общества, в котором он работает. Общество с другой стороны, как ожидается, обеспечить среду, в которой предприятия могли бы развиваться и процветать, что позволяет инвесторам получать прибыль, не опасаясь недобросовестных действий со стороны правительства [129].

В казахстанском обществе особое внимание уделяется развитию нефтегазовой отрасли. Данная отрасль экономики влияет на структуру бюджета и на процессы ценообразования в казахстанском обществе. Общество в свою очередь, влияет на эффективность функционирования бизнеса качеством и уровнем и составом рабочей силы в нефтегазовой индустрии, уровнем сбыта и продажи, также покупательской способностью потребителей, уровнем содержания и стабильными условиями труда. Благополучное социальное окружение, эффективные социально-экономические условия в казахстанском регионе, в том числе в Западном регионе способствует развитию бизнеса в нефтегазовой отрасли и стимулирует его социальную ответственность. Успешный бизнес в нефтегазовой отрасли измеряются такими индикаторами, как обеспеченность рабочими местами населения Западного региона, уровень инвестиции на производство товаров и услуг, доля налогов на государственном и на региональном уровне, налоговая дисциплинированность, структура и

эффективность социальных программ предприятия нефтегазовой структуры.

В настоящее время нефтегазовую политику Каспийского региона отражает уровень корпоративной социальной ответственности и направления социальной политики Ирана, России, Азербайджана, Казахстан, Туркмении.

Таблица 17 - Нефтегазовая политика стран каспийского региона [119]

Страны Каспийского региона	Нефтегазовая политика
Иран	Заинтересованность в скором освоении каспийских месторождений. Очевидно, что на сегодняшний день Иран заинтересован в сохранении природной среды Каспия. Для реализации собственных интересов Иран будет максимально использовать свое выгодное геополитическое положение и развивать транзитный потенциал.
Россия	Стремление контролировать как можно больший объем экспортируемых каспийских углеводородов, расширить свое участие в проектах добычи каспийских нефти и газа, главным образом в казахстанском секторе акватории
Азербайджан, Казахстан, Туркмения	Скорейшее привлечение иностранных инвестиций для разработки своих углеводородных ресурсов, создание новых трубопроводов, уменьшающих транспортную зависимость от России

На основе данной таблицы направлениями расширения нефтегазового сотрудничества стран Каспия можно отметить следующее:

- Совместная разработка месторождений, в т.ч. спорных;
- Разрешение вопросов спорных территорий;
- Согласование экологических аспектов развития региона;
- Развитие трубопроводной системы в Каспийском регионе;
- Осуществление взаимосогласованного экспорта энергоресурсов;
- Двухсторонняя торговля нефтью и газом на взаимовыгодной основе;
- Создание механизмов по привлечению необходимых инвестиций;
- Комплексное использование и развитие перерабатывающих мощностей;
- Кооперация в производстве и ремонте судов и морских платформ;
- Оптимальное использование существующей инфраструктуры;
- Обмен технологиями;

- Использование нефтегазового комплекса для развития смежных производств, улучшения уровня жизни граждан и повышения политической стабильности в регионе.

Страны-игроки по группам стратегических интересов распределились следующим образом:

1) Первая группа (круг интересов): прибрежные прикаспийские страны (Россия, Казахстан, Туркменистан, Азербайджан, Иран).

2) Вторая группа (круг интересов): страны - зоны транзита (Россия, Иран, Турция, Китай, Грузия, Армения, Украина, Румыния, Болгария и другие).

3) Третья группа (круг интересов): традиционные региональные игроки (Россия, Иран, Китай, Турция).

4) Четвертая группа (круг интересов): крупные мировые игроки (США, ЕС, Россия, Китай [119]).

В современном обществе корпоративное управление в нефтегазовом секторе Казахстана характеризуется как принцип организации деятельности компании, обеспечивающий соответствие реалиям конкретного региона, уровню развития общества. Следовательно, в настоящее время актуальным является изучение с социологической точки зрения проблемы корпоративного управления в дискурсе социально-корпоративной ответственности компаний нефтегазового сектора западного региона Казахстана. Разработка и введение в деловую практику Кодекса корпоративного поведения требует социологического анализа определения индикаторов социально-корпоративной ответственности производственных предприятий различных уровней.

В нашем обществе к социальной ответственности бизнеса последнее время уделяется особое внимание. Президент РК Н.А Назарбаев в статье «Социальная модернизация Казахстана: Двадцать шагов к Обществу Всеобщего Труда» отметил, что не только государство, все его уровни управления, но и частные структуры, все общество должны разделить ответственность за ход и результаты социальной модернизации. Бизнес является нераздельной частью общества, и динамичное развитие бизнеса невозможно без развития общества. Как показывает международный опыт, сфера корпоративной социальной ответственности в успешных странах идет параллельно с развитием государства [102]. В связи с этим стратегия развития крупнейших национальных компаний АО «НК «КазМунай-Газ», АО «Казпочта», АО «Казактелеком», АО «НК «Казакстан темір жолы», АО «KEGOC» и др., входящих в состав АО «Казахстанский холдинг по управлению государственными активами «Самрук», тесно связана с экономическими и политическими интересами Казахстана, обусловлена их статусом и призвана содействовать решению задач социально-экономического развития Республики Казахстан.

Успешное функционирование социально ответственного бизнеса является основой острых социальных проблем на уровне региона и конкретного предприятия. Ситуация после приобретения независимости Казахстана характеризуется углублением разрыва между богатыми и бедными, слабостью

гражданского общества, безработицы, усилением проблем экономического и социального характера, как миграция, инфляция, кризис и д. Результатом стали изменения в продолжительности жизни, состоянии здоровья казахстанцев, рост настроений пассивности и апатии. Эти явления негативно воздействовали на устойчивое социальное развитие общества. В этом отношении повышение социальной ответственности нефтегазовых компании в решении социальных проблем региона, в целом казахстанского общества играет огромную роль в улучшении социального самочувствия населения Западного региона.

Для анализа особенностей корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой индустрии Западного Казахстана необходимо проанализировать структурные изменения в данном регионе.

В четырех областях западного региона Казахстана на сегодняшний день проживает около 2,5 млн. человек, что составляет 15% от общей численности населения страны. Самой многочисленной является Актюбинская область с популяцией в 786 тыс. человек. В Западно-Казахстанской области проживает 613 тыс. человек. В Атырауской и Мангыстауской областях живут примерно одинаковое число казахстанцев – более 545 тыс. человек. За последние 20 лет численность населения региона выросла незначительно, на фоне других регионов страны. Так, если в 1994 году в западных областях проживало примерно 2,2 млн. человек, то сейчас их больше всего на 300 тыс. Увеличение популяции наблюдается во всех областях региона, за исключением Западно-Казахстанской области, где с начала 90-х количество жителей продолжает стабильно сокращаться.

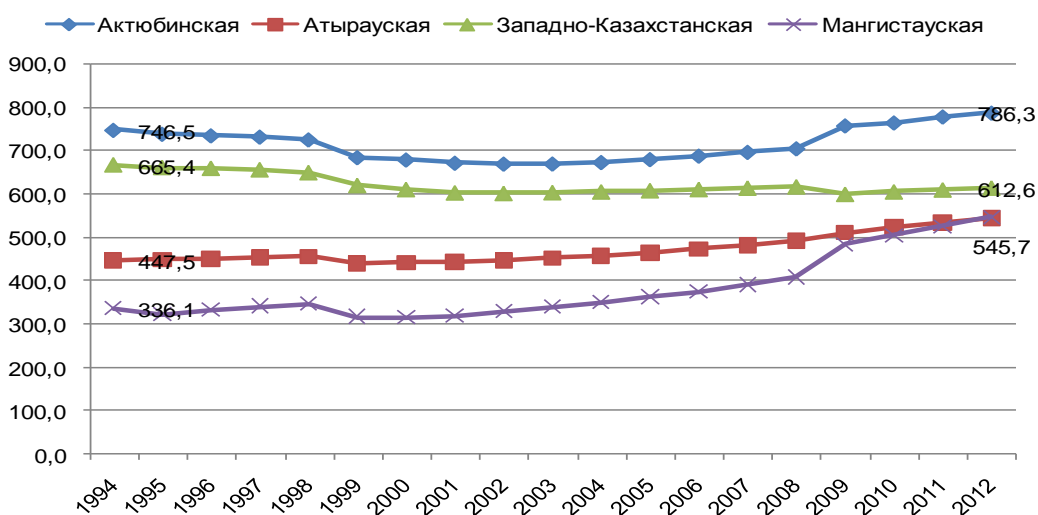


Рисунок 6 – Динамика численности населения западных областей РК за 1994-2012 гг. [130]

Приведенная выше рисунок свидетельствует о том, что рост популяции региона произошел, главным образом, за счет Атырауской и Мангыстауской областей. Особенно впечатляет динамика численности в Мангыстауской области, где прирост населения за последние 20 лет составил более 60% (с 336 до 546 тыс. человек).

Высокие темпы увеличения количества жителей региона обусловлены демографическими и социально-экономическими факторами. На сегодняшний день в Атырауской и Мангыстауской области один из самых высоких показателей рождаемости по республике. Если общереспубликанский коэффициент равен 23 (число родившихся на 1000 человек), то в указанных областях он составляет 29 и 30 человек соответственно. Как видно в следующем рисунке, переломным с точки зрения рождаемости периодом оказался 2000 год, когда кривая коэффициента резко пошла вверх.

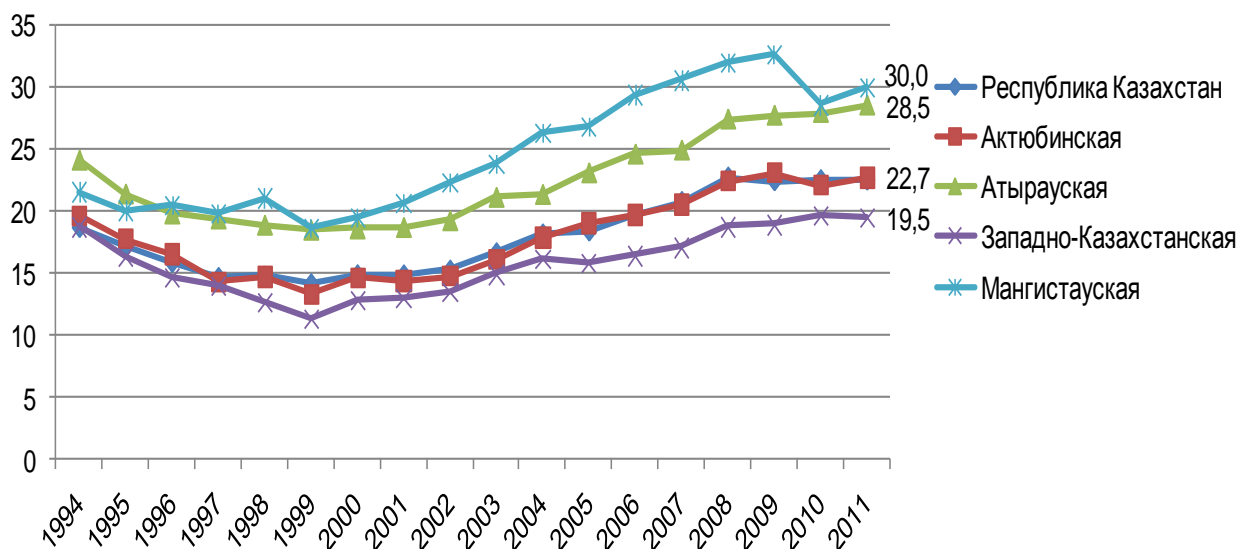


Рисунок 7 – Динамика коэффициента рождаемости в регионе в период с 1994-2011 гг. [130]

Сальдо миграции по региону составляет более 10 тыс. человек в год (по всем потокам), из которых 9 тыс. приходится на долю Мангыстауской области. Примечательно, что в других областях миграционное сальдо имеет нулевое или отрицательное значение. Данные статистики свидетельствуют о том, что стабильно высокой миграционной привлекательностью на протяжении последних десяти лет обладает лишь Мангыстауская область (см. диаграмму), в то время как в другие регионы количество прибывающих редко превышали число убывающих людей.

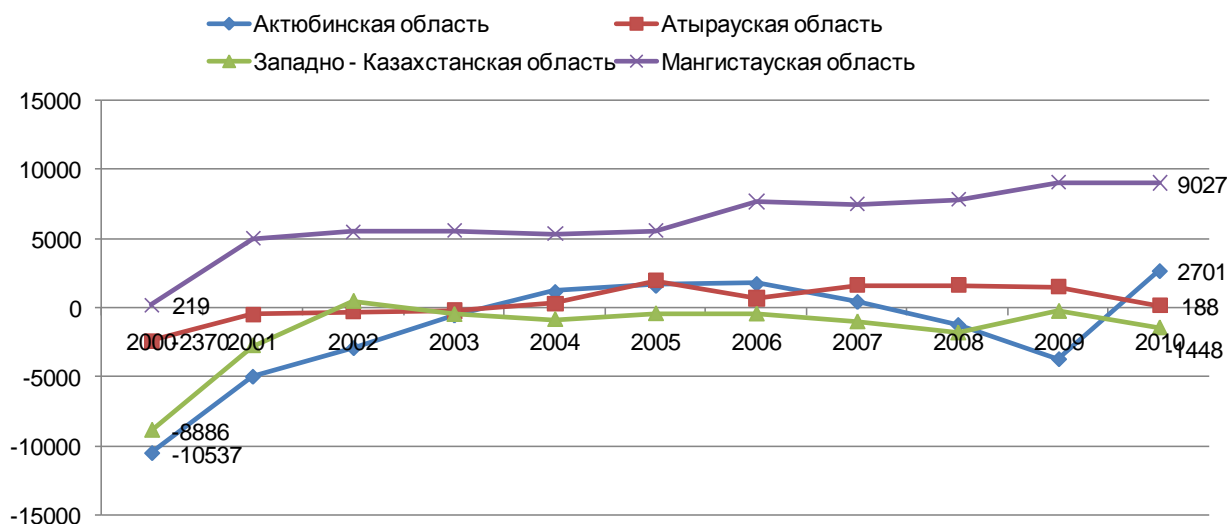


Рисунок 8 - Сальдо миграции по всем потокам в период с 2000-2010 гг. (человек) [130]

На рост популяции региона также повлияло снижение уровня смертности. В период с 1994 по 2011 гг. коэффициент смертности по региону снизился с 9 до 7,4 человек (при среднем показателе по республике в 8,7 человек). Как и в предыдущих случаях коэффициент смертности заметно варьирует в разных областях региона. Так, самый высокий показатель смертности фиксируется в ЗКО (9,7), а самый низкий – в Мангистауской области (5,3).

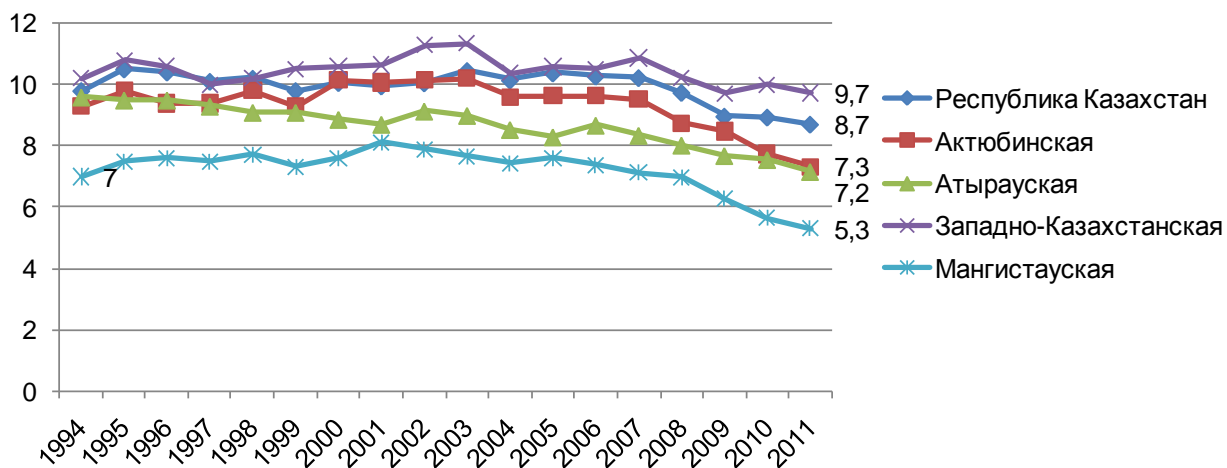


Рисунок 9 – Динамика коэффициента смертности (число умерших на 1000 человек) [130]

Текущая ситуация корпоративной социальной ответственности в Казахстане отличается от других стран. Поскольку основной отраслью страны является нефть, международные нефтяные компании были в то же время разработчиками политики корпоративной социальной ответственности в Казахстане. Подавляющее большинство казахстанских компаний осуществляют

политику корпоративной социальной ответственности бизнеса с целью повышения своего делового имиджа, инвестиционной привлекательности, приобретения доверия заинтересованных групп (потребителей, персонала, территориального сообщества и социума в целом).

Однако данная политика компаний нефтегазовой индустрии не способствует созданию единой концепции социальной корпоративной ответственности в данном секторе экономики. На современном этапе развития отдельные казахстанские компании, как и зарубежные крупные компании, предпринимают действия по внедрению международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений и т. д., но они вынуждены реализовать свою социальную политику в контексте превалирования неформальных практик с акцентом на ассистенциализм относительно взаимодействия по линии власть – бизнес-сообщество.

Подобный контекст ограничивает свободу действий бизнес-сообщества в свете реализации собственных социальных инициатив, вследствие чего действия бизнес-сообщества нередко характеризуются компульсивностью.

Такое положение во многом обусловлено:

а) недостаточной проработанностью государственной политики формирования корпоративной социальной ответственности;

б) несформированностью конгруэнтной системы социальных ожиданий бизнеса, государства и общества;

в) дизъюнкцией сопоставимых показателей, позволяющих сравнивать успехи отдельных компаний в области корпоративной социальной ответственности.

В нефтегазовом секторе Казахстана разработаны базовые индикаторы, отвечающие международным рекомендациям в этой сфере, и, одновременно с этим, данные показатели адаптированы к российским реалиям и законодательству. Практика бизнеса показывает, что там, где корпорации недостаточно эффективно реализуют принципы корпоративной социальной ответственности, возникают серьёзные проблемы – в коллективе, в местном сообществе, возникают вопросы с экологией. Известно, что повышения рыночной стоимости компании в современном мире сегодня не достигнуть без такого показателя, как деловая репутация (которая, кстати, имеет свой качественный и количественный показатель).

Поэтому формирование доверия к компании в коллективе, в обществе, в деловой среде – серьёзная работа. И она должна соответствовать лучшим стандартам и образцам, которые существуют в международной практике. Кроме того, проводимые преобразования в социальной сфере напрямую соотносятся с программой Главы государства «Социальная модернизация РК: 20 шагов к Обществу Всеобщего Труда», в которой чётко отмечается необходимость «найти оптимальный баланс между экономическими успехами и обеспечением общественных благ» [102]. Президентская программа является уникальным инновационным управленческим решением социальной модернизации общества.

Ключевыми факторами, сдерживающими предприятия от участия в решении социальных проблем общества, являются:

- непонимание, что такое корпоративная социальная ответственность. Ни у правительства, ни у компаний нет четкого понимания сущности термина;
- нехватка финансовых средств как причина неучастия в корпоративной социальной ответственности. Предприятия не хотят вкладывать деньги в то, что не даст выгоды в кратко и среднесрочной перспективе;
- аргумент о том, что социальные проекты это «функция государства»;
- недостаточная государственная поддержка бизнес структур, вовлеченных в корпоративную социальную ответственность;
- низкий уровень культуры предпринимательства;
- недостаточная эффективность и конкурентоспособность многих предприятий, непривлекательность их для внутренних и внешних инвесторов;
- несовершенство законодательства, которое не дает стимулов к социальной деятельности;
- невозможность контроля целевого использования средств, выделенных на корпоративную социальную ответственность;
- непрозрачность финансовой отчетности и, как следствие, коррумпированность системы отчетности [131].

Вопросы социальной ответственности бизнеса для устойчивого развития определяются и реализуются Республикой Казахстан на основе национальных приоритетов и особенностей, а также активного участия в соответствующих международных процессах, программах и инициативах, включая Глобальный договор ООН. На сегодняшний день 19 организаций Казахстана, включая частные компании, бизнес-ассоциации и неправительственные организации, присоединились к Глобальному договору ООН. Компании, присоединяясь к Глобальному договору, демонстрируют свое позитивное отношение и лидирующую позицию в отношении социальной ответственности бизнеса.

Первым тему социальной ответственности бизнеса в Казахстане поднял Президент Казахстана в своем февральском Послании народу 2005 года и в выступлении на II Конгрессе предпринимателей республики [132].

Инициатором нынешнего широкого обмена мнениями по проблемам и перспективам формирования эффективной модели социально-ответственного бизнеса в Казахстане, также возможности ее практической реализации в общенациональном масштабе стали Союз предпринимателей и работодателей РК "Атамекен", Программа развития Организации Объединенных Наций (ООН) в Казахстане и Центр политических исследований "Перспектива".

В рамках Стратегии Казахстана войти в число 50 наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся стран мира, Президент Нурсултан Назарбаев подчеркнул необходимость введения международных стандартов социальной ответственности бизнеса как один из приоритетов для дальнейшей модернизации общества. «Необходимо развивать и совершенствовать коллективно-договорные механизмы. Это касается заработной платы, охраны и безопасности труда, в том числе и экологической безопасности людей, профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов. Бизнес должен принимать участие в строительстве социальных объектов и развитии регионов» - сказал Глава государства.

В международной практике регулирования корпоративных отношений целесообразно выделить следующие факты:

1968 г.: Европейское экономическое сообщество принимает директиву о корпоративном законодательстве для европейских компаний (ЕЭС).

1987 г.: Комиссия Тредуэя (представляет доклад о мошенничестве при составлении финансовой отчетности, подтверждает роль и статус комитетов по аудиту и разрабатывает концепцию внутреннего контроля, или модель COSO (США, 1992).

Начало 1990 гг.: Крах корпораций Polly Peck (убытки 1,3 млрд. ф. ст.) и BCCI, а также мошенничество с пенсионным фондом компании Maxwell Communications (480 млн. ф. ст.) требуют усовершенствования практики корпоративного управления в целях защиты инвесторов (Великобритания).

1990 г.: Руководство по деятельности государственных пенсионных фондов штата

Калифорния (CalPERS).

1992 г.: Комитет Кэдбери публикует первый Кодекс корпоративного управления (Великобритания).

1993 г.: Компаниям, акции которых зарегистрированы на Лондонской фондовой бирже, вменяется в обязанность раскрывать информацию о соблюдении Кодекса

Кэдбери по принципу «подчиняйся или объясни» (Великобритания).

1994 – 1995 гг.: Публикация докладов Руттемана – о внутреннем контроле и финансовой отчетности, Гринбери – о вознаграждении членов советов директоров, и Хэмпеля – о фундаментальных принципах корпоративного управления (Великобритания).

1999 г.: Публикация «Принципов корпоративного управления ОЭСР», ставших первым международным документом в сфере регулирования корпоративных отношений.

2001 г.: Разработка и публикация российского Кодекса корпоративного поведения.

2002 г.: Публикация германского Кодекса корпоративного управления.

2002 г.: Крах корпорации Enron и другие корпоративные скандалы приводят к принятию Закона Сарбейнса-Оксли (США); опубликован доклад

Уинтера о реформе европейского корпоративного законодательства (ЕС).

2003 г.: Публикация докладов Хиггса о роли неисполнительных директоров, Смита – о комитетах по аудиту, введение новой редакции Объединенного Кодекса корпоративного управления (Великобритания).

Помимо перечисленных выше документов, в международной практике известны примеры подготовки и использования иных документов, которые также позволяют регулировать корпоративные отношения, таких, например, как разработанные ОЭСР Конвенция по борьбе с взяточничеством в международных деловых операциях, Руководство для транснациональных предприятий, документы, направленные на снижение недобросовестной налоговой конкуренции и пагубного влияния картельных соглашений по ключевым видам ресурсов, Рекомендации по совершенствованию этических норм поведения государственных служащих и др. [133].

Так, Трудовым Кодексом закреплены нормы:

- по развитию социального партнерства – системы взаимоотношений между работниками, работодателями, государственными органами – направленной на обеспечение согласования их интересов по вопросам регулирования трудовых отношений (глава 29 Раздела 4 Кодекса);- по заключению коллективных договоров, отраслевых соглашений между работодателями и работниками (глава 30 Раздела 4 Кодекса) [134]. Законом РК «О частном предпринимательстве» провозглашено добровольное право предпринимателя применять в своей деятельности меры социальной ответственности бизнеса путем реализации или участия в реализации проектов в социальной, экономической и экологической сферах (статьи 1, 8 Закона). [135].

Налоговым кодексом Республики Казахстан предусмотрены меры по стимулированию бизнеса для участия в социальных проектах. Так, налогоплательщики имеют право на уменьшение подоходного налога в размере общей суммы, не превышающей 3 процентов от налогооблагаемого дохода, на такие виды расходов как: стоимость имущества, безвозмездно переданного некоммерческим организациям и организациям, осуществляющим деятельность в социальной сфере, спонсорскую и благотворительную помощь (статья 133 Кодекса) [136].

Также с 1 января 2009 года предусмотрены меры по стимулированию бизнеса в виде снижения ставки корпоративного подоходного налога (статья 147 Кодекса). Законодательство в области государственных закупок регламентирует предоставление определенных скидок при проведении конкурсных процедур для уменьшения условной цены заявки потенциального поставщика при наличии казахстанского содержания (статья 17 Закона).

На государственном уровне вовлеченными по формированию корпоративной социальной ответственности являются Министерство экономического развития и торговли в сфере поддержки предпринимательства, Министерство охраны окружающей среды в сфере охраны окружающей среды, Министерство труда и социальной защиты в области охраны труда, занятости и

социальной защиты населения.

На сегодняшний день в Казахстане действует государственный стандарт РК «Социальная ответственность. Требования» (SA 8000:2001). Однако, по мнению многих специалистов необходима актуализация данного стандарта с учетом новых тенденций в развитии социально-трудовых отношений. В 2010 году был принят международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности», который представляет собой руководство по основным проблемам и способам интеграции социально ответственного поведения в стратегии предприятия.

С 2011 года в Казахстане действует Клуб по корпоративной социальной ответственности, основная миссия которого заключается в формировании и развитии культуры к путем продвижения и распространения наилучшей практики и стандартов, направленных на развитие партнерства государства, бизнеса, сообщества и каждого отдельного индивидуума.

В Казахстане будет разработана Национальная стратегия по корпоративной социальной ответственности. Создание подобного документа инициирует Фонд Евразия Центральной Азии (ФЕЦА) при донорской поддержке посольства Королевства Нидерландов в Республике Казахстан. Планируется, что стратегия по корпоративной социальной ответственности станет результатом проекта «Разработка единого подхода к продвижению концепции по корпоративной социальной ответственности в Казахстане», который был презентован в Астане представителям государственных структур, международного и национального бизнеса и общественных организаций. Цель стратегии, который реализовывается, начиная с сентября 2012 года, – разработка единого подхода в продвижении корпоративной социальной ответственности в Казахстане. Эта цель будет достигаться через решение не менее практических задач, таких как создание диалоговой площадки для вовлечения основных игроков в сфере корпоративной социальной ответственности, проведение широкомасштабного исследования для определения основных проблем, формирование рабочей группы, состоящей из основных заинтересованных сторон для разработки Национальной стратегии по корпоративной социальной ответственности и ее представление правительству и парламенту страны для дальнейшего продвижения.

На состоявшейся в г. Астане международной конференции «Пути продвижения принципов корпоративной социальной ответственности в Казахстане» отмечен недостаточный уровень понимания и отношения казахстанского бизнеса к корпоративной социальной ответственности. Участники конференции, проанализировав и обсудив круг проблем и аспектов развития и продвижения корпоративной социальной ответственности, основываясь на разносторонних теоретических и методологических подходах, международном опыте, выработали консолидированное мнение, которое объективно отражает текущее состояние и перспективы развития Корпоративной социальной ответственности в Казахстане. Как было отмечено в ходе конференции, в Республике

продолжается процесс социально-экономической модернизации общества, принимаются меры по популяризации и поддержке применения принципов корпоративной социальной ответственности. В частности, проведен первый республиканский Форум по вопросам социальной ответственности бизнеса. Учрежден ежегодный конкурс по социальной ответственности бизнеса «Парыз». В регионах проведен ряд круглых столов и семинаров по продвижению корпоративной социальной ответственности.

Однако, как показали последние исследования, существующий уровень понимания и отношения казахстанского бизнеса к КСО является недостаточным для широкого вовлечения предприятий в практику социальной ответственности. Игнорирование социальной отчетности бизнесом и отсутствие регулярного освещения в СМИ деятельности по КСО ухудшает понимание обществом вклада бизнеса в решение проблем устойчивого развития Казахстана. Предприниматели для активизации своей социально ориентированной деятельности нуждаются в поддержке со стороны государства.

Постоянный представитель ПРООН в Казахстане Хаолинь Шу ПРООН провела в 2008 году исследование с целью выявить уровень развития корпоративной социальной ответственности в Казахстане. Было опрошено 440 руководителей крупных предприятий, государственных органов и общественных организаций. Исследование позволило получить объективную оценку отношения руководителей к корпоративной социальной ответственности. Было установлено, что происходит смещение акцентов от традиционной благотворительности к внутренней корпоративной социальной ответственности, и ответственности по отношению к партнерам в бизнесе. ПРООН выяснила уровень развития корпоративной социальной ответственности в РК [137].

По результатам одного из блоков комплексного мониторингового исследования «Казахстанский предприниматель: самооценка собственной истории, предназначения и перспектив», проводимого в рамках проекта АО «Фонд развития предпринимательства «ДАМУ» исследовательским центром BISAM Central Asia под руководством Президента данной организации Л.Я. Гуревичем выявлены представления предпринимателями самого понятия «социальная ответственность бизнеса».

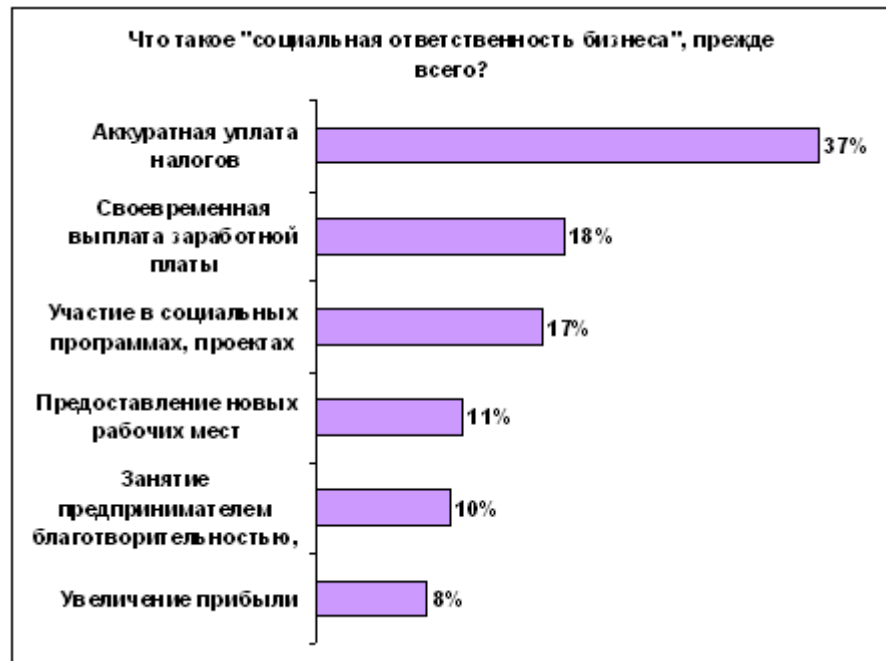


Рисунок 10 - Что такое социальная ответственность бизнеса, прежде всего [138]

Как показывают результаты социологического исследования понимание социальной ответственности у большинства предпринимателей пока не выходит за рамки исполнения закона и честного ведения дела. Для большинства предпринимателей данное понятие понимается как своевременное уплата налогов, выплата заработной платы, участие в социальных программах и т.д. Нет и единого понимания в обществе и деловой среде относительно того, что такое корпоративная социальная ответственность и какую пользу может принести бизнесу социально ответственное поведение.

Как показывают анализ функционирования нефтегазовых корпорации в Казахстане используются многие элементы мировой практики ведения корпоративной социальной ответственности.

В целом можно выделить следующие основные направления корпоративной социальной ответственности, часто встречаемые в Казахстане:

1) Политика организаций в области охраны окружающей среды, охраны здоровья и обеспечения безопасности направлена на корпоративное управление по предупреждению травматизма и аварий, снижению вредного воздействия на окружающую среду.

2) Спонсорство и благотворительность

3) Социальное партнерство

4) Поддержка спорта

5) Образовательные программы

В заключении, социальная ответственность бизнеса - ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или

неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом.

С одной стороны без должного внимания к требованиям и запросам общества компания не сможет получать доходы, так как не будет мотивации у сотрудников к работе и у клиентов к покупкам.

С другой стороны социальная ответственность — это не правило, а этический принцип, который основывается на моральных нормах и ценностях и зависит от внутренних устоев людей, принимающих решение взаимодействовать ли компании с обществом вне основной деятельности в рамках безвозмездной помощи. В реальности же социальная ответственность казахстанских компаний представляет собой золотую середину, где включены и этические принципы и инвестиции в будущее на долгосрочную перспективу.

2.3. Анализ влияния нефтегазовой отрасли на социально-экономическую ситуацию в Западном регионе Казахстана

Нефтегазовый сектор является системообразующим сегментом экономики, поэтому трудно переоценить то влияние, которое он оказывает на ситуацию в регионе в целом. Эксперты, опрошенные в ходе интервью, также признают определяющую роль нефтегазового сектора в социально-экономическом развитии западного региона. При этом, отмечаются как положительные, так и отрицательные стороны присутствия нефтедобывающих предприятий на территории западных областей.

В качестве самого главного плюса эксперты называют создание рабочих мест, а также сравнительно высокий уровень оплаты труда, которую могут предложить нефтегазовые компании. Данное обстоятельство напрямую влияет на уровень жизни местного населения, так как наличие высокодоходной группы в лице работников нефтегазовых компании повышает платежеспособный спрос, а также стимулирует развитие других отраслей.

Нефтегазовая специализация оказывает мультипликативный эффект в региональной экономике – это не только привлечение инвестиций, развитие промышленности и инфраструктуры, но и появление новых производств и группы сопутствующих (сервисных) компаний, возникающих вокруг крупных нефтегазовых предприятий.

Обучение местных кадров нефтегазовым специальностям, а также повышение их квалификации в соответствии с международными стандартами также выступает существенным преимуществом присутствия в регионе нефтегазовых компаний. По оценкам экспертов, ежегодно национальные и иностранные компании выделяют значительные средства на обучение и переобучение специалистов, а также выделяют учебные гранты для выпускников западных областей. (Хотя, отдельные эксперты считают, что положительный эффект в связи с занятостью части населения в нефтегазовом секторе идет на снижение, так как на многих предприятиях идет сокращение специалистов). Вместе с тем, нефтегазовые предприятия часто выступают

донорами для различных социальных проектов, реализуемых как внутри компании, так и на уровне местных органов власти, что в целом оказывает положительное влияние на социальную ситуацию в регионе.

Вместе с ключевыми преимуществами эксперты отмечали негативные последствия присутствия в регионе нефтегазовых компаний. Как показал анализ, существует целый ряд направлений по которым влияние нефтегазовых компаний на ситуацию в регионе отмечается со знаком «минус».

Практически все эксперты сходятся во мнении, что главной издержкой деятельности нефтегазовых компаний является загрязнение окружающей среды. По оценкам экспертов, экологическая ситуация в регионе с каждым годом продолжает ухудшаться, в том числе из-за не выполнения этими предприятиями экологических нормативов. Отмечается об экологических нарушениях со стороны нефтегазовых компаний и слабом контроле надзорными государственными органами ситуации в сфере экологической безопасности. Негативная оценка роли нефтегазовых компаний связана с ухудшением здоровья местного населения. По мнению экспертов, в результате загрязнения окружающей среды в регионе с каждым годом растет уровень заболеваемости. Тем самым, считается, что плохое состояние атмосферы, воды и почвы наносит непоправимый вред качеству человеческого потенциала.

Нефтегазовая специализация региона оказывает также негативное воздействие на реальный сектор экономики, связанный с производством и переработкой. Уже сейчас, по оценкам экспертов, налицо все признаки «голландской болезни», когда из-за увеличения экспортных доходов укрепляется национальная валюта, снижается конкурентоспособность открытого сектора, развивается сырьевой и сервисный сектор в ущерб обрабатывающему. В связи с тем, что сырьевые доходы позволяют поддерживать относительно приемлемый уровень жизни снижается мотивация и необходимость развития реального производственного сектора, что в долгосрочной перспективе приводит к застою и упадку экономики. В социальной сфере эксперты отмечают целый ряд проблем, возникающих в связи с нефтегазовой ориентированностью экономики. Во-первых, это - увеличивающийся разрыв между обеспеченными и необеспеченными слоями общества. Во-вторых, высокая инфляция на рынке потребительских товаров и недвижимости. В-третьих, разделение общества на нефтяников и тех, кто работает в других отраслях. В комплексе эти проблемы существенно ухудшают социальное самочувствие и повышают уровень напряженности в регионе. В качестве системных рисков также экспертами рассматривается проблема неравенства оплаты труда на нефтегазовых предприятиях между местными и иностранными рабочими. Эксперты считают, что такая практика нарушает права казахстанских рабочих и приводит к росту конфликтности в трудовых коллективах. Таким образом, анализ развернутых экспертных оценок дает общее представление о позитивных и негативных последствиях присутствия в регионе нефтегазовых компаний. Для дополнения полученной картины экспертам задавался следующий закрытый вопрос *«Как Вы оцениваете*

степень влияния нефтегазовой отрасли на следующие сферы социально-экономической жизни области?». (Для оценки была предложена 10-балльная шкала). Согласно полученным данным, экология оказалась сферой наиболее подверженной влиянию нефтегазовой отрасли. В среднем степень воздействия на нее нефтегазовой промышленности экспертами была оценена в 7,8 баллов, что соответствует характеристике «существенное влияние».

Значительным оценивается воздействие нефтегазовой отрасли на уровень социального расслоения в регионе (7,35 баллов).

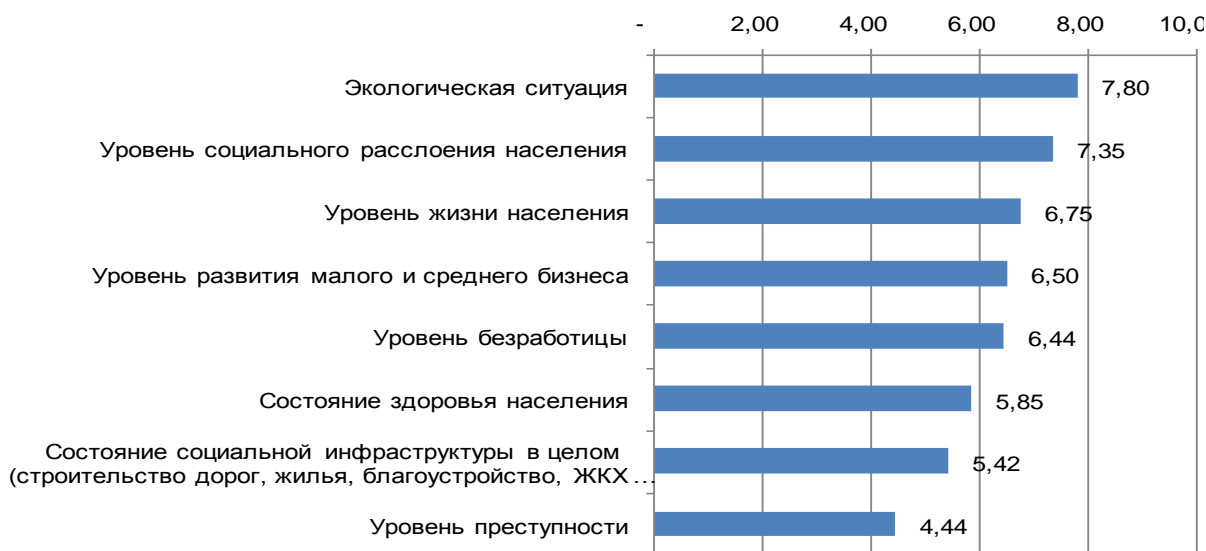
Высокой можно считать степень влияния нефтегазового сектора на следующие аспекты социальной ситуации в регионе:

- уровень жизни населения (6,75);
- уровень развития малого и среднего бизнеса (6,50);
- уровень безработицы в регионе (6,44).

Средняя степень влияния нефтегазовая отрасль оказывает на...

- состояния здоровья населения (5,85)
- состояние социальной инфраструктуры в целом (5,42)

По оценкам экспертов, наименее слабо выражена связь между нефтегазовой промышленностью и уровнем преступностью в регионе (4,44).



Для оценки используйте 10-балльную шкалу, где 0 – отсутствие влияния, 10 – абсолютная степень влияния»

Рисунок 11 – «Как Вы оцениваете степень влияния нефтегазовой отрасли на следующие сферы социально-экономической жизни области»

Примечание - Составлена автором

Далее экспертам задавался вопрос о характере влияния отрасли на указанные сферы. Оценка производилась по шкале от «-3» до «3», где первое обозначало крайне негативную, а второе полностью позитивную оценку.

Полученные результаты свидетельствуют, что влияние нефтегазовой

отрасли на социально-экономическую ситуацию в регионе является неоднозначным.

Положительное влияние она оказывает на состояние социальной инфраструктуры, уровень развития малого и среднего бизнеса, уровень жизни населения и уровень безработицы (от 1,24 до 1,50 баллов).

Неопределенным является воздействие отрасли на уровень преступности (0,17).

Негативное влияние нефтегазовой промышленности, как и следовало ожидать, связано с уровнем социального расслоения, состоянием здоровья населения и экологической ситуацией.



Для оценки используйте шкалу от -3 до 3, где -3 – крайне отрицательное влияние, 3 – абсолютно положительное влияние, 0 – неоднозначное влияние

Рисунок 12 – «Как Вы оцениваете характер влияния нефтегазовой отрасли на следующие сферы социально-экономической жизни области?»

Примечание - Составлена автором

Полученные экспертные оценки определяют общее направление при анализе негативных и позитивных последствий нефтегазовой отрасли для социально-экономического развития западного региона. Однако чтобы получить детализированное представление необходимо рассмотреть ситуацию в комплексе с привлечением данных из разных источников.

Представляем анализ статистических данных и результатов социологических исследований по каждому из рассмотренных выше направлений.

Состояние социальной инфраструктуры.

Социальная инфраструктура — это совокупность отраслей и предприятий,

функционально обеспечивающих нормальную жизнедеятельность населения. Сюда принято включать: жилье, его строительство, объекты социально-культурного назначения, вся сфера жилищно-коммунального хозяйства, предприятия и организации систем здравоохранения, образования, дошкольного воспитания; предприятия и организации, связанные с отдыхом и досугом; розничная торговля, общественное питание, сфера услуг, спортивно-оздоровительные учреждения; пассажирский транспорт и связь по обслуживанию населения и многое другое.

Необходимо отметить, что по результатам экспертного опроса, именно в социальной инфраструктуре роль нефтегазовой отрасли была оценена в наиболее позитивном ключе. По данным статистики, с 2007 года в регионе в эксплуатацию всего было введено 276 объектов социально-культурного назначения. Из них 127 – это амбулаторно-поликлинические учреждения, 74 – общеобразовательные школы, 49 – дошкольные учреждения, 23 – больницы. [130].

Как видно из представленной ниже таблицы, самое большое количество социально-культурных объектов за последние пять лет было построено в Актюбинской и Мангистауской областях. Меньше всего их построено в Атырауской области.

Таблица 18 – «Количество введенных в эксплуатацию новых объектов социально-культурного назначения с 2007 по 2011 год включительно» [130]

	Атырауская	Мангистауская	Актюбинская	Западно-Казахстанская	Итого
Общеобразовательные школы	17	12	27	18	74
Дошкольные учреждения	6	14	19	10	49
Больницы	7	8	3	8	26
Амбулаторно-поликлинические учреждения	9	35	67	16	127
Всего	39	69	116	52	276

С точки зрения жилищного строительства, разница между областями не такая значительная как в первом случае. Так, в 2011 году в регионе было введено в общей сложности 13,3 тыс. единиц квартир. Из них: 4,2 тыс. в Атырауской, 3,7 тыс. в Мангистауской, 3 тыс. в Актюбинской и 2,7 тыс. в Западно-Казахстанской областях. Как видим, в первых двух областях

строительство жилья идет более активными темпами, чем в двух последних.

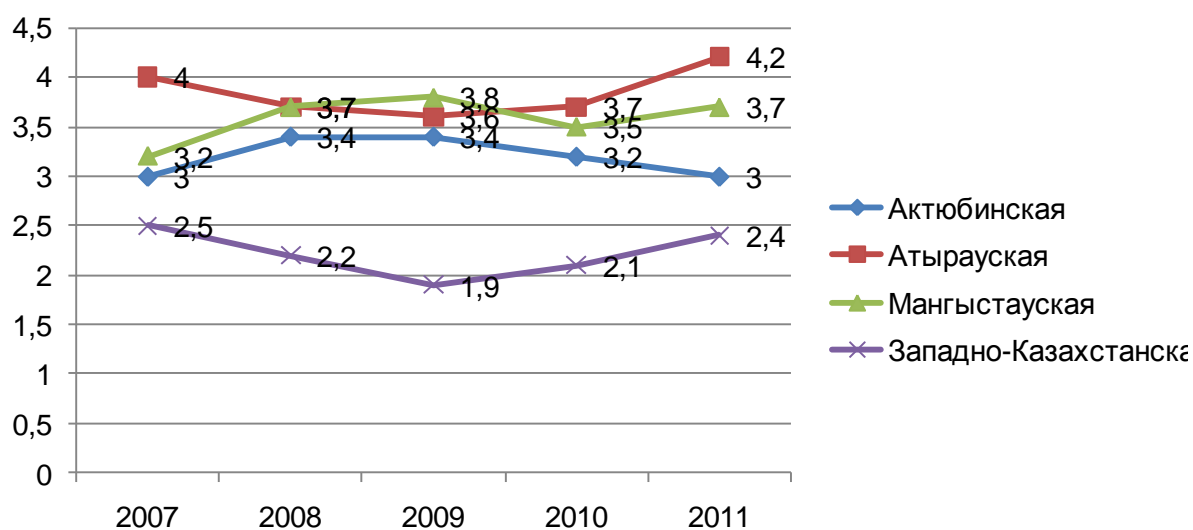


Рисунок 13 - Количество введенных квартир, тыс.единиц [130]

Следует отметить, что Атырауская и Мангистауская области находятся в первых рядах по темпам строительства жилых зданий если смотреть в разрезе всей страны. Так, на долю указанных областей приходится 9 и 7,7% соответственно от общего количества введенных в эксплуатацию жилых зданий по стране (2011 год). Для сравнения, в г.Алматы, являющимся крупнейшим мегаполисом страны, этот показатель составляет 11,9%.

Развитие социальной инфраструктуры тесно связано с объемами инвестиции, так как именно инвестиционная привлекательность региона определяет реальный потенциал дальнейшего развития инфраструктуры.

Безусловным лидером по объемам инвестиции в основной капитал является Атырауская область, где в 2011 году было привлечено более 2 млн. тенге инвестиции в расчете на душу населения. Это самый высокий показатель по стране (общереспубликанский показатель - 302 тыс. тенге). Сравнительно высокими являются показатели инвестиции в Мангистауской и Актюбинской областях – 691 и 494 тыс. соответственно. Лишь в Западно-Казахстанской области в 2011 году привлечено инвестиции меньше, чем в среднем по стране – 279 тыс. тенге на душу человека.

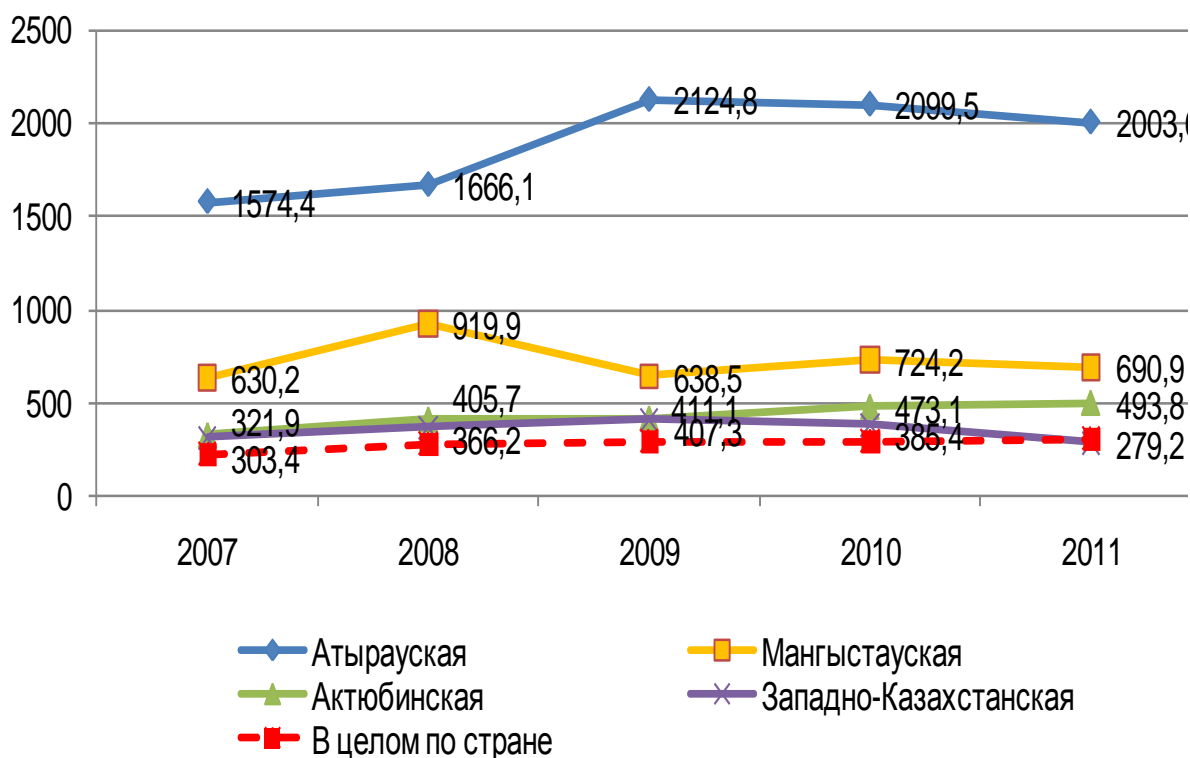


Рисунок 14 - Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс.тенге (Агентство по статистике РК) [130]

В следующей таблице приведены данные, характеризующие структуру инвестиции по источникам финансирования. Любопытно, что более 70% инвестиции в основной капитал в Атырауской области осуществляется за счет иностранных инвесторов. Получается, что львиная доля финансовых вложений в этой области обеспечивается иностранными компаниями, которые, конечно же, представляют нефтегазовую отрасль.

Схожая структура инвестиции выявлена в Западно-Казакштанской области, где на долю иностранных компаний приходится 46% инвестиций. Но, в отличие от Атырауской области, здесь гораздо выше доля вложений из республиканского бюджета (19% вместо 2% в Атырауской области).

Совершенно иная структура инвестиции в Актыубинской и Мангыстауской областях. Здесь основная часть финансовых средств выделяются из собственных средств физических или юридических лиц (рисунок). Доля иностранных инвестиций в указанных областях составляет всего лишь 9 и 15% соответственно.

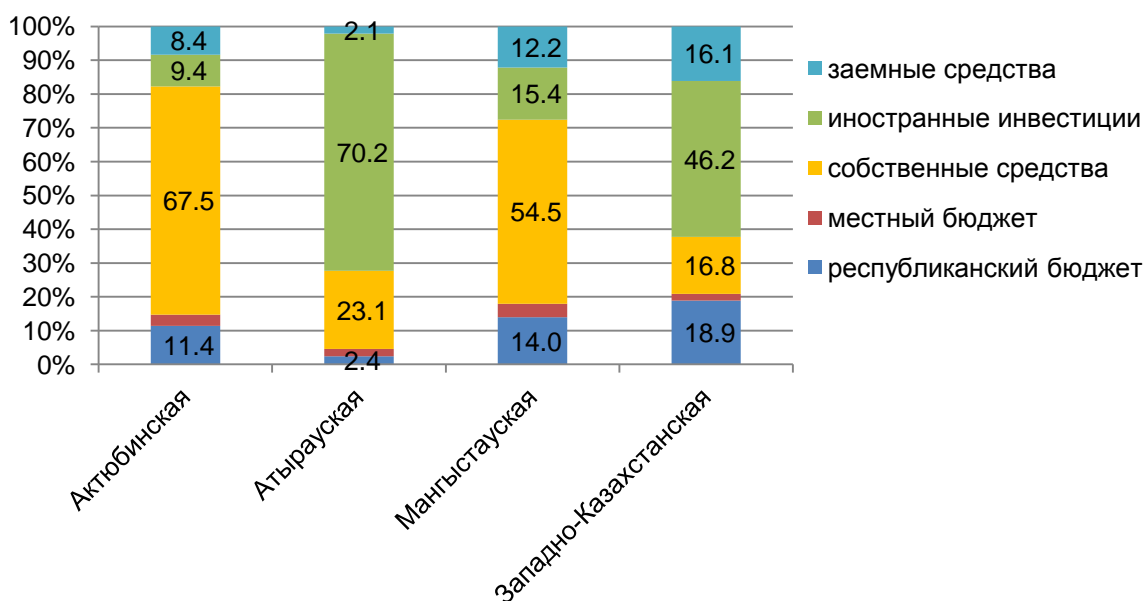


Рисунок 15 – Структура инвестиции в основной капитал по источникам финансирования, % [130]

Уровень развития малого и среднего бизнеса

Влияние нефтегазовой отрасли на уровень развития малого и среднего бизнеса эксперты, по данным опроса, оценили позитивным. Большинство экспертов считают, что с развитием нефтегазовой промышленностью увеличивается число сопутствующих компаний, которые предоставляют сервисные услуги крупным предприятиям. Но, при этом, была отмечена обратная сторона этой ситуации, когда развивается только сервисное предпринимательство в ущерб обрабатывающей отрасли.

Далее рассмотрим динамические ряды, характеризующие развитие малого и среднего бизнеса в 4 областях западного региона Казахстана.

Первый показатель – количество активных субъектов малого и среднего предпринимательства. Как видно в рисунке, самое большое количество субъектов МСП зарегистрировано в Актюбинской и Атырауской областях – 36 и 31 тыс. единиц. В Мангистауской и Западно-Казахстанской областях их число несколько меньше – около 28 тыс. в каждой.

Если смотреть с 2005 года, то число активных субъектов МСП в регионе значительно выросло – с 67 до 123 тыс (2011 г.). Но, из рисунка видно, что активный рост числа субъектов МСП наблюдался до 2008 года, а в 2009 году в условиях экономического кризиса их количество резко сократилось. Восстановление сектора МСБ началось в 2010 году и продолжается по сегодняшний день. Интересно отметить, что все 4 области демонстрируют впечатляющую динамику роста субъектов МСБ за последние три года. Тем самым, сектор МСБ в регионе показал способность к быстрому восстановлению в посткризисный период, в чем, безусловно, следует признать роль государственной поддержки, оказанной в рамках антикризисной программы.

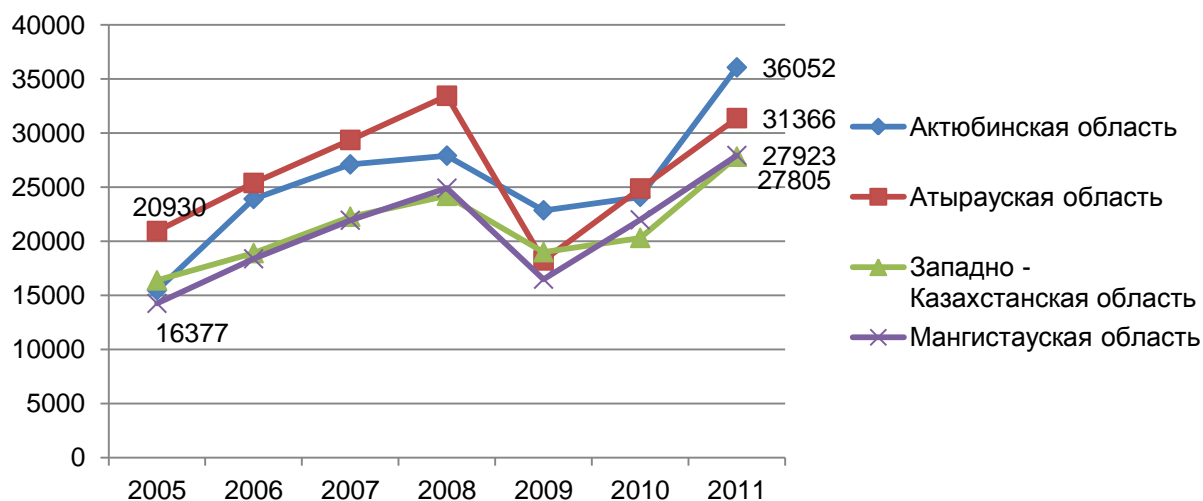


Рисунок 16 - Количество активных субъектов малого и среднего предпринимательства, единица [130]

Субъекты МСП западных областей более эффективны по сравнению с другими областями, так как объем выпускаемой продукции в расчете на душу населения здесь имеет более высокие показатели. Так, в Западно-Казхакстанской области объем выпускаемой продукции субъектами МСП оценивается в 930 тыс. тенге на 1 жителя. Далее по рейтингу: Мангистауская область – 811 тыс., Атырауская область – 720 тыс., Актюбинская область – 457 тыс. тенге. Для сравнения: на уровне республики этот показатель составляет 446 тыс. тенге.

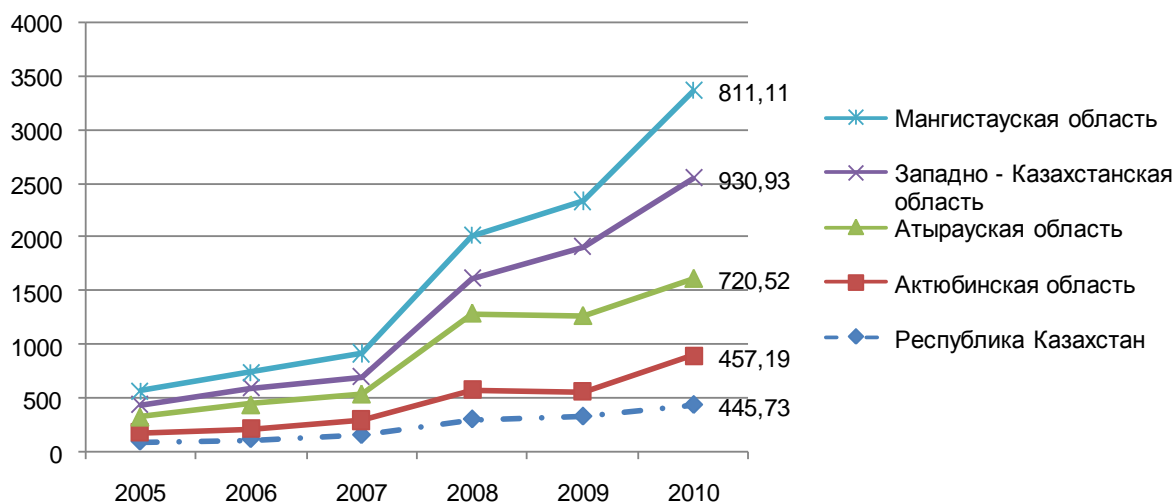


Рисунок 17 - Выпуск продукции субъектами МСП на душу населения, тысяч тенге [130]

Следующий критерий, который позволяет оценить уровень развития МСБ – это доля численности занятых в этой сфере к общей численности населения.

Согласно данным статистики, по этому показателю существенных различий как между областями, так и с общереспубликанским показателем не существует. Так, в среднем в секторе МСБ трудятся от 14,6 (Актюбинская) до 17,7% (Мангистауская) населения каждой области, что вполне сопоставимо с общереспубликанским показателем в 16,1%.

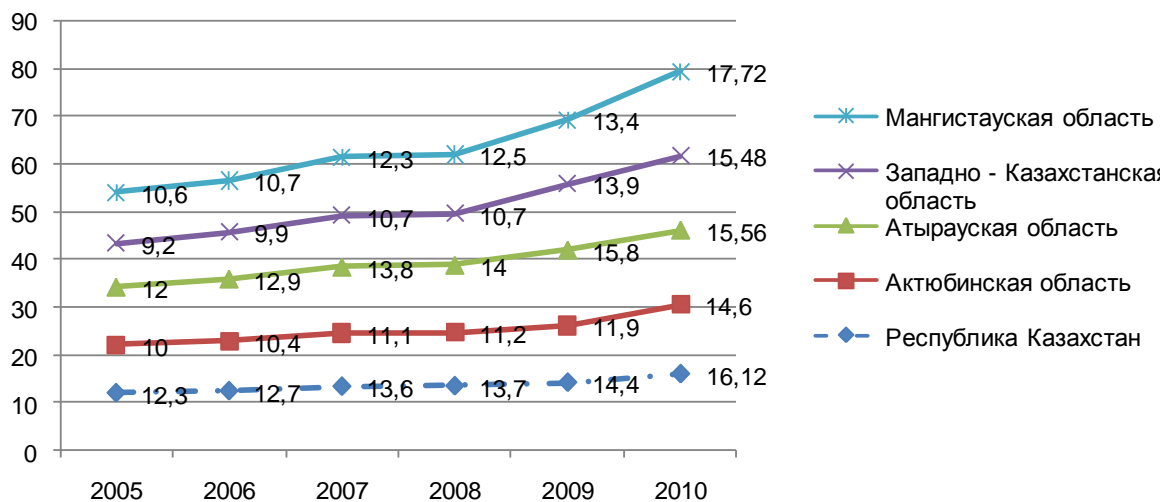


Рисунок 18 - Доля численности занятых в МСП в общей численности населения, % [130]

Уровень жизни населения и проблема социального неравенства

Уровень жизни населения является комплексной категорией, определяемой как объективными, так и субъективными критериями. Для лучшей иллюстрации ситуации предлагаем рассмотреть данные статистики и опросов общественного мнения.

Практически по всем параметрам уровня жизни, которые фиксируются органами статистики, западные области имеют преимущество над остальными регионами Казахстана. Самые высокие показатели демонстрируют Атырауская и Мангистауская области, первая из которых имеет неофициальное название «нефтяной столицы».

Наиболее показательным критерием в нашем случае выступает среднемесячная заработная плата одного работника. В Атырауской и Мангистауской области эти показатели являются одними из самых высоких по стране – 166 и 151 тыс. тенге, при общереспубликанском показателе в 90 тыс. тенге. В Актюбинской и Западно-Казахстанской областях, где в нефтегазовой отрасли занято меньше людей, среднемесячная заработная плата существенно ниже – 80 и 88 тыс. тенге.

Тем самым, очевидно, что высокие показатели по заработной плате в Атырауской и Мангистауской областях складываются, главным образом, за счет доходов работников нефтегазовых компаний. Так, в первом случае один работник нефтедобывающей компании в среднем получает 302 тыс. тенге, а во втором 273 тыс.тенге.

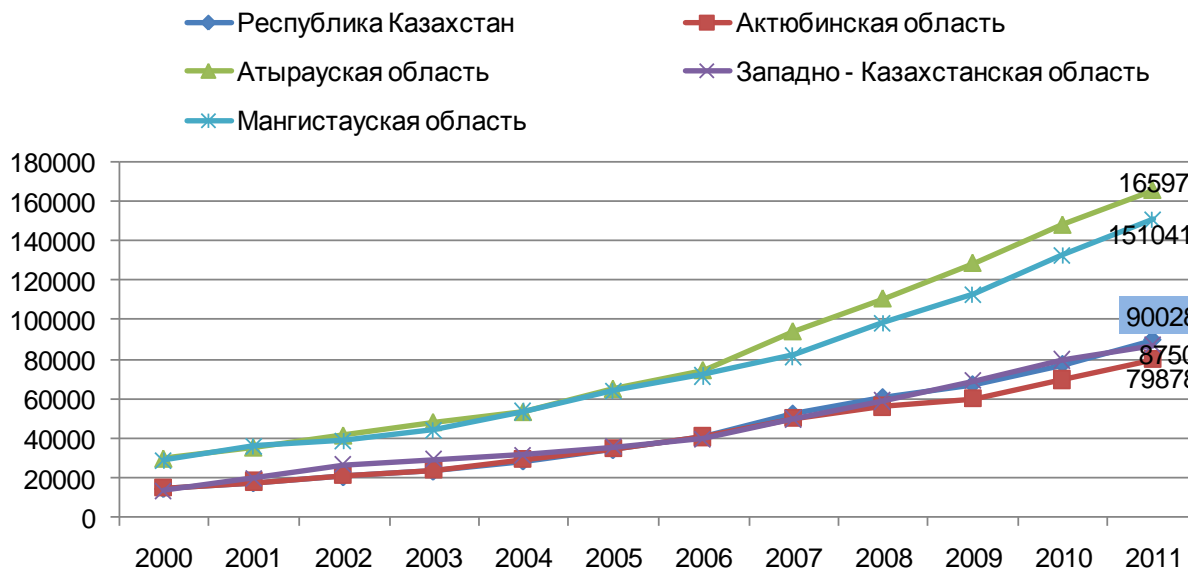


Рисунок 19- Среднемесячная номинальная заработная плата одного работника, тенге [130]

Интересно рассмотреть следующий рисунок, где показано распределение работников в каждой области по 7 доходным группам (без учета малых предприятий, занимающихся предпринимательской деятельностью). Как видно, доходы работников в каждой области достаточно сильно дифференцированы и трудно выделить какую-то общую закономерность, характерную для всех четырех областей.

Тем не менее, можно увидеть, что рассматриваемые области в очередной раз группируются по признаку «области с нефтегазовой специализацией» и «области, с более диверсифицированной экономикой». Так, объединяет Атыраускую и Мангистаускую области то, что у них доходная группа от 15 тыс. до 45 тыс. тенге существенно ниже, чем в других областях (от 22 до 23%), а также сравнительно высоким является представительство высокодоходных работников с заработной платой от 330 тыс. тенге и выше – 8 и 6% соответственно. Примечательно также то, что зарплату выше 150 тыс. тенге в Атырауской и Мангистауской областях получают 25 и 30% работников в целом, в то время как по республике таковых всего лишь 9%.

В Актыубинской и Западно-Казахстанской областях, наоборот, широко представлена низкодоходная группа, которая занимает не менее 1/3 части от общего числа работников. Специалистов с доходом от 330 тыс. в этих областях не более 3% работников. В то же время, структура работников по зарплате в последних двух областях является соотносимой с показателями по республике.

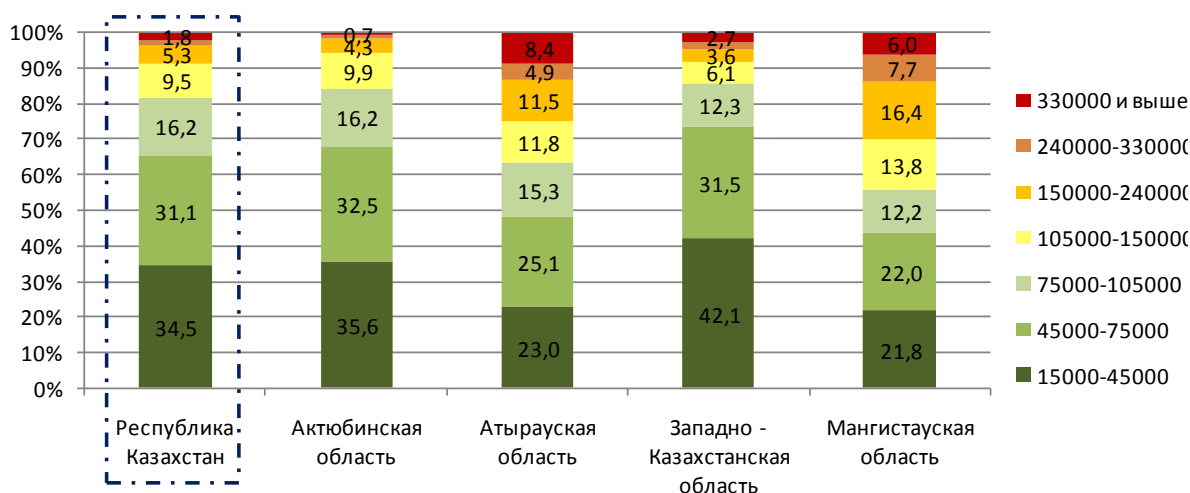


Рисунок 20 - Распределение работников по размерам заработной платы, %
[130]

Таким образом, на основе вышеприведенных данных можно заключить о существенном вкладе нефтегазовой отрасли в повышение уровня жизни местного населения. Именно в нефтедобывающих областях на сегодняшний день наибольшее число работников, получающих высокие зарплаты.

Согласно следующим данным, в регионе с 2001 года идет стабильное снижение доли населения, имеющего доход ниже величины прожиточного минимума. Так, если в начала 2000-х в Мангистауской области 60% жителей находилось за чертой бедности, то спустя десять лет их число сократилось в 6 раз до 10%. Схожая картина наблюдается в Атырауской области, где также больше половины населения в 2001 году имело доход ниже прожиточного минимума, т.е. относилось к неблагополучным слоям граждан. В масштабе страны за этот промежуток времени также произошло кардинальное снижение доли низкодоходного населения.

Однако, думается, что в двух нефтеносных областях сложилась несколько иная ситуация. Как видно из рисунка, в Мангистауской области даже в 2008 году, считавшейся вполне благополучной, треть населения оставалась бедной. Возможно, это было связано с большим притоком оралманов в область, которые резко увеличивали армию социально неблагополучных слоев населения. В Атырауской области вплоть до 2005 года более половины населения имела доход ниже прожиточного минимума, и это в то время, когда средняя заработная плата по области была 2,5 раза выше общереспубликанского показателя.

Поэтому дальнейшее многократное снижение доли низкодоходных групп вызывает, как минимум, удивления. С чем это связано, органы статистики не объясняют. Анализ других показателей (к примеру, заработных плат по отраслям) говорит о том, что в этот промежуток времени также кардинально ничего не изменилось, чтобы можно было говорить, что в Атырауской или Мангистауской области население вдруг стало жить лучше.

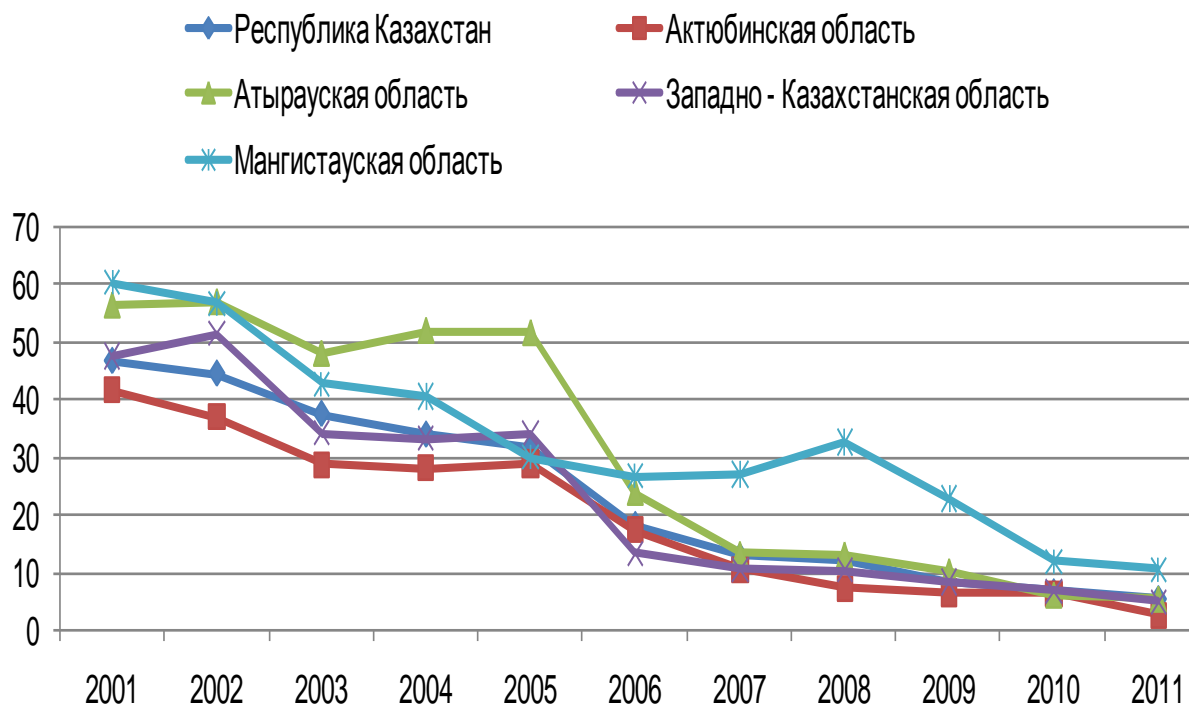


Рисунок 21 - Доля населения, имеющего доходы ниже величины прожиточного минимума, единица измерения: процент [130]

В некоторой степени пролить свет на социальную ситуацию в регионе удастся с помощью результатов социологических исследований, которые проводились Общественным Фондом «Центр социальных и политических исследований «Стратегия». В частности, имеются данные опроса жителей Мангистауской области (n=1100) за 2003, 2007 и 2011 гг., в ходе которых измерялся уровень социального оптимизма и удовлетворенности жизнью.

Так, согласно результатам опроса, с 2003 года в Мангистауской области происходит снижение социального оптимизма, хотя в целом, доля оптимистичных жителей продолжает преобладать над пессимистами. Как видно, в 2003 году 79% респондентов верили в улучшение жизни в регионе, а в 2011 году их число уменьшилось до 61%, т.е. произошло снижение показателя на 18%. Вместо этого, выросла доля респондентов с негативной и неопределенной оценкой дальнейших изменений.

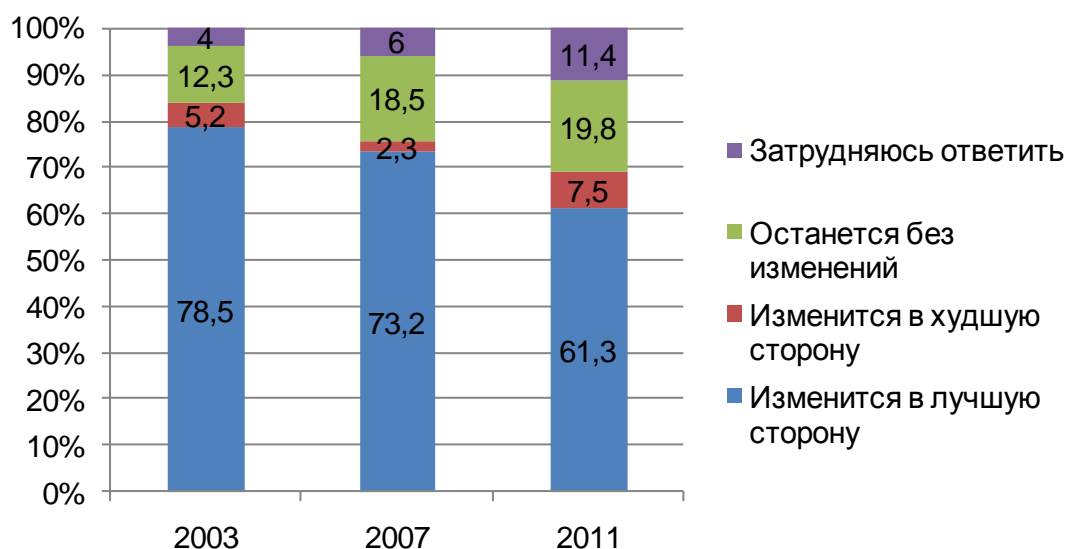


Рисунок 22 – Уровень социального оптимизма, в % (по результатам опроса общественного мнения ОФ «ЦСПИ «Стратегия», n=1 100)

Примечание - Составлено автором

Также за последние 5 лет в Мангистауской области снижается уровень удовлетворенности населением своей жизнью. Если в 2007 году в общей сложности 87% респондентов выражали удовлетворенность своим положением, то в 2011 их число сократилось до 75%. Вместо этого с 11 до 20% увеличилась доля респондентов с негативной оценкой своих условий жизни.

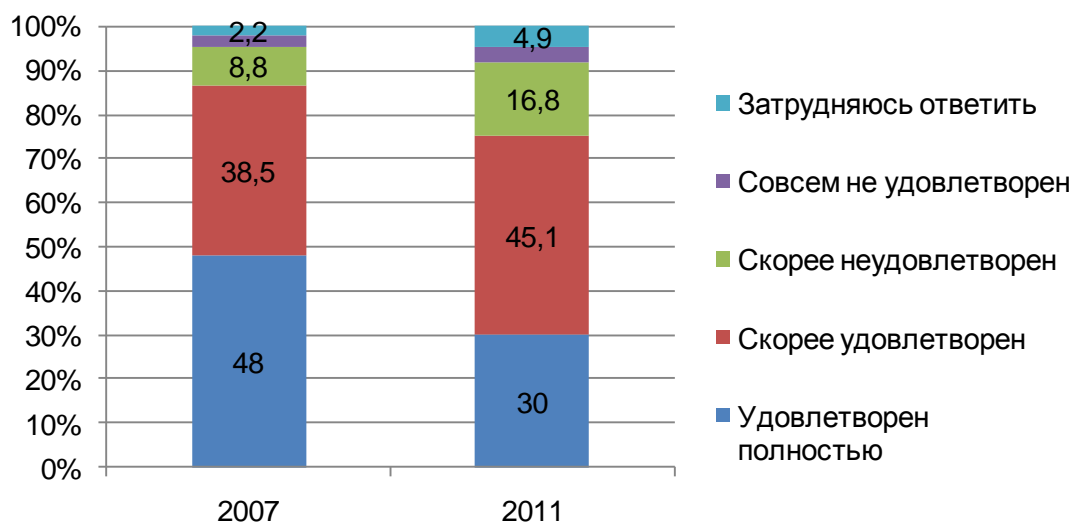


Рисунок 23 – «Уровень удовлетворенности жизнью жителей Мангистауской области» (по результатам опроса общественного мнения ОФ «ЦСПИ «Стратегия», n=1 100)

Примечание - Составлено автором

Таким образом, получается, что результаты опроса общественного мнения входят в противоречие с данными статистики. Конечно, опросы фиксируют

субъективные оценки населения и, поэтому, не могут сравниваться со статистикой, констатирующей лишь сухие факты. Однако снижение социального самочувствия является, если не прямым, а косвенным свидетельством ухудшения эмоциональной составляющей в жизни местного населения. А эмоциональная составляющая зачастую связана с материальным фактором, т.е. неудовлетворенностью людей своим благосостоянием, либо сложившимися социальными или экономическими условиями. В данном случае, выявить в какой степени ситуация в нефтегазовой отрасли повлияла на настроения людей определить трудно, но, учитывая, что опрос был проведен в конце 2011 года, т.е. тогда, когда в Мангистауской области проходила забастовка нефтяников, можно допустить рост общей напряженности в условиях того конфликта.

Известно, что после произошедшего конфликта обнаружился целый пласт социально-экономических проблем, о которых раньше ничего не говорилось. Как на уровне государства, так и широкой общественности стало понятно, что в нефтяной отрасли страны не все так благополучно, как это выглядит в официальной статистике или докладах представителей власти.

По результатам конфликта государственными органами и национальной компанией «КазМунайГаз» был пересмотрен подход к социальной политике в нефтедобывающей отрасли, а также в регионе в целом. Пришло понимание, что регулярное повышение заработной платы нефтяникам не может быть панацеей от решения других социальных проблем, возникающих в условиях нефтедобывающего региона. Государство впервые за много лет лицом к лицу столкнулось с последствиями перекоса в социально-экономическом развитии региона.

При анализе возникшей ситуации, многие эксперты в качестве основных факторов конфликта назвали чудовищный имущественный разрыв между богатыми и бедными слоями населения. Хотя, согласно статистическим данным, разрыв по доходам в регионе не существенный, по крайней мере, ничем не отличающийся от других областей страны.

В следующем рисунке представлен коэффициент фондов, определяющий соотношение 10% наиболее и 10% наименее обеспеченных населения. Согласно его показателям, в Мангистауской области данное соотношение составляет всего лишь 3 пункта, в то время как по стране он равен 6.

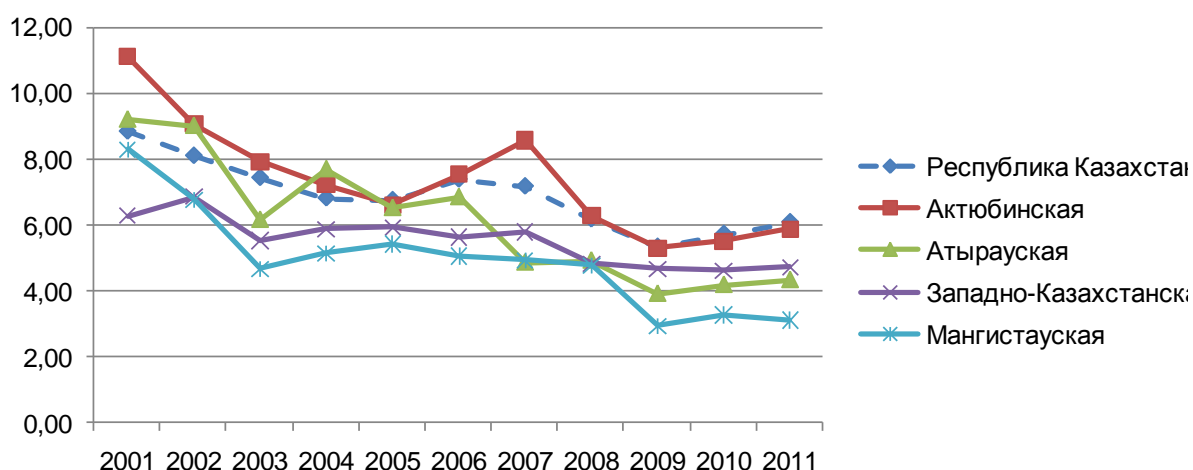


Рисунок 24 - Коэффициент фондов (соотношение 10% наиболее и 10% наименее обеспеченного населения), раз [130]

Экологическая ситуация

Как уже отмечалось, с точки зрения экспертов, наиболее пагубное влияние нефтегазовые компании оказывают на окружающую среду. Преобладает мнение, что в своей деятельности эти предприятия не соблюдают требования экологической безопасности, не говоря уже о том, что добыча нефти по сути процесс антиэкологичный.

Рассмотрим, каков объем выброса вредных веществ в атмосферу от стационарных источников, который фиксируется статистическими органами республики. Здесь следует указать, что в целом по стране в 2011 году объем выбросов в атмосферу составлял 2346,3 тыс. тонн. На долю четырех западных областей пришелся 15,3% от этого показателя, что в целом говорит о сравнительно благополучной ситуации в регионе по рассматриваемому параметру.

Из четырех областей наиболее высокий уровень выбросов наблюдается в Актjубинской и Атырауской областях (120 и 107 тыс. тонн соответственно). В Мангистауской области в 2011 году в воздух было выпущено 76 тыс. тонн вредных веществ, а в Западно-Казахстанской области еще меньше – 56 тыс. тонн. (Для сравнения: самые высокие показатели выбросов по стране отмечаются в Карагандинской и Павлодарской областях – 691 и 632 тыс. тонн (!) соответственно).

Анализ динамического ряда говорит о том, что на протяжении последних десяти лет объем выбросов вредных веществ мало изменился. Единственно, в Актjубинской области до 2009 года происходил значительный рост объемов выброса. Но, с 2010 года этот показатель снова стабилизировался и в последний год была замечена тенденция к снижению объемов выброса в воздух вредных веществ.

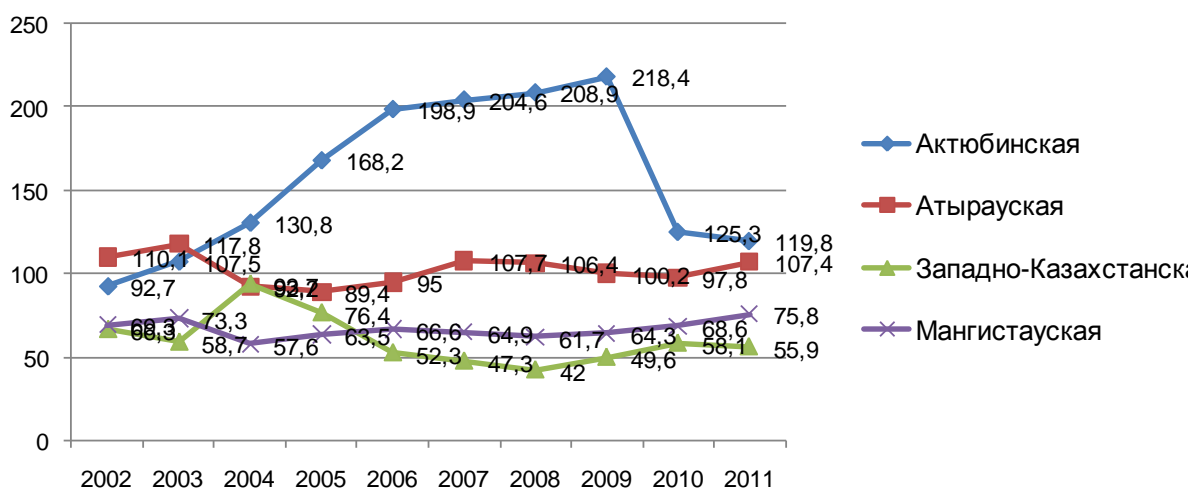


Рисунок 25 – Выбросы вредных веществ в атмосферу от стационарных источников, тыс. тонн [130]

Как видно из следующей таблицы, по индексу загрязнения атмосферы города Актау, Атырау и Актюбинск находятся в числе наименее загрязненных. Из этих трех городов наиболее высокий индекс загрязненности атмосферы принадлежит г.Актобе, где, как уже отмечалось, самый высокий уровень выбросов вредных веществ. Что касается Атырау и Актау, то в этих городах данный индекс составляет 2,6 и 3,8 пунктов.

Таблица 19 – Качество атмосферного воздуха в городских населенных пунктах [139]

1	Индекс загрязнения атмосферы (ИЗА5)				
	2	3	4	5	6
Актау	2007	2008	2009	2010	2011
Актобе	4,3	4,5	3,5	3,0	2,6
Алматы	9,5	8,5	8,6	7,6	6,9
Астана	12,6	13,3	12,9	11,7	9,1
Атырау	2,4	8,1	4,7	5,5	3,1
Балқаш	3,8	3,0	2,3	2,1	2,2
Глубоков кенті	3,0	3,4	5,4	4,9	3,6
Жезказган	5,2	6,8	6,4	7,0	7,1
Караганда	7,5	7,6	7,7	7,2	7,8
Костанай	3,1	3,2	3,5	3,1	2,6
Кызылорда	5,5	4,5	3,9	5,1	5,1
Павлодар	1,9	1,9	2,4	2,5	2,7
Петропавл	4,3	4,3	3,9	4,1	4,0
Риддер	7,4	7,5	6,6	6,3	6,9

Продолжение таблицы 19

1	2	3	4	5	6
Семей	4,6	4,2	4,4	4,5	4,4
Тараз	7,5	7,2	7,5	7,6	7,6
Темиртау	8,6	9,6	7,7	9,3	10,2
Оскемен	7,2	7,9	9,6	7,2	8,4
Шымкент	11,2	11,9	9,9	11,4	13,3
Екибастуз	1,2	1,2	1,0	1,2	1,3
Примечание – здесь и далее по данным РГП Казгидромет					

Согласно данным статистики на охрану окружающей среды в 2011 году по стране было выделено 99 212 904,8 тыс. тенге, из которых 35% приходится на долю западных областей. Т.е. западный регион является лидером по выделяемым средствам на экологические нужды. Главным донором, как и в предыдущих случаях, выступает Атырауская область, которая обеспечивает почти 1/5 часть всех средств, которые выделяются в масштабе страны.

Таблица 20 – Показатели текущих затрат на охрану окружающей среды [130]

	Объем выделенных средств (тыс. тенге) в 2011 году	% от объема средств, выделенных по республике
Актюбинская	9709326,2	9,8
Атырауская	18777275,1	18,9
Западно-Казахстанская	997790,7	1,0
Мангистауская	5209300,5	5,3

Состояние здоровья населения

Важной социальной характеристикой региона является состояние здоровья местного населения, которое, как правило, формируется под влиянием множества объективных и субъективных факторов. В ходе экспертных опросов отмечалось, что из-за плохой экологии в регионе с каждым годом растет заболеваемость, ухудшается здоровье жителей.

Чтобы проверить этот тезис обратимся к статистическим данным. Согласно первому показателю, фиксирующему общее число больных с впервые в жизни установленным диагнозом, действительно за последние десять лет число больных в регионе продолжает расти. Если в 2000 году в целом по региону было зафиксировано чуть более 1 млн. случаев, то в 2009 году их уже 1 млн. 180 тыс. Однако данный показатель не учитывает прирост населения за этот период времени, поэтому не может быть свидетельством действительного ухудшения здоровья местного населения. Внутри региона, как показано в

рисунке, уровень заболеваемости существенно колеблется в зависимости от той или иной области. Так, в абсолютном выражении, чаще всего, болеют люди в Актюбинской области (379 тыс. человек). Реже всего болеют в Атырауской области – 168 тыс. человек.

Понятно, что в данном случае нужно учитывать общую численность населения в каждой области. К примеру, Актюбинская область является самой многонаселенной, поэтому ее лидерство по данному показателю вполне закономерно. Другое дело – Мангистауская область, где численность населения равнозначна численности Атырауской области (на уровне 550 тыс. человек), однако по уровню заболеваемости она в 2 раза превосходит вторую (319 тыс. человек).

Данное обстоятельство говорит о высоком уровне заболеваемости среди жителей Мангистауской области, а также неблагоприятности социальных и экологических условий жизни, в которых живет местное население.

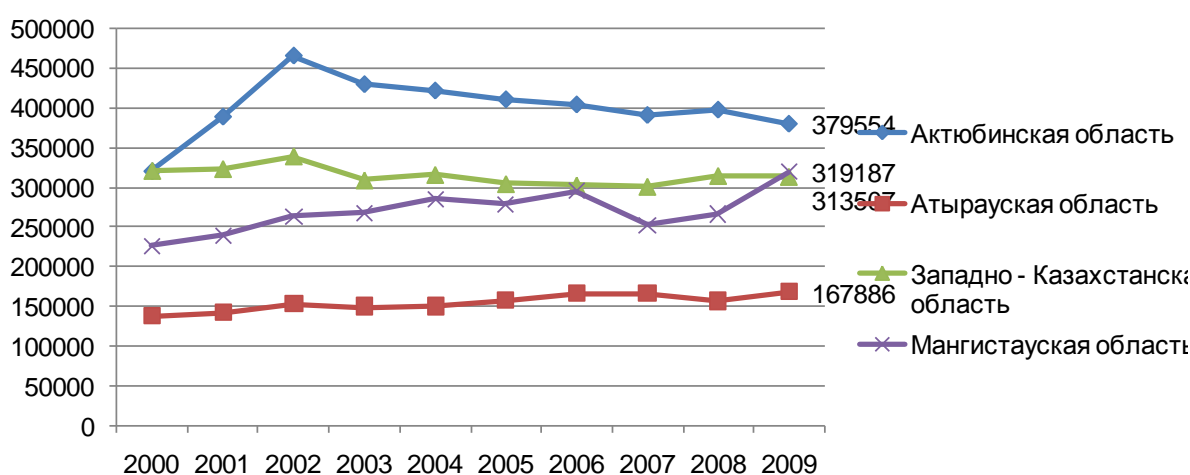


Рисунок 26 - Число больных с впервые в жизни установленным диагнозом, случай [130]

При анализе состояния здоровья граждан часто обращаются к такому показателю, как коэффициент младенческой смертности. Как известно, по данному показателю Казахстан относится к странам с высокой младенческой смертностью, что уже свидетельствует об актуальности этой проблемы для все республики в целом. В основном, причину высокой младенческой смертности связывают с низким качеством медицинского обслуживания в стране, но, при этом, признается роль социально-экономических и культурных факторов.

Как видно из представленной рисунка, за последние десять лет младенческая смертность в регионе несколько снизилась в среднем с 20 до 17 промилле, что отражает общереспубликанскую тенденцию. Однако, несмотря на это, по-прежнему, во всех областях за исключением Западно-Казахстанской сохраняется высокий уровень младенческой смертности. Наиболее актуальна данная проблема для Мангистауской области с ее показателем в 18,4 промилле.

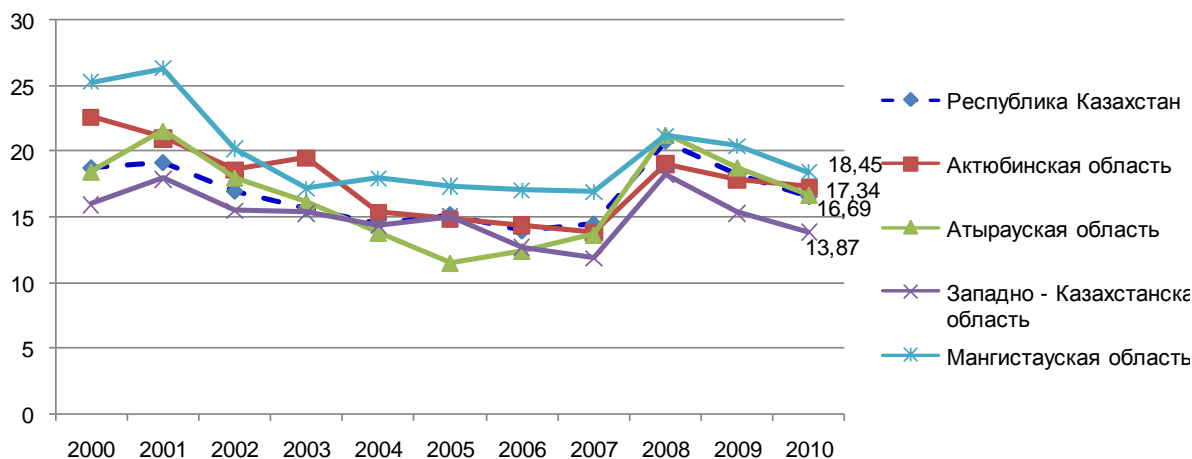


Рисунок 27 - Коэффициент младенческой смертности, промилле [130]

По заболеваемости туберкулезом ситуация в регионе выглядит ровной, за исключением Атырауской области, где на 100 тыс. населения приходится 108 больных, что значительно выше общереспубликанского показателя. За последние пять лет наблюдается явная тенденция к снижению заболеваемости этой болезнью, в частности, существенно улучшилась ситуация в Актюбинской области, где с 2007 года удалось почти вдвое сократить число больных туберкулезом.

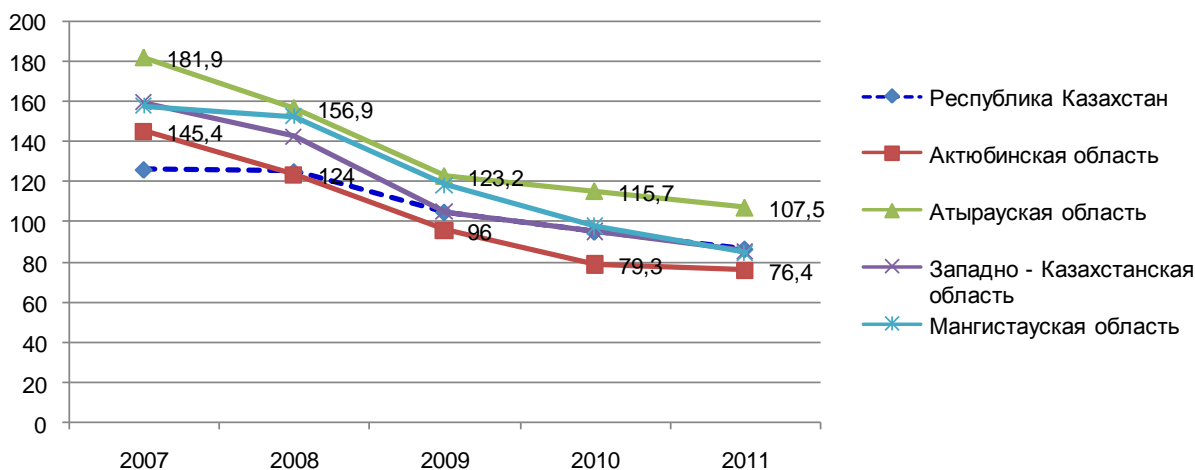


Рисунок 28 – Заболеваемость туберкулезом, число заболевших на 100 000 населения [130]

По болезням органов дыхания наблюдается иная картина. За последние 5 лет, в регионе не снижается количество людей, имеющих поражение органов дыхания. Даже наоборот, с 2007 года есть тенденция к увеличению числа больных. Однако, все же следует признать, что на фоне других регионов западная часть Казахстана сравнительно меньше подвержена такого рода

болезням, что отражено в нижеследующем рисунке.

В областном разрезе в худшую сторону выделяется Мангистауская область, где с 2007 года идет тенденция к росту заболеваемости болезнями органов дыхания. Во всех других областях, наоборот, с каждым годом идет снижение по рассматриваемому показателю.

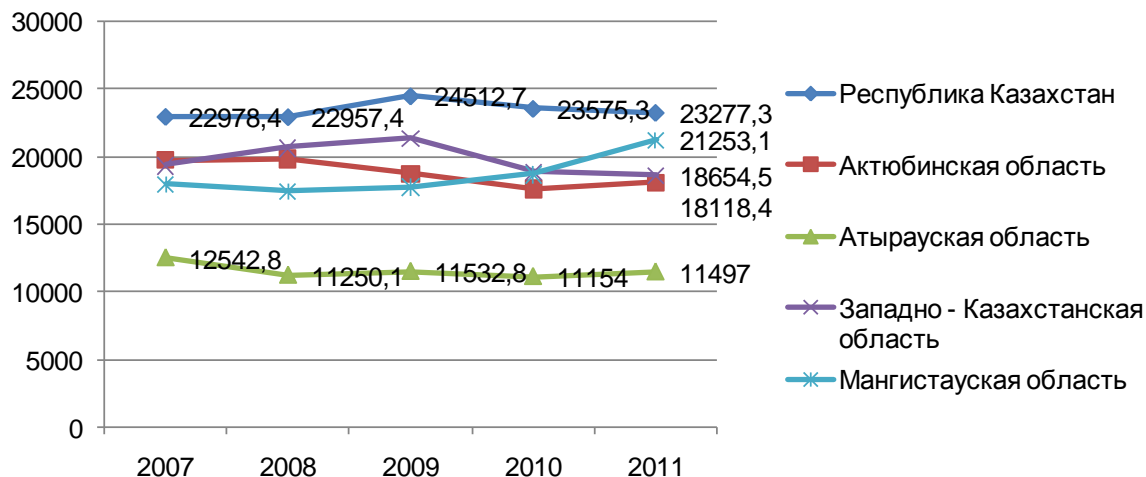


Рисунок 29 - Заболеваемость болезнями органов дыхания, число заболевших на 100 тыс. населения [130]

Следующая болезнь, имеющая особую актуальность для последних лет – это злокачественные новообразования. По данному показателю на лидирующие позиции вышла Западно-Казахстанская область, что достаточно неожиданно, учитывая показатели заболеваемости ее жителей другими болезнями. Так, оказалось, что в ЗКО на 100 тыс. жителей приходится 207 больных злокачественными новообразованиями, что почти в 2 раза выше показателя в Мангистауской области (106). Причем, высокий уровень заболеваемости является характерной для этой области все последние 5 лет, что говорит об ее обусловленности системными факторами.

В Атырауской и Актюбинской областях заболеваемость этой болезнью существенно ниже общереспубликанского показателя. Хотя с 2007 года уровень заболеваемости остается без изменения, что свидетельствует о сохранении ее актуальности.

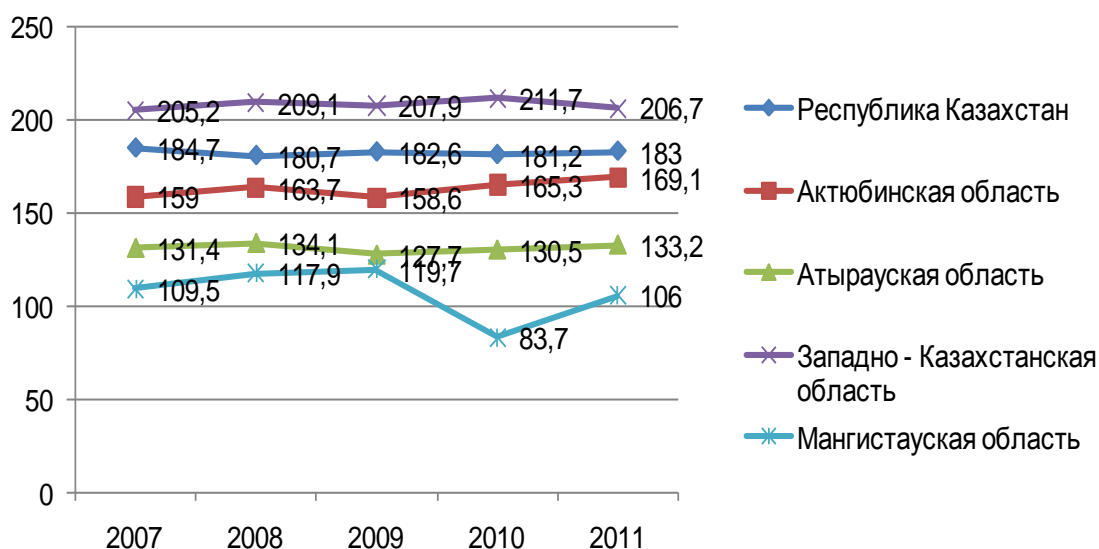


Рисунок 30 - Заболеваемость злокачественными новообразованиями, число заболевших на 100 тыс. населения [130]

Таким образом, рассмотренные в этом подразделе данные показывают, что состояние здоровья населения региона в целом не вызывает серьезного беспокойства. Уровень заболеваемости находится в пределах общереспубликанских показателей. Тем самым, экспертные оценки по поводу ухудшения здоровья жителей из-за нефтегазовой специализации региона не подтверждается.

В результате анализа проведенного социологического исследования определены положительные и негативные стороны влияния нефтегазовой отрасли на социально-экономическое развитие Западного региона Казахстана.

Основные плюсы присутствия в регионе нефтегазовых компаний:

1. Обеспечение рабочими местами
2. Повышение уровня жизни жителей региона
3. Улучшение инфраструктуры региона
4. Привлечение инвестиции
5. Развитие промышленности, новых производств и сервисных услуг
6. Повышение качества трудовых ресурсов
7. Получение местной молодежью определенных нефтяных специальностей.
8. Развитие региона в связи с внутренней миграцией
9. Увеличение количества местных компаний на рынке предоставляющих свои услуги иностранным нефтегазовым компаниям.
10. Реализация социальных проектов при поддержке нефтегазовых компаний

Основные минусы присутствия в регионе нефтегазовых компаний:

1. Экологические проблемы, загрязнение окружающей среды
2. Ухудшение здоровья населения, процент заболеваемости которого за несколько последних лет вырос в разы
3. Зависимость от доходов от нефтегазовой отрасли «Голландская болезнь» - повышение цен на жилье, продукты питания и услуги и недостаточное развитие др. секторов экономики
4. Искусственное завышение цен на потребительском рынке, высокие цены на потребительские товары, недвижимость и т.д. (по сравнению с другими регионами), местная инфляция
5. Региональная прибыль уходит на столичные потребности (в районах с более чем вековой историей по добыче нефти нищета)
6. Негативное влияние на развитие других отраслей, вследствие оттока работников.
7. Сильное расслоение общества («Зарплата бюджетников гораздо меньше, чем у нефтяников»)
8. Китайская экспансия и нарушение прав казахстанских работников компаниями недрапользователями, создание социально напряженной атмосферы в регионе двойными стандартами по оплате труда.
9. Однобокость регионов, слабая мотивация для развития местного предпринимательства МСБ («Основное внимание направлено на нефтегазовую сфера, как вариант, возможно, развивать рыбную отрасль, животноводство, машиностроение»).

2.4. Социальная политика нефтегазовых компаний Казахстана в ракурсе социально-корпоративной ответственности

Корпоративная социальная ответственность нефтедобывающих компаний реализуется через социальную политику и социальные программы. Характеризуя концепцию корпоративной социальной политики, следует отметить, что в российских исследованиях нет однозначной трактовки этого понятия. Большинство исследователей данного вопроса связывают социальную политику предприятий с направленностью социальных расходов и структурой трудовых издержек, касающихся основных компонентов оплаты труда в виде заработной платы и социальных выплат. Например, А. Костин рассматривает социальную политику в рамках социально ответственного бизнеса через «вложения и мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения для нуждающихся слоев населения, а также в различных областях образования, культуры, спорта» [140]. Ф. Бурджалов характеризует социальную политику предприятия через социальную активность, которая отражается «...на переменах в структуре трудовых издержек. Последние касаются соотношения основных компонентов оплаты труда в виде собственно заработной платы и социальных выплат» [141]. Николай Усатый определяет социальную политику предприятия «как

деятельность работодателей и менеджмента по реализации социальных прав и гарантий наемных работников, согласованию социальных интересов» [142]. Автор также выделяет факторы, влияющие на ее реализацию, такие как:

- 1) масштаб бизнеса;
- 2) эффективность функционирования предприятия;
- 3) рыночная конъюнктура;
- 4) состояние рынка труда, в частности, уровень конкуренции, необходимость в удержании и развитии персонала;
- 5) экономическая необходимость и выгодность поддержания и развития социальной инфраструктуры;
- 6) условия развития и расширения бизнеса;
- 7) интересы и давление со стороны работников предприятия;
- 8) индивидуальные ценности высшего менеджмента и собственников, их мотивация.

Не совсем правомерно сужать социальную политику предприятия по отношению к своему персоналу только рамками социальных льгот и выплат, так как даже согласно методике разработки коллективных договоров, в частности, закрепляющих на нормативном (институциональном) уровне социальные обязательства бизнеса по отношению к наемным работникам, спектр решаемых в них вопросов гораздо шире от гарантий занятости до реализации программ развития молодых сотрудников. Социальная политика предприятия – это деятельность, направленная на управление персоналом в части создания необходимых условий труда человека (трудового коллектива) и управления услугами социального характера. Она включает в себя все услуги, которые предприятие предоставляет своим сотрудникам и членам их семей, помимо заработной платы, на основе закона, коллективных договоров или добровольно.

Таким образом, по структуре социальная политика на предприятии включает в себя следующие элементы:

1. Законные обязательства предприятия, обеспечивающие социальную защиту своих сотрудников.
2. Социальные услуги, являющиеся предметом коллективных договоров и коллективного регулирования трудовых отношений.
3. Социальные услуги предприятия, предоставляемые добровольно, т.е. без обязательств по закону или коллективному соглашению. Важно подчеркнуть важность сектора бизнеса и его социальных влияний. Власть это аспект приоритетный в отрасли нефти и газа, надежный актер энергетического бизнеса во всем мире. «Современные энергетические организации создали видение для повышения осведомленности сотрудников и понимания глобальных проблем и способов, в которых поведение индивидуумов и организации в целом может повлиять на окружающую среду на глобальном уровне» [143]

На реализацию социальной политики влияют: масштаб бизнеса; эффективность функционирования предприятия; рыночная конъюнктура;

состояние рынка труда; экономическая необходимость и выгода поддержания и развития социальной инфраструктуры; условия развития и расширения бизнеса; интересы и давление со стороны работников предприятия; индивидуальные ценности высшего менеджмента и собственников, их мотивация. Задачи социальной политики гораздо шире от гарантий занятости до реализации программ развития молодых сотрудников. Портер и Крамер были ведущие сторонники мнения, что различные типы социальных вопросов, как общие социальные вопросы, цепочки социальных последствий, и социальных аспектов конкурентной среды тесно взаимосвязаны с основной деятельностью компании [144].

Как и полагается крупным компаниям, социальная политика в указанных предприятиях является важным направлением в деятельности, так как занятость в стратегически важном секторе экономики, каковым является нефтедобыча, накладывает на них серьезную ответственность за социально-экономическую ситуацию в регионе.

На примере краткой характеристики трех крупнейших компаний, занимающихся нефтегазодобычей с описанием основных направлений их социальной политики выявлены особенности социальной политики корпоративного взаимодействия казахстанских нефтегазовых компаний. (Данные взяты с официальных сайтов указанных компаний).

Тенгизшевройл (ТШО) - совместное казахстанско-американская корпорация ведущая разведку, разработку, производство и сбыт нефтепродуктов и сопутствующих товаров. Тенгизшевройл является крупнейшим производителем нефти в Казахстане. Тенгиз Нефтяное месторождение было открыто в 1979 году и является одним из самых глубоких и крупнейших нефтяных месторождений в мире расположен в западной части Республики Казахстан. В апреле 1993 года с подписания соглашения между правительством Республики Казахстан и Корпорацией «Шеврон» был создан Тенгизшевройл. Сегодня заинтересованные стороны ТШО являются: Шеврон - 50%, КазМунайГаз (Казахская национальная нефтяная компания) - 20%, ЭксонМобил - 25%, и ЛукАрко - 5%. Срок соглашения составляет 40 лет [145].

По данным компании, за годы работы предприятия суммарный экономический эффект от прямых поступлений в экономику Республики Казахстан составил 45,5 млрд долларов США, включая оплату казахстанских товаров и услуг, тарифы и платежи национальным компаниям, дивиденды казахстанскому партнеру, налоги и роялти за недра, уплачиваемые в бюджет государства, а также заработную плату национальным сотрудникам. Объемы прямых поступлений в экономику Казахстана растут по мере роста объемов добычи в ТШО и составили 5,6 млрд долларов США в 2009 году, и 9,6 млрд долларов США в 2010 году. Содержание практики корпоративной социальной ответственности отражены в программах социальных инвестиций и отчетах транснациональных компаний в Казахстане. Компания высоко ценит возможность осуществлять бизнес в партнерстве с Республикой Казахстан,

гарантируя, что любая деятельность компании отвечает самым высоким стандартам этики и социальной ответственности. «Мы стремимся работать так, чтобы результатом нашей работы было реальное улучшение жизни людей [146].

Программа социальных инвестиций (SIP) положила начало активного взаимодействия ТШО в развитие социальной сферы в регионе с годовым бюджетом в размере 1 миллиона долларов. ТШО создан Совет по социальным инвестициям, который состоит из представителей различных подразделений компании, в компетенцию которых входит распределение бюджета программы социальных инвестиций. Совет также разработал философию и стратегию социальных инвестиций, изменение вектора от простого к целевой благотворительной, действия, которой актуальные проблемы которые будут решены, и важные социальные цели достигаются с приоритетом Атырауской области и ТШО. Компания стремится находить прямую связь и взаимную заинтересованность в конкретных проектах для государства и собственного производства, двигаясь в направлении инвестиций и тактического характера местных социальных инвестиций в рамках основных направлений деятельности компании. Этот подход требует оценки эффективности социальных проектов по методу оценки бизнес-проектов, в том числе разработку механизма для мониторинга и оценки эффективности инвестиций. Последний сформулировал исходные точки этой стратегии позволила рассмотреть, улучшения и образовала правовую основу философии программы, которая помогла структурировать конкретную деятельности в сфере корпоративной социальной ответственности. Таким образом, приоритеты социальной политики определены. К ним относятся приоритеты в области образования, снабжения питьевой водой, охраны окружающей среды, а также предоставление качественной медицинской помощи.

После анализа начальной стадии качество жизни местных жителей, совет по социальным инвестициям ТШО разработал стратегическую линию, с помощью которой свои собственные проблемы промышленного бизнеса приведены в соответствие со стратегией фирмы в социально-экономической сфере и одновременно ориентировано на потребности местного населения и улучшение их образа жизни. В результате следующие основные принципы социальных инвестиций и основные направления деятельности были определены:

1. Основным принципом работы компании является поддержка местного предпринимательства и общества в этической и социальной ответственности бизнеса. Цель заключается в достижении устойчивого развития человека, социальные и организационные факторы, а также развитие местной экономики и условий жизни для местного населения, без дополнительной помощи ТШО.

Основные направления деятельности в осуществлении данной цели:

- увеличение возможностей отдельных лиц или организаций на благо общества и ТШО;

- образование, обучение и поддержку социально-экономического развития региона;
- пропаганда здорового образа жизни, гигиены и санитарии, а также поддержка усилий, направленных на улучшение качества жизни;
- экологическая грамотность и поддержка экологических инициатив;
- основные человеческие потребности, в частности, обеспечение качества воды;
- поддержка национального языка и культуры.

Принятые решения и усовершенствования предназначены для более четкого определения основных направлений социальных инвестиций, подчеркивается важность принципа партнерства в социальной сфере и дать более эффективного планирования, осуществления и оценки социальных инвестиций, применяя в этой области хорошо зарекомендовали себя механизмы для управления бизнесом.

2. Принцип партнерства.

ТШО идет от благотворительной социальной модели инвестиционного принципа партнерства в социальной сфере. Государственно-частное партнерство - это форма совместного участия, которая объединяет бизнес местных предприятий, государственных, негосударственных организаций и местного бизнеса через распределение ролей, обязанностей и окончательная формулировка желаемых целей. Заключая такое партнерство, участники могут совместно работать над планом, использовать общие ресурсы в их распоряжении, разделить риск и успех общего дела. Партнерство может построить социальную справедливость и потенциал. Но самое главное - совместными усилиями государственно-частного партнерства имеют больше шансов предложить конкретные и эффективные, разработанные в течение многих лет, чтобы решать проблемы, решения, позволяющие общее благотворное влияние на социально-экономическую ситуацию в регионе.

ТШО стремится установить прямую связь между социальными инвестициями и собственным бизнесом, двигаясь в направлении от тактических инвестиций и местной природы, социальных инвестиций в рамках основных направлений деятельности компании. Это приводит к новому подходу к оценке перспектив и механизма реализации социальных проектов с использованием методов корпоративного бизнес-проектов, а именно, принцип конкуренции в выборе ключевых игроков, оценки претендентов на гранты, долго-долгосрочного планирования бюджетных расходов, мониторинг и оценка эффективности инвестиций в основные показатели.

3. Оценка эффективности инвестиций.

Принятие новой системы в ТШО, мониторинга, оценки и отчетности инвестиций в социальные проекты предназначена для обеспечения максимальной отдачи от инвестиций в пользу бенефициара сообщества, то есть получатель, а также наблюдать за их собственные интересы и цели.

Мониторинг включает в себя систематический сбор данных о конкретных показателях эффективности проекта, а также необходимую информацию через

определенные интервалы времени, чтобы определить, насколько хорошо проект развивается и как партнер справиться с ним.

Оценка работы включает в себя систематическую, объективность и прозрачность работы с партнером на определенный проект, результаты и эффективность инвестиций и усилий на определенный период времени. В связи с этим требуется для отправки отчетов с определенным интервалом, отражающие объективные показатели, степень завершения работы, проблемы, успехи и уроки.

В качестве примера корпоративной ответственности в Атырауской области ТШО реализует социальную программу «Игилик», что переводится с казахского как «богатство».

В 1993 году, компания запустила программу под названием «Атырауский премиальный фонд». Выделялось 50 миллионов долларов на социальное развитие региона. В то время, ТШО сложилась традиция совместной работы с руководством акимата Атырауской области ориентированная на развитие социальной инфраструктуры в Атырауской области, финансируемых за счет средств ТШО.

В 1999 году ТШО разработали первую программу добровольного Egilik. Программа начала работать в 2000 году с 4 миллиона долларов бюджетом вплоть до 2003 года. 2003-2006 г.г. бюджет был увеличен до 8 миллионов долларов, а до 2010 года увеличились до 12 миллионов долларов. Сегодня бюджет составляет \$ 20 млн в год. Большинство фондов в настоящее время посвященном замене системы водоснабжения в г. Кульсары, развитию ближайший населенного пункта на месторождении Тенгиз и домом для многих сотрудников ТШО и подрядных организаций. В данной программе уделяется внимание здоровью населения, качеству воды и водоснабжения и социологическое исследование по оценке воздействия ТШО на социальное развитие этого региона. В 2008 году Тенгизшевройл был удостоен Серебряной награды Парыз за проект Egilik в г. Кульсары, за создание профессиональной школы, которая воспитывать будущих специалистов нефтяной промышленности.

В течение срока действия программы, ТШО финансирует различные социальные проекты инфраструктуры Атырауской области, включая школы, больницы и поликлиники, а также строительство электроэнергетики и водоснабжения. С 1993 по 2011 год ТШО вложили \$ 185 млн в программы Egilik и Атырау бонус [146].

Количество социальных проектов исходить от многонациональных компаний. Это их опыт, который толкает их к участию в социальных проектах [148].

Основные направления социальной политики:

- Начиная с 2000 года ТШО вложил 2,2 млрд. долларов США в проекты для минимизации воздействия производства на окружающую среду;
- Более десяти лет ТШО работал над задачей прекращения рутинного сжигания газа на факелах и повышения объемов поставок газа потребителям,

что было частью общего плана охраны окружающей среды. В результате этих инвестиций с 2000 года удалось снизить объемы сжигания газа на факелах на 97%. В декабре 2009 года был завершен 4-летний Проект утилизации газа стоимостью 258 млн долларов США, в результате чего рутинное сжигание газа в Тенгизе было прекращено.

– По итогам 2010 года в ТШО зарегистрирован самый низкий уровень удельных выбросов в атмосферу на тонну выпускаемой продукции – 2,16 кг, что ниже уровня 2009 года, который составил 2,68 кг на тонну

нефти. Эти рекордные показатели позволили снизить значение удельных выбросов на тонну продукции на 74% с 2000 года.

– Реализован проект расширения резервуарного парка нефти стоимостью 176 млн. долларов США, который завершен в 2009 г. Новые резервуары с плавающей крышей, построенные на Тенгизе в рамках данного проекта, позволили значительно сократить выбросы в атмосферу.

– Уделяется особое внимание программе «Игилик», в рамках которой ведется успешное взаимодействие ТШО и акимата Атырауской области по финансированию социальных инфраструктурных проектов. В 1999 году началась ее реализация с начальным бюджетом финансирования в 4 млн долларов США. ТШО последовательно увеличивал суммы инвестиций до ежегодных 8 млн долларов США до 2003 года, затем до 12 млн долларов США ежегодно в последующие три года. В 2009 и 2010 г.г. годовой бюджет программы «Игилик» составил уже 20 млн долларов США. Основная часть средств, 61 млн долларов США, направлена на реализацию проектов реконструкции системы водоснабжения г. Кульсары, являющегося близлежащим населенным пунктом к месторождению Тенгиз и местом жительства большинства сотрудников и подрядчиков ТШО.

– За все время реализации программы «Игилик» ТШО профинансировал строительство школ, больниц и поликлиник, а также осуществил реконструкцию и строительство электrorаспределительных сетей, систем водоочистки и водоводов. Суммарный объем финансирования по программам «Игилик» и «Бонус-Фонд Атырау» с 1993 по 2010 год составил 165 млн долларов США.

Реализация проекта ТОО “Тенгизшевройл” (ТШО) наметили работу по четверем направлениям:

1. Первое - рост казахстанских сотрудников компании из числа менеджеров высшего и среднего звена, руководителей проектов и инженеров путем применения программ ускоренного развития.

2. Второе - улучшение навыков персонала в соответствии с передовыми технологическими требованиями проекта будущего расширения.

3. Третье - развитие квалифицированного персонала в подрядных организациях.

4. Четвертое - расширение возможностей для казахстанских компаний, предоставляющих услуги по проектированию, производителям товаров и услуг путем содействия в создании СП, технической поддержки и предоставления

ссуд для малого бизнеса [149].

В частности, ТШО готово предоставить подобную ссуду казахстанскому партнеру нового СП с General Electric по ремонту турбин в Казахстане. Представитель Shell Kazakhstan Development B.V. Антон РУШАКОВ, информируя об участии в образовательной программе Kazenergy, сказал, что на сегодняшний день финансовая поддержка компании 15 студентам казахстанских вузов оценивается в \$220 тыс. В рамках программы преддипломникам предоставляется возможность проходить практику на предприятиях Shell в Казахстане [149]. Управляющий директор Total E&P Kazakhstan Жан-Люк ПОРШЕРОН отметил, что во многом развитию кадрового обеспечения в республике поможет создание национального института сварки, предложенное этой компанией. “Это позволит Казахстану войти в клуб международного института сварки. Казахские сварщики будут проходить международную сертификацию и получать дипломы международного уровня. Он не подразумевается как еще один обучающий центр, хотя в будущем он может стать таковым и даже проводить какие-то исследовательские работы. Этот институт обеспечит услуги университетам, бизнес-подразделениям, квалификационным центрам” [149].

АО РД «КазМунайГаз»

Государственной компанией является только национальная компания "Казмунайгаз", созданная Указом Президента Республики Казахстан от 20 февраля 2002 года № 811 "О мерах по дальнейшему обеспечению интересов государства в нефтегазовом секторе экономики страны". Компания была создана в целях повышения уровня обеспечения и защиты интересов Республики Казахстан в нефтегазовом секторе экономики страны путем слияния закрытых акционерных обществ "Национальная нефтегазовая компания "Казахойл" и "Национальная компания "Транспорт нефти и газа". С февраля 2002 года в состав НК "КазМунайГаз" входит "КазТрансГаз", который контролирует основную сеть транспортировки газа Казахстана АО «Разведка Добыча «КазМунайГаз» - дочерняя компания АО «Национальная Компания «КазМунайГаз», которому принадлежит 63% голосующих акций. РД КМГ создано в марте 2004 г. путем слияния АО «Узеньмунайгаз» и АО «Эмбамунайгаз». В собственном активе РД КМГ, без учета приобретений, сделанных в 2007-2011 годах, - 41 месторождение. Крупнейшим из них является месторождение Узень в Мангистауской области, добыча на котором ведется с 1965 г.

Приоритетные направления КМГ в области корпоративной социальной ответственности:

- Эффективное регулирование социально-трудовых отношений на основе принципов социального партнерства;
- Формирование системы обучения и развития кадров;
- Обеспечение промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды;

Определение единой политики в области реализации социальной

политики;

- создание единой коммуникативной стратегии [150].

Основные направления социальной политики:

– Ежегодно Компания выделяет значительные финансовые средства направленные на минимизацию влияния производственно-хозяйственных факторов на компоненты окружающей среды, за последние три года на эти цели затрачены более 17,2 млрд. тенге.

– Компания ежегодно проводит экологический мониторинг атмосферного воздуха, подземных (грунтовых) вод, почвы, а также радиационный мониторинг, как силами ведомственной экологической лаборатории, так и с привлечением сторонних организаций, имеющих необходимую оснащенную базу и лицензионно-разрешительные документы.

– Осуществляется мониторинг подтопляемых и затопленных скважин с целью определения влияния на морскую экосистему Каспийского моря.

– Компания ежегодно проводит работы по ликвидации очагов радиационного загрязнения окружающей среды путем сбора радиоактивно - загрязненного оборудования (насосно-компрессорных труб, металлолома разного диаметра и т.д.) с территории месторождений для хранения на полигоне временного хранения радиационных отходов.

– Расходы на одного работника в рамках Коллективного договора составляют 1 млн. 184 тыс. тенге в год. Документ обеспечивает социальные гарантии и льготы для работников и членов их семей, выплаты компенсаций и материальной помощи, а также определяет формы и размеры оплаты труда, нормы рабочего времени и времени отдыха.

– В 2008 году Коллективный договор Компании был признан лучшим в республике по итогам республиканского конкурса социальной ответственности бизнеса «Парыз».

– В 2009 году благодаря содействию Компании на 63 дворах города Жанаозен были установлены малые архитектурные формы.

– В 2006 году при помощи РД КМГ был построен мемориальный комплекс «Адай-ата».

– В 2004 году в г. Актау была построена новая мечеть на средства РД КМГ.

– Более 200 семей станут обладателями квартир в доме, построенном Компанией в рамках исполнения Комплексного плана по развитию г. Жанаозен.

– В 2009 году в городе Жанаозен был построен физкультурно-оздоровительный центр имени Рахмета Утесинова – заслуженного нефтяника и известного писателя.

– С 2009 года Компания ежегодно помогает в создании 100 социальных рабочих мест в г. Жанаозен.

– В 2010 году РД КМГ профинансировала переселение жителей поселков Кошкар, Комсомол и Бек-Бике в г. Атырау и поселок Махамбет.

– В поселке Доссор Макатского района был построен детский сад

«Ботакан» на 80 мест.

Карачаганак Петролеум Оперейтинг

Карачаганакское месторождение, открытое в 1979 году, является одним из крупнейших газоконденсатных месторождений в мире. Оно расположено на северо-западе Казахстана (на территории Западно-Казахстанской области) и занимает территорию более 280 квадратных километров. В 1997 году партнеры по совместному предприятию и Полномочный орган, представляющий правительство Республики Казахстан, учредили компанию в целях освоения Карачаганакского месторождения. Было подписано Окончательное соглашение о разделе продукции (ОСРП), определившее условия совместного развития Карачаганака до 2038 года. С момента подписания этого соглашения в освоение месторождения было инвестировано почти 14 миллиардов долл. США. Акционерами Карачаганакского предприятия являются пять нефтегазодобывающих компаний: «Би Джи Групп» (29,25 процента), «Эни» (29,25%), «Шеврон» (18%), «ЛУКОЙЛ» (13,5%) и «КазМунайГаз» (10%).

Основные направления социальной политики:

– Компания ежегодно выделяет \$ 10 млн. на развитие социальной инфраструктуры в Западно-Казахстанской области. С начала с 2009 года было принято решение об увеличении ежегодно выделяемой суммы с 10 до 20 млн. долларов США.

– На сегодняшний день общая сумма инвестиций КПО в развитие местной инфраструктуры превысила 244 млн. долларов США. За 40 лет действия ОСРП, ожидается, что эта сумма превысит 500 млн. долларов США. В основном, эти средства идут на здравоохранение, образование, культуру и строительство спортивных сооружений. Было построено несколько новых школ и детских садов, а также больницы, дороги и объекты жилищно-коммунального хозяйства.

– В 2008 и 2009 годах компании была вручена награда "Парыз" за реализацию социальных проектов. В 2010 году Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев вручил КПО «Золотой Парыз» в номинации "Лучший социальный проект".

– Специальный фонд, управляемый внутренним Комитетом КПО в соответствии с Политикой в области оказания спонсорской помощи и благотворительности, дает возможность компании КПО оказывать поддержку наиболее уязвимым группам населения и общественным ассоциациям, работающим в области здравоохранения и техники безопасности, образования, социального развития, искусства, культуры и спорта.

– В 2011 году по данной программе КПО профинансировала 45 различных проектов на общую сумму около 294000 долларов США.

– В 2012 году компания КПО продолжает реализацию следующих проектов для населения Западно-Казахстанской области на сумму около 14.9 млн. долларов США.

- Строительство детского сада на 350 мест в Уральске
Двухэтажный детский сад на 350 мест (16 групп), включая 16 игровых

площадок с верандами и игровым инвентарем, площадка для занятий физкультурой и сад. Здание будет полностью меблировано и оборудовано всем необходимым.

- Строительство теннисного комплекса в г. Уральске. Двухэтажное здание теннисного комплекса, которое будет состоять из трех крытых и двух открытых теннисных кортов, включая трибуны с местами на 300 зрителей.

- Строительство и ремонт автомобильных дорог в Уральске. Строительство 1,5 км городских автомобильных дорог.

- Строительство средней школы на 198 мест в селе Сайкудук Акжайыкского района;

- Реконструкция системы водоснабжения в селе Березовка Бурлинского района;

Как видим, указанные компании ведут активную деятельность в сфере социальной политики, ежегодно тратя огромные суммы на благотворительную, спонсорскую и целевую помощь. При обзоре официальных интернет-сайтов этих компаний сразу бросается в глаза наличие рубрики «социальная ответственность», в которой подробно описывается, кому и в каких объемах они помогают. Полученная информация хорошо иллюстрирует роль нефтегазовых компаний в социально-экономическом развитии региона. Понятно, что эти компании несут основную часть социальной нагрузки по региону и являются донорами целого комплекса социальных программ. По оценкам некоторых экспертов, после жанаозенских событий наблюдается тенденция в сторону усиления со стороны нефтегазовых компаний помощи социальному сектору.

Таким образом, по структуре социальная политика на предприятии включает в себя следующие элементы: законные обязательства предприятия, обеспечивающие социальную защиту своих сотрудников; социальные услуги, являющиеся предметом коллективных договоров и коллективного регулирования трудовых отношений; социальные услуги предприятия, предоставляемые добровольно, т.е. без обязательств по закону или коллективному соглашению. В частности, Jędrzej George Frynas в статье «Корпоративная социальная ответственность и управление социальным: Уроки прозрачность в секторе нефти и газа» анализирует вопрос о прозрачности доходов, которую считает главной задачей управления КСО. Он предполагает, что, решение проблем управления КСО во многом зависит от корпоративной деятельности компании. Но также им отмечено, что текущие КСО и политические инициативы совершенно недостаточно для комплексного решения социальных проблем компании. [88. Frynas, Jędrzej George (2009) Corporate social responsibility in the oil and gas sector. *Journal of World Energy Law and Business*, 2 (3)]. Основные направления социальной политики нефтегазовых компаний Казахстана: выделение значительных финансовых средств направленные на минимизацию влияния производственно-хозяйственных факторов на компоненты окружающей среды; проведение

экологического мониторинга атмосферного воздуха, подземных (грунтовых) вод, почвы; осуществление мониторинга подтопленных и затопленных скважин с целью определения влияния на морскую экосистему Каспийского моря; проведение работы по ликвидации очагов радиационного загрязнения окружающей среды; проведение ежегодного республиканского конкурса социальной ответственности бизнеса «Парыз»; финансовое и экономическое содействие развитию малых городов; создание социальных рабочих мест; инвестиции в развитии социальной инфраструктуры региона; оказание социальной помощи социально-уязвимым группам региона.

Согласно полученным данным, есть два главных фактора, которые играют ключевую роль в вопросах определения приоритетов социальной политики в этих компаниях. Это – финансовые возможности компаний и существующие законодательные требования (по 68%).

По результатам экспертной оценки социальной политики нефтедобывающих предприятий выявлены ряды особенностей и основные направления корпоративной социальной ответственности в нефтегазовых корпорациях Казахстана.

Нефтегазовый сектор является системообразующим сегментом экономики, поэтому трудно переоценить то влияние, которое он оказывает на ситуацию в регионе в целом. Эксперты, опрошенные в ходе интервью, также признают определяющую роль нефтегазового сектора в социально-экономическом развитии западного региона. При этом, отмечаются как положительные, так и отрицательные стороны присутствия нефтедобывающих предприятий на территории западных областей. По мнению экспертов, основные плюсы присутствия в регионе нефтегазовых компаний: обеспечение рабочими местами; повышение уровня жизни жителей региона; улучшение инфраструктуры региона; привлечение инвестиций; развитие промышленности, новых производств и сервисных услуг; повышение качества трудовых ресурсов; получение местной молодежью определенных нефтяных специальностей; развитие региона в связи с внутренней миграцией; увеличение количества местных компаний на рынке предоставляющих свои услуги иностранным нефтегазовым компаниям; реализация социальных проектов при поддержке нефтегазовых компаний.

Вместе с ключевыми преимуществами эксперты отмечали негативные последствия присутствия в регионе нефтегазовых компаний. Практически все эксперты сходятся во мнении, что главной издержкой деятельности нефтегазовых компаний является загрязнение окружающей среды. Негативная оценка роли нефтегазовых компаний связана с ухудшением здоровья местного населения. По мнению экспертов, в результате загрязнения окружающей среды в регионе с каждым годом растет уровень заболеваемости. Нефтегазовая специализация региона оказывает также негативное воздействие на реальный сектор экономики, связанный с производством и переработкой. Уже сейчас, по оценкам экспертов, налицо все признаки «голландской болезни», когда из-за увеличения экспортных доходов укрепляется национальная валюта, снижается

конкурентоспособность открытого сектора, развивается сырьевой и сервисный сектор в ущерб обрабатывающему. В социальной сфере эксперты отмечают целый ряд проблем, возникающих в связи с нефтегазовой ориентированностью экономики. Во-первых, это –увеличивающийся разрыв между обеспеченными и необеспеченными слоями общества. Во-вторых, высокая инфляция на рынке потребительских товаров и недвижимости. В-третьих, разделение общества на нефтяников и тех, кто работает в других отраслях. В комплексе эти проблемы существенно ухудшают социальное самочувствие и повышают уровень напряженности в регионе. В качестве системных рисков также экспертами рассматривается проблема неравенства оплаты труда на нефтегазовых предприятиях между местными и иностранными рабочими. Эксперты считают, что такая практика нарушает права казахстанских рабочих и приводит к росту конфликтности в трудовых коллективах.

По результатам экспертного опроса высокой можно считать степень влияния нефтегазового сектора на следующие аспекты социальной ситуации в регионе:

- уровень жизни населения (6,75);
- уровень развития малого и среднего бизнеса (6,50);
- уровень безработицы в регионе (6,44).

Средняя степень влияния нефтегазовая отрасль оказывает на...

- состояния здоровья населения (5,85)
- состояние социальной инфраструктуры в целом (5,42)

По оценкам экспертов, наименее слабо выражена связь между нефтегазовой промышленностью и уровнем преступностью в регионе (4,44).

Согласно полученным данным, есть два главных фактора, которые играют ключевую роль в вопросах определения приоритетов социальной политики в этих компаниях. Это – финансовые возможности компаний и существующие законодательные требования (по 68%). Гораздо в меньшей степени социальную политику нефтегазовых компаний определяют официальные договора и контракты – 26%. По мнению 16% экспертов, данная политика ведется с подачи руководства этих компаний.

По результатам анализа экспертных суждений, можно выделить три группы отношений населения к нефтегазовым компаниям. Согласно первой группе суждений, считается, что действительно, иностранные компании имеют выгодные для себя контракты, позволяющие им игнорировать социальный сектор региона. Согласно второй позиции, ответственность за социальную сферу лежит полностью на государстве, а иностранные нефтяные компании только должны исполнять законодательные требования и платить налоги. Третья группа экспертов полностью отрицает тот факт, что иностранные компании несут слабую ответственность перед местным населением. Наоборот, считается, что эти компании с каждым годом увеличивают свои расходы на социальный сектор. Эксперты отмечают, что крупные иностранные компании сами заинтересованы в формировании позитивного имиджа в глазах местного сообщества, так как этого требует их собственный устав.

В процессе глобализации мировой экономической системы происходят все более глубокие процессы интернационализации капитала и транснационализация деятельности нефтяных корпораций. При соответствующей политике государства, могут быть созданы благоприятные условия для разработки и внедрения современных технологий участникам интегрированных структур, что позволит осуществлять более эффективную корпоративную стратегию развития. Подавляющее большинство казахстанских компаний осуществляют политику корпоративной социальной ответственности бизнеса с целью повышения своего делового имиджа, инвестиционной привлекательности, приобретения доверия заинтересованных групп (потребителей, персонала, территориального сообщества и социума в целом). Однако данная политика компаний нефтегазовой индустрии не способствует созданию единой концепции социальной корпоративной ответственности в данном секторе экономики. На современном этапе развития отдельные компании нефтегазовой отрасли Казахстана и России, как и зарубежные крупные компании, предпринимают действия по внедрению международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений и т. д., но они вынуждены реализовать свою социальную политику в контексте превалирования неформальных практик с акцентом на ассистенциализм относительно взаимодействия по линии власть – бизнес-сообщество. Подобный контекст ограничивает свободу действий бизнес-сообщества в свете реализации собственных социальных инициатив, вследствие чего действия бизнес-сообщества нередко характеризуются компульсивностью. По мнению А.Ю. Стребикова, такое положение во многом обусловлено: а) недостаточной проработанностью государственной политики формирования корпоративной социальной ответственности; б) несформированностью конгруэнтной системы социальных ожиданий бизнеса, государства и общества; в) дизъюнкцией сопоставимых показателей, позволяющих сравнивать успехи отдельных компаний в области корпоративной социальной ответственности [89].

При этом следует отметить, что в разных странах и компаниях складывается своя индивидуальная социальная политика. Казахские национальные компании и крупные инвесторы создают в настоящее время новые рабочие места, выполняют свои социальные обязательства перед сотрудниками, занимаются благотворительностью, оказывают реальную поддержку социально незащищенным гражданам. Инвестиции предпринимателей стали влиять на социальное развитие регионов: возводятся новые школы, учреждения здравоохранения, реабилитационные центры, объекты культуры, спорта и социальной защиты, осуществляется поддержка малообеспеченных граждан. В республике активно действует институт социального партнерства.

Большое внимание развитию профессиональной подготовки кадров уделяют предприятия республики, которыми в 2010 году подготовлены 279 тысяч специалистов. К примеру, только за прошлый год «КазМунайГаз»

выделил на эти цели один миллиард тенге, «Петро-Казахстан» — 465 миллионов тенге. Впервые внедряются индикаторы мониторинга и оценки деятельности организации по социальной ответственности бизнеса по видам экономической деятельности. Индикаторы касаются оплаты труда, охраны, безопасности труда и профессиональной подготовки, переподготовки, повышения квалификации. Величина индикатора будет зависеть от совокупного годового дохода [151].

К внутренней социальной ответственности нефтегазовых корпорации можно отнести:

1. Безопасность труда.
2. Стабильность заработной платы.
3. Поддержание социально значимой заработной платы.
4. Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников.
5. Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации.
6. Оказание помощи работникам в критических ситуациях.

К внешней социальной ответственности нефтегазовых корпорации можно отнести:

2. Спонсорство и корпоративная благотворительность.
3. Содействие охране окружающей среды.
4. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью.
5. Готовность участвовать в кризисных ситуациях.
6. Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В развитии социально-корпоративной ответственности нефтегазовой отрасли выделяются три модели: участие государства в регулировании корпоративной социальной ответственности на всех уровнях функционирования нефтегазовой отрасли; регулирование корпоративной социальной ответственности на уровне предприятия, концерна; регулирования корпоративной социальной ответственности на уровне государства и предприятия. Согласно итогам социологического анализа, есть два главных фактора, которые играют ключевую роль в вопросах определения приоритетов социальной политики компании в нефтегазовой отрасли Казахстана. Это – 1) финансовые возможности компаний и 2) существующие законодательные требования.

Получается, что, с одной стороны, компании ориентируются на собственные финансовые возможности, с другой, стараются соответствовать имеющимся законодательным нормам и требованиям при осуществлении своей социальной политики. Исследование Дэвида Спенса показывает, что нет никаких границ корпоративной социальной ответственности, такие как культурные, расовые и т.д., опасность везде одна и та же, а именно, гигантские многонациональные компании, производящие годовые отчеты КСО с указанием их активного участия в регионах, но, как они работают практически, можно сказать другое. По результатам анализа экспертных суждений, можно выделить три группы отношений населения к нефтегазовым компаниям. Согласно первой группе суждений, иностранные компании имеют низкий уровень корпоративной социальной ответственности. Согласно второй позиции, ответственность за социальную сферу лежит полностью на государстве, а иностранные нефтяные компании только должны исполнять законодательные требования и платить налоги. Третья группа экспертов полностью отрицает тот факт, что иностранные компании несут слабую ответственность перед местным населением. Наоборот, считается, что эти компании с каждым годом увеличивают свои расходы на социальный сектор. Поэтому формирование доверия к компании в коллективе, в обществе, в деловой среде – серьезная работа. И она должна соответствовать лучшим стандартам и образцам, которые существуют в международной практике.

Современный конкурентоспособный бизнес представляет собой сложную систему взаимоотношений акционеров с работниками предприятий, потребителями продукции или услуг, государством и другими заинтересованными сторонами. Оценка эффективности деятельности корпорации традиционно основывается, главным образом, на финансовых показателях. Однако такой консервативный подход уже не удовлетворяет потребности ни профессионального менеджмента, ни собственников (акционеров), тогда как на стоимость компании сильное влияние оказывают нематериальные активы, опыт ведущих сотрудников, их отношения с партнерами и клиентами, использование передовой техники и технологий.

Нерешенной остается также проблема осуществления контроля за выполнением стратегических планов и обеспечения прозрачности корпоративного управления нефтяных компаний. При отсутствии эффективного механизма отслеживания достижения поставленных целей и задач снижает роль и значение эффективности стратегического планирования, хотя оно занимает значительную часть времени руководителей высшего и среднего звена корпорации. Таким образом, стратегия компании превращается в систематизированную последовательность задач, выполнение которых контролируется на разных уровнях корпоративного управления.

Результаты и выводы:

1. Сфера социально-корпоративной ответственности включает управление деятельностью компании в областях организации и планирования в области формирования и развития кадров, экологии, промышленной безопасности и охраны труда, внешней социальной деятельности, взаимоотношений компании со всеми группами стейкхолдеров.

2. В развитии социально-корпоративной ответственности нефтегазовой отрасли выделяются три модели: участие государства в регулировании корпоративной социальной ответственности на всех уровнях функционирования нефтегазовой отрасли; регулирование корпоративной социальной ответственности на уровне предприятия, концерна; регулирования корпоративной социальной ответственности на уровне государства и предприятия.

3. Согласно полученным данным, с одной стороны, компании ориентируются на собственные финансовые возможности, с другой, стараются соответствовать имеющимся законодательным нормам и требованиям при осуществлении своей социальной политики.

4. По результатам анализа экспертных суждений, можно выделить три группы отношений населения к нефтегазовым компаниям. Согласно первой группе суждений, иностранные компании имеют низкий уровень корпоративной социальной ответственности. Согласно второй позиции, ответственность за социальную сферу лежит полностью на государстве, а иностранные нефтяные компании только должны исполнять законодательные требования и платить налоги. Третья группа экспертов полностью отрицает тот факт, что иностранные компании несут слабую ответственность перед местным населением.

5. На основе анализа статистических данных выделены основные направления корпоративной социальной ответственности нефтегазовых компаний Казахстана: создание новых рабочих мест; предоставление социального пакета работникам; строительство социальных объектов; благоустройство города, поселка; финансирование научных и образовательных проектов; осуществление программ борьбы со СПИДом, наркоманией, беспризорностью; улучшение систем транспорта и связи; меценатство - помощь театрам, галереям, отдельным деятелям культуры; решение экологических проблем; проведение культурных, спортивных мероприятий.

6. Нефтегазовым компаниям на корпоративном уровне необходимо строить эффективную, ориентированную на международные стандарты систему управления социальной ответственностью для всей группы компаний. Данный процесс предполагает эффективно использовать экспертные ресурсы и корпоративные возможности менеджеров всех уровней управления. Изменения затронут такие направления, как управление социальными проектами, экология, охрана и безопасность труда, связь с общественностью, управление человеческими ресурсами, взаимоотношения с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами).

Следует отметить, что так или иначе корпоративная социальная ответственность нефтегазовых компаний в Казахстане должна рассматриваться в контексте формирующегося «рынка социальных услуг».

7. Основные трудности выработки адекватной модели корпоративной социальной ответственности для казахстанских корпораций в сфере нефтегазовой индустрии определяются целым рядом обстоятельств, включая:

- начального этапа становления корпоративной идентичности казахстанского бизнес сообщества;
- превалирование административных рычагов управления со стороны органов государственной власти на фоне отсутствия стратегических ориентиров развития страны;
- слабая развитость и декларативность нормативно правовой базы;
- небольшой опыт практической работы казахстанских корпораций в сфере нефтегазовой индустрии по тематике корпоративной социальной ответственности;
- неразвитость концептуального и терминологического аппарата.

8. Рекомендации по совершенствованию корпоративной социальной ответственности компаний нефтегазовой отрасли Казахстана.

Для дальнейшего развития корпоративной социальной ответственности КСО в Казахстане необходимо стимулировать данную сферу. Со стороны государства необходима поддержка предприятий, которые активно работают в социальных сегментах. В стране есть очень много компаний с огромными бюджетами, но они не тратят их на перспективные проекты, которые развивали бы общество.

Нравственное воспитание, экономическое и юридическое образование не помогут, если условия, в которых существует компания, вынуждают менеджеров обманывать государство, партнеров и персонал, не выполнять договорные обязательства и т.д. Новые казахстанские компании работают в условиях высокого экономического риска, недостаточной правовой базы, преимущественно финансового интереса к их бизнесу со стороны государства. Эти условия, конечно, не способствуют формированию высокой корпоративной культуры, но, несмотря на это, наиболее перспективно мыслящие руководители стараются создавать в своих компаниях микроклимат, способствующий зарождению и развитию корпоративной культуры и управления.

Наиболее приоритетными областями для социальных инвестиций, как в

краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе компаниями могут быть определены инвестиции в развитие инфраструктуры и развитие регионов, включая охрану окружающей среды, поддержку уязвимых групп населения, образование и здравоохранение.

Действующая в компаниях система корпоративной социальной ответственности, включающая регулярную подготовку социальных нефинансовых отчетов, повышает прозрачность бизнеса, дает возможность обосновывать его рентабельность. И наоборот, отсутствие транспарентности не позволяет предприятиям стать адекватно оцененными на рынке. Особенно это актуально для казахстанских предприятий, в том числе для горно-металлургического и топливно-энергетического комплексов: сегодня западные нефтяные и алюминиевые компании, часто имеющие меньшие запасы и объемы добычи, оцениваются на порядок дороже казахстанских.

9. Таким образом, совершенствование корпоративного управления следует осуществлять по следующим направлениям:

- Внесение ясности в отношении того, что будет пониматься под КСО и что она дает в долгосрочной перспективе. Для этого необходимо сделать акцент на связи корпоративной социальной ответственности с основной деятельностью компаний и предусмотреть возможности для более инклюзивного процесса принятия решений относительно принципов и приоритетов корпоративной социальной ответственности.

- Эффективный менеджмент организации (установление связи собственных интересов и возможностей с интересами и потребностями общества).

- Законодательная стандартизация корпоративного поведения, регламентирующая его основные принципы.

- Формирование новой системы корпоративных отношений, охватывающих весь процесс воспроизводства.

- Усиление требований к информационной и финансовой прозрачности организаций. Большая прозрачность способствует формированию доверия и поддержки со стороны всех заинтересованных сторон.

- Учитывая необходимость интеграции Казахстана в мировую экономику, при разработке казахстанских стандартов корпоративной социальной ответственности, или корпоративную социальную ответственность, необходимо ориентироваться на уже существующий международный опыт в области корпоративной социальной ответственности.

- Предприятия нуждаются в поддержке для развития своей социальной практики. Одной из основных потребностей бизнеса является потребность в обучении, форумах и рабочих семинарах. Более полное освещение отечественного опыта позволило бы предприятиям лучше осваивать передовые модели социального поведения. СМИ должны активнее участвовать в пропаганде социальной ответственности.

- Понимание бизнесом корпоративной социальной ответственности как преимущества для его конкурентоспособности может стать залогом будущего

развития корпоративной социальной ответственности практики в Казахстане. Ожидания формирования позитивного имиджа также являются хорошим стимулом для предприятий вести социально ориентированный бизнес.

- Формировании и развитии культуры корпоративной социальной ответственности путем продвижения и распространения наилучшей практики и стандартов, направленных на развитие партнерства государства, бизнеса, общества и каждого отдельного индивидуума.

- Пересмотреть стандарты в этой области и создать необходимую институциональную инфраструктуру. Компании и государство должны рассматривать корпоративную социальную ответственность как инвестицию в особый стратегический актив, нежели как затраты. Существует большое количество отчетов, свидетельствующих о том, что компании, принявшие корпоративной социальной ответственности положения как основополагающие в своем кодексе управления, более привлекательны инвесторам, сотрудникам, потребителям, более эффективны, а, следовательно, более рентабельны.

- Управленческий персонал должен учитывать потенциальные возможности человека:

- Физический потенциал работника. Физическое состояние и характеристика здоровья человека с учетом демографических, гендерных, национальных особенностей показатель физических возможностей человека.

- Профессиональная компетентность. В данном отношении компании постоянно должны заботиться о повышении профессионального мастерства работников. Чем больше высококвалифицированных работников, тем больше социальной ответственности в корпорации.

- Психологическая характеристика личности. В настоящее время, когда быстрыми темпами происходят социальные изменения, когда усиливаются социальные риски от человека требуется стрессоустойчивость, адекватность восприятия производственной ситуации. Поэтому, учет психологической нагрузки, психологических особенностей работников, повышение их психологической грамотности непременно условие повышения корпоративной социальной ответственности работников корпорации. В данном отношении необходимо работать над сочетанием личной мотивации личности с организационной мотивацией корпорации.

Нравственные качества человека определяют качество и уровень корпоративной социальной ответственности работников и влияют на формирование корпоративной культуры. Особенно для работников промышленных предприятий важны следующие качества, как гуманность, толерантность, коллективизм, отзывчивость, справедливость и честность, коммуникабельность и др. То есть, мотивационная структура заинтересованных сторон, их постоянная динамика под влиянием стратегических и текущих целей корпорации, изменения их системы ценностей влияют на эффективность корпоративной социальной ответственности на уровне личности, организации, региона, государства.

- Разработка Концепции государственной поддержки корпоративной

социальной ответственности.

- Улучшение налоговой среды для широкого вовлечения предприятий в практику социальной ответственности.

- Изменение подходов СМИ к пропаганде и освещению успешных практик внедрения корпоративной социальной ответственности в Казахстане.

- Установление в законодательстве добровольного характера корпоративной социальной ответственности.

- Разработка теоретико - методологических материалов обучения основам корпоративной социальной ответственности в учебных заведениях, активизация разъяснительной работы для представителей бизнеса о практиках и моделях развития корпоративной социальной ответственности, проведение учебно-практических семинаров, конференций и учебно-ознакомительных поездок при поддержке международных организаций, а также содействие развитию процесса добровольной социальной отчетности бизнеса.

- Координировать деятельность по корпоративной социальной ответственности как на уровне правительства и определенных ведомств, так и на уровне компаний.

- Важно, чтобы местные власти создали агентства по корпоративной социальной ответственности различных социальных институтов, которые функционируют на уровне региона, которое работает на интересы сообщества.

Таким образом, рассмотрение социальной ответственности предприятий нефтегазовой отрасли как процесса требующего управления на этапе его формирования, развития, объективно обосновывает актуальность разработки теоретически обоснованного методического и организационного инструментария управления на уровне отдельно взятых предприятий.

Современный конкурентоспособный бизнес представляет собой сложную систему взаимоотношений акционеров с работниками предприятий, потребителями продукции или услуг, государством и другими заинтересованными сторонами. Оценка эффективности деятельности корпорации традиционно основывается, главным образом, на финансовых показателях. Однако такой консервативный подход уже не удовлетворяет потребности ни профессионального менеджмента, ни собственников (акционеров), тогда как на стоимость компании сильное влияние оказывают нематериальные активы, опыт ведущих сотрудников, их отношения с партнерами и клиентами, использование передовой техники и технологий. Нерешенной остается также проблема осуществления контроля за выполнением стратегических планов и обеспечения прозрачности корпоративного управления нефтяных компаний. При отсутствии эффективного механизма отслеживания достижения поставленных целей и задач снижает роль и значение эффективности стратегического планирования, хотя оно занимает значительную часть времени руководителей высшего и среднего звена корпорации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Назарбаев Н.А. Послание Президента РК Н. А. Назарбаева «Стратегия 2050».
- 2 Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. - N.Y: Harper & Row, 1953. – p. 122.
- 3 Levitt Th. The dangers of social responsibility // Harvard Business Review. - 1958. – Vol. 36, №5. - P. 41-50.
- 4 Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profit // New York Times Magazine. – 1970, september. - Vol. 13, №32-33. – P. 122-126.
- 5 Davis K. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society // Business Horizons. - 1967. - Vol. 10, №4. – P. 45-50.
- 6 Davis K., Blomstrom R. Business and Society: Environment and responsibility. - McGraw-Hill: N.Y, 1975. - P 277.
- 7 McGuire J.W. Business and Society. - N.Y: McGraw-Hill, 1963. – P. 144
- 8 Mardsen C., Mohan A. Research on 500 Business Best Practices in Europe. - Warwick Business School, 1999, june.
- 9 Katalin Dobrai and Ferenc Farkas. Growing Professionalism in the Services of Nonprofit Organizations. Review of International Comparative Management. – 2010, december. – Vol. 11, issue 5. - P. 894-904.
- 10 David B. Spence. Corporate Social Responsibility: The importance of reputational risk. – Chicago: Kent Law Review, 2011. - Vol. 86, №1. – P. 59-85.
- 11 Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. / под ред. С.Е.Литовченко, М.И.Корсакова. - М., 2003. - С.61.
- 12 Чернов Е. Корпоративная социальная ответственность. // Информационный бюллетень Det Norske Veritas. - 2004. - №4 (8). - С. 6-7.
- 13 Елгин В. В. Роль нефтегазового сектора в развитии регионов Севера: На примере Ямало-Ненецкого автономного округа: автореф. докт. экон. наук. – Новосибирск, 2005. – С. 367.
- 14 Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. - М., 2007. – С.215.
- 15 Коновалова Л.Н., Корсаков М.И., Якимец В.Н. Управление социальными программами компании / под ред. Литовченко С.Е. - М., 2003. – С. 152
- 16 Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность; эволюция концепции. - СПб.: Высшая школа Менеджмента, 2011. – 272 с.
- 17 Корпоративная социальная ответственность / под ред. Э.М. Короткова. – Юрайт, 2013.- 445 с.
- 18 Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики. – Изд-во Академия Естествознания, 2011. – С. 216.
- 19 Конторович А.Э., Конторович А.А., Коржубаев А.Г. и др. Нефть и газ в XXI веке // ЭКО. - 2001. - № 2. - С. 94-110.

- 20 Стребков А.Ю. Совершенствование корпоративных стратегий развития в нефтегазовом комплексе России: автореф. канд. экон. наук. - М., 2010. – С. 24.
- 21 Freeman R.E. Strategic Management: A stakeholder approach. - Boston: Pitman Publishing: Marshfield, 1984. – P. 275.
- 22 Ивашковская И.В. Оценка устойчивости и роста компании: стейкхолдерский подход // Финансы и кредит. – 2010. - №43. – С. 14-18.
- 23 Модели эффективного сотрудничества: сборник материалов по результатам исследования аспектов взаимоотношения корпораций, местных властей, а также системы межбюджетных отношений в РФ. – М.: Институт города, 2003. - С. 2.
- 24 Серикова Л.С. Қазақстанның мұнай-газ кешендерінің даму тарихы (1985-2000 жж.): автореф. канд. ист. наук. - Алматы, 2006. – Б. 149.
- 25 Серикова Л.С. Из истории развития нефтяной Эмбы // Поиск.- 2004.- № 4 (2). - С. 199-203.
- 26 Абишев А. Социальные аспекты рыночных преобразований в России и Казахстане // Вестник КазНУ. Серия Международные отношения и международное право.- 2005.- №1. - С. 117-123.
- 27 Егоров О.И. Проблемы эффективного использования нефтегазового потенциала Казахстана в условиях становления рыночных отношений (вопросы теории и практики решения): автореф. докт. экон. наук. - Алматы, 1999. – 25 с.
- 28 Алшанов Р.А. Казахстан на мировом минерально-сырьевом рынке: проблемы и их решение (анализ и прогноз). - Алматы, 2005. - Изд. 2. – 423 с.
- 29 Нурсултанова Л.Н. Нефтегазовая промышленность современного Казахстана: исторический аспект (1985-2007 гг.): автореф. докт. ист. наук. - Алматы, 2008. – С. 300.
- 30 Марлен М. Структурная диверсификация приоритетных секторов экономики Республики Казахстан в целях повышения их конкурентоспособности (на примере нефтегазового комплекса): автореф. канд.экон. наук. - Алматы, 2010. - 25 с.
- 31 Гусейнов И.М. Совершенствование инновационной деятельности в нефтегазовом комплексе Республики Казахстан: дис. канд. экон. наук. – М., 2010.- С. 21.
- 32 Омарова А.И. Совершенствование управления иностранными инвестициями в нефтегазовом комплексе Казахстана: автореф. канд. экон. наук. - Туркестан, 2008. – С. 24.
- 33 Нурсултанова Л.Н. Инвестиционная политика Казахстана в нефтегазовой промышленности // Вопросы истории Кыргызстана. – 2008.- № 2. – С. 51-56.
- 34 Сарсенбаева Р.Б. Гендерные аспекты системных социально-экономических реформ в Казахстане: социологический анализ: автореф. докт. социол. наук: 22.00.04. - Алматы, 2005. - 54 с.

- 35 Шуптибаева К.Б. Социологический анализ инвестиционного процесса в Казахстане (на примере Западного региона): автореф. докт. социол. наук: 22.00.04. - Алматы, 2004. - 56 с.
- 36 Италмасова Р.Б. Социологическая экспертиза инвестиционных проектов в Республике Казахстан: автореф. докт. социол. наук: 22.00.03. - Алматы, 2009. – С. 39.
- 37 Нурбекова Ж.А., Бейсенова А.А. Социально ответственный бизнес в контексте социального партнерства. Саясат Policy Қазақстан рекоммендуемй ККСОН МОН РК. – Изд-во Print master, 2011. – Р. 7.
- 38 Nurbekova Zh.A., Beisenova A.A., Zhanazarova Z.Zh.. “Social organization of Kazakhstani business under conditions of Customs Union and Common Free Market Zone: empirical study practice” // Waset 2012 Perth Australia international conference. – 2012. - №1(1). – Р. 26-27.
- 39 Италмасова Р.Б. Роль инвестиционных проектов в модернизации казахстанского общества. (социологический анализ). – Алматы: КазАТК им. М. Тынышбаева, 2007. - 264 с.
- 40 Carroll A.B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct // Business and Society. – 1999. – Vol. 38, №3. – Р. 268-295.
- 41 Мойр Л. "Что мы подразумеваем под корпоративной социальной ответственностью?" Корпоративное управление. - 2001. - №1. – С. 16-23.
- 42 Joyner B.E. and Payne D. Evolution and Implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility // Journal of Business Ethics. – 2002, december. - №41(4). – Р. 297-311.
- 43 Carter Craig R., Marianne M. Jennings “The Role of Purchasing in the Socially Responsible Management of the Supply Chain: A Structural Equation Analysis // Journal of Business Logistics. – 2004. - Vol. 25, №1. – Р. 145-186.
- 44 Subhasis Ray. Corporate Social responsibility, resettlement, rehabilitation and community involvement in India // Regional Volume 3, issue 1. – Р. 15-17.
- 45 Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons. - 1991. - Vol. 34, №4. – Р. 39-48.
- 46 Merritt B. Fox and Michael A. Heller “CORPORATE GOVERNANCE LESSONS FROM TRANSITION ECONOMY REFORMS”,. Princeton: Princeton University Press, 2006, 408 pp.
- 47 Цветкова Б.Л. Социальная ответственность бизнеса в современных российских условиях: автореф. канд. социол. наук. - М., 2004. – С. 31.
- 48 Данилова О.В. Социальная ответственность бизнеса: теория, методология, практика. - М.: Красная звезда, 2008. – 230 с.
- 49 Martinuzzi., Gisch-Boie и др. ESDN Quarterly Report December 2011. Focus CSR: The New Communication of the EU Commission on CSR and National CSR Strategies and Action Plans. by André Martinuzzi, Barbara Krumay & Umberto Pisano 2010) // <http://www.sd-network.eu..>

- 50 Levitt Th. The dangers of social responsibility // Harvard Business Review. -1958. – Vol. 36, №5. - P. 41-50.
- 51 Туркин С. Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным. - М., 2006. - С. 384.
- 52 Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность // Управление компанией. - 2004. - №7. - С. 50-53.
- 53 Davis K., Blomstrom R. Business and Society: Environment and responsibility. - N.Y: McGraw-Hill, 1975. – P. 277.
- 54 McGuire J.W. Business and Society. - N.Y: McGraw-Hill, 1963. – P.144.
- 55 Mardsen C., Mohan A. Research on 500 Business Best Practices in Europe. - Warwick Business School, 1999, June.
- 56 Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities // Academy of Management journal. - 1973. - Vol. 16, №2. – P. 312-322.
- 57 Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Review. - 1960. - Vol. 2, №3. - P. 70-76.
- 58 Rosabeth Moss Kanter: How great companies think differently? // Harvard Business Review. - 2011, ноябрь. – P. 66-78.
- 59 Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of Management Review. - 1979. - Vol. 4, №4. - P. 497-505.
- 60 Дементьева А. Корпоративная социальная ответственность // Маркетинг. - 2009. - №4. - С. 3–12.
- 61 Wartick S.L., Cochran P.L. The evolution of the corporate social performance model // Academy of Management Review. - 1985. – Vol. 10, №4. - P. 758-769.
- 62 Zwetsloot G., van Marrewijk M. Corporate Sustainability & Social Responsibility // Pre-Conference: EFQM Learning Edge: Social Dimensions of Organizational Excellence. - The Hague, 2003, june. - P. 95-105.
- 63 Комиссия европейских сообществ. Сообщение от комиссии по вопросам корпоративной социальной ответственности: бизнес вклад в устойчивое развитие. - Брюссель, 2002.
- 64 Green Paper Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. - Brussels, 2001 // http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf
- 65 Актуальные вопросы развития корпоративной социальной ответственности. - М.: Ассоциация менеджеров, 2007. - С. 40.
- 66 Доклад о социальных инвестициях в России. - М., 2008. - С. 16.
- 67 David Boddy «Management: An Introduction» – Forth edition. – USA: Pearson Education. – 2008. – P. 275
- 68 Благов Ю.Е. «Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник СПбГУ. - 2006.- Серия 8, вып. 2. - С. 1-10.

69 Кочетова В. С. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций. // Журнал Устойчивый бизнес <http://www.csrjournal.com/akcent/2939-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-v-sisteme-korporativnyh-kommunikacij.html>

70 Ming-Dong P. A review of theories of corporate social responsibility // International Journal of Management Reviews. — 2008. –Volume 10, issue 1.– P.53-73.

71 Montiel Ivan, “Corporate social responsibility and corporate sustainability: separate pasts, common futures Organization Environment. - 2008. - №21(3). – С. 245-269.

72 Taneja S., Taneja P. и соавт. Исследования в Корпоративная социальная ответственность. Обзор Сдвиг фокуса, парадигмы и методологии журнал деловой этики. - 2011. - №101. – С. 343-364.

73 Marcel Van Marrewijk. «Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agence and Communion // Journal of Business Ethics. – 2003. – Vol. 44, №2. – P. 95-105.

74 ESDN Quarterly Report December Focus CSR: The New Communication of the EU Commission on CSR and National CSR Strategies and Action Plans. by André Martinuzzi. - Barbara Krumay & Umberto Pisano, 2011 // <http://www.sd-network.eu>

75 Subhasis Ray. Corporate Social responsibility, resettlement, rehabilitation and community involvement in India // Regional Volume 3, issue 1. – P. 15-17

76 Авдаева И.В. «Развитие институтов корпоративной социальной ответственности на микро- и мезоэкономических уровнях»: автореф. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2007. - 32 с.

77 Бусыгин А.В. Эффективный менеджмент: учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 486.

78 Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект / под ред. д.э.н., проф. Беляевой И.Ю., д.э.н., проф. Эскиндарова М.А. - М.: КноРус, 2008. – С.16.

79 Клепиков Д. М., Клепиков М. А. Графический метод сравнительного анализа социальной ответственности предприятия // Проблемы современной экономики. - 2012. - №3(43). - С. 119 – 122.

80 Показатели корпоративной социальной ответственности бизнес структур // <http://www.wciom.ru>.

81 Социальную ответственность измерили рейтингом. Филантроп. – 2012, сентябрь 22 // <http://philanthropy.ru>

82 Radácsi Ласло. közép-európai CSR-paradoxon. - Harvard Business Review Magyar kiadás, 2011, декабрь 28-39.

83 Прокопов Ф., Феоктистова Е. и др. Рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности. - М., 2008. – С. 68.

- 84 Беляев И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: учебник. - М.: КноРус, 2008. - С. 201.
- 85 Лещенко О. Социальная ответственность бизнеса: методы оценки // Человек и труд. - 2012. - № 12. - С. 16-26.
- 86 Братющенко, С.В. Социальная ответственность предпринимательства: обзор концепций // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. - Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2005. - С. 166-178.
- 87 Салихова А. Социальная ответственность бизнеса // <http://kazpravda.kz/c/1226353119>
- 88 Стрижов С.А. Корпоративная социальная ответственность: состояние и перспективы. - М.: МАКС Пресс, 2006. - С. 153.
- 89 Стрижов С.А. Формирование и развитие системы корпоративной социальной ответственности в современной экономике России: автореф. докт.экон. наук. - М., 2007. – 47 с.
- 90 Справочный материал по первому вопросу «Корпоративная социальная ответственность в контексте перехода к устойчивому развитию» // http://www.eco.gov.kz/rus_txt/sur.php
- 91 Справочный материал по первому вопросу «Корпоративная социальная ответственность в контексте перехода к устойчивому развитию» // http://www.eco.gov.kz/rus_txt/sur.php
- 92 Скляр Е.Н., Зверкович И.О. Исследование моделей корпоративной социальной ответственности, используемых в мировой практике // <http://www.allbest.ru>
- 93 Конопляник А.А. Налоговая реформа в Российской нефтяной отрасли. // Эксперт. - 2002. №8(315). С. 2-6.
- 94 ESDN Quarterly Report December Focus CSR: The New Communication of the EU Commission on CSR and National CSR Strategies and Action Plans. André Martinuzzi. - Barbara Krumay & Umberto Pisano, 2011 // <http://www.sd-network.eu>
- 95 Kotler P., Lee, N.: Corporate Social Responsibility. John Wiley and Sons Inc. Hungarian Edition: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása. – Budapest: HVG Kiadó, 2007. – P. 286.
- 96 Институт исследований развивающихся рынков: Управление отношениями с государством посредством корпоративной социальной ответственности в России и Китае // <http://gtmarket.ru/news/2011/08/10/4913>
- 97 Поражен Ян и соавт. Поощрение поддержки частного сектора в сохранении биоразнообразия. Использование экономических стимулов и правовых инструментов. - Вашингтон: Conservation International, 1996.
- 98 Ásványi K. CSR- marketingmix a gyakorlatban. Marketing & Menedzsment // The Hungarian Journal of Marketing and Management. – 2012. - Vol. 66, №3. – P. 32 - 41.
- 99 Исследование по восприятию корпоративной социальной ответственности жителями Украины // <http://mynews-in.net/>

- 100 ENI S.P.A. ChevronTexaco. ConocoPhillips. PetroBras // Бизнес и общество. – 2003. - №18-19.
- 101 Степанько М. Мировая практика социальной ответственности бизнеса: неотъемлемая часть развития общества. АО Казахстанский холдинг по управлению государственными активами «Самрук» // <http://kazenergy.com/ru/106-2007/1416-2011-07-25-17-44-16.html>.
- 102 Назарбаев Н.А. Социальная модернизация Казахстана: Двадцать шагов к Обществу Всеобщего Труда. – 2012, август – 1.
- 103 Самосудов М.В. Теория корпоративного взаимодействия: учебное пособие по курсу «Корпоративное управление». – М., 2006.- С340.
- 104 Unfolding stakeholder thinking. Theory, responsibility, and engagement / Ed. By J. Andriof, S. Waddock, B. Husted and S.S. Rahman. - Greenleaf Publishing Limited: Aizlewood's Mill, 2002. - Vol. 1. – P. 320.
- 105 Определение термина Стейкхолдер // <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
- 106 Freeman R. E. The politics of stakeholder theory: some future directions // Business Ethice Quarterly. - 1994. - Vol. 4, №4. – P. 409-421.
- 107 Freeman R.E., Velamuri S.R. A new approach to CSR: company stakeholder responsibility. In: Corporate social responsibility: reconciling aspiration with application / Ed. By A. Kakabadse and M. Morsing. – N.Y.:Palgrave Macmillan, 2006. - P. 9-23.
- 108 Donaldson Th., Dunfee T.W. Ties that bind: a social contracts approach to business ethics. – Boston: Harvard Business School Press, 1999. - P. 235-262.
- 109 Donaldson Th., Preston L. The stakeholder theory whole // Academy of Management Review. - 1995. - Vol. 20, №1. – P. 65-91.
- 110 Carroll A. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons. - 1991. - Vol. 34, 4. – P. 39-48.
- 111 Goodpaster K.E. Business ethics and stakeholder analysis // Business Ethics Quarterly. - 1991. - Vol. 1, №1. – P. 53-71.
- 112 Goodpaster K.E. Conscience and corporate culture. - Malden: Blackwell Publishing, 2007.
- 113 Ивашковская И.В. Оценка устойчивости и роста компании: стейкхолдерский подход // Финансы и кредит. – 2010. - №43. – С. 14-18.
- 114 Определение термина стейкхолдер // <http://crdf.ru/focus/stakeholders.html>
- 115 Модели эффективного сотрудничества // Сборник материалов по результатам исследования аспектов взаимоотношения корпораций, местных властей, а также системы межбюджетных отношений в РФ. – М.: Институт города, 2003. - 105 с.
- 116 Кочетова В.С. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций // Реклама и PR. - 2010. - №2. - С. 10-19.
- 117 Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект. - М., 2008. - С. 25.

- 118 Куандыков Т.С. Развитие инновационных процессов в нефтегазовом комплексе Казахстана: автореф. канд. экон. наук. – Алматы, 2010.- 32 с.
- 119 Нефтегазовая политика стран Каспийского региона. Перспективы развития. Алинова Д.Р. <http://moydocs.ru/geografiya/64127/index.html>
- 120 Суперпроекты Казахстана// <http://investing.reuters.co.uk/news/articleinvesting.aspx?type=allBreakingNews&storyID=2007-07->
- 121 Tsalik S., Ebel R. Caspian Oil Windfalls: Who Will Benefit? Caspian Revenue Watch Open Society Institute. – 2003. - P. 215.
- 122 Статистический сборник «Регионы Казахстана в 2011 году». Агентство РК по статистике. - Астана, 2012.
- 123 Программа развития территории Мангистауской области на 2011-2015 годы. - Актау, 2010.
- 124 Официальный сайт «Тенгизшевройл» // <http://www.tengizchevroil.com>
- 125 Актуальные проблемы совершенствования. -2013 // <http://www.bisam.kz/research/reports/msb.html>
- 126 Программа развития территории Западно-Казахстанской области на 2011-2015 годы. - Уральск, 2010 // <http://munaigaz.kz>;
- 127 Тезисы выступления председателя Правления АО НК «КазМунайГаз» Кабылдина К.М. на 6-ом Евразийском Форуме KAZENERGY. - Астана, 2011, октябрь 4 // <http://www.kmg.kz>.
- 128 Нефтяная промышленность. 2013. Сайт Министерства нефти и газа РК. www.mgm.gov.kz
- 129 Zarsky J. Права человека и окружающая среда. Конфликты и нормы в глобализирующемся мире. – Лондон: Earthscan Publishing Ltd, 2002. – С.127.
- 130 Охрана окружающей среды и устойчивое развитие Казахстан. Статистический сборник 2008-2012. С. 182. Сайт Агентства по статистике РК. www.stat.kz.
- 131 Проблемы развития корпоративной социальной ответственности в Казахстане. - 2012, октябрь – 03 // <http://www.ipr.kz/analytics/1/3/203>
- 132 Выступление Президента Н.А. Назарбаева на республиканском Форуме по вопросам социальной ответственности бизнеса. - Жезказган, 2008, январь – 24.
- 133 Самосудов М.В. Теория корпоративного взаимодействия: учебное пособие по курсу «Корпоративное управление». – М., 2007.
- 134 Трудовой кодекс РК. – Алматы, 2000.
- 135 Закон РК «О частном предпринимательстве».
- 136 Налоговый кодекс РК. – Алматы, 2000.
- 137 Макулбеков М. Национальное информационное агентство "Казинформ" // <http://www.inform.kz>
- 138 Гуревич Л.Я. Казахстанский предприниматель: самооценка собственной истории, предназначения и перспектив // <http://www.bisam.kz/research/reports/msb.html>

- 139 Данные РГП «Казгидромет».
- 140 Костин А. Корпоративная социальная ответственность: мировой опыт концепции для России // Стратегии России. - 2004. - № 2. - С. 63-69.
- 141 Бурджалов Ф. Социальная сфера предприятия: корпоративный вариант // Труд за рубежом. - 2004. - № 1. - С. 95-112.
- 142 Усатый Н. Предприятие как субъект социальной политики // Человек и труд. - 2008. - № 6. - С. 37-38.
- 143 Каталин Добрай. Роль маркетинга в защиту окружающей среды // Incode Материалы и тезисы докладов. – Печ: UP, 2008. – С. 289-294.
- 144 Belal A.R. Corporate Social Responsibility reporting in developing countries: the case of Bangladesh - Aldershot England Burlington Vt. Ashgate, 2008. – P. 165.
- 145 Материалы по Мангистауской области. Wikipedia www.wikipedia.org.
- 146 Corporate responsibility. Официальный сайт «Тенгизшевройл» // <http://www.tengizchevroil.com>
- 147 Corporate responsibility. Официальный сайт NCOC // <http://www.ncoc.kz>
- 148 Мансуров Т. Отношения между Республикой Казахстан и Россия. - Real Пресс, 1998. - С. 178-250.
- 149 Батурина Е. // <http://panorama.kz.com/archiv/2010/> - 2010, июнь - 4. - №21.
- 150 Кодекс корпоративной социальной ответственности АО «Национальной компании Казмунайгаз». – Астана, 2010.
- 151 Гадеева А. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие // <http://socovet.ru/asi/socialresponsibility>.