

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
и.о. директора
ШИП

С.В.Хачин

« ___ » _____ 2018 г.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Методические указания к выполнению раздела «Социальная ответственность» выпускной квалификационной работы для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.01 «Экономика»

Составитель Н.В. Черепанова

Издательство Томского
политехнического университета
2018

УДК 000000
ББК 00000
М00

Социальная ответственность: Методические указания к М00 выполнению раздела «Социальная ответственность» выпускной квалификационной работы для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.01 «Экономика» / сост.: Н.В. Черепанова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2018. – 21 с.

УДК 000000
ББК 00000

Методические указания рассмотрены и
рекомендованы к изданию методическим семинаром
кафедры менеджмента ИСГТ
«26» октября 2018 г.

Зав. кафедрой менеджмента
кандидат экономических наук,

_____ *Н.О. Чистякова*

Председатель
учебно-методической комиссии

_____ *Л.Р. Тухватулина*

Рецензент

Кандидат экономических наук,
Ассистент кафедры менеджмента ШИП
ТПУ

К.А. Баннова

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Раздел 1. Роль КСО в управлении предприятием	5
1.1. Сущность корпоративной социальной ответственности.....	5
1.2. Анализ эффективности программ КСО предприятия	7
Раздел 2. Разработка программ КСО для предприятия	12
2.1. Определение целей и задач программы КСО	12
2.2. Определение стейкхолдеров программы КСО	13
2.3. Определение элементов программы КСО	15
2.4. Затраты на программы КСО	16
2.5. Ожидаемая эффективность программ КСО	17
Заключение	19
Список рекомендованной литературы	20

ВВЕДЕНИЕ

Раздел выпускной квалификационной работы «Социальная ответственность» является необходимым элементом выпускных квалификационных работ студентов, обучающихся по направлениям 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.01 «Экономика».

Знания, полученные в ходе изучения профильных дисциплин «Корпоративная социальная ответственность», а также «Корпоративное управление» позволяют студентам получить разносторонние знания, необходимые для успешного применения своих способностей по завершению обучения в высшем учебном заведении и быть конкурентоспособным специалистом на рынке труда в современных условиях.

Методические указания учитывают тематическое разнообразие выполняемых выпускных работ и различные этапы внедрения КСО на предприятии, поэтому состоят из набора аналитических управленческих заданий, из которых дипломирующийся студент может выбрать наиболее подходящую его ВКР задачу.

РАЗДЕЛ 1. РОЛЬ КСО В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

1.1. Сущность корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность – международная бизнес-практика, которая прочно вошла в корпоративное управление в конце XX века. В настоящее время внедрение мероприятий КСО становится неотъемлемой частью успешной компании.

Корпоративная социальная ответственность – это:

1) комплекс направлений политики и действий, связанных с ключевыми *стейкхолдерами*, ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды;

2) нацеленность бизнеса на устойчивое развитие¹;

3) добровольное участие бизнеса в улучшении жизни общества.

Иными словами *социальная ответственность бизнеса* – концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта/услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом².

Любой анализ программ корпоративной социальной ответственности предполагает изучение уровней КСО. Согласно позиции А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, ее можно представить в виде пирамиды (рис. 1).

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.

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

¹ Институт исследований мирового банка. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://crinfo.worldbank.org/wbcrinfo/>

² Социальное измерение в бизнесе. Международный форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. М.: НП Социальные инвестиции, Изд.дом «Красная площадь», 2001, С.25



Рисунок 1. Компоненты социальной ответственности корпорации

Этическая ответственность, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали.

Филантропическая ответственность побуждает компанию к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ³.

В практике российского бизнеса КСО регламентируется следующими положениями и рекомендациями:

1. ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 26000-2010 «Guidance on social responsibility».
2. Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000. Центральным документом стандарта считается ISO 14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента». Здесь установлены требования к системе экологического менеджмента любого предприятия. В стандарте приведены основные термины и определения, а также изложены рекомендации в области экологической политики, планирования, целей и задач, программы и системы экологического менеджмента.
3. GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности. Отчет по устойчивому развитию - это

³ Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. 2004. №3. С. 18—20.

отчет, раскрывающий информацию о деятельности организации в экономической, экологической, и социальной области, а также в области управления.

4. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда.

В приведенных выше стандартах можно найти основные определения КСО и элементов.

1.2. Анализ эффективности программ КСО предприятия⁴

Анализ эффективности программ КСО проводится в случае, если на предприятии реализуются *внешние* (направленные во внешнюю среду предприятия) или *внутренние* (направленные во внутреннюю среду предприятия) программы КСО.



Если на предприятии не реализуются программы КСО, студенту следует перейти к разделу *Разработка программ КСО для предприятия*.

К *внутренней* 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 и т.д.

К *внешней* социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- спонсорство и корпоративная благотворительность;
- содействие охране окружающей среды;
- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;
- готовность участвовать в кризисных ситуациях;
- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), и т.д.

⁴ На основе: Трубин Л.А Корпоративная социальная ответственность. Курган: 2013.

Выполнение анализа эффективности программ КСО студент проводит на основании внутренней документации предприятия, официальной информации различных источников, включая официальный сайт предприятия, отчеты и т.д.

Результаты анализа сводятся в таблицу.

Основные этапы анализа:

- 1) Определение стейкхолдеров организации.
- 2) Определение структуры программ КСО.
- 3) Определение затрат на программы КСО.
- 4) Оценка эффективности и выработка рекомендаций.

1) Определение стейкхолдеров организации.

Одна из главных задач при оценке эффективности существующих программ КСО – это оценка соответствия программ основным стейкхолдерам компании.

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как *прямое*, так и *косвенное* влияние. Например, к прямым стейкхолдерам относятся потребители или сотрудники компании, а к косвенному местному населению, экологические организации и т. д. Важным представляется то, что в долгосрочной перспективе для организации важны как прямые, так и косвенные стейкхолдеры. Структуру стейкхолдеров организации необходимо внести в табл. 1.

Таблица 1 – Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1...	1...
2..	2...
3..	3...

После заполнения таблицы необходимо сделать краткий вывод относительно структуры стейкхолдеров организации на предмет количества, качества, влияния на организацию.

2) Определение структуры программ КСО

Структура программ КСО составляет портрет КСО компании. Выбор программ, а, следовательно, структура КСО зависит от целей компании и выбора стейкхолдеров, на которых будет направлены программы. Задача студента на данном этапе назвать мероприятия

КСО, реализуемые компанией, определить их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты программ. Полученные данные необходимо свести в табл. 2.

Таблица 2. – Структура программ КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
1.				
2.				
...				

После заполнения таблицы, студент делает вывод относительно целесообразности и соответствия мероприятий КСО, реализуемых предприятием ожиданиям стейкхолдеров.

Перечень возможных элементов программ КСО:

Благотворительные пожертвования – форма адресной помощи, выделяемой компанией для проведения социальных программ, как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, административные помещения, транспорт и т.д.).

Социальные инвестиции – вид инвестирования, нацеленный на поддержку социально одобренных проектов, к которым не применяется нормальная рыночная доходность. Рассматриваются социальные, экологические последствия.

Эквивалентное финансирование – форма адресной помощи, которая заключается в совместном финансировании компаниями, органами государственного управления и некоммерческим сектором социальных программ.

Денежные гранты – форма адресной помощи, выделяемой компанией на реализацию определенных социальных программ. Гранты, как правило, связаны с основной деятельностью компании, ее основными стратегическими целями.

Корпоративное волонтерство – вид деятельности, который подразумевает участие сотрудников компании в работе на благо местных сообществ на добровольной основе.

Социально значимый маркетинг – форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж

конкретного товара или услуги на проведение социальных программ компании.

Социально-ответственное поведение – форма работы компании, которая представляет разнонаправленные инвестиции, основанные на соблюдении правил этического поведения.

3) *Определение затрат на программы КСО*

На данном этапе студент определяет бюджет программ КСО предприятия, с учетом результатов, полученных в табл. 2. Важным этапом является определения вклада организации при эквивалентном финансировании или при корпоративном волонтерстве.

Студент сводит в таблицу основные затраты предприятия на корпоративную социальную ответственность. Сложностью может стать оценка затрат на внутреннюю КСО, в т. ч. на помощь детям сотрудников, неработающим пенсионерам и т.д. Если у студента отсутствуют документы, позволяющие оценить данные затраты, возможно использование метода экспертных оценок. Результаты необходимо свести в табл. 3.

Таблица 3 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1				
2				
..				
				ИТОГО:

При финансовом учете благотворительных пожертвований, выраженных в натуральной форме, в затратах учитывается их фактическая рыночная стоимость.

При учете мероприятий корпоративного волонтерства, финансовая оценка производится на основе затрат человеко-часов (или человеко-дней) на программу волонтерства, умноженных на почасовую (или среднедневную) зарплату сотрудника.

При расчете затрат на социально значимый маркетинг учитываются как средства фактически переданные на социальные программы, так и расходы на рекламу, продвижение, акции.

4) Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

Критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Например, в каком регионе работает компания, какова ее величина, структура капитала и т. д. В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активности в различных благотворительных программах. Очевидно, что эти критерии тем строже, чем выше уровень развития общества. Под воздействием внешних факторов организации вынуждены становиться информационно прозрачными и социально ответственными. Однако это дает бизнесу и значительные преимущества. Как показывают исследования, серьезно улучшаются финансовые показатели тех компаний, которые закладывают социальную ответственность в свою миссию.

На данном этапе анализа программ КСО предприятия, студент обладает необходимой информацией для того, чтобы сделать общий вывод относительно их эффективности. Необходимо использовать результаты пп.1-3.

Студент должен ответить на следующие вопросы:

- 1) Соответствуют ли программы КСО целям и стратегии организации?
- 2) Внутренняя или внешняя КСО преобладает?
- 3) Отвечают ли программы КСО интересам стейкхолдеров?
- 4) Какие преимущества получает компания, реализуя программы КСО?
- 5) Адекватны ли затраты на мероприятия КСО их результатам?
- 6) Какие рекомендации могут быть предложены компании для совершенствования практики КСО?
- 7) Ответы на вопросы должны быть развернутыми, они могут быть оформлены в свободной форме.

РАЗДЕЛ 2. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММ КСО ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Если у предприятия, которое в своей дипломной работе рассматривает дипломник, отсутствует разработанная программа КСО, студент должен разработать программу КСО для этого предприятия, следуя предложенному алгоритму.

В зависимости от предприятия, студент может выбрать традиционную или стратегическую модель КСО. *Традиционная модель* предполагает периодическое участие организации в КСО, в зависимости от существующих возможностей. Если у предприятия есть в данный момент потребность в КСО и деньги, то оно ассигнует финансы, если нет – то программа КСО может быть заморожена. *Стратегическая модель* КСО предполагает разработку долгосрочной программы, с учетом миссии и стратегии предприятия, интеграцию корпоративной социальной ответственности в повседневную работу компании. В этом случае ассигнования на программы КСО выделяют не от случая к случаю, как в традиционной модели, а на постоянной основе.

Разработка программы КСО в данном учебно-методическом пособии будет проходить в рамках стратегической модели. Этапы программы КСО:

- Определение целей и задач программы КСО
- Определение стейкхолдеров программы КСО
- Определение элементов программы КСО
- Определение затрат на программу КСО
- Ожидаемая эффективность программы КСО

2.1. Определение целей и задач программы КСО

Для того чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании. Иными словами, деятельность компании и программы КСО должны иметь одинаковый вектор. Тогда программа КСО будет выступать органическим вспомогательным элементом деятельности компании.

Цели реализации корпоративной социальной ответственности могут быть совершенно различными:

- 1) развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке;
- 2) рост производительности труда в компании;

- 3) улучшение имиджа компании, рост репутации;
- 4) реклама товара и услуги;
- 5) освещение деятельности компании в СМИ;
- 6) стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
- 7) возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний выше, чем для других компаний;
- 8) сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
- 9) налоговые льготы;
- 10) использование лучших практик
- 11) выход на международный рынок и т.д.

Из перечисленных целей видно, что в зависимости от целей, программы КСО могут быть направлены либо внутрь компании (внутренняя КСО), либо за ее пределы (внешняя КСО) в зависимости от целей компании.

Выбор цели КСО будет зависеть от стратегии компании. Цели КСО должны быть максимально близки миссии и стратегии. В табл. 4 следует привести миссию и основные стратегические цели компании, а затем, подобрать соответствующие цели КСО.

Таблица 4 – Определение целей КСО на предприятии

Миссия компании		Цели КСО
		1.
Стратегия компании		2.
		...

После заполнения таблицы студент делает вывод о возможности интеграции целей КСО в стратегию предприятия.

2.2 Определение стейкхолдеров программы КСО

После выбора целей новой программы корпоративной социальной ответственности, студент определяет главных стейкхолдеров программы.

Стейкхолдерами или *заинтересованными лицами* называется любое сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции. Среди множества стейкхолдеров выделяют: собственников, акционеров, органы федеральной и местной власти, поставщиков, топ-менеджеров,

работников, профсоюзы, торговые группы, потребителей (внутренних, зарубежных), население, партнеров, инвесторов, кредиторов, конкурентов (внутренних, международных), профессиональные ассоциации, суды и др. Интересы инвесторов, акционеров и поставщиков связаны с эффективностью управления организацией (прибыльным использованием ресурсов). Наемные работники ожидают удовлетворения их труда в формах адекватной оплаты, возможностей профессионального роста и построения деловой карьеры, здоровой моральной атмосфере, приемлемых условий и режима труда, хорошего руководства. Покупателей интересует качество, безопасность и доступность товаров и услуг. Администрации местных органов самоуправления заинтересованы в пополнении бюджета посредством налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения региона. Топ-менеджеры заинтересованы в возможности контроля и управления финансовыми потоками, мощность которых свидетельствует о финансовой состоятельности предприятий. Интересы кредиторов удовлетворяются своевременным исполнением обязательств по погашению процентов и кредитов.

Если какая-либо группа стейкхолдеров не удовлетворена деятельностью организации, ее реакция может поставить под угрозу дальнейшее существование самой организации. К числу влиятельных стейкхолдеров относятся также правительство и жители регионов, в которых находятся организации. Среди жителей региона выделяют не только проживающих в нем людей, но и местные власти, природную среду и физическое окружение, качество жизни людей. Отдельные группы с особыми интересами (торговые, профессиональные ассоциации, комиссии по защите прав потребителей и др.) могут оказывать давление на корпорации в части осуществления социальных реформ, законов.

Выбор основных стейкхолдеров проводится исходя из целей программы КСО, которая была определена в табл. 4. К каждой цели программы необходимо определить наиболее влиятельных стейкхолдеров. Результаты нужно занести в табл. 5.

Таблица 5 – Определение стейкхолдеров программ КСО

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1		
2		
...		

После заполнения таблицы необходимо обосновать выбор основных стейкхолдеров для компании.

2.3. Определение элементов программы КСО

Следующим этапом разработки программы корпоративной социальной ответственности бизнеса является определение элементов программы КСО. Это будет зависеть от множества факторов, таких как:

- 1) сфера деятельности компании;
- 2) финансовые возможности;
- 3) размер компании;
- 4) приверженность сотрудников компании;
- 5) сотрудничество с местными органами самоуправления и местными экологическими организациями;
- 6) ожидаемые результаты реализации программ т.д.

Перечень возможных элементов программ КСО:

1. Благотворительные пожертвования – форма адресной помощи, выделяемой компанией для проведения социальных программ, как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, административные помещения, транспорт и т.д.).

2. Социальные инвестиции – вид инвестирования, нацеленный на поддержку социально одобренных проектов, к которым не применяется нормальная рыночная доходность. Рассматриваются социальные, экологические последствия.

3. Эквивалентное финансирование – форма адресной помощи, которая заключается в совместном финансировании компаниями, органами государственного управления и некоммерческим сектором социальных программ.

4. Денежные гранты – форма адресной помощи, выделяемой компанией на реализацию определенных социальных программ. Гранты, как правило, связаны с основной деятельностью компании, ее основными стратегическими целями.

5. Корпоративное волонтерство – вид деятельности, который подразумевает участие сотрудников компании в работе на благо местных сообществ на добровольной основе.

6. Социально значимый маркетинг – форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара или услуги на проведение социальных программ компании.

7. Социально-ответственное поведение – форма работы компании, которая представляет разнонаправленные инвестиции, основанные на соблюдении правил этического поведения.

Для того, чтобы определить необходимый перечень мероприятий, необходимо сопоставить главных стейкхолдеров компании, их интересы, мероприятия, которые затрагивают стейкхолдеров. Необходимо обратить внимание, что каждый элемент программ КСО рассчитывается на определенное время, следовательно, может быть краткосрочным или среднесрочным. Ожидаемый результат от реализации программы позволяет оценить значимость будущих итогов реализации программ. Результаты необходимо свести в табл. 6.

Таблица 6 – Определение элементов программы КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1			
2.			

Ожидаемый результат не обязательно должен выражаться в решении глобальной проблемы общества или стейкхолдеров, он должен быть пропорционален временным и финансовым затратам.

2.4. Затраты на программы КСО

Затраты на программы КСО могут определяться по остаточному принципу и расходоваться в зависимости от их наличия, а могут стать частью ежемесячных, поквартальных отчислений. В первом случае компании будет трудно ожидать результатов деятельности программ КСО, поскольку мероприятия будут финансироваться время от времени. Если компанией не предусмотрено иное, то студенту рекомендуется применять стратегическое планирование в рамках разработки КСО. Общий бюджет программ КСО определить как процент чистой прибыли предприятия (*определяется студентом самостоятельно*) ежемесячно направляемы на реализацию программ КСО.

Студент самостоятельно распределяет бюджет КСО на мероприятия, в зависимости от них:

- важности для целей предприятия;
- влияния на стейкхолдеров;
- ожидаемых результатов.

Результаты необходимо занести в табл. 7.

Таблица 7 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1				
2				
..				
				ИТОГО:

После заполнения таблицы ниже необходимо привести обоснование выделенного бюджета и распределения затрат на мероприятия.

2.5. Ожидаемая эффективность программ КСО

Оценка эффективности, разработанной студентом программы КСО, должна строиться на основе принципов эффективности затрат на мероприятия и ожидаемых от мероприятий результатов (см. пп. 2.3,2.4).

При этом зачастую эффективность программ КСО оценить сложно. Это бывает в случае, если проблема социальной ответственности, которую решает предприятие, велика, и предприятию сложно справиться с ней в одиночку, либо эта проблема не имеет немедленного отклика на реализацию мероприятий.

При этом, необходимо помнить, что каждая реализуемая программа КСО связана с целями деятельности предприятия, ее миссией. Поэтому необходимо определить эффект от реализации программ не только для общества, но и для организации.

Эффект программ КСО по отношению к предприятию может выражаться в:

- улучшении имиджа компании;
- стимулировании сбыта;
- повышении узнаваемости товаров и услуг;
- снижении текучести кадров;
- повышении морального духа персонала;
- повышении квалификации персонала;
- установление связи с органами местного самоуправления;
- привлечении инвестиций и т. д.

Эффект программ КСО по отношению к обществу может выражаться в:

- улучшении материального благополучия граждан;
- помощь нуждающимся;
- улучшение здоровья людей (через продукцию или программы);
- устранение социальной напряженности;
- решение социальной проблемы;
- локальный (точечный) эффект (возможно от одного благотворительного мероприятия);
- улучшение экологической обстановки в регионе;
- помощь ветеранам;
- обеспечение детского досуга и т.д.

Результаты необходимо занести в табл. 8.

Таблица 8 – Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1				
2				
...				

После заполнения таблицы студент должен подтвердить или опровергнуть правильность выбора того или иного мероприятия КСО.

Если *соотношение затраты на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества*, является оптимальным, тогда выбор читается правильным.

Если *соотношение затраты на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества* показывает, например, что при высоких затратах мероприятие не принесет желаемого эффекта ни компании, ни обществу, то делается вывод о возможности исключения мероприятия из программы КСО.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Любая компания существует в обществе. Она оказывает влияние на общество через производство товаров и услуг, экологического, экономического воздействия. Корпоративная социальная ответственность позволяет компаниям делать индивидуальный выбор программ, отражающий цели и видение компании. Разработка программы КСО позволит компаниям ответственно подходить к своей деятельности, рассматривать ее воздействие на общество в перспективе, предвидя проблемы и решая их.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Goodpaster K. Conscience and Corporate Culture. Blackwell Publishing: Malden, MA. 2007.
2. Доклад о социальных инвестициях в России – 2008. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://europeandcis.undp.org/news/show/ED0CA87D-F203-1EE9-B7A8FBB8A2B9CBFF> (доступ свободный).
3. Документы Всемирного банка по проблемам социальной ответственности бизнеса (www.worldbank.org). Корпоративная ответственность перед обществом
4. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная ответственность: мировая и отечественная практика. Учебное пособие. Краснодар. Издательство КСЭИ, 2012, 231с.
5. Институт исследований мирового банка. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://crinfo.worldbank.org/wbcrinfo/>
6. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография /под. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. 504с.
7. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров, Э.М. Короткова. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 445с.
8. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров, 2005. www.amr.ru
9. Палацци М., Статчер Дж. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе. М., 1997.
10. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: учебное пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 352с.
11. Робинс Стивен П., Коултер М. Менеджмент. М., 2004 12. Российский журнал менеджмента. Т. 4. 2006. № 3. С. 189 13. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. М., 2003.С. 15
14. Социальное измерение в бизнесе. Международный форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. М.: НП Социальные инвестиции, Изд.дом «Красная площадь», 2001, С.25.

Учебное издание

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Методические указания к выполнению раздела «Социальная ответственность» выпускной квалификационной работы для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.01 «Экономика»

Составитель

ЧЕРЕПАНОВА Наталья Владимировна


**Отпечатано в Издательстве ТПУ в полном соответствии
с качеством предоставленного оригинал-макета**

Подписано к печати 00.00.2018. Формат 60x84/16. Бумага «Снегурочка».
Печать XEROX. Усл. печ. л. 9,01. Уч.-изд. л. 8,16.
Заказ 000-15. Тираж 100 экз.



Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Система менеджмента качества
Издательства Томского политехнического университета
сертифицирована в соответствии с требованиями ISO 9001:2008



ИЗДАТЕЛЬСТВО  **ТПУ**. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30
Тел./факс: 8(3822)56-35-35, www.tpu.ru