

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья / Original article



УДК 334.027:338.45

DOI 10.36683/ee243.27-35

JEL M14

EDN UHXIQN

Кулькова В. Ю., Галимова А. Д.

ВНУТРЕННЯЯ КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
В ОЦЕНКАХ СОТРУДНИКОВ**Кулькова Варвара Юрьевна***доктор экономических наук, профессор
Казанский государственный энергетический университет
(г. Казань, Россия), профессор кафедры экономики и организации
производства
e-mail: kulkova77@mail.ru
ORCID: 0000-0001-9943-1780
SPIN: 4819-4628***Varvara Yu. Kulkova***Doctor of Economic Sciences, Professor
Kazan State Power Engineering University (Kazan, Russia),
Professor of Economics and Production Organization Department
e-mail: kulkova77@mail.ru
ORCID: 0000-0001-9943-1780
SPIN: 4819-4628***Галимова Алина Динисовна***Казанский государственный энергетический университет
(г. Казань, Россия), аспирант кафедры экономики и организации про-
изводства
e-mail: alinagalimova2014@gmail.com
SPIN: 4961-6760***Alina D. Galimova***Kazan State Power Engineering University (Kazan, Russia), PhD
student of Economics and Production Organization Department
e-mail: alinagalimova2014@gmail.com
SPIN: 4961-6760*

В данной статье рассматривается важность формирования механизма устойчивого развития промышленных предприятий через реализацию корпоративной социальной ответственности (КСО). Эволюция подходов к корпоративной социальной ответственности демонстрирует изменения в общественном сознании – от начального понимания социальной ответственности и до активного внедрения социальных программ и инициатив. Основное внимание уделяется влиянию социальных программ на удовлетворённость сотрудников, а также недостаточной оценке их результативности. Целью исследования является анализ действующей социальной политики сотрудниками промышленного предприятия в рамках реализуемой внутренней корпоративной социальной ответственности. Методика исследования включает метод анкетирования сотрудников крупной промышленного предприятия Республики Татарстан. Опрос позволил диагностировать уровень осведомлённости сотрудников о социальных инициативах и их удовлетворённости социальной политикой компании. Результаты показали, что, несмотря на общее удовлетворение социальной политикой, сотрудники имеют низкий уровень осведомлённости о социальных инициативах, что свидетельствует о необходимости повышения информированности и вовлечённости работников. Выводы исследования подчёркивают важность коллегиального договора как инструмента регулирования социальных отношений и указывают на потенциал в развитии информационного сопровождения социальной политики предприятий. В заключение предложены рекомендации по улучшению коммуникации и повышению результативности социальной политики, что будет способствовать устойчивому развитию компании.

The article discusses the importance of forming the mechanism of sustainable development of industrial enterprises through implementation of corporate social responsibility (CSR). The evolution of approaches to corporate social responsibility demonstrates changes in public awareness from the initial awareness of social responsibility to active implementation of social programs and initiatives. The main focus is on the impact of social programs on employees' satisfaction, as well as insufficient assessment of their effectiveness. The purpose of the study is assessment of effective social policy by industrial enterprise employees within the framework of implemented internal corporate social responsibility. The research methodology includes survey method of employees of a large industrial enterprise of the Republic of Tatarstan. The survey made it possible to diagnose the awareness level of the employees about social initiatives and their satisfaction with the company's social policy. The results showed that despite general satisfaction with social policy, employees have low awareness level about social initiatives, which indicates the necessity to increase employees' awareness and engagement. The conclusions of the study emphasize the importance of collective agreement as a tool of social relations regulation and indicate the potential in the development of information support of the enterprises' social policy. In conclusion recommendations are given to promote communication and improve social policy effectiveness which will contribute to sustainable development of the company.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность,**Keywords:** corporate social responsibility, sustainable development,

устойчивое развитие, социальные программы, удовлетворённость сотрудников, социальная политика.

Благодарности: авторы выражают признательность Чугаиновой Анастасии за сбор и первичную сводку, обработку информации на объекте исследования.

Вклад авторов: все авторы внесли равный вклад в проведение исследования и написание статьи; выразили согласие нести публичную ответственность за все аспекты работы, связанные с точностью или достоверностью любой части рукописи; одобрили финальную версию статьи перед публикацией.

Для цитирования: Кулькова В. Ю., Галимова А. Д. Внутренняя корпоративная социальная ответственность промышленного предприятия в оценках сотрудников // Экономическая среда. – 2024. – Т. 13, № 3. – С. 27-35. – <https://doi.org/10.36683/ee243.27-35>. – EDN UHXIQN.

social programs, employee satisfaction, social policy.

Acknowledgments: The authors express their gratitude to Anastasia Chugainova for collecting and primary summary, and processing information at the object of the research.

Authors' contribution: All authors contributed equally to the research and writing; agreed to be publicly responsible for all aspects of the work related to the accuracy or integrity of any part of the manuscript; approved the final version of the article before publication.

For citation: Kulkova V.Yu., Galimova A.D. Internal Corporate Social Responsibility of Industrial Enterprise in Employees' Evaluations. *Economic environment*. 2024; 13 (3): 27-35. (In Russ.). – <https://doi.org/10.36683/ee243.27-35>. – URL: <https://www.elibrary.ru/UHXIQN>.

Введение

Эволюция теоретических подходов к корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) отражает динамику изменений в общественном сознании и бизнес-практиках на протяжении последних десятилетий. На начальных этапах компании лишь осознавали важность социальной ответственности, однако со временем это осознание трансформировалось в активные действия и инициативы, такие как реализация социальных программ, внедрение корпоративного волонтерства и осуществление социальных инвестиций.

Современные подходы к КСО по-прежнему являются предметом активных дискуссий в научном сообществе, что свидетельствует об их сложности и многогранности. Среди ключевых тем обсуждения можно выделить различия в осмыслении роли бизнеса в обществе, а также способы взаимодействия с различными заинтересованными сторонами (стейкхолдерами).

Один из подходов – теория корпоративного эгоизма, которая акцентирует внимание на интересах акционеров и предполагает, что основная задача компании заключается в максимизации прибыли для своих владельцев [1]. Этот подход часто подвергается критике за недостаточное внимание к социальной ответственности и к широким интересам общества.

С другой стороны, теоретическая модель корпоративного гражданства расширяет горизонты КСО, рассматривая компанию как активного участника местного сообщества, отвечающего за воздействие на него [2]. В этом контексте корпоративная социальная ответственность понимается не только как выполнение юридических обязательств, но и как стремление к позитивным переменам в жизни людей, охрана окружающей среды и общий вклад в устойчивое развитие.

Ключевым аспектом, объединившим эти подходы, остается фокус на заинтересованных сторонах, что подчёркивает необходимость учёта мнений и потребностей различных групп – от акционеров и клиентов до сотрудников и местного населения, формируя различные виды КСО: внешнюю КСО – связанную с интересами стейкхолдеров из внешнего окружения, и внутреннюю КСО, ориентированную на работников и сотрудников предприятия. Это разнообразие взглядов на КСО иллюстрирует текущую сложную взаимосвязь между бизнесом и обществом, требующую адаптации к взаимным интересам и оценку стейкхолдерами реализации КСО.

Проблема исследования заключается в недостаточной глубине анализа и оценки корпоративной социальной ответственности, которые не учитывают влияния социальных программ на сотрудников и их восприятия социальной политики предприятия.

Цель исследования – анализ и оценка действующей социальной политики сотрудниками промышленного предприятия в рамках реализуемой внутренней корпоративной социальной ответственности.

Объект исследования – ООО «Газпром трансгаз Казань», которое является важным дочерним обществом ПАО «Газпром», осуществляющим транспортировку природного газа в

центральные регионы Российской Федерации, а также в страны ближнего и дальнего зарубежья. Образованное в 1955 году после пуска в эксплуатацию магистрального газопровода «Миннибаево – Казань», предприятие стало третьим по протяжённости газопроводом, построенным в СССР в послевоенные годы, и первым в Татарстане. С течением времени компания внесла значительный вклад в экономику и социальное развитие региона, позиционируется как социально ориентированное предприятие. «Газпром трансгаз Казань» играет ключевую роль в топливно-энергетическом комплексе региона, доля газа которого составляет свыше 95 %.

Материалы и методы исследования

В настоящее время в отечественной науке сформировались научные направления исследований КСО и корпоративной социальной политики в контексте экономических систем и бизнес-структур. Так, отраслевой срез КСО изучался в контексте социальной политики энергетической компаний РТ В. Ю. Кульковой [3; 4]. Исследования К. В. Волнухина [5] и Е. М. Кравцова, В. Ю. Матвеева [6] подчёркивают важность социальной ответственности предприятий для достижения устойчивого развития и конкурентоспособности. В работах О. Т. Цуциевой, А. З. Гобозовой [7] выделяются такие признаки сравнения КСО, как формы КСО, юридическая ответственность, этическая ответственность, благотворительность, основные стейкхолдеры по степени важности, стимулирующие движущие силы, роль НКО, тенденции социальной отчетности. Т. В. Чубарова [8], М. Ф. Черныш и Е. А. Иванова [9] разрабатывают механизмы внедрения и методики оценки эффективности социальных программ на предприятиях.

Известны и обобщены в отечественной науке [15] концепции и подходы к развитию корпоративной социальной ответственности, изложенные в работах зарубежных классиков, таких как Д. Белл [10], Ч. Барнард [11], Г. Боун [12], К. Дэвис [13], Т. Левит [14] и М. Фридман [1]. Кроме того, значительный вклад в развитие научно-практических разработок проблем КСО внесли международные организации, такие как ООН, ОЭСР, Всемирный банк, а также World Business Council for Sustainable Development, Business for Social Responsibility и International Chamber of Commerce.

Несмотря на значительный вклад учёных в изучение данной проблематики, остаётся ряд нерешённых вопросов, связанных с методикой оценки эффективности КСО и социальных программ и их влиянием на стратегическое развитие предприятий.

Результаты проведённого анализа различных подходов, предложенных отечественными и зарубежными авторами в области оценки эффективности КСО и социальных программ [8], [9], дают основания для вывода о том, что наиболее подходящим методом является социологический опрос, основанный на следующей аргументации:

- социологический опрос позволяет получить прямую обратную связь от участников программ, что является ценным источником информации о реальном воздействии программы на их жизнь;
- опросы помогают понять не только фактические результаты программы, но и восприятие и отношение участников к ней, что может выявить скрытые проблемы и потенциал для улучшений;
- социологические опросы могут быть адаптированы для изучения различных аспектов социальных программ, включая их доступность, эффективность и удовлетворённость участников;
- опросы позволяют собирать как количественные, так и качественные данные, обеспечивая комплексное понимание эффективности программы;
- с помощью опросов можно охватить большое количество участников, что повышает репрезентативность результатов и делает выводы более обоснованными;
- в сравнении с другими методами, такими как глубинные интервью или фокус-группы, социологические опросы часто являются более экономичным вариантом для оценки больших и разнообразных групп населения [15; 16].

Использование социологического опроса как метода оценки социальных программ находит методологическое обоснование в теории стейкхолдеров и позволяет как оценить достигнутые результаты, так и выявить возможности для дальнейшего развития и улучшения программ, что в конечном итоге способствует более эффективному решению социальных задач.

В целях диагностики реализации внутренней КСО в оценках стейкхолдеров из внутреннего окружения – сотрудников ООО «Газпром трансгаз Казань» – нами было проведено социологическое исследование методом анкетного опроса.

В исследовании поставлены следующие задачи:

- выявить процент сотрудников, понимающих термины «социальная политика» и «социальные программы», а также формы, в которых они реализуются в их организации;
- проанализировать уровень удовлетворённости сотрудников корпоративным договором и другими инструментами социальных программ;
- оценить степень информированности работников о действующих и новых социальных программах предприятия.

Гипотезы исследования:

- в большинстве своём сотрудники не разбираются в понятийном аппарате социальной ответственности и не различают понятия «социальная политика» и «социальная программа»;
- в большинстве своём сотрудники, получающие бонусы или премии, будут более удовлетворены социальными программами;
- в большинстве своём сотрудники, получающие регулярную обратную связь и информацию о внутренних программах, будут более удовлетворены социальными программами.

Инструментарий исследования: метод сбора социологической информации – опрос. Вид опроса – анкетирование. Инструментарий – анкета. В качестве конструктора анкетного опроса был использован сервис «ГуглФормы», который помогает создавать гибкие опросы и тесты различной степени профессионализма. Исходя из гипотез исследования, анкета была структурирована на три раздела:

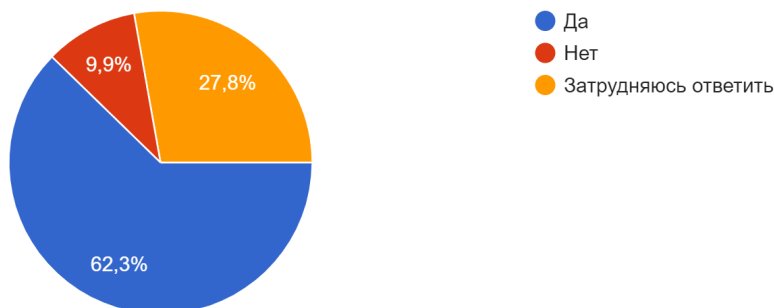
- Раздел I Общие вопросы о социальной политике и социальных программах;
- Раздел II Оценка инструментов социальных программ и коллективного договора;
- Раздел III Уровень информационной осведомлённости.

Объём выборки составил 464 человека. Тип выборки – стихийная. Единица наблюдения – работники аппарата управления и рабочих специальностей. География – УРГН ООО «Газпром трансгаз Казань».

На официальном сайте ООО «Газпром трансгаз Казань» существует раздел «Социальная ответственность», где компания подробно презентует направления своей социальной политики: «Как дочернее общество ПАО «Газпром», общество «Газпром трансгаз Казань» придерживается социально ориентированного подхода и выполняет все обязательства по социальному партнёрству. Среди основных приоритетов компании – обеспечение достойного уровня заработной платы, доступ к качественным медицинским услугам и возможность отдыха для сотрудников. Предприятие активно содействует профессиональному обучению персонала и улучшению работы с молодыми специалистами. Вопросы материнства и детства получают повышенное внимание: организация осуществляет выплаты многодетным семьям, проводит компенсации расходов на содержание детей в дошкольных учреждениях, а также выплачивает ежемесячные пособия малообеспеченным семьям и семьям, где дети являются инвалидами». Социальная политика и взаимодействия между работодателем и сотрудниками институционализируются в коллективном договоре ООО «Газпром трансгаз Казань», который играет ключевую роль в социальном партнёрстве и обеспечении прав работников. В 2023 году договор был успешно выполнен, что подтверждает его эффективность и значимость для коллектива. Договор включает в себя широкий спектр социальных льгот, гарантий и компенсаций, а также обеспечивает достойный уровень оплаты труда и рост средней заработной платы, затрагивает вопросы здоровья и безопасности на рабочем месте, обучения и развития персонала, а также социальной поддержки сотрудников и их семей.

Результаты исследования

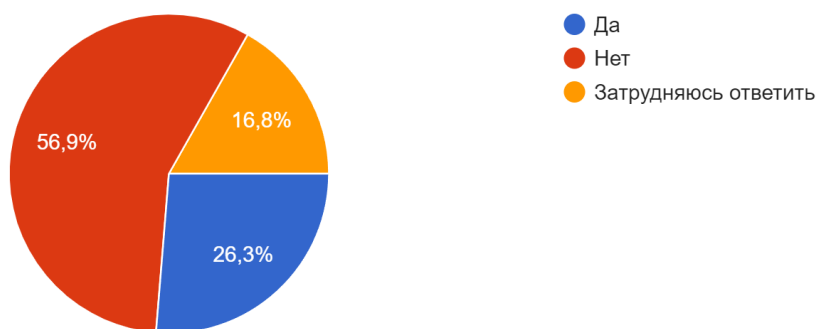
Согласно результатам (см. рисунок 1), большинство респондентов – 62,3 % – ответили, что довольны социальной политикой компании, вместе с тем 27,8 % затруднились ответить, что может указывать на отсутствие понимания работниками, в чём сущность социальной политики предприятия и как она реализуется.



Источник: [17]

Рисунок 1 – Ответы на вопрос «Довольны ли вы социальной политикой компании?»

Ответы на следующий вопрос необходимо рассматривать в корреспонденции с первым, поскольку здесь уточняется участие сотрудников в социальных программах организации. Вопрос был задан с целью выявить, насколько участники осознают, что является социальной программой и какое место она занимает в реализации социальной политики общества (см. рисунок 2). Результаты показывают, что только 26,3 % респондентов осознают, что они являются участниками социальных программ, несмотря на то, что своё довольство социальной политикой выразило большее число сотрудников. Большинство (56,9 %) ответили «нет» или затруднились ответить (16,8 %).

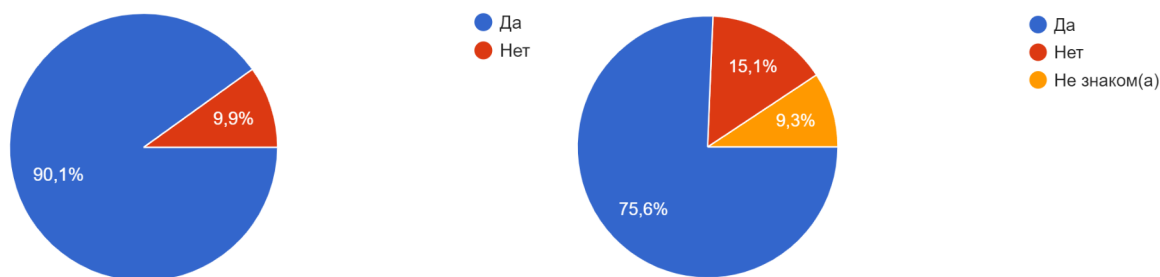


Источник: [17]

Рисунок 2 – «Участвовали ли вы в социальных программах организации?»

Следующие два вопроса касались более знакомой для респондентов темы – коллективного договора (см. рисунок 3). Поскольку данный нормативный акт является главным документом, регулирующим социально-трудовые отношения между работодателем и работниками, знакомство с его положениями происходит при трудоустройстве. Ожидается большое количество респондентов отметили, что ознакомлены с коллективным договором, однако 10 % работников ответили отрицательно. Положительное восприятие содержания главного социального документа выразили 75,6 % сотрудников организации.

Раздел 2 нашего опроса посвящён оценке инструментария социальных программ и коллективного договора. Вопросы выявляют уровень удовлетворённости социальными программами и утверждёнными положениями коллективного договора. Для удобства анализа результаты сведены в таблицу 1.



Источник: [17]

Рисунок 3 – Структура ответов на вопрос «Ознакомлены ли вы с коллективным договором и довольны ли вы коллективным договором соответственно?»

Таблица 1 – Оценка сотрудниками инструментов социальных программ и коллективного договора, %

Инструменты	Вполне удовлетворён	Частично удовлетворён	Не удовлетворён	Относительная величина в структуре социальных расходов, %
Рабочее время и время отдыха	57,8	35,1	7,1	–
Размер оплаты труда	14	31	55	–
Размер льгот, гарантий и компенсаций	46	44,9	8,5	22
Охрана труда	70	27,4	2,6	16
Медицинское обслуживание	48,7	35,3	15,9	22
Санаторно-курортное лечение	32,8	45,6	12,8	2,4
Обучение и повышение квалификации	60,8	29,7	9,5	3,5
Жилищное обеспечение	72,3	23,4	4,3	1,1

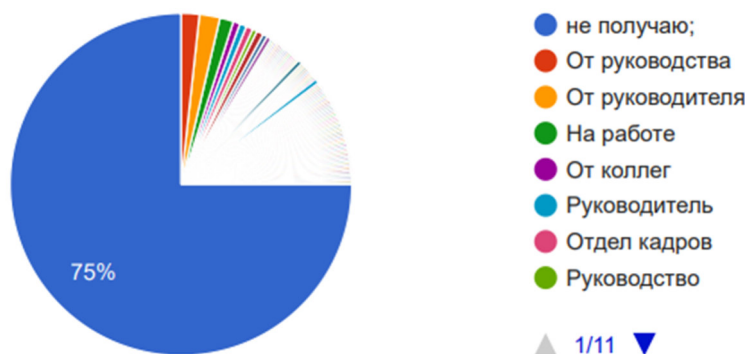
Источник: разработано авторами на основе полученных данных из [17]

Анализ результатов показывает высокую удовлетворённость сотрудниками организацией охраны труда, условиями жилищного обеспечения, обучением, повышением квалификации и балансом рабочего времени и времени отдыха.

Организации стоит обратить внимание на развитие социальных инструментов материального стимулирования, в частности: это размер оплаты труда, медицинское обслуживание и размер льгот, гарантий и компенсаций.

Третий раздел анкеты направлен на диагностику уровня информационной осведомлённости работников о социальных программах.

В первом вопросе мы хотели узнать, где сотрудники получают информацию об актуальных социальных программах и получают ли вообще (см. рисунок 4).



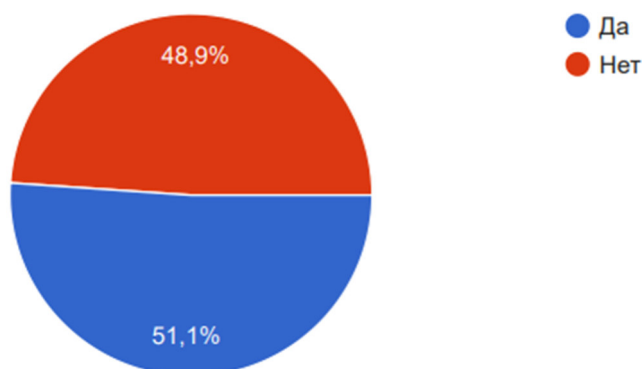
Источник: [17]

Рисунок 4 – «Где вы получаете информацию об актуальных социальных программах?»

Большинство респондентов отметили, что не получают информацию. Это может свидетельствовать о потенциале развития информационного сопровождения социальной политики в ООО «Газпром трансгаз Казань». Поскольку этот вопрос был открытым, респонденты указали множество различных источников, из которых мы можем выделить ответы: от руководства, от коллег, из отдела кадров, из социальных сетей, СМИ и др. Всего несколько человек указали источником ГИД, приложение компании ГАЗПРОМ.

Приложение Газпром ГИД заявляется как цифровая экосистема, который вписывается в социальную политику компании, обеспечивая работникам единый доступ к различным сервисам и возможностям. Это приложение создаёт уникальное коммуникационное пространство, объединяющее сотрудников и бизнесы компаний Группы Газпром.

В соответствии с полученными результатами проведённого исследования становится очевидным несоответствие заявленных возможностей и реального состояния. Мы выяснили, что в компании отсутствует информационно-социальный отдел и не организуется доведение до сотрудников актуальной информации по социальным программам. Респонденты также выразили потребность в организации этого процесса, ответив «нет» (48,9 %) на вопрос об удовлетворённости объёмом получаемой информации (см. рисунок 5).



Источник: [17]

Рисунок 5 – «Удовлетворены ли вы объёмом получаемой информации?»

Исследование по 3 разделу подтверждает первоначальные гипотезы и выявляет проблемы в информационной политике компании, что является точкой роста для достижения более высокого уровня социального благополучия сотрудников.

Заключение

Рост внимания к корпоративной социальной ответственности подчёркивает её важность в современном бизнесе как механизма повышения устойчивости и конкурентоспособ-

ности компании. В современных условиях стремительных изменений компании сталкиваются с вызовами, напрямую связанными с удовлетворением потребностей своих сотрудников. КСО становится ключевым инструментом для обеспечения социальной стабильности внутри организации, повышения вовлечённости персонала и формирования положительного имиджа компании.

В результате проведённого исследования были выявлены несколько ключевых аспектов, требующих внимания руководства компании.

Прежде всего, результаты показали, что около 62,3 % работников выражают удовлетворение социальной политикой компании. Однако 27,8 % респондентов затруднились с ответом. Это свидетельствует о недостаточном понимании сути и реализации социальной политики среди сотрудников, что указывает на необходимость продвижения и популяризации контекста проводимой социальной политики предприятия во внутреннем окружении.

Другим важным моментом является низкий уровень осведомлённости о социальных программах. Лишь 26,3 % сотрудников осознают своё участие в этих инициативах. Это подчёркивает потребность в активном информировании работников о существующих мероприятиях КСО и социальных программах, что может повлиять на их вовлечённость и участие.

По результатам опроса, знание о коллективном договоре оказалось высоким – 90 % респондентов знакомы с его содержанием, а 75,6 % из них удовлетворены предлагаемыми условиями. Это подчёркивает важность коллективного договора в регулировании социально-трудовых отношений на предприятии.

Вместе с тем результаты исследования открывают потенциальные точки роста в развитии информационной политики компании. Большинство участников опроса не получают актуальную информацию о социальных инициативах, что указывает на отсутствие системы коммуникации в этой области. Важно отметить, что наличие специализированного отдела, ответственного за организацию коммуникации по вопросам КСО, может существенно повысить уровень осведомлённости сотрудников. Повышение прозрачности и доступности информации о действующих инициативах может не только увеличить уровень удовлетворённости работников, но и способствовать укреплению лояльности и общей производительности компании. Таким образом, внимание к корпоративной социальной ответственности становится важным фактором успешного устойчивого развития современной крупной структуры.

Список источников:

1. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profit. – The New York Times Magazine. – 1970.
2. Перегудов, С. П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С.П. Перегудов, И.С. Семененко. – Москва : Прогресс–Традиция, 2008 – 447 с. – ISBN 5–89826–247–4.
3. Кулькова, В. Ю. Модель корпоративной социальной ответственности крупной предпринимательской структуры в энергетике Республики Татарстан / В. Ю. Кулькова, А. Д. Галимова, И. П. Довгий // Вестник Челябинского государственного университета. – 2022. – № 11(469). – С. 115-122. – DOI 10.47475/1994–2796–2022–11111. – EDN DWRMFF.
4. Ахметова, И. Г. Формирование социальной сферы крупных предпринимательских структур в энергетике Республики Татарстан / И. Г. Ахметова, В. Ю. Кулькова // Экономика промышленности. – 2020. – Т. 13, № 1. – С. 108-114. – DOI 10.17073/2072-1633-2020-1-108-114. – EDN NLUZZM.
5. Волнухин, К. В. Развитие корпоративной социальной ответственности под влиянием национальной культуры страны / К. В. Волнухин // Экономические науки. – 2018. – № 169. – С. 54-57. – DOI 10.14451/1.169.54. – EDN CXEVWE.
6. Кравцова, Е. М. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике / Е. М. Кравцова, В. Ю. Матвеева // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – Т. 6, № 1. – С. 81-98. – DOI 10.18334/epp.6.1.35241. – EDN WBGMRB.
7. Цуциева, О. Т. Сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности / О. Т. Цуциева, А. З. Гобозова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – № 6-2(13). – С. 91-96. – EDN QIUUWX.
8. Чубарова, Т. В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство / Т. В. Чубарова. – Санкт-Петербург: Издательство Нестор-История, 2011. – 320 с. – ISBN 978-

5-98187-683-7. – EDN TNFUTX.

9. Черныш М.Ф., Иванова Е.А. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / М.Ф.Черныш, Е.А. Иванова. – Москва: Ассоциация менеджеров. – 2003. – 00 с. – ISBN 5-902500-01-X.

10. Bell D. The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N.Y.: Basic Books. – 1973. – 198 p.

11. Barnard Ch. The Function of the Executive. N.Y. – 1938.

12. Bowen H. Social Responsibilities of the businessman. N.Y.: Harper. – 1953. – 208 p.

13. Davis K. The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibility. Academy of Management Journal. – 1973 – (16) – 312–322.

14. Levitt T. Dangers of Social Responsibility. Harvard Business Review. – 1958.

15. Ситова, С. В. Методики оценки уровня устойчивости компании / С. В. Ситова // Устойчивое развитие: исследования, инновации, трансформация : Материалы XVIII Международного конгресса с элементами научной школы для молодых ученых. В 2-х томах, Москва, 08–09 апреля 2022 года / Отв. редакторы выпуска: А.В. Семёнов, П.Н. Кравченко. Том 1. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2022. – С. 966–972. – EDN RQGBJE.

16. Стрижов, С. А. Корпоративная социальная ответственность как основной нефинансовый фактор роста стоимости компаний / С. А. Стрижов, А. С. Николаева // Russian Economic Bulletin. – 2024. – Т. 7, № 1. – С. 215–228. – EDN WCXTGM.

17. Оценка удовлетворенности персоналом социальной политикой ООО «Газпром трансгаз Казань» (Ответы) // Google Диск. – URL: <https://drive.google.com/file/d/1gKaOS7F9ldlrJG60QIAVRU7-WyIC5Uu/view> (дата обращения: 06.09.2024).

18. Головкин, М. В. Корпоративные ценности в системе устойчивого развития и безопасности экономики промышленных предприятий (на примере ГК "Росатом") / М. В. Головкин, В. А. Руденко // Глобальная ядерная безопасность. – 2015. – № 4(17). – С. 103-114. – EDN VLOQJSJ.

19. Кравченко, О. А. Формирование механизмов и инструментария для обеспечения устойчивого развития электроэнергетических организаций / О. А. Кравченко. – Новочеркасск : ООО "Лик", 2021. – 240 с. – ISBN 978-5-907391-57-4. – EDN KTCRPE.

20. Крик, Т. От слов к делу. Взаимодействие с заинтересованными сторонами / Т. Крик [и др.]. – Москва: Кнорус, 2013. – 203 с.

21. Кричевский, Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – Москва : Дашков и К°, 2007. – 215 с. – ISBN 5-91131-257-3. – EDN QRPJWP.

22. Иванова, Е. А. Социальная ответственность корпораций: мировой опыт развития и российские перспективы / Е. А. Иванова // Terra Economicus. – 2009. – Т. 7, № 4-2. – С. 140-143. – EDN PLMCFT.

23. Башарина, Е. Н. Корпоративная социальная ответственность в системе управления организацией: автореф. ... дис. канд. экон. наук. – Москва, 2014. – 20 с.

24. Строева, О. А. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты / О. А. Строева, Н. В. Мироненко, Х. М. Иванов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – Т. 11, № 1. – С. 120-131. – DOI 10.12737/18259. – EDN VNYAPB.

25. Миляева, Л. Г. Теоретические и методические аспекты диагностики социальной политики организации / Л. Г. Миляева // Социально-трудовые исследования. – 2024. – № 1(54). – С. 24-34. – DOI 10.34022/2658-3712-2024-54-1-24-34. – EDN YSVHCT.

26. Щукина, Н. П. Технология разработки и реализации социальных программ: учебное пособие / Н.П. Щукина. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 250 с. – ISBN 978-5-16-014742-0.

27. Олейникова, И. Н. Социальные инвестиции компаний нефтегазовой отрасли: практические аспекты реализации / И. Н. Олейникова, С. И. Ковальский // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2020. – № 2(32). – С. 33–37. – EDN QFTTGU.

28. Попов, Ю. А. Специализированные социальные службы как элемент реализации внутренней социальной политики предприятия / Ю. А. Попов // Вектор экономики. – 2021. – № 9(63). – EDN PSSXQA.

Статья поступила в редакцию / Received: 15.09.2024

Принята к публикации / Accepted: 16.10.2024

Дата выхода в свет / Date of publication: 07.11.2024