

4. Костенко И. А. Управление кадрами в новых экономических условиях. М. : Верхняя Волга, 2007. 345 с.
5. Травин В. В., Дятлов В. А. Кадровый резерв и оценка результативности труда управленческих кадров. М. : Дело ЛТД, 1995. 320 с.
6. Егоршин А. П. Формирование и развитие аппарата управления предприятия : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Ленинград, 1990.
7. Калачева Л. Л. Формирование кадрового резерва на основе программирования интеллекта специалистов // Интеллектуальная культура специалиста: сб. науч. трудов. Новосибирск, 1988. С. 212–217.
8. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения. М.: Академия, 1985. 304 с.
9. Емелина Т. А., Горнастаева Н. В. Управление конкурентоспособностью работников на внутрифирменном рынке труда // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 4 (33). С. 77–81.
10. Борисова А. А. Механизм формирования трудовых отношений на предприятии. Учебное пособие. Новосибирск : Издательство НГТУ, 2010. 225 с.

#### REFERENCES

1. Vitselyarova K. N. The study of gender characteristics of the labor market of the Krasnodar Territory // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2015. No. 4 (33). P. 66–70.
2. Grishin I. A., Nikolaeva E. A. Training of managers in Russia and abroad: current trends and prospects of development in the conditions of the innovative economics // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. No. 2 (23). P. 67–72.
3. Guskova I. V., Antoshin M. V. Human resources management in the contemporary period // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2016. No. 1 (34). P. 18–23.
4. Kostenko I. A. Personnel management in the new economic conditions. M. : The Upper Volga, 2007. 345 p.
5. Travin V. V., Diatlov V. A. Personnel reserve and evaluation of the administrative staff work performance. M. : Delo LTD, 1995. 320 p.
6. Egorshin A. P. Formation and development of the management system of the company : abstract of dissertation of the doctor of economics. Leningrad, 1990.
7. Kalacheva L. L. Formation of personnel reserve on the basis of professionals' intelligence programming // Intellectual culture of specialist: collection of scientific works. Novosibirsk, 1988. P. 212–217.
8. Klimov E. A. Psychology of professional self-determination. M. : Academy, 1985. 304 p.
9. Emelina T. A., Gornostaeva N. V. Management of competitiveness of employees on firm-level labour market // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2015. No. 4 (33). P. 77–81.
10. Borisova A. A. The mechanism of formation of labor relations at the enterprise. Textbook. Novosibirsk : Publishing house of NGTU, 2010. 225 p.

**Как цитировать статью:** Борисова А. А., Киселева М. М. Управленческий резерв: методика формирования и оценка экономической эффективности // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 4 (37). С. 38–44.

**For citation:** Borisova A. A., Kiseleva M. M. Management reserve: methods of formation and evaluation of economic efficiency // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2016. No. 4 (37). P. 38–44.

УДК 330.354  
ББК 65.290.2

**Danshina Varvara Vladimirovna**,  
candidate of pedagogical sciences, assistant professor,  
director of the Institute of business development and strategies  
of Yuri Gagarin State Technical University  
of Saratov,  
Saratov,  
e-mail: danshina@irbis-edu.ru

**Даньшина Варвара Владимировна**,  
канд. пед. наук, доцент  
директор Института развития бизнеса и стратегий  
Саратовского государственного технического университета  
имени Ю. А. Гагарина,  
г. Саратов,  
e-mail: danshina@irbis-edu.ru

## ОЦЕНКА КОМПАНИЙ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

### ASSESSING ENTERPRISES IN TERMS OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS-STRUCTURES

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (2. Управление инновациями)  
08.00.05 – Economics and management of national economy (2. Innovation management)

*Статья посвящена исследованию вопроса: может ли успешная, активная политика в области социальной ответственности бизнеса (далее — СОБ) и устойчивого развития оказать влияние на повышение капитализации компании и на каком уровне развития в области СОБ находятся компании Саратовского региона? Автор подмечает,*

что российские компании не представлены в результатах индексов устойчивого развития, а это, по его мнению, связано с низким уровнем развития политики в сфере СОБ. Анализируя Саратовский регион, автор приходит к выводу, что существует понятийная дезориентация руководителей компаний, которая заключается в непонимании или неверном понимании значения понятия «социальная ответственность бизнеса».

*The article investigates the following issue: can a successful, active policy in the field of social responsibility of business-structures (hereinafter the SRB) and sustainable development have an impact on increasing capitalization of the company, and what is the level of Saratov region companies' development in the field of SRB. The author notices that Russian companies are not represented in the results of the sustainable development indices, which, in her opinion, is due to the low level of policy development in the field of SRB. Analyzing the Saratov region, the author concludes that in the region there is a conceptual disorientation of CEOs, which comes from the lack of understanding or misunderstanding of the meaning of «social responsibility of business-structures».*

*Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, бизнес, индексы мирового фондового рынка, результативность компаний, стадия развития, устойчивое развитие, долгосрочные перспективы, негативные последствия компании, правовые нормы, улучшение окружающей среды и жизни общества, стратегия развития.*

*Keywords: social responsibility of business-structures, business, index of world stock market, company effectiveness, development stage, sustainable development, long-term prospects, negative effects of the company, rules of law, improvement of the environment and society, development strategy.*

### Введение

В современном динамичном мире особенно остро встают социальные проблемы, для решения которых необходимы качественные, хорошо проработанные инструменты управления устойчивым развитием. Одним из таких инструментов в России с середины 90-х годов стала модель социальной ответственности бизнеса (далее — СОБ).

Ранее нами был проведен ряд исследований в области СОБ или корпоративной социальной ответственности (далее — КСО), изучены и проанализированы определения, обнаруженные как в академических источниках, так и в свободном доступе. По результатам исследований мы выбрали, на наш взгляд, максимально полное и точное определение, представленное в Международном стандарте Международной организации по стандартизации (ISO) 26000 «Руководство по социальной ответственности», которое гласит, что «...социальная ответственность — это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения»[1].

В процессе исследования СОБ одним из важных и интересных для нас вопросов стал вопрос о роли, которую играет политика в области СОБ в компании. Цель данного исследования — определить, может ли успешная, активная политика в области СОБ и устойчивого развития оказать влияние на повышение капитализации компании.

**Задача исследования:** обратиться к крупнейшим компаниям Саратовского региона и изучить, на каком уровне развития в области СОБ они находятся.

### Теория

В России политика в области СОБ в компаниях начала наиболее активно развиваться с 1999–2000 годов, тогда как в ряде зарубежных стран (США, страны Европы, Израиль) это понятие начало входить в употребление с 1900-х годов, когда оно было впервые описано и сформулировано Эндриу Карнеги в книге «Евангелие богатства», а научное сообщество и сами представители бизнеса обратились к этому явлению после Второй мировой войны, когда западные страны перешли к строительству государства «всеобщего благосостояния» [2]. За этот период времени уже наработан внушительный опыт ведения деятельности в области СОБ, причем на мировой арене эта деятельность осознается как одна из важнейших и ведущих среди всех параметров развития компании. Для объективной оценки этой деятельности разработан ряд инструментов оценки результативности компаний в области СОБ и устойчивого развития, которые используются на мировом фондовом рынке. Таковыми инструментами являются индексы.

Одни из известных и авторитетных индексов — это фондовые индексы Dow Jones Sustainability Index (далее — DJSI) и индекс лондонской фондовой биржи FTSE4GOOD.

DJSI входит в семейство индексов Доу–Джонса и был введен 8 сентября 1999 года по решению бизнес-сообщества. Основной принцип DJSI заключается в отборе 10 % лучших компаний по критериям устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности из 2500 крупнейших, которые входят в глобальный индекс Доу–Джонса и европейский Dow Jones STOXX Sustainability Indexes [3].

В этом году с точки зрения устойчивого развития по индексу Доу–Джонса оценивалось 3400 компаний из развитых и развивающихся стран.

По итогам 2015 года были определены отрасли, которые улучшили свои показатели в отношении СОБ и устойчивого развития. Топ-3 выглядит следующим образом:

1. Электронное оборудование, инструменты и компоненты (+23,45 %).
2. Транспортировка и транспортная инфраструктура (+18,16 %).
3. Жилищное строительство (+15,3 %).

Кроме того, были определены те отрасли, которые ухудшили свои показатели в отношении прошлого года. В топ-3 вошли:

1. Life Sciences Tools & Services (–7,71 %).
2. Производство предметов личной гигиены (Personal Products) (–6,73 %).
3. Нефть и газ (–5,95 %) [4].

По результатам 2015 года список лидеров индекса Доу–Джонса по устойчивому развитию (DJSI World) выглядит следующим образом (табл. 1):

Таблица 1

Список лидеров индекса Доу–Джонса  
по устойчивому развитию

Название	Промышленная группа	Страна
Westpac Banking Corp	Банки	Австралия
CNH Industrial NV	Промышленные товары	Великобритания
SGS SA	Коммерческие и профессиональные услуги	Швейцария
LG Electronics Inc	Потребительские товары длительного пользования и одежда	Республика Корея
Sodexo	Бытовые услуги	Франция
UBS Group AG	Финансы	Швейцария
Thai Oil PCL	Энергетика	Тайланд
METRO AG	Продукты питания, розничная торговля	Германия
Unilever NV	Продукты питания, напитки, табак	Нидерланды
Abbott Laboratories	Медицинское оборудование и услуги	США
Kao Corp	Бытовая химия и средства личной гигиены	Япония
Swiss Re AG	Страхование	Швейцария
Akzo Nobel NV	Материалы	Нидерланды
Telenet Group Holding NV	СМИ	Бельгия
Roche Holding AG	Фармацевтика, биотехнологии и науки о жизни	Швейцария
Stockland	Недвижимость	Австралия
Lotte Shopping Co Ltd	Розничная торговля	Республика Корея
Taiwan Semiconductor Manufacturing Co Ltd	Полупроводники и полупроводниковое оборудование	Тайвань
Fujitsu Ltd	Программное обеспечение и услуги	Япония
Alcatel-Lucent	Оборудование и техника	Франция
KT Corp	Телекоммуникационные услуги	Республика Корея
Air France-KLM	Транспорт	Франция
Gas Natural SDG SA	Коммунальные услуги	Испания

Источник: [5].

Таблица лидеров отражает ведущие позиции европейских компаний по индексу устойчивого развития, что объясняется постоянным совершенствованием производств с точки зрения охраны окружающей среды, а также высокой социальной защищенностью персонала компаний.

Важно, что DJSI завоевал доверие, стал востребован и популярен среди крупнейших инвесторов по всему миру. Это доказывает и тот факт, что возник ряд региональных индексов, в частности для Северной Америки и США — DJSI North America и DJSI United States. Они стартовали в 2005 году.

Войти в DJSI — значит завоевать стабильность на мировом фондовом рынке, обеспечить акции компании меньшей волатильностью. Характерно, что акции компаний, входящих в рейтинг DJSI котируются гораздо выше, чем акции компаний общего индекса Доу–Джонса, что отражено на рис. 1.

Важность и одно из определяющих значений индексов оценки компаний в плане политики СОБ и устойчивого развития отмечают и те, кто непосредственно занимается оценкой. Так, глава компании «RobecoSAM» Гуидо Гис (Guido Giese) отметил: «Семейство индексов DJSI на протяжении многих лет не только служит золотым стандартом для корпоративной ответственности, но является конкурентоспособной платформой, на которой компании получают признание за свои практики устойчивого развития» [4].

Дэвид Блицер, управляющий директор и председатель Индексного комитета по «S&P Dow Jones» отметил: «Все больше и больше инвесторов оценивают политику компаний в отношении окружающей среды, что часто определяет их решения об инвестировании» [4].

Другой известный индекс, оценивающий следование компаний принципам устойчивого развития и СОБ — индекс лондонской фондовой биржи (далее — FTSE4Good).

Он несколько моложе индекса DJSI — семейство индексов FTSE4Good было представлено в 2001 году [7]. Для включения в индекс FTSE4Good отбираются компании, входящие в FTSE Developed Index (индекс ведущих мировых компаний) — для индексов FTSE4Good для США, Европы и мира — и FTSE All-Share Index (индекс всех 757 британских компаний, акции которых торгуются на LSE) — для индекса FTSE4Good UK, — при этом из рассмотрения сразу исключаются компании, занимающиеся производством табачных изделий, систем ядерного оружия и их компонентов, систем вооружения; компании, связанные с работой атомных станций или занятые в добыче и обработке урана.



Рис. 1. Изменения значений «Индекса устойчивого развития Доу–Джонса» (DJSI World) по годам (источник: [6])

По результатам 2015 года в топ-10 компаний индекса FTSE4Good Global Index вошли [8] (табл. 2):

Таблица 2

## Топ-10 компаний индекса FTSE4Good Global Index

Название	Страна	Промышленная группа
Apple Inc	США	Оборудование и техника
Microsoft Corp	США	Программное обеспечение и компьютерные услуги
Wells Fargo & Company	США	Банки
Johnson & Johnson	США	Фармацевтика и биотехнологии
Nestle	Швейцария	Продукты питания
Alphabet Class A	США	Программное обеспечение и компьютерные услуги
Alphabet Class C	США	Программное обеспечение и компьютерные услуги
AT&T	США	Фиксированные линии телекоммуникаций
Procter & Gamble	США	Товары для дома
Disney (Walt) Company	США	СМИ

Российские компании не представлены в результатах индексов устойчивого развития, что связано с низким уровнем развития политики в сфере СОБ и устойчивого развития на общемировом уровне. Этот факт подкрепляется и тем, что на российской фондовой бирже отсутствуют специализированные индексы, оценивающие СОБ и политику в сфере устойчивого развития компаний, хотя речь об их разработке идет (например, разработка и введение RTS Sustainability Index).

Между тем для бизнес-организаций, набирающих вес в ведущих индексах, оценивающих политику в отношении устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности компаний, это играет огромную роль, увеличивая их значение, стоимость акций и положение на мировом фондовом рынке. Особенно важно это для компаний, оказывающих или потенциально способных оказать своей деятельностью неблагоприятное воздействие на окружающую среду или человека.

Учитывать наличие и значение индексов важно и тем бизнес-организациям, которые находятся на этапе создания или становления, поскольку, учитывая критерии отбора этих индексов, возможно регулировать деятельность компании с целью повышения ценности ее акций, а для начинающих компаний это положительным образом скажется при выходе на IPO (Initial Public Offering). Не случайно в большинстве бизнес-планов наиболее амбициозных и перспективных стартапов в качестве одного из финальных пунктов прописывается выход компаний на IPO. Выход компании на фондовый рынок является одним из значимых, ключевых этапов ее развития. Это повышает статус, престиж бизнес-организации, но главное, позволяет привлечь инвесторов, использовать акции при слиянии или поглощении, а также привлечь высококвалифицированных топ-менеджеров [7].

Таким образом, политика в области СОБ непосредственно влияет на повышение капитализации компании, открывает для нее новые перспективы и широкие возможности в будущем, значит, развитие политики компании в области СОБ и устойчивого развития на данный момент является одним из перспективных направлений для компании независимо от того, на каком уровне она находится.

## Данные и метод

Учитывая высокий уровень значимости попадания компаний в индексы, оценивающие политику в области СОБ и устойчивого развития, мы считаем необходимым обратиться к опыту компаний в сфере развития СОБ в Саратовском регионе, поскольку успешная работа, развитие и рост крупных компаний региона оказывают весомое влияние на развитие его экономики, положение среди других регионов страны. Таким образом, если использовать индексы, оценивающие политику компаний в сфере СОБ и устойчивого развития в качестве независимых критериев, то попадание в них можно считать целью при реализации политики в области СОБ.

Мы изучим рынок Саратовского региона на предмет развития СОБ и обратимся к ряду крупнейших компаний с целью определить, на каком уровне они находятся в области СОБ и устойчивого развития.

Для оценки уровня развития СОБ в компании учеными и экономистами были выделены разнообразные классификации стадий развития СОБ. Так, М. Портером и М. Креймером [9] предложены две стадии развития СОБ: реагирующая и стратегическая. На реагирующей стадии деятельность компании в области СОБ заключается лишь в ликвидации неблагоприятных последствий, созданных детальностью компаний. Стратегическая стадия подразумевает внедрение идей социальной ответственности в стратегию развития компании, а также «...ориентацию на создание долгосрочных конкурентных преимуществ» [10].

Однако в исследовании мы будем опираться на более развернутую систему стадий развития СОБ [10]. Она включает пять стадий. Первая — это оборонительная стадия (или корпоративная безответственность), на которой компания отрицает свою вину за последствия своей деятельности, которые оказывают негативное воздействие на окружающую среду, общество. Вторая стадия — правовая — подразумевает ведение компанией своей деятельности, отвечающей требованиям законодательства. Третья стадия — функциональная — на ней компания берет на себя некоторые обязательства в области СОБ, которые могут принести краткосрочные или среднесрочные результаты (подразумеваются разовые акции, связанные с СОБ). Если компания находится на следующей, стратегической стадии, то это означает, что она внедряет политику в области СОБ в стратегию своего развития и рассчитывает на долгосрочные перспективы. Высшим уровнем развития компании в области СОБ и устойчивого развития считается пятая стадия — гражданская, на которой компания прикладывает усилия для продвижения идей СОБ в бизнес-сообществе. При этом необходимо учитывать, что каждая следующая стадия включает не только новые черты, но и черты предыдущих стадий.

<b>Гражданская стадия</b>	Компания прилагает усилия для продвижения принципов КСО в деловом сообществе
<b>Стратегическая стадия</b>	Компания интегрирует КСО в стратегию своего развития, ориентируясь при этом на долгосрочную перспективу
<b>Функциональная стадия</b>	Компания принимает на себя некоторые добровольные обязательства в области КСО, приносящие позитивный эффект в краткосрочной и среднесрочной перспективе
<b>Правовая стадия</b>	Компания ведет свою деятельность в соответствии с ожиданиями общества, зафиксированными на законодательном уровне
<b>Оборонительная стадия</b>	Компания не признает своей ответственности и отрицает вину за негативные воздействия своей деятельности на состояние окружающей среды и общество

Рис. 2. Стадии развития КСО компаний [10]

Таким образом, компании, входящие в известные мировые фондовые индексы, оценивающие политику компаний в области СОБ и устойчивого развития, находятся на пятой стадии: они не только осуществляют деятельность в рамках правового поля, но и обладают стратегией развития СОБ, рассчитанной на долгосрочные результаты и продвигают идеи СОБ среди бизнес-сообщества.

Для проведения исследования мы отобрали крупнейшие компании Саратовского региона, которые находятся на высоком уровне по экономическим показателям, популярности среди населения, влиянию на формирование экономики региона.

Руководителям крупных производственных компаний мы предложили заполнить анкету, результаты которой помогут нам определить, на какой из стадий развития в сфере СОБ они находятся.

С помощью программы для формирования и проведения онлайн опросов «SurveyMonkey» [11] нами была создана анкета, содержащая следующие вопросы:

1. Имеются ли негативные последствия деятельности компании, которые оказывают воздействие на жителей Саратова и Саратовской области? (да/нет).

2. Социальная ответственность Вашей компании заключается только в следовании правовым нормам (осуществление деятельности по нормам СанПиН, выплаты «белой» зарплаты, оплачиваемые отпуска и т. д.)? (да/нет).

3. Ваша компания проводит акции, мероприятия, направленные на улучшение окружающей среды и жизни общества в целом? Выделяется ли на проведение мероприятий отдельный бюджет? (да/да; на эти мероприятия выделена отдельная строка бюджета/нет).

4. Существует ли в Вашей компании прописанная стратегия развития в области корпоративной социальной ответственности? (да/нет).

5. Ваша компания осуществляет промо-поддержку и продвижение результатов собственной СОБ в деловом сообществе? (да/нет).

Вопросы составлены в соответствии с каждой из стадий развития СОБ компании.

### Полученные результаты

Ответ на первый вопрос анкеты раскрывает положение компаний в сфере СОБ относительно первой — оборонительной стадии. Согласно результатам опроса 71,43 % отрицают негативное воздействие деятельности их производственной

компании на состояние окружающей среды и общества в целом, тогда как любое без исключения предприятие, тем более производственное, прямо или косвенно оказывает такое воздействие. Таким образом, преимущественное большинство компаний или отрицают, или не осознают такового негативного воздействия (см. рис. 3).

Существуют ли негативные последствия деятельности Вашей компании, оказывающие воздействие на окружающую среду, общество?

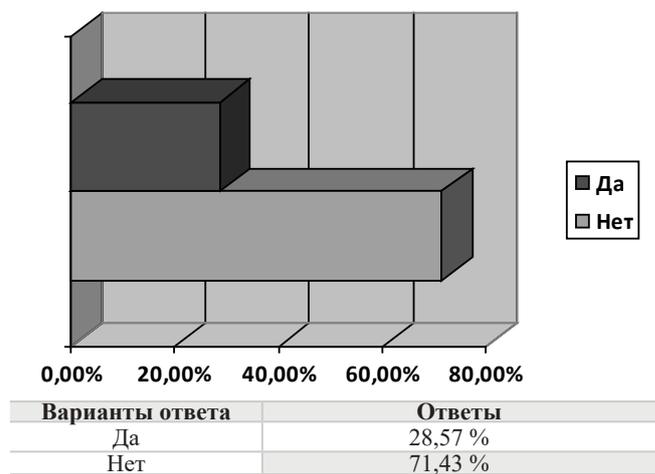


Рис. 3. Результаты опроса на вопрос анкеты № 1 (составлено автором по результатам исследования)

На второй вопрос 42,86 % респондентов ответили, что социальная ответственность их компании заключается только в следовании правовым нормам. Но термин «социальная ответственность бизнеса» — более широкое понятие, которое, помимо следования правовым нормам, включает ряд индивидуальных, осознанных мер, предпринимаемых компанией по собственной инициативе [12]. Таким образом, мы можем сделать вывод о понятийной дезориентации, когда руководители компаний не понимают или неправильно понимают термин «социальная ответственность бизнеса» (см. рис. 4).

Социальная ответственность Вашей компании заключается только в следовании правовым нормам (соблюдение норм СанПиН, выплаты «белой» зарплаты, оплачиваемые отпуска и т. д.)?

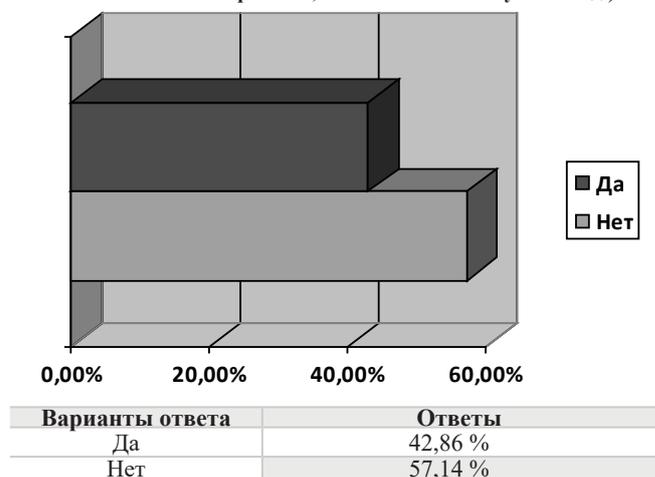


Рис. 4. Результаты опроса на вопрос анкеты № 2 (составлено автором по результатам исследования)

Результаты ответа на третий вопрос подтверждают существование понятийной дезориентации, поскольку 71,43 % опрошенных утверждают, что проводят акции и мероприятия, направленные на улучшение окружающей среды, но при этом считают, что их социальная ответственность ограничена только рамками права (см. рис. 5).

**Ваша компания проводит акции, мероприятия, направленные на улучшение окружающей среды и/или общества в целом?**

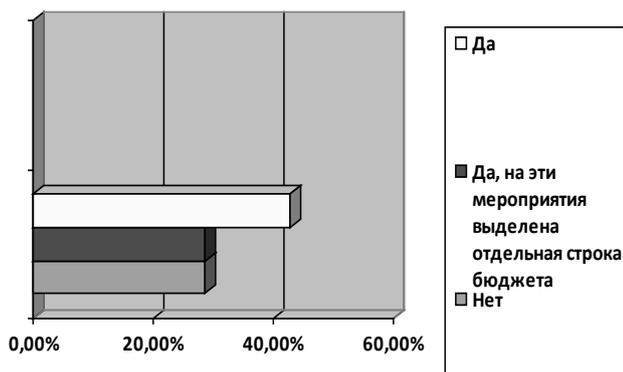


Рис. 5. Результаты опроса на вопрос анкеты № 3 (составлено автором по результатам исследования)

Ответы на два последующих вопроса показывают, что в нашем регионе практически отсутствуют компании, находящиеся на четвертой — стратегической и пятой — гражданской — стадиях (см. рис. 6 и 7).

**В вашей компании существует прописанная «Стратегия Развития в области Социальной ответственности Бизнеса»?**

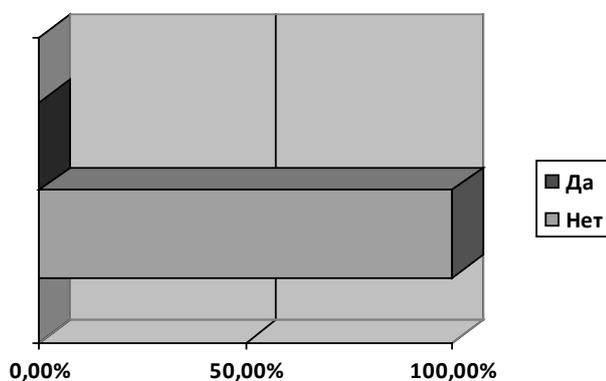
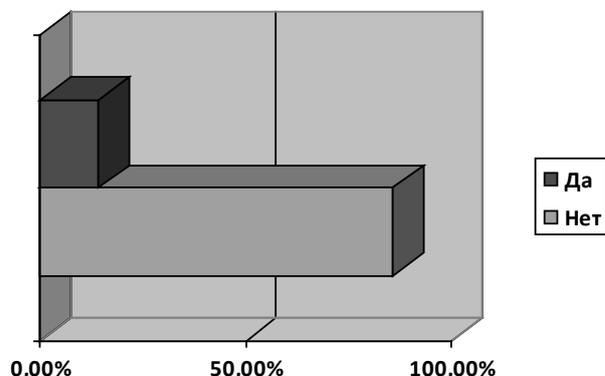


Рис. 6. Результаты опроса на вопрос анкеты № 4 (составлено автором по результатам исследования)

**Ваша компания осуществляет промо-поддержку и продвижение социальной ответственности Вашего бизнеса в деловом сообществе?**



Варианты ответа	Ответы
Да	14,29 %
Нет	85,71 %

Рис. 7. Результаты опроса на вопрос анкеты № 5 (составлено автором по результатам исследования)

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод, что в нашем регионе нет компаний, находящихся на четвертой и пятой стадии по уровню развития СОБ. Подходящее большинство крупных производственных предприятий региона остаются на первой стадии, не признавая негативного влияния деятельности их предприятия на окружающую среду, общество. При этом ответы на второй и третий вопрос анкеты сделали очевидной понятийную дезориентацию, которая существует у руководителей крупных предприятий региона.

### Заключение

Развитие политики в области СОБ и устойчивого развития оказывает влияние на повышение капитализации компании, поскольку как показывает исследованный материал, компании, обладающие четкой, грамотной политикой в сфере СОБ на современном рынке оцениваются гораздо выше. К тому же, те компании, которые не вышли на IPO, при осуществлении политики в сфере СОБ на пятой — гражданской — стадии обладают долгосрочной перспективой после выхода на мировую фондовую биржу войти в престижные индексы, оценивающие работу компаний в сфере СОБ и устойчивого развития, а это означает переход на другой, более высокий уровень — привлечение новых инвесторов и высококвалифицированных кадров, рост стоимости акций.

Рост влияния принципов СОБ и устойчивого развития во всем мире также отражается и на российских компаниях. Реализация в компаниях политики в соответствие с этими принципами с каждым годом выше ценится на всех уровнях власти, в обществе. Неизбежно в скором времени на российский фондовый рынок будут введены свои индексы оценки деятельности компаний в области СОБ и устойчивого развития, а значит, те бизнес-организации, которые уже сейчас прорабатывают, реализуют стратегию СОБ и устойчивого развития, обладают значительными перспективами на дальнейший рост, развитие, расширение.

Проведённое нами исследование показало, что в Саратовском регионе на данный момент отсутствуют компании, находящиеся на стратегической или гражданской стадии развития СОБ. С большой долей вероятности можно сказать, что это связано с понятийной дезориентацией руководителей компаний, которая заключается в непонимании или неверном понимании значения понятия «социальная ответственность бизнеса». Таким образом, для роста и развития СОБ в регионе необходимо проводить мероприятия, направленные на ликвидацию понятийной дезориентации,

причем важно, чтобы такие мероприятия осуществлялись среди глав предприятий, поскольку СОБ возможна только тогда, когда в этом заинтересованы руководители компаний, в противном случае высока вероятность того, что политика в области СОБ и устойчивого развития обретет форму видимости, а не эффективной, стратегически продуманной и организованной деятельности, способной не только компенсировать негативное воздействие деятельности компании на окружающую среду и общество в целом, но и положительно воздействовать на них.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ISO 26000:2010 Руководство по социальной ответственности. Международная организация по стандартизации, 2010. 128 с.
2. Peter F. Drucker. Concept of the Corporation. Transaction Publishers, 2009. 329 p.
3. Нагорнов А. В., Солнцева М. С. Исследования социальной ответственности компании // Корпоративные финансы. 2007. № 2. С. 112–132.
4. Results Announced for 2015 Dow Jones Sustainability Indices Review [Электронный ресурс] / RobecoSam. URL: <http://www.sustainability-indices.com/images/150910-djsi-review-2015-en-vdef.pdf> (дата обращения: 27.06.2016).
5. Industry Group Leaders 2015 [Электронный ресурс] / RobecoSam. URL: <http://www.sustainability-indices.com/review/industry-group-leaders-2015.jsp> (дата обращения: 04.07.2016).
6. Гринберг Т. «Экологически чистые» и «социально ответственные» кредиты [Электронный ресурс] // Национальный банковский журнал. URL: <http://nbj.ru/publs/banki-i-biznes/2006/06/07/archive-publ-9203/index.html> (дата обращения: 20.06.2016).
7. Белогорьев А., Афанасьева М. Зачем нужен индекс устойчивого развития? Опыт его разработки для российских нефтегазовых компаний // Нефть России. 2011. № 11. С. 7.
8. FTSE Russell [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ftserussell.com/> (дата обращения: 15.07.2016).
9. Porter M., Kramer M. Strategy and Society: the Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review. 2006.
10. Корпоративная социальная ответственность: новая философия бизнеса. Учебное пособие. М.: Внешэкономбанк, 2011. 56 с.
11. SurveyMonkey [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.surveymonkey.com/home/> (дата обращения: 15.07.2016).
12. Зеркалов Д. В. Проблемы устойчивого социального развития. Монография. Киев: Основа, 2012. 610 с.

### REFERENCES

1. ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. ISO, 2010. 128 p.
2. Peter F. Drucker. Concept of the Corporation. Transaction Publishers, 2009. 329 p.
3. Nagornov A. V., Solntseva M. S. Research of social responsibility // Corporate finances. 2007. No 2. P. 112–132.
4. Results Announced for 2015 Dow Jones Sustainability Indices Review [Electronic resource] / RobecoSam. URL: <http://www.sustainability-indices.com/images/150910-djsi-review-2015-en-vdef.pdf> (date of viewing: 27.06.2016).
5. Industry Group Leaders 2015 [Electronic resource] / RobecoSam. URL: <http://www.sustainability-indices.com/review/industry-group-leaders-2015.jsp> (date of viewing: 04.07.2016).
6. Greenberg T. «Eco-friendly» and «socially responsible» credits [Electronic resource] // The National Banking Journal. URL: <http://nbj.ru/publs/banki-i-biznes/2006/06/07/archive-publ-9203/index.html> (date of viewing: 20.06.2016).
7. Belogoryev A., Afanasyeva M. Why do we need an index of sustainable development? The experience of its development for the Russian oil and gas companies // Russian oil. 2011. No 11. P. 7.
8. FTSE Russell [Electronic resource]. URL: <http://www.ftserussell.com/> (date of viewing: 15.07.2016).
9. Porter M., Kramer M. Strategy and Society: the Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review. 2006.
10. Corporate social responsibility: new business philosophy. Textbook. M.: Vnesheconombank. 2011. 56 p.
11. SurveyMonkey [Electronic resource]. URL: <https://ru.surveymonkey.com/home/> (date of viewing: 15.07.2016).
12. Zerkalov D. V. Sustainable social development. Monograph. Kiev: Basis, 2012. 610 p.

**Как цитировать статью:** Даншина В. В. Оценка компаний в области социальной ответственности бизнеса // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 4 (37). С. 44–50.

**For citation:** Danshina V. V. Assessing enterprises in terms of the social responsibility of business-structures // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2016. No. 4 (37). P. 44–50.