

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Majandusarvestuse instituut

Finantsarvestuse õppetool

Riina-Marianna Lužina

**TÖÖTAJATE HUVI ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIKU
VASTUTUSE VASTU**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2016

СОДЕРЖАНИЕ

АБСТРАКТ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	5
1.1. Что такое социальная ответственность?	5
1.2. Заинтересованные стороны	6
1.3. Модели корпоративной социальной ответственности на примере США, континентальной Европы, Англии и России	8
1.4. Что такое отчёт корпоративной социальной ответственности?	14
1.4.1. Виды отчётов социальной ответственности	15
1.5. Развитие отчётности КСО в Эстонии	16
2. ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ РАБОТНИКОВ ЭСТОНСКИХ КОМПАНИЙ В КСО.....	19
2.1. Цель исследования и методика	19
2.2. Выборка	20
2.3. Заинтересованность работников в КСО	22
2.4. Выводы и предложения	30
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	32
ИСТОЧНИКИ	34
SUMMARY	38
ПРИЛОЖЕНИЯ	40
Приложение 1. Анкета	40

АБСТРАКТ

Название данной бакалаврской работы «Заинтересованность работников эстонских компаний в КСО». Исследуемая проблема данной работы это - низкий уровень развития отчётности социальной ответственности предприятий в Эстонии. Целью работы является выяснить насколько работники различных эстонских компаний заинтересованы в КСО. Для достижения цели автор провёл квантитативное исследование. Была составлена анкета и роздана работникам различных компаний, вне зависимости от возраста и образования. Всего было собрано 60 анкет.

Результаты исследования показали, что уровень знаний опрошенных автором работников о КСО низкий. Очень мало работников знает о существовании отчётов социальной ответственности как своего предприятия, так и в целом. Несмотря на это, большая часть респондентов заинтересованы в социальной ответственности предприятий. По полученным результатам был сделан вывод, что нужно поднимать уровень заинтересованности работников, руководителей и общества в КСО. Для этого нужно проводить больше инфо-дней, обучений и распространять больше информации на эту тему в СМИ.

Ключевые слова: социальная ответственность, КСО, отчёт социальной ответственности, развитие отчётности КСО, биржевые фирмы, тенденции, уровень знаний

ВВЕДЕНИЕ

При выборе темы исходили из того, что последние десятилетия вопрос КСО стал набирать популярность. Поэтому автор решил исследовать уровень знаний общества о КСО в Эстонии.

Целью данной работы является выяснить насколько работники различных эстонских компаний заинтересованы в КСО. Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- изучить теоретические основы развития КСО;
- изучить развитие и особенности отчётов социальной ответственности эстонских биржевых фирм;
- создать исследование и собрать данные;
- проанализировать результаты исследования;
- сформулировать выводы и предложить свои идеи по этой теме;

Работа разделена автором на две части. Первая часть даёт представление о том, что такое социальная ответственность, заинтересованные стороны. Также представлены различия моделей социальной ответственности США, континентальной Европы, Англии и России. Помимо этого можно получить информацию об отчётности КСО, видах отчётов КСО и развитии отчётности КСО в Эстонии.

Вторая часть работы посвящена количественному исследованию. Автором был проведён опрос среди работников различных эстонских компаний. В этой части приводится цель исследования, метод исследования и выборка. Далее проводится анализ полученных данных, а также предоставляется сделанный автором вывод и предложения по развитию вопроса КСО в Эстонии.

При написании работы были использованы различные научные статьи и официальные сайты эстонских биржевых компаний.

Автор хочет поблагодарить куратора работы Наталью Гурвич и всех участников опроса за внос своего вклада в составление данной бакалаврской работы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

1.1. Что такое социальная ответственность?

Понятие «социальная ответственность бизнеса» зародилось в конце XX века в европейских странах. Отсутствие единой трактовки определения «социальная ответственность» являлось одной из наиболее существенных проблем в этой сфере, позволяя компаниям по-своему трактовать это понятия. Сначала под социальной ответственностью понималась лишь политика отношений между работодателем и работниками, своевременная выплата заработной платы, уплата налогов и т.п. (Толкишевская, Быкова 2013, 1) Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) развивалось на протяжении многих десятилетий, как правило, становясь всё более точным, в отношении видов деятельности и практик, которые можно было бы включить в это понятие (Visser et al. 2010, 106). Социально ответственное поведение стало отражением новой концепции компаний, для которых интересы общества приобретают все большее значение при оценке своей деятельности в целом и коммерческого успеха в частности (Воеводкин 2011, 45).

В настоящее время можно также найти множество трактовок понятия «социальная ответственность». Однако суть каждой из них состоит в том, что компании должны на добровольной основе внедрять в свой бизнес как социальную, так и экологическую политику, ориентированную на все заинтересованные стороны от работников до всего общества в целом. Главное, чем характеризуется социальная ответственность - это добровольность, т.е. бизнес должен быть ответственным как перед внутренней, так и перед внешней средой компании, отдавая часть доходов на нужды общества. (Толкишевская, Быкова 2013, 1) Помимо этого, обязательства компании реализуются публично и во взаимодействии с заинтересованными сторонами, а также ориентированы на обеспечение устойчивости компании и реалистичности стратегии

компании. Социальная ответственность получила наибольшее распространение в бизнес-сообществе под названием «корпоративная социальная ответственность (КСО)». Корпоративная социальная ответственность играет важнейшую роль на всех этапах подготовки и принятия управленческих решений и является важным фактором динамичного развития компании. Такая деятельность направлена на долгосрочный успех компании. Она включает: создание и использование новых возможностей, доброжелательность общества, снижение рисков, возможность привлечения инвестиционного капитала, повышение лояльности клиентов. Помимо этого, улучшается имидж компании и позиции на рынке, повышается мотивация работников, растёт производительность труда, конкурентное преимущество при поиске персонала, более эффективное управление ресурсами, а также происходит сокращение расходов. (Vastutus...2006)

В основном все ведущие транснациональные корпорации мира вовлечены в КСО в той или иной степени, и нет почти ни одной страны, в которой предприятия каким-то образом не приняли вызов КСО. (Hennigfeld 2006, 3) КСО становится неотъемлемой частью международного бизнеса во многих отраслях промышленности (Anderson, Bieniaszewska 2005, 1) и является одной из ключевых задач для сегодняшних лидеров бизнеса по всему миру (Hennigfeld 2006, 3).

1.2. Заинтересованные стороны

КСО генерирует позитивные ассоциации среди заинтересованных сторон, что может увеличить доходы и прибыль компаний (Mishra, Modi 2016, 26). Привлечение заинтересованных сторон стало популярной темой в литературе по КСО. Тем не менее, остаётся открытым вопрос о том, как руководители компаний видят заинтересованные стороны и их влияние на компанию (Pedersen 2011, 177).

Чёткое понимание разницы между обществом, заинтересованными сторонами и общественностью помогает решать вопрос о том, кому должны служить организации, выполняя свои обязанности. В самом широком понятии, общество включает в себя группы и окружающую их среду. (Kim et al. 2016, 93) В обществе в целом, организации действуют путем общественного согласия в целях удовлетворения потребностей общества (Marrewijk 2003, 98). Два термина, заинтересованные стороны и

общественность, часто используются как синонимы, но они концептуально отличаются. Заинтересованные стороны включают в себя следующее: (1) любые лица или группы лиц, пострадавшие от действий, политики или решений организаций (2) любое физическое лицо или группа, которая имеет жизненно важное значение для выживания и успеха предприятия. (Kim et al. 2016, 93) В противоположность этому, общественность это конкретные подгруппы, которые возникают как группы заинтересованных сторон, и являются ситуативными (Kim & Grunig 2011, 131).

Чаще всего исследования фокусируются на общении с внешними заинтересованными сторонами с целью привлечения внимания к инициативам в области КСО. (Brunton 2015) По сути, на сегодняшний день улучшение отношений с властями остаются основной выгодой, приобретаемой компанией в рамках программ социальной ответственности. Социально ответственным компаниям намного проще вести переговоры относительно лицензий и разрешений. У них больше шансов на отмену существующего законодательного регулирования и на предотвращение введения нового регулирования. Взаимодействие с местным сообществом, реализация каких-либо совместных программ, или участие в муниципальных социальных программах помогает компании оставаться устойчивой, снижает административное давление. Также существует часть инвестиционных компаний, которых именно индикаторы социальной ответственности интересуют в первую очередь. В последние годы наблюдается распространение такого феномена как «социально ответственное инвестирование», инвестирование в компании с высокими показателями социальной активности. (Социальная отв...2004) Согласно некоторым исследованиям твёрдо установлено, что потребители извлекают выгоду от участия компании в корпоративной социальной ответственности, особенно появление чувства «согревающего тепла». Эти преимущества положительно влияют на такие желаемые результаты как готовность приобретать товары и услуги и лояльность клиентов. (Habel et al. 2016)

Внутренние заинтересованные стороны, такие как работники, не исследуются так часто, как они взаимодействуют с внешними заинтересованными сторонами, несмотря на их внутреннюю связующую роль в КСО организации. (Brunton 2015) КСО имеет многочисленные позитивные эффекты для работников. Если организация выходит за рамки своей основной задачи (получение прибыли), для внесения своего вклада на благо общества (КСО), то и работники будут выходить за рамки своих основных задач, что

способствуют большей пользе для организации. Также исследования показывают, что КСО повышает репутацию организации, что в свою очередь, приводит к тому, что работники начинают гордиться своей работой. КСО оказывает положительное влияние на хорошие отношения среди сотрудников и доверие в отношениях. (Poornamallee, Daus 2016, 4)

1.3. Модели корпоративной социальной ответственности на примере США, континентальной Европы, Англии и России

По историческим данным одним из первых государств, где ведение бизнеса включало также социальную деятельность, были США. Уже в начале 19 века в США многие крупные предприятия оказывали добровольную помощь различным слоям общества. (Husted 2014) Например, владелец сталелитейной компании Э. Карнеги инвестировал 350 млн. в социальные программы и построил более двух тысяч публичных библиотек (Mescon et al. 1988).

Особенной чертой КСО данного государства всегда являлась инициатива самих бизнес-сообществ в использовании различных методик, направленных на улучшение социальной жизни общества. (Husted 2014) Ответственное перед обществом поведение корпораций поощряется соответствующими налоговыми льготами, закрепленными на законодательном уровне (Перекрыстов et al. 2011.). В США выработано огромное количество разнообразных механизмов участия бизнеса в социальной поддержке общества. В их число входят (Перекрыстов et al. 2011.):

- 1) значительное количество различных корпоративных фондов, целью которых является решение различных по характеру социальных проблем за счет корпораций;
- 2) спонсирование частным сектором образовательной сферы;
- 3) добровольные значительные взносы бизнеса в различные пенсионные и страховые фонды;
- 4) оказание финансовой помощи социально слабо защищенным слоям населения и т.д.

В США КСО выходит далеко за рамки требований законодательства в вопросах взаимоотношений компаний со своими посредниками, а государство не принимает почти

никакого участия в деятельности предприятий. Несмотря на это США известны традициями систематического участия бизнеса и его представителей в финансировании самых разнообразных некоммерческих проектов (Перекрыстов et al. 2011.).

Ответственность перед обществом Европейских корпораций существенно ограничивает государственное регулирование. Корпоративная деятельность, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств. (Пичков 2013) Европейская модель КСО не является открытой линией поведения компании и эту модель зачастую относят к скрытым формам КСО.

Если исходить из экономической, юридической, этической ответственности и благотворительной деятельности компаний, можно выделить следующие отличия европейской модели КСО от американской:

- 1) помимо ответственности перед акционерами и прибыльности бизнеса в концепцию социальной деятельности европейцев входит также ответственность перед работниками предприятия и местными сообществами;
- 2) ни одна форма социальной ответственности в европейских странах не обходится без юридической ответственности. Это является базой, которой нельзя пренебречь. Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, в то время как в США подобное государственное регулирование воспринимается скорее, как вмешательство в вопросы личной свободы (Перекрыстов et al. 2011.);
- 3) к сфере этической ответственности европейские компании относят большинство социальных проблем. В Европе уровень внимания к бизнесу со стороны общественности более высокий, так как у европейцев отсутствует доверие к частному сектору.
- 4) в сравнении с США, в Европе намного меньше уделяется внимания благотворительности. Последнее объясняется уровнем налогового бремени, значительно превышающим американские аналоги. Как следствие, европейские компании принимают участие в филантропических акциях преимущественно через юридически закрепленные механизмы (Ibid.).

Таким образом, можно сделать вывод, что государство регулирует намного больше областей КСО, что является главным отличием от североамериканской системы.

В таблице 1 представлены сравнения различных уровней социальной ответственности с США и Европейских странах.

Таблица 1. Уровни социальной ответственности в США и Европе

Уровни ответственности	США	Европа
Экономическая ответственность	Базируется на принципах ответственного ведения бизнеса, защита клиентов	Регулирование поведения предприятия установленными законами (правила производства, рабочие часы и т.д.)
Юридическая ответственность	Отсутствует строгое законодательство в отношении ведения бизнеса	Ведение бизнеса основано на строгих законах. Закон охватывает множество аспектов
Этическая ответственность	Поддержка со стороны местных сообществ	Высокий уровень внимания к бизнесу со стороны государства, высокие налоги
Благотворительность	Благотворительность очень развита с давних времён. Особое внимание уделяется культуре, искусству и образованию. Благотворительность- как маркетинговая стратегия	Высокие налоги препятствуют благотворительной деятельности. Поддержка различных сфер общества остаётся задачей государства

Источник: составлено автором

Корпоративная социальная ответственность в Великобритании имеет сходства как с американской, так и европейской континентальной моделями. С Европой их объединяет активное участие государства в бизнесе и его поддержка. Также присутствуют характеристики американской модели КСО, например, добровольность в оказании социальной поддержке обществу. Сами предприятия уделяют большое внимание созданию проектов в области КСО и развитию деятельности этой отрасли в целом. Британия славится хорошо разработанной государственной системой социального обеспечения и здравоохранения (Перекрыстов et al. 2011). Можно выделить основные признаки характерные для британской модели КСО. Для начала следует подчеркнуть, что в Великобритании пристальное внимание уделяется обучению и изучению области КСО. Проводится множество разнообразных курсов, что не является характерной чертой для континентальной Европы. Большое распространение на предприятиях получили консультирования, передача навыков в области КСО. В современных условиях большинство крупных британских компаний имеют в своих

структурах специальные подразделения по КСО со своими бюджетами и представительством на уровне Совета Директоров (Перекрыстов et al. 2011). Около 80 % крупнейших национальных компаний включают социальную отчетность в ежегодные финансовые отчеты (Ibid). Кроме того, проекты в области КСО находятся под пристальным вниманием финансового сектора, растёт количество социально ответственных инвестиций. Стоит отметить, что СМИ проявляет большой интерес к показателям КСО различных компаний. Например, «Таймс» публикует индексы социальной ответственности в своем еженедельном разделе «Профиль Компании» (Ibid.). Помимо этого активное участие в развитии КСО принимает правительство. Это проявляется в создании партнерств с частными предприятиями в образовательном секторе, поддержке инициатив в области КСО через совместное финансирование проектов, налоговые льготы, продвижение инициатив по соответствию национальных стандартов принятым международным (Ibid.). О внимании к проблемам КСО со стороны государства также свидетельствуют следующий фактор: в правительстве Великобритании учреждена должность министра по КСО.

В целом британская модель КСО, как и континентальная носит характер постепенного развития и получила наибольший импульс в последние 20-25 лет (Глебова 2008, 37). Помимо прочего, общей тенденцией, как для британской, так и для европейской континентальной модели корпоративной социальной ответственности является их явно скрытая форма, но с постепенным движением в сторону открытой модели.

Российский вариант КСО по движущим силам, практике применения и роли неправительственных организаций представляет собой что-то среднее между британской моделью (добровольное инициирование бизнесом) и континентальной схемой (желание предприятий получить от государства четкие законодательные рамки по КСО). В силу начальной стадии развития КСО в России ещё недавно имело место недопонимание ее целостной концепции и полезности. КСО было ориентировано на ближайший круг посредников - государство, собственников и сотрудников.

В последние годы интерес к КСО в России значительно вырос. Ведущие российские компании считают, что социальные обязательства – это не альтруизм и не выкуп «социальной лицензии» на коммерческую деятельность, а инвестиции в устойчивое развитие своего дела.

Можно отметить инициативу Российского союза промышленников и предпринимателей, который в ноябре 1995 года принял «Хартию бизнеса в России». В ней декларировались основные принципы ведения бизнеса, исключаящие обман, недоброкачественную продукцию, возможность получения незаконных доходов и др. В 2004 году был принят второй документ – «Социальная хартия российского бизнеса». В ней были сформулированы положения об общественной роли, миссии и целях российского бизнеса. В том же году появился «Доклад о социальных инвестициях в России в 2004 году» в котором было дано наиболее развернутое определение понятия КСО. (Корп. соц. отв. в Евр...2014, 12) Согласно этому толкованию КСО заключается в ведении бизнеса с учетом следующих факторов (Корп. соц. отв. в Евр...2014, 13):

- 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.

Существенным отличительным признаком российской модели КСО является решающая роль государства в ее развитии. Роль неправительственных организаций в процессе становления КСО в стране сведена к минимуму.

Таблица 2 представляет сравнительные характеристики моделей корпоративной социальной ответственности Великобритании, континентальной Европы и России.

Таблица 2. Сравнительные характеристики моделей КСО в Великобритании, континентальной Европе и России

Сравнительные характеристики	Великобритания и континентальная Европа	Россия
Посредники по степени важности	-персонал -потребители -сообщество -акционеры	-государство -собственники -персонал -потребители
Движущие силы развития КСО	-сами корпорации -сообщество -государство	-государство -сами корпорации -местные власти
Роль неправительственных организаций	-многочисленны и многообразны -одни из основных драйверов, подстёгивающих и сотрудничающих с бизнесом в вопросах КСО -большое влияние на общественное мнение и реальные механизмы давления на бизнес в целом	-пока сравнительно не многочисленны -скорее помощники, чем двигатели КСО - КСО пока не достаточно известна в обществе и не обладает существенным влиянием
Тенденции социальной отчётности (СО)	-СО инициируется самим бизнесом -стандарты СО хорошо адаптированы и широко применяются -СО ориентировано на всех посредников	-СО находится на начальном этапе -зачастую недопонимается как целостная система и недооценивается её полезность в долгосрочной перспективе -СО в основном ориентирована на государство и акционеров

Источник: составлено автором

Одним из самых неразвитых элементов КСО в России является социальная отчетность бизнеса о своей деятельности. Она, если и имеет место, то в основном среди крупнейших бизнес-структур и то, главным образом, ориентирована на государственные органы власти и, отчасти, на акционеров. В то же время, в последние годы вопрос информационной открытости социальной деятельности российских компаний становится все более актуальным. (Перекрёстов et al. 2011)

1.4. Что такое отчёт корпоративной социальной ответственности?

В настоящее время широко признано, что ответственные корпорации должны взаимодействовать с заинтересованными сторонами по вопросам корпоративной социальной ответственности, а также регулярно обмениваться с заинтересованными сторонами информацией о своей деятельности в области КСО. (Crane, Glozer 2016) Так, в конце 70-х годов 20-го века появились первые нефинансовые отчеты. Они, в отличие от финансовых отчётов, предназначенных главным образом акционерам и аналитикам, были адресованы широкому кругу заинтересованных сторон. (Корп. соц. отв...2011) В течении четырёх десятилетий, составление отчётов корпоративной ответственности бизнеса было предметом эмпирических исследований. В 1970-х и 1980-х годах исследования, в основном, происходят в англо-саксонских и западноевропейских странах. В течении последних двух десятилетий исследования об отчётности КСО всё чаще осуществляются также и в формирующихся и развивающихся странах, всегда следуя практике отчётности соответствующего бизнеса. (Fifka 2011, 1) 93% крупнейших компаний в мире официально составляют отчёты КСО, и это не ограничивается только Северной Америкой или Западной Европой. Например, 69% компаний в Индии составляют отчёты КСО, 64% во Вьетнаме, 60% на Филиппинах, и 52% В Мексике. На самом деле, по состоянию на 2009 г., более 15% отчётов КСО в мире составлены в Китае. (Poornamallee, Daus 2016, 1)

Поначалу нефинансовые отчеты больше походили на рекламные буклеты и выполняли рекламные функции. Однако постепенно характер представленной в них информации менялся в сторону большей сбалансированности и аналогичности, а процесс подготовки отчетов усложнялся. В результате у нефинансовой отчетности появилась еще одна важная функция – инструмент анализа и планирования деятельности компании в области КСО. (Корп. соц. отв...2011) Социальная отчетность в широком понимании – это отчеты компании, включающие информацию не только о результатах их экономической деятельности, но и социально-экологические показатели. Корпоративный социальный отчет – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров, клиентов и всего общества о том, как и какими темпами, компания реализует цели, заложенные в стратегических планах развития, в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности. Социальная отчетность позволяет комплексно представлять

общественности экономические, экологические и социальные результаты деятельности компаний. Также производить самооценку по этим трем направлениям, вести диалог со всеми заинтересованными сторонами, выявлять их оценки и ожидания, предотвращать возможные обвинения. Помимо этого, отчётность КСО позволяет получать дополнительные конкурентные преимущества, укреплять доверие сотрудников, акционеров, партнеров, клиентов, местных сообществ, органов власти, СМИ и создавать основу для разработки стратегии развития компании.

Ключевым аспектом работы над стандартизированным социальным отчетом является также его оценка и верификация независимым аудитором. Оценка аудитора дает компании гарантию третьей стороны в том, что опубликованные в отчете сведения достоверны и отражают объективную картину действительности. Аудитор также подтверждает, что результаты, полученные в ходе подготовки отчета, внедрены и использованы в дальнейшей практике социальной ответственности компании. (Социаль...) Определенные типы аудита КСО регулируются в соответствии с общепринятыми стандартами аудита. Стандарты предназначены для обеспечения независимости и профессиональной компетентности аудиторской фирмы, аудиторской группы или индивидуального аудитора. Также стандарты включают в себя стандартный подход, набор процедур и отчетов в соответствии с принятым стандартом аудита. (Visser et al. 2010, 25)

1.4.1. Виды отчётов социальной ответственности

На современном этапе развития нефинансовой отчетности четко наметились определенные тенденции и практики.

Наиболее полный по содержанию комплексный отчет включает показатели по экономическому, экологическому и социальному развитию компании. (Корп. соц. Отв. и уст...2005) Такой отчёт обычно называется «Годовой отчёт» или Отчёт за экономический год». На современном этапе подготовка комплексного отчета социальной ответственности обеспечивает наилучшее качество раскрытия информации. В последнее время наблюдается тенденция к объединению в одном интегрированном отчете информации о финансово-экономической результативности компании с социальной отчётностью. (Корп. соц. отв...2011) Однако отчитывающаяся организация может сознательно ограничить круг тем, которые она намерена представить в отчете,

выпуская тематические отчеты. К ним относятся социальный отчет- сводящий воедино все социальные, благотворительные и спонсорские проекты компаний, составленный в свободной и, как правило, удобной для компаний форме, вне формата международных стандартов КСО. Так свободный отчет КСО включает:

- экологический отчет - описывающий приоритеты и основные направления экологической политики компании, систему экологического менеджмента, мониторинга и контроля, воздействие на окружающую среду, показатели и затраты на эко-политику;
- отчет о корпоративной социальной и экологической ответственности- с частичным применением принципов и показателей международных стандартов, включающий наряду с описанием миссии, ценностей и стратегических целей компании ее социальные мероприятия и проекты;
- отчет об устойчивом развитии - включающий все аспекты социальной миссии компании, ее корпоративной стратегии, культуры, социальной и экологической политики. (Костин 2005)

Нефинансовый отчет может быть подготовлен как в свободной форме, так и в соответствии с определенными руководствами и стандартами. Компании могут использовать при подготовке отчетов любые руководства и рекомендации или несколько руководств сразу, что позволяет более точно определить и представить существенные темы читателю. (Корп. соц. отв...2011)

1.5. Развитие отчетности КСО в Эстонии

Развитие отчетности КСО в Эстонии автор считает целесообразным проследить по 15 биржевым компаниям, котируемых на Nasdaq OMX Baltic. В их число входят: Arco Vara, Baltika, Ekspress Grupp, Harju Elekter, Merko Ehitus, Nordecon, Olympic Entertainment Group, PRFoods, Silvano Fashion Group, Skano Group, Tallink Grupp, Tallinna Kaubamaja Grupp, Tallinna Vesi, Pro Kapital Grupp, Trigon Property Development. Почти все компании (11 компаний) за исключением 4-х (Ekspress Grupp, Skano Group, Pro Kapital Grupp, Trigon Property Development) имеют отчеты социальной ответственности.

Таблица 3 показывает года появления первых отчетов социальной ответственности рассматриваемых компаний.

Таблица 3. Года появления информации о КСО у эстонских биржевых компаний

Предприятия	Первая информация о КСО
Arco Vara	2009
Baltika	2011
Harju Elekter	2006
Merko Ehitus	2012
Noredecon	2008
Olympic Entertainment Group	2011
PRFoods	2010
Silvano Fashion Group	2010
Tallink Grupp	2007
Tallinna Kaubamaja Grupp	2009
Tallinna Vesi	2010

Источник: составлено автором

Из таблицы следует, что первая информация о социальной деятельности появился в 2006 году у Harju Elekter. Стоит заметить, что данное предприятие не является новичком на рынке и работает уже 47 лет. Наибольшая активность появления информации о КСО компаний наблюдается в 2010 году. Сразу три предприятия (PRFoods, Silvano Fashion Group, Tallinna Vesi) обнародовали информацию о КСО за год.

Только 4 предприятия из 11 имеют отдельный отчёт социальной ответственности. Это Baltika Group, Merko Ehitus, Tallink Grupp и Tallinna Vesi. Два предприятия, такие как PRFoods и Silvano Fashion Group при составлении годового отчёта отводят отчёту социальной ответственности отдельный пункт, а остальные 5 предприятия включают его в отчёт о деятельности. Последний же является одним из пунктов годового отчёта. Этой отличительной чертой обладают отчёты предприятий Nordecon, Harju Elekter, Arco Vara, Olympic Entertainment Group и Tallinna Kaubamaja Grupp.

Помимо этого, существуют некоторые тенденции в составлении отчётов. Самый распространённый пункт отчёта КСО содержит в себе информацию о вкладе предприятия в улучшение благополучия своих работников. Не менее популярными являются пункты благотворительности, образования, окружающей среды и манер хорошего управления.

Изучение отчётов 11 фирм показывает, что составление отчётов социальной ответственности является новинкой для эстонского бизнеса. Несмотря на появление первой информации о КСО 10 лет назад (2006 год.), по данным рассматриваемых компаний, отчёты КСО начали набирать свою популярность 6 лет назад. Как уже было

сказано, у большинства компаний первая информация о социальной ответственности появилась именно в 2010 году. Самые большие изменения в составлении отчётов наблюдаются в 2012 году. Отчёты начали содержать больше информации, изменилась структура, а также уделяется больше внимания оформлению.

Большая часть предприятий вносит постоянные изменения в составление отчёта социальной ответственности, но всё же остаются и те фирмы, которые по сей день не считают нужным делиться с обществом своей социальной деятельностью.

2. ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ РАБОТНИКОВ ЭСТОНСКИХ КОМПАНИЙ В КСО

В рамках данной бакалаврской работы автор провёл исследование среди работников различных эстонских предприятий. Во второй части работы прежде всего объясняется цель исследования и методика. Далее приводятся общие данные предприятий и предоставляется анализ полученных результатов. В конце автор предоставляет свои выводы по результатам исследования и предложения.

2.1. Цель исследования и методика

Для сбора данных данной бакалаврской работы и осуществления анализа автор использовал количественный метод исследования. Целью исследования было выяснить насколько работники различных эстонских компаний заинтересованы в КСО. Методом исследования было выбрано анкетирование. Для экономии времени и большей эффективности анкеты раздавались как в бумажном, так и в электронном виде.

Анкета была составлена автором. При выборе оформления вопросов, автор исходил из удобства анализа ответов. Анкета состояла из 4 вопросов с вариантами ответов и 10 утверждений, которые нужно было оценить по 5-бальной шкале.

Первая часть анкеты состояла из вопросов связанных с общей информацией компании респондента, таких как сфера деятельности, годы существования, количество работников и тип собственности. Вторая часть анкеты была составлена так, чтобы можно было узнать насколько работники заинтересованы в КСО и каков их уровень знаний по этой теме. В этой части нужно было оценить 10 утверждений по шкале от 1 (совершенно не согласен) до 5 (согласен полностью). Несколько вопросов было связано с отчётностью КСО и направлено на то, чтобы узнать мнение работников по этой теме. Анкета приведена в Приложении 1.

Анкеты раздавались в период с 10.03.2016 по 20.04.2016. Срок предоставления ответов - 24.04.1016. На вопросы отвечали анонимно. Обработка полученных данных происходила с помощью программы Microsoft Excel.

2.2. Выборка

Исследование было проведено среди работников различных эстонских компании. Анкеты были розданы в бумажном виде, а так же файлом используя Facebook и электронную почту. Анкеты рассылались людям разного возраста, образования и места работы. Было собрано 60 заполненных анкет. Все анкеты были заполнены надлежащим образом и использованы в дальнейшем исследовании.

Далее автор предоставляет разделение респондентов по общим данным компаний, в которых они работают. Таблица 4 показывает распределение респондентов по разным сферам деятельности компаний, в которых они работают.

Таблица 4. Распределение респондентов по сфере деятельности их компаний

Сфера деятельности	Количество ответов	% от общего числа всех ответов
Производство	5	8
Обслуживание	27	45
Торговля	10	17
Образование	3	5
Госслужащий	15	25

Источник: составлено автором

Из таблицы 4 видно, что больше всего ответов было получено от респондентов, работающих с сфере обслуживания (45%). На втором месте оказались госслужащие (25%). Всего у 5% отвечающих место работы было связано с образованием и у 8% с производством.

Таблица 5. Распределение респондентов по количеству лет существования компаний

Существование компании на рынке (лет)	Количество ответов	% от общего числа всех ответов
0-3	12	20
4-6	7	12
7-10	6	10
11-15	3	5
>15	32	53

Источник: составлено автором

Далее в таблице 5 показано как разделились респонденты по количеству лет существования на рынке компаний, в которых они работают. 53% всех участников опроса ответили, что их компания была основана больше 15 лет назад. Работников самых молодых компаний (0-3 лет) оказалось 20%. Самое маленькое количество отвечающих (5%) работает в компании, начавшей свою деятельность 11-15 лет назад.

Таблица 6. Распределение респондентов по количеству работников компаний

Количество работников (человек)	Количество ответов	% от общего числа всех ответов
1-9	12	20
9-49	10	17
50-249	13	21
> 250	25	42

Источник: составлено автором

Самое большое количество ответов (42%) было получено от работников крупных предприятий (>250 работников). Остальные респонденты по размеру своих компаний разделились примерно поровну. Работников средних предприятий оказалось 13 (21%), малых предприятий 10 человек (17%) и микро предприятий 12 человек (20%).

Таблица 7. Распределение респондентов по типу собственности компании

Тип собственности	Количество ответов	% от общего числа всех ответов
Государственная	17	28
Частная	43	72

Источник: составлено автором

Таблица 7 показывает, что больше половины (72%) ответивших на вопросы анкеты людей работают в частных компаниях. Работников государственных учреждений оказалось 17 человек. Это составило 28% от всех респондентов.

2.3. Заинтересованность работников в КСО

В данной части исследования автор хотел узнать насколько работники различных эстонских компаний заинтересованы в КСО. Результаты представлены исходя из каждого утверждения отдельно.

Прежде всего респонденты должны были ответить хорошо ли им знаком термин «социальная отчётность предприятия».

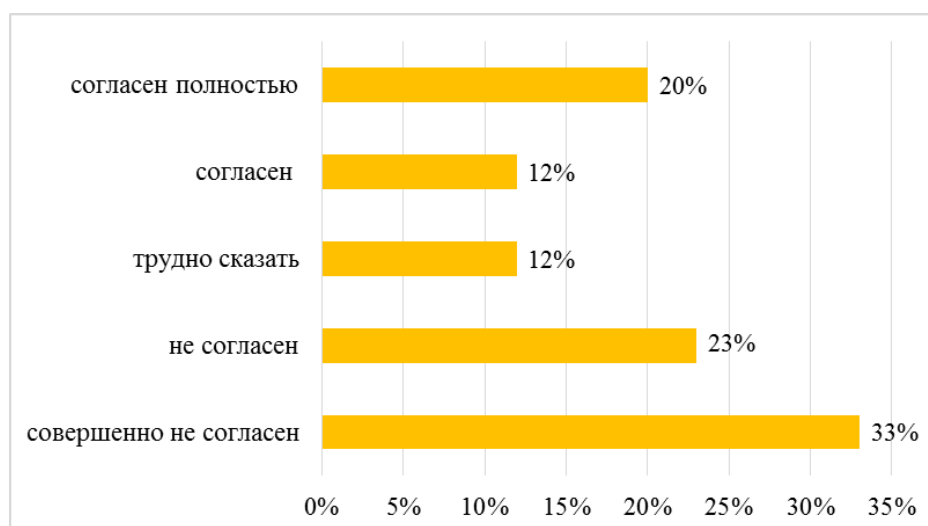


Рисунок 1. Знание термина «социальная отчётность предприятия»

Источник: составлено автором

Рисунок 1 иллюстрирует, что только 20% ответивших были полностью согласны с тем, что термин «социальная отчётность предприятия» им хорошо знаком. Далее можно увидеть, что 33% участников анкеты не знакомы с данным термином. К их числу добавляется ещё 23% респондентов, которые не смогли сказать, что данный термин им хорошо знаком. Также были и те, кому было трудно дать как положительную, так и отрицательную оценку данному утверждению. Их количество составило 12% от всех участников анкетирования. Из этого следует, что большая часть (68%) опрашиваемых автором работников не могут сказать, что термин «социальная отчётность предприятия» им хорошо знаком.

Следующий рисунок 2 показывает заинтересованность работников в социальной деятельности своих компаний.

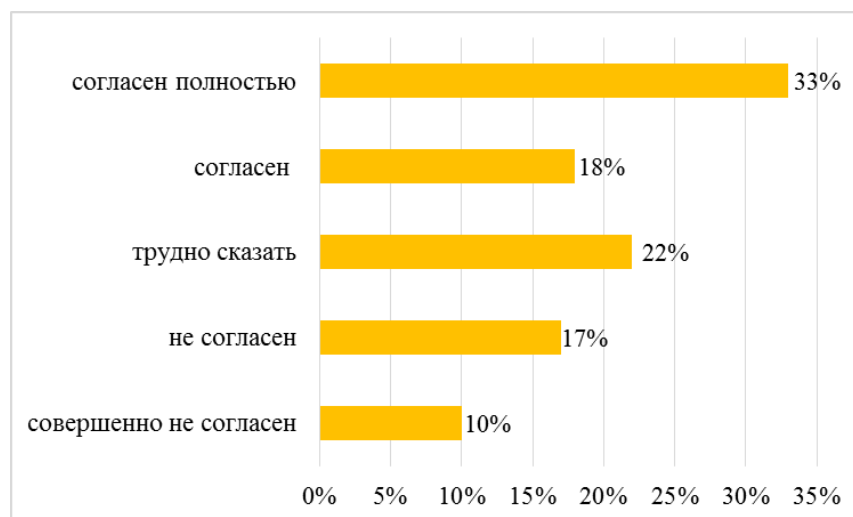


Рисунок 2. Интерес работников к социальной деятельности своих компаний

Источник: составлено автором

Исследование показало, что большинство работников (33%) интересуются социальной деятельностью компании, в которой они работают. 18% ответивших были также согласны с данным утверждением. Однако оказалось, что существует немалое количество и тех людей, кто не интересуется данным вопросом (17%) или у кого полностью отсутствует интерес к социальной деятельности своего места работы (10%). Несмотря на тех, кто затруднялся ответить (22%) или дал отрицательный ответ (27%), больше половины респондентов заинтересованы в социальной деятельности своей компании.

Одной из задач автора являлось выяснить имеют ли представление работники о регулярности составления их компаниями отчётов социальной ответственности. Рисунок 3 даёт ответ на данный вопрос.

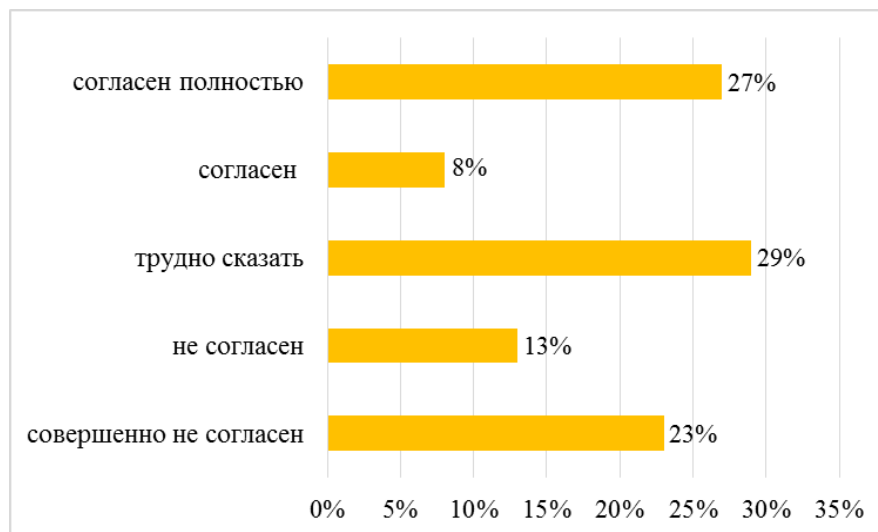


Рисунок 3. Регулярность составления отчётов социальной ответственности

Источник: составлено автором

23% опрошенных были точно уверены, что предприятие, в котором они работают не составляет отчёты социальной ответственности. 13% участников анкетирования предположили, что их предприятие также не составляет данные отчёты. Достаточно большая часть (29%) работников не смогла дать оценку своим знаниям. 35% были согласны или согласны полностью, что компания, в которой они работают регулярно составляет отчёты социальной ответственности. Стоит отметить, что большинство положительно ответивших респондентов работают в государственных учреждениях.

Далее чтобы узнать насколько хорошо респонденты заинтересованы в КСО, автор предложил оценить утверждение «Компания, в которой я работаю, включает в годовой отчёт информацию о социальной ответственности».

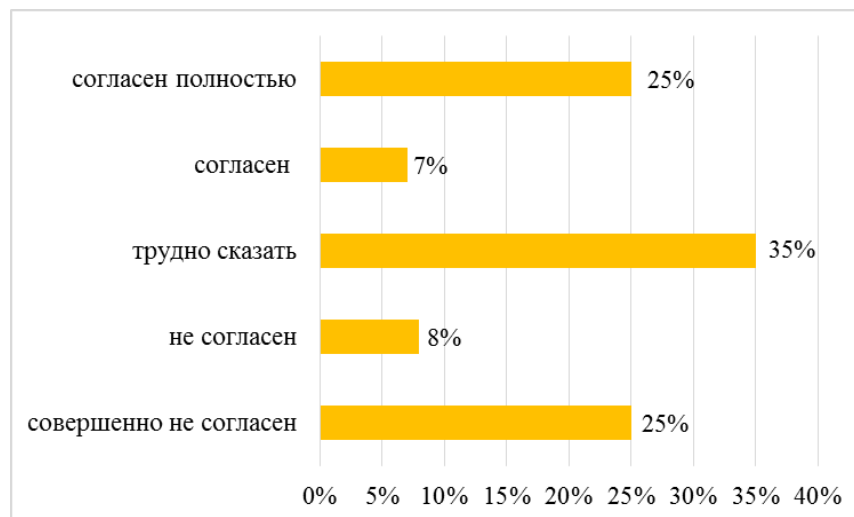


Рисунок 4. Содержание годовых отчетов информации о социальной ответственности
 Источник: составлено автором

Рисунок 4 показывает, что только 25% работников точно знают, что предприятие включает информацию о социальной деятельности в годовой отчет. Ещё 8% также согласны с данным утверждением. Отрицательный ответ дали 33% участников анкетирования. Ответ «трудно сказать» стал наиболее частым (35%), так как работники не интересуются данной темой так глубоко.

Как работники различных эстонских предприятий относятся к составлению отчетов социальной ответственности показывает рисунок 5.

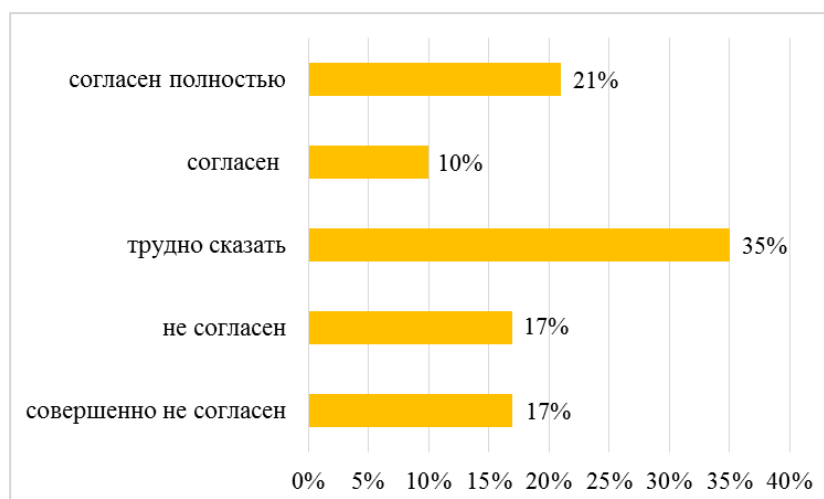


Рисунок 5. Обязательное составление отчетов социальной ответственности для всех предприятий
 Источник: составлено автором

Примерно одна треть респондентов (35%) не смогла сказать точно, считают ли они составление отчёта социальной ответственности обязательным для всех предприятий. Такие показатели являются результатом нехватки знаний общества о КСО. Количество тех работников, кто дал отрицательный ответ (не согласен-17%, совершенно не согласен-17%) не намного превышает количество работников, которые согласны (10%) и согласны полностью (21%) с тем, что все предприятия должны составлять отчёты социальной деятельности. В целом мнения людей разделились почти поровну.

Как респонденты относятся к обязательному составлению отчётов социальной ответственности биржевых фирм показывает следующий рисунок 6.

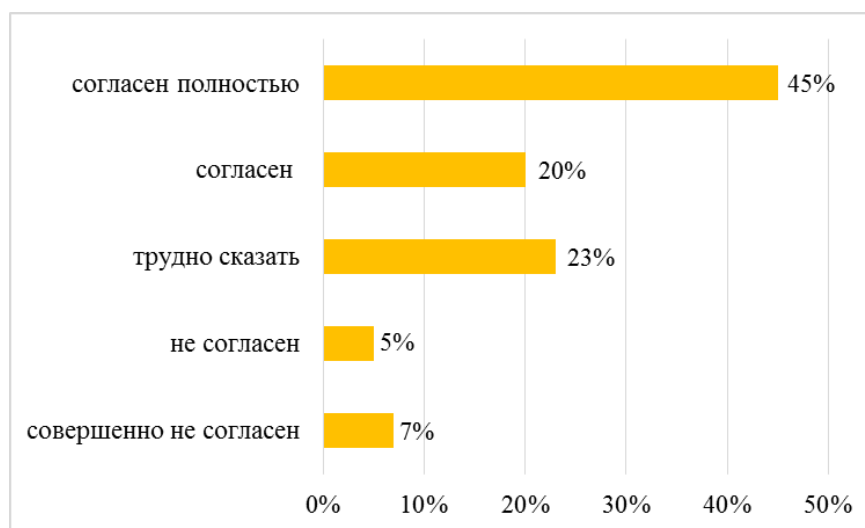


Рисунок 6. Обязательное составление отчётов социальной ответственности для биржевых фирм

Источник: составлено автором

Мнение людей о составлении отчётов социальной ответственности биржевых фирм заметно отличается. Работников, кто считает составление данных отчётов для биржевых фирм обязательным стало больше (45%). Для этих людей биржевые фирмы должны внушать больше доверия, и составление данных отчётов способствовало бы этому. Тех, кто был с этим не согласен или даже полностью не согласен стало намного меньше, соответственно 5% и 7%. Также остались и те, кто был в затруднении и их количество составило 23% от всех ответивших.

Далее автор хотел узнать вызывает ли социально ответственное предприятие больше доверия у работников различных предприятий, что представлено на рисунке 7.

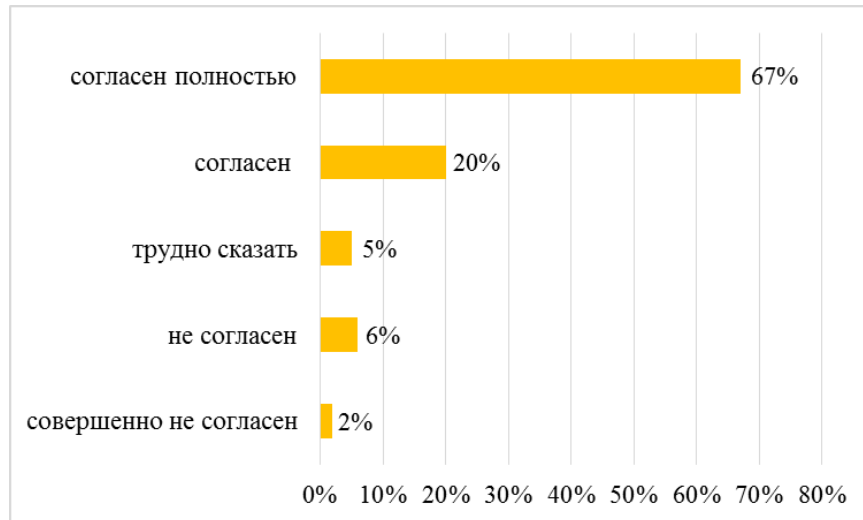


Рисунок 7. Степень доверия к социально ответственным предприятиям

Источник: составлено автором

Как и следовало ожидать, социально ответственные предприятия вызывают больше доверия (рисунок 2.3.7). Исследование показало, что большая часть респондентов (67%) были полностью с этим согласны. К ним прибавились ещё 20% ответивших, кто также дали положительный ответ. Только в числе 8 человек из 60 были те, кто затруднялись ответить, были не согласны или даже полностью не согласны с этим.

Так как тема связана с заинтересованностью работников различных предприятий в КСО, автор предложил респондентам самим оценить свой интерес к данной теме. На рисунке 8 можно увидеть полученные результаты.

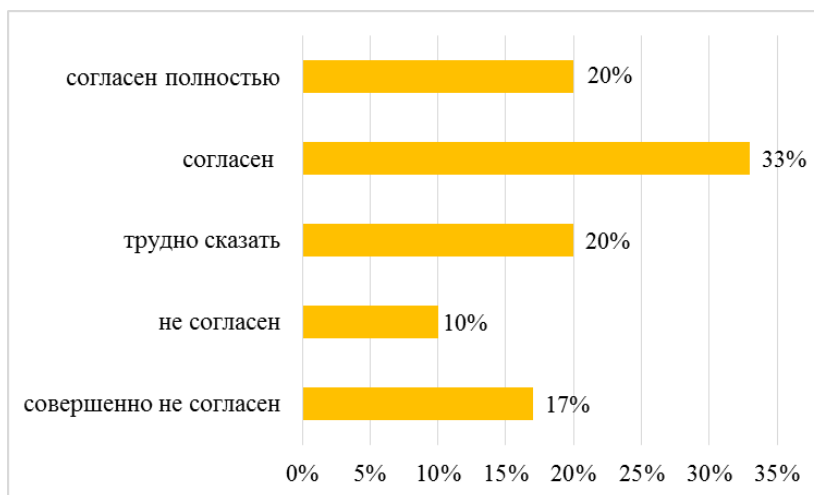


Рисунок 8. Заинтересованность респондентов в КСО

Источник: составлено автором

Рисунок показывает, что заинтересованных в КСО оказалось больше (20% + 33% = 53%), чем незаинтересованных (10% + 17% = 27%). Возможно если бы эта тема была более развита в Эстонии и чаще обсуждалась в средствах массовой информации, то заинтересованных лиц было бы больше. По-прежнему остаётся определённое количество людей, кто не может дать точный ответ. В данном случае они составляют 20% от всех участников анкетирования.

Далее автором было предложено оценить утверждение «мой уровень знаний о социально ответственном предпринимательстве высокий». Результаты представлены на рисунке 9.

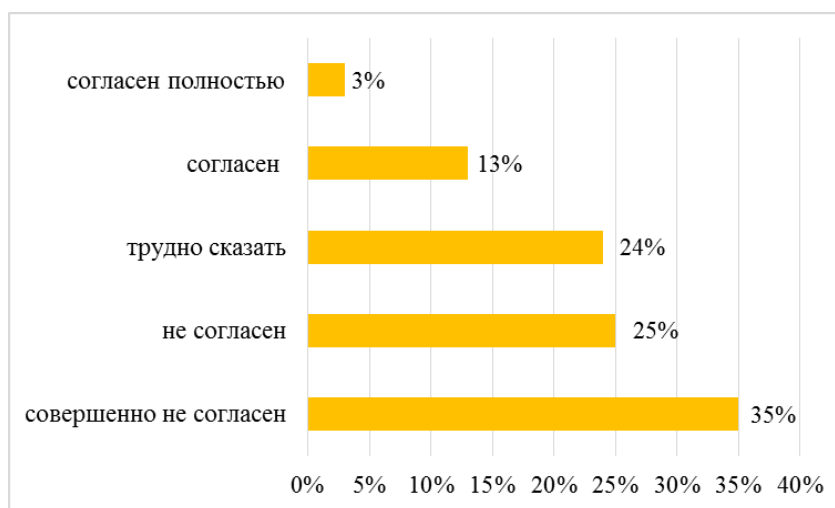


Рисунок 9. Уровень знаний о социально ответственном предпринимательстве

Источник: составлено автором

Только 3% работников были полностью согласны с данным утверждением. Несмотря на суммарное количество положительных ответов (16%), количество не согласившихся с данным утверждение было больше (60%). По ответам респондентов видно, что их уровень знаний о социально ответственном предпринимательстве очень низкий.

На последок респондентам предлагалось оценить уровень знаний общества о социально ответственном предпринимательстве в Эстонии. Мнение отвечающих отображает рисунок 10.

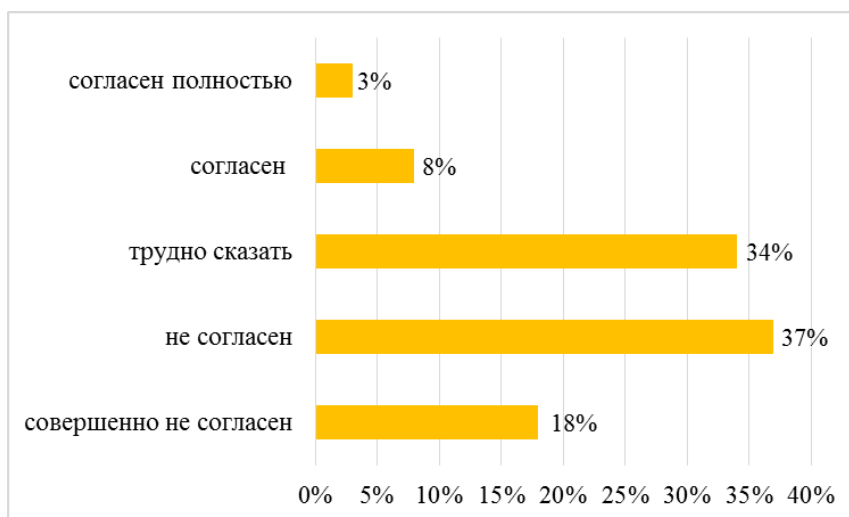


Рисунок 10. Уровень знаний общества о социально ответственном предпринимательстве по мнению респондентов

Источник: составлено автором

Как видно по рисунку, большая часть респондентов (37%) склоняется к тому, что уровень знаний общества о социально ответственном предпринимательстве в Эстонии не является высоким. Также нашлись и те, кто был уверен, что уровень знаний общества на эту тему высокий. Их количество составило всего 3% от всех участников анкетирования. Остались и те (34%), кто не смог дать ни положительного ни отрицательного ответа.

В таблице 8 представлены 10 утверждений, которые оценивались работниками и среднее значение полученных ответов.

Таблица 8. Среднее значение полученных ответов

Утверждение	Среднее значение
Мне хорошо знакомо понятие «социальная отчётность компании»	2,62
Меня интересует социальная деятельность моей организации	3,48
Компания, в которой я работаю, регулярно составляет отчёты о социальной деятельности	3,02
Компания, в которой я работаю, включает пункт о социальной деятельности в годовой финансовый отчет	2,98
Социальная отчётность должна быть обязательной для всех компаний	3,03
Социальная отчётность должна быть обязательной для биржевых компаний	3,92
Социально ответственная компания вызывает больше доверия у работников	4,43
Меня интересует социальная ответственность компании	3,30
Мой уровень знаний о социально ответственном предпринимательстве высокий	2,25
Уровень знаний общества о социально ответственном предпринимательстве высокий	2,42

Источник: составлено автором

Таблица 8 показывает, что в большинстве случаев респонденты оценивали утверждения примерно на 3 балла. Это значит, что они затруднялись оценить данные утверждения. Причиной этого может быть нехватка знаний. Только один пункт был оценён в 4,43 балла. Это показывает согласие работников с тем, что социально ответственные предприятия вызывают больше доверия. Многие не знали включает ли компания пункт о социальной деятельности в годовой финансовый отчёт. Те респонденты, кто владели данной информацией, давали отрицательный ответ. Это показывает среднее значение всех ответов (2,98). Большинство работников было не согласно с тем, что понятие «социальная отчётность компании» им хорошо знакомо (2,62), и уровень их знаний на тему КСО является высоким (2,25). Такое же мнение у респондентов было и по поводу знаний общества в Эстонии на тему КСО (2,42).

2.4. Выводы и предложения

Полученные в ходе исследования результаты помогли автору оценить заинтересованность работников различных эстонских фирм в КСО, изучить их уровень знаний по этой теме. Также удалось узнать мнение респондентов на некоторые интересующие автора вопросы.

После анализа полученных из анкет данных, стало очевидно, что большая часть опрошиваемых автором работников различных эстонских компаний впервые столкнулась с термином «социально ответственное предприятие» и «социальная отчётность предприятия». Помимо этого, большинство респондентов не смогли сказать, что их уровень знаний по данной теме достаточно высокий. Уровень знаний общества о социальной ответственности в Эстонии, по мнению работников, также не является высоким.

Оказалось, что очень мало работников знают о составлении их компанией отчёта социальной ответственности и месте его расположения. Количество тех, чья компания не составляет данный отчёт оказалось больше. Это доказывает то, что сами предприятия не уделяют должного внимания данной теме и не привлекают внимание работников и общества к социальной деятельности компании. Несмотря на то, что социально ответственное предприятие вызывает у людей больше доверия, из-за нехватки знаний им трудно оценить важность составления отчётов социальной ответственности.

Стоит отметить, что несмотря на низкий уровень знаний работников различных фирм о КСО и отчётности КСО, большая часть респондентов заинтересована в социальной деятельности своих компаний. Более того, вопрос социальной ответственности предприятий в целом также оказался для них интересным.

Полученные ответы и сделанные выводы показывают, что нужно уделять больше внимания данной теме в обществе. Для этого, по мнению автора, прежде всего сами предприятия должны доносить до своих работников информацию о своей социальной деятельности. Можно организовывать инфо-дни или семинары для всего коллектива. Также нужно организовывать различные обучения для руководителей предприятий, где объяснялись бы причины и плюсы социально ответственного предпринимательства и составления отчётов КСО. Для привлечения большего внимания общества к КСО, нужно распространять больше информации на данную тему посредством СМИ. В этом всё могло бы помочь основание государством или частными лицами специальных организаций, направленных на развитие социальной ответственности среди предприятий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Один из способов оставаться в приоритете у клиентов, персонала, партнёров и государства - это быть социально ответственным предприятием. С появлением социальной ответственности, также возникло желание поделиться своими действиями с обществом. Это привело к составлению отчётов социальной ответственности. Последние десятилетия данная тема неуклонно набирает популярность.

Основной целью данной бакалаврской работы являлось выяснить насколько работники различных эстонских компаний заинтересованы в КСО. Для достижения поставленной цели была составлена анкета. Анкеты рассылались людям разного возраста, образования и места работы. Анкеты были розданы в бумажном виде, а так же электронным файлом используя Facebook и электронную почту.

Результаты исследования показали, что для многих термины «социально ответственное предприятие» и «социальная отчётность предприятия» были не знакомы. Уровень знаний работников о социальной ответственности оказался низким. Это также подтвердила большая часть респондентов. По этой причине, респондентам было трудно отвечать на вопросы, связанные с социальной отчётностью предприятий и оценить важность их составления. Несмотря на низкий уровень знаний работников различных фирм о КСО, большая их часть заинтересована в социальной деятельности своих компаний. Вопрос социальной ответственности предприятий в целом также оказался для них интересным.

Для того, чтобы данная тема стала более популярной среди жителей Эстонии, автор предложил следующие решения:

- Организовывать инфо-дни или семинары для всех работников компаний.
- Организовывать различные обучения для руководителей предприятий, где им бы объяснялись причины и плюсы социально ответственного предпринимательства и составления отчётов КСО.
- Привлекать больше внимания общества к КСО, спомощью распространения большего количества информации на данную тему посредством СМИ.

Помимо этого автор считает важным основание организаций, направленных на развитие социальной ответственности среди предприятий.

По мнению автора, цель работы была достигнута. После проведения исследования были получены конкретные результаты по которым были сделаны выводы и предложения.

ИСТОЧНИКИ

Anderson, C. L., Bieniaszewska, R. L. (2005). The Role of Corporate Social Responsibility in an Oil Company's Expansion into New Territories.

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.71/pdf> (18.04.2016)

Arco vara.

www.arcovara.ee/ (10.11.2015)

AS Merko Ehitus konsern.

www.merko.ee/ (10.11.2015)

Baltika Group.

www.baltikagroup.com/ (10.11.2015)

Brunton, M., Eweje, G., Taskin, N. (2015). Communicating Corporate Social Responsibility to Internal Stakeholders: Walking the Walk or Just Talking the Talk?

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.1889/abstract> (19.04.2016)

Crane, A., Glozer, S. (2016). Research Corporate Social Responsibility Communication: Themes, Opportunities and Challenges.

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joms.12196/abstract> (18.04.2016)

Fifka, M S. (2011). Corporate Responsibility Reporting and its Determinants in Comparative Perspective – a Review of the Empirical Literature and a Meta-analysis.

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.729/abstract> (18.04.2016)

Глебова И.С. (2008). Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом. Учебное пособие, стр. 1-112.

<http://www.novsu.ru/file/1088069> (01.11.2015)

Habel, J., Schons, L.M., Alavi, S., Wieseke, J. (2016). Warm Glow or Extra Charge? The Ambivalent Effect of corporate Social Responsibility Activities on Customers' Perceived Price Fairness.

<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=b11d541a-fdc5-4fce-a2f2-6c9bb9312e50%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4214> (20.04.2016)

Harju Elekter.

www.harjuelekter.ee/ (10.11.2015)

Hennigfeld, J., Pohl, M., Tolhurst, N. (2006). The ICCA Handbook of Corporate Social Responsibility. Chichester: John Wiley & Sons.

- Husted, B.W. (2014). Corporate Social Responsibility Practice from 1800-1914: Past Initiatives and Current Debates
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=1f329265-2f86-4cd2-af5a-1f5bad84ec1f%40sessionmgr4004&vid=0&hid=4214> (20.04.2016)
- Kim, J. N., Grunig, J. E. (2011). Problem Solving and Communicative Action: A Situational Theory of problem Solving. - *Journal of Communications* no. 61, pp 120-149.
- Kim, S., Kim, J-N., Tam, L. (2016). Think socially but act publicly: refocusing CSR as corporate public responsibility.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.1560/abstract> (19.04.2016)
- Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ. (2005).
<http://dis.ru/library/detail.php?ID=25442> (20.04.2016)
- Корпоративная социальная ответственность: новая философия бизнеса. учебное пособие. (2011). Внешэкономбанк, стр. 1-51
<http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf> (05.11.2015)
- Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки. (2014). Евро инфо корреспондентский центр.
<http://permtpp.ru/upload/iblock/58c/kso.pdf> (05.11.2015)
- Костин, А. КСО и устойчивое развитие бизнеса в России.
portal-nko.ru/files/Article/440/Files/1/kostin.doc (20.04.2016)
- Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability. Between Agency and Communion. - *Journal of Business Ethics*, no. 44, pp 95-105.
- Mescon, M. H., Albert, M., Khedouri, F. (1988). Management. 3rd ed. New York: Harper & Row.
- Mishra, S., Modi, S.B. (2016). Corporate Social Responsibility and Shareholder Wealth: The Role of Marketing Capability
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=b9825b0a-8bb7-4af4-ad00-28bed22d6201%40sessionmgr103&vid=0&hid=125> (19.04.2016)
- Nasdaq.
www.nasdaqbaltic.com/market/ (10.11.2015)
- NORDECON.
www.nordecon.com/ (10.11.2015)
- Olympic Entertainment Group.
www.olympic-casino.com/ (11.11.2015)

Pedersen, E. (2011). All animals are equal, but...: management perceptions of stakeholder relationship and societal responsibilities in multinational corporations.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8608.2011.01618.x/abstract>
(19.04.2016)

Перекрыстов, Д. Г., Поварич, И. П., Шабашев, В. А. (2011). Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики.
<http://www.monographies.ru/ru/book/section?id=4587> (09.11.2015)

Пичков, О. (2013). Корпоративная социальная ответственность американских нефтегазовых компаний.
<http://www.intertrends.ru/thirty-second/Pichkov.pdf> (20.04.2016)

Poonamallee, L., Daus, C.S. (2016). Corporate Social Responsibility and Organizational Psychology: An Integrative Review.
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=0c36f424-0705-48ce-a525-ee80db05dff%40sessionmgr120&vid=0&hid=125> (19.04.2016)

PRFOOODS.
www.prfoods.ee/ (11.11.2015)

Silvano Fashion Group.
www.silvanofashion.com/ (11.11.2015)

Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада. (2004). Общероссийская общественная организация «Деловая Россия».
<http://www.cgp.ru/pdfs/delross.pdf> (04.11.2015)

Социальная отчетность. Институт экономики города.
http://www.urbaneeconomics.ru/texts.php?folder_id=152&mat_id=121&page_id=4242
(06.11.2015)

TALLINK.
www.tallink.ee/ (11.11.2015)

Tallinna Kaubamaja Grupp.
www.tkmgroup.ee/ (11.11.2015)

Tallinna Vesi.
www.tallinnavesi.ee/ (11.11.2015)

Толкишевская Т. М., Быкова А. В. (2013). Actual problems of formation of social responsibility of business in Russia.
<http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3383> (30.10.2015)

Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum. (2006).
<http://www.csr.ee> (29.10.2015)

Visser, W., Matten, D., Pohl, M., Tolhurst, N. (2010). The A to Z of Corporate Social Responsibility. 2nd ed. Chichester: John Wiley & Sons.

Воеводкин, Н.Ю. (2011). «Социальная ответственность в системе корпоративного управления». Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, стр. 45-55.

http://ars-administrandi.com/article/Voevodkin_2011_4.pdf (30.10.2015)

SUMMARY

INTEREST OF ESTONIAN EMPLOYEES TOWARDS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Riina-Marianna Luzhina

One way to gain benefits and priorities among customers, employees, partners and the government - is to be a socially responsible company. The purpose of this paper was to find out whether the employees of various Estonian companies are interested in CSR.

The study consists of two substantive chapters. The first part covers the theoretical approach toward CSR. It enables to get an idea about social responsibility, stakeholders and trace the differences between social responsibility models of continental Europe, UK and Russia. In addition, one obtain information about CSR reporting, CSR reporting forms and the development of CSR reporting in Estonia.

The second part is devoted to quantitative research. The author conducted a survey among Estonian employees and received 60 replies. Then, after analysis of results, author made a conclusion and gave suggestions for the development of the CSR in Estonia.

Results of the study showed that for many people the term "socially responsible company" and "social enterprise reporting" were unknown. The level of awareness about the social responsibility of employees was low. It was also confirmed by the majority of respondents. Therefore, it was hard for respondents to answer the question related to the reporting of social responsibility and to appreciate the importance of CSR. Despite the low level of awareness of employees about CSR, most of them are interested in social activities of their companies. The issue of social responsibility of enterprises as a whole was also interesting for them.

To make the subject more popular among the employees of Estonia, the author proposed the following solutions:

- Organize info-days or workshops for all employees.
- Organize training for managers of the companies, where they would understand benefits and advantages of socially responsible business and preparation of CSR reports.
- Attract more public attention to CSR, by spreading more information on this topic in the mass media.

Author also consider it important to promote social responsible initiatives and practices inside companies.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Анкета

Tihti peale kasutatakse sõnapaari jätkusuutlik ettevõtlus asemel ka sõnaühendeid nagu ettevõtte ühiskondlik vastutus, vastutustundlik ettevõtlus, vastutustundlik äritegevus. Euroopa Komisjon defineerib Vastutustundliku ettevõtlust nagu ettevõtete toimimine viisil, kus põhitegevusega on kooskõlas sotsiaal- ja looduskeskkond ning mis koosneb pigem vabatahtlikest tegevustest, mitte asjadest, mida ettevõtte peab seaduse järgi tegema. (<http://www.csr.ee/>)

Antud küsimustik on koostatud TTÜ majandusarvestuse tudengi poolt. Ankeet on anonüümne ning vastuseid kasutatakse ainult bakalaureusetöö kirjutamiseks.

Palume Teid vastata antud küsimustele. Pange linnuke sobiva vastuse juures.

1. Märkige Teie ettevõtte (kus Teie töötate) tegevuse sfäär:

tootmine
 teenindus
 kaubandus
 haridus
 muu

2. Kui kaua Teie ettevõtte eksisteerib turul? (aastat)

0-3
 4-6
 7-10
 11-15
 rohkem, kui 15

3. Kui palju inimest töötab Teie ettevõttes?

1-9
 9-49
 50-249
 rohkem, kui 250

Приложение 1. продолжение

4. Millisse omandi tüüpi kuulub Teie ettevõte?

_____ riigiasutus

_____ eraettevõte

Hinnake viiepalliskaalal (1 - ei nõustu, 5 - nõustun täielikult) järgmisi väiteid:

Termin «ettevõtte sotsiaalne aruandlus» on mulle hästi tuttav	
Minu ettevõtte sotsiaalne tegevus huvitab mind	
Ettevõtte, kus mina töötan, koostab sotsiaalse vastutuse aruandeid regulaarselt	
Ettevõtte, kus mina töötan, lisab infot sotsiaalsest vastutusest aastaaruandesse	
Sotsiaalse vastutuse aruannete koostamine peab olema kohustuslik kõikidele ettevõtetele	
Sotsiaalse vastutuse aruannete koostamine peab olema kohustuslik börsifirmadele	
Sotsiaalselt vastutav ettevõtte äratav rohkem usaldust	
Ettevõtete sotsiaalne vastutus huvitab mind	
Minu teadlikkus ettevõtte sotsiaalsest vastutusest on kõrge	
Ühiskonna teadlikkus ettevõtte sotsiaalsest vastutusest on kõrge	

Täname osalemise eest!