

**СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ  
И ПРОЕКТЫ ПО ОПТИМИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ  
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ  
УГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ  
(НА ПРИМЕРЕ КУЗБАССА)**

**2015**

Рецензенты:

**С. А. Жиронкин**

Доктор экономических наук, доцент кафедры открытых горных работ  
Кузбасского государственного технического университета  
имени Т.Ф. Горбачева

**А. В. Литвиненко**

Кандидат медицинских наук, доцент  
Проректор по социальной работе  
Кемеровской государственной медицинской академии

***Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н.***

Социально ориентированные мероприятия и проекты по оптимизации корпоративной социальной ответственности предприятий угольной отрасли (на примере Кузбасса): монография [Текст] / Т.Н. Мартынова, Н.Н. Равочкин. – «Warszawa: Diamond trading tour», 2015.- 40 стр.

ISBN: 978-83-65207-42-5

Монография предназначена для специалистов в сфере социальной политики, руководителей и специалистов угольных предприятий, специалистов по профориентации, HR-специалистов, преподавателей и студентов, обучающихся по программам подготовки Социальная работа (бакалавриат, магистратура), а также обучающихся по программам подготовки управленческих кадров. Может быть использована для обеспечения лекционных, семинарских и практических занятий по дисциплинам «Социальная политика», «Инновационная практика в социальной работе», «Социальная работа в различных сферах жизнедеятельности» и т.д. Рекомендуется при рассмотрении вопросов, касающихся ознакомления с системой корпоративной социальной ответственности; вопросов, связанных с жизненным и профессиональным самоопределением молодежи; актуальных проблем социальной политики в промышленной сфере.

ISBN: 978-83-65207-42-5

© Т.Н.Мартынова, Н.Н. Равочкин., 2015  
© «Diamond trading tour»

СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	4
Раздел I. Социальная ответственность предприятий угольной отрасли .....	6
1. История социальной ответственности угольных предприятий .....	6
2. Интегрирующая роль HR-специалиста угольного предприятия как основа успеха социально ответственного предприятия угольной отрасли .....	12
3. Молодежь как категория работников угольной отрасли .....	16
Раздел II. Социально ориентированные мероприятия и проекты, предназначенные для молодежи Кузбасса .....	20
1. Анализ корпоративной социальной ответственности угольных предприятий Кемеровской области (Кузбасса) .....	20
2. Недостатки социально ответственной политики угольных предприятий Кузбасса .....	24
3. Рекомендации: социальные мероприятия и проекты для категории работников «молодежь» .....	27
Заключение .....	32
Примечания .....	34

## Введение

Развитие рыночной экономики в России и создание института частной собственности требует поиска новых форм и методов совершенствования социальной политики угольных компаний, повышения эффективности их партнерского взаимодействия с наемным персоналом, государственными и муниципальными органами власти, а также с населением и общественными организациями углепромышленных территорий.

В основных положениях «Энергетической стратегии России на период до 2020 года» важная роль отводится формированию цивилизованных корпоративных отношений, без которых не может быть создан благоприятный инвестиционный климат и обеспечено эффективное социальное партнерство субъектов рыночных отношений. В настоящее время эти отношения строятся на базе международных стандартов корпоративной социальной ответственности бизнеса.

Угольная отрасль относится к одной из крупнейших отраслей промышленного недропользования. Значимость принципов корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятий для данных отраслей обусловлена тем, что недра по Конституции РФ являются государственной собственностью, а их освоение и эксплуатация в рыночных условиях осуществляются преимущественно частными компаниями. С учетом данных правовых отношений социальная ответственность частных недропользователей должна оцениваться с позиций интересов государственных органов власти, а также других субъектов рыночных отношений.

Однако процесс формирования КСО в угольной отрасли приобретает в значительной степени формальный и односторонний характер, вызванный стремлением частных угольных компаний к выходу на мировой рынок капитала и необходимостью в этой связи заявить о себе как о социально ответственной компании, соответствующей мировым стандартам ведения бизнеса.

В настоящее время, развитие корпоративной социальной ответственности угольных предприятий является актуальным направлением, особенно в рамках региональной политики.

Итак, Кузнецкий угольный бассейн является одним из самых крупных угольных месторождений мира, расположен в Западной Сибири, на территории Кемеровской области. В бассейне расположено 58 шахт и 36 угольных разрезов, что говорит о высоком уровне занятости населения, что в свою очередь, требует формирования и внедрения современной политики социальной и корпоративной ответственности, направленной на привлечение новых кадров.

Таким образом, актуальность темы исследования не вызывает сомнений.

**Объектом исследования** выступает система корпоративной социальной ответственности и социальной защиты как совокупность социальных отношений различных групп.

**Предмет исследования** – корпоративная социальная ответственность как система отношений по поводу вовлечения молодого поколения в угольную промышленность Кемеровской области.

**Целью исследования** является рассмотрение роли HR-специалистов угольной отрасли в организации мероприятий и проектов по формированию социальной ответственности, направленных на молодежь Кузбасса.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить социальную ответственность предприятий угольной отрасли;
2. На основании теоретического анализа изучения проблемы, систематизировать знания о молодежи как категория работников угольной отрасли;
3. Рассмотреть сущность и специфику социальной ответственности угольных предприятий Кемеровской области (Кузбасса);
4. Систематизировать и обобщить недостатки социально ответственной политики угольных предприятий Кузбасса;
5. Предложить собственные рекомендации и социальные мероприятия для повышения социальной ответственности угольной промышленности.

Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в обобщении научного знания по данной проблеме.

В работе использовались методы как эмпирического исследования: сравнительно-сопоставительный; так и используемые как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне исследования: абстрагирование, анализ и синтез.

Структура монографии выражается в ее содержании и логике проведенного исследования.

Таким образом, для раскрытия заявленной авторами темы определена следующая структура: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. Название глав отображает их содержание

## Раздел I. Социальная ответственность предприятий угольной отрасли

### 1. История социальной ответственности угольных предприятий

Современный мир живет в условиях острых социальных проблем, поэтому особенно большое значение сегодня приобретают новые эффективные инструменты управления устойчивым развитием. В качестве апробированного эффективного инструмента обеспечения устойчивого развития компании, по всему миру получила распространение концепция социальной ответственности бизнеса.

Понимание лидерами бизнеса своей особой, ведущей, роли в такой работе привело к возникновению в конце XX века термина «корпоративная социальная ответственность», ставшего важнейшей составляющей понятия об устойчивом развитии не только бизнеса, но и человечества. В целом, можно говорить о синонимичности обоих понятий. На практике представители бизнес среды, предпочитают использовать термин «корпоративная социальная ответственность», академические круги, общественные организации и обыватели — «социальная ответственность бизнеса». Оба термина являются переводом от английского слова *corporate social responsibility*, поэтому, пожалуй, корректней будет использовать термин «корпоративная социальная ответственность»<sup>1</sup>.

Корпоративная социальная ответственность также имеет множество других названий: корпоративная ответственность, учет корпоративной этики, корпоративная гражданская позиция, устойчивое развитие, управление, тройной критерий и ответственный бизнес и др., при этом, как правило, речь идет об одной и той же концепции<sup>2</sup>.

Существует ряд определений социальной ответственности бизнеса. По мнению Шпотова Б, социальная ответственность фирмы - максимальное использование преимуществ компании и сведение к минимуму недостатков, которые затрагивают, как участников бизнеса, так и общество в целом<sup>3</sup>.

В тоже время, в словаре по социальному управлению дано следующее определение социальной ответственности: добровольный отклик организации на социальные проблемы своих работников, жителей города, края, страны, мира<sup>4</sup>.

По международному стандарту ISO 26000 социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

1. содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
2. учитывает ожидания заинтересованных сторон;
3. соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;

1 Равочкин, Н. Н. Технологии оптимизации корпоративной социальной ответственности предприятий в системе социальной защиты работников угольной отрасли Кузбасса / Н. Н. Равочкин // Science Time. - №4(16). - 2015.

2 Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н. Подходы к детерминации корпоративной социальной ответственности в системе социальной защиты. // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – № 9-4, 2015.

3 Шпотов, Б. Деловая этика и менеджмент: современные подходы / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления : Международный журнал . - N1 .. - 2002 - С.89.

4 Добренев, В. И. Социальное управление: словарь-справочник / В. И. Добренев. - М.: Изд-во Московского университета, 1994. - С.112.

4. введено во всей организации (рис.1.)<sup>5</sup>.

Как видно, определений довольно много, однако нельзя забывать, что социальная ответственности бизнеса рассматривается на самых разных концептуальных уровнях: это может быть инструмент в руках бизнеса по достижению и обеспечению целей устойчивого развития, или концепция в руках правительства, например ЕС, по определению роли и места бизнеса в обществе, или взгляд исследователя социолога, который рассматривает СОБ как вид социального института использующегося для достижения социального гомеостаза и т.д.<sup>6</sup>

Стоит отметить, что концепция социальной ответственности бизнеса в компаниях разного уровня, различных сфер бизнеса включает разные компоненты, но самая широкая трактовка концепции социальной ответственности включает в себя:

1. корпоративную социальную политику в отношении общества
2. корпоративное управление и корпоративная этика;
3. здравоохранение и охрана труда;
4. политику в сфере охраны окружающей среды;
5. права человека (включая основные трудовые права);
6. управление человеческими ресурсами;
7. взаимодействие с обществом, развитие и инвестирование;
8. корпоративная благотворительность и волонтерство;
9. удовлетворение требований потребителя и приверженность принципу честной конкуренции;
10. борьба со взяточничеством и меры по борьбе с коррупцией;
11. отчетность, прозрачность и информирование о деятельности;
12. вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, как в национальной, так и в международной цепочке подрядчиков — поставщиков и многое другое<sup>7</sup>.

В целом под социальной ответственностью обычно понимают степень готовности субъекта выполнять свои обязательства, реализуя оптимальный, с точки зрения общества, вариант развития события.

Социальная ответственность бизнеса, с точки зрения С. Калашникова, стала основой социально ориентированной экономики и представляет собой самоограничение свободы предпринимательства в целях достижения социального мира, создания благоприятных условий для привлечения инвестиций и повышения мотивации труда.

В более широкой трактовке социальная ответственность бизнеса включает не только заботу о работниках предприятия, но и реализацию социальных программ на уровне территории или государства в целом – это благотворительная помощь различным некоммерческим организациям и отдельным гражданам.

Начало активной фазы развития корпоративной социальной ответственности бизнеса в России является рассмотрение проблемы социальной ответственности

5 ИСО 26000 – Социальная ответственность [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>

6 Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н. Уровни корпоративной социальной ответственности. // Materiál XI mezinárodní vědecko - praktická konference «Věda a technologie: krok do budoucnosti – 2015». – Díl 3. Ekonomické vědy.: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o.

7 Шохин, А. Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006–2007 годы выпуска. Аналитический обзор / А. Шохин. — РСПП, Москва, 2008 г. — С.26.



**Рис.1.** Компоненты социальной ответственности

бизнеса, которая была озвучена президентом В.В. Путиным. Хотя следует отметить, что исследования в данном направлении в России началось в 2000 – 2002 гг., а на Западе социальная ответственность бизнеса, или Corporate Social Responsibility – это практика 70-х гг. XX в<sup>8</sup>.

Государства Европейского Союза тесно связывают социально-экономическое развитие в современных условиях с расширением социальной ответственности коммерческих организаций. Именно такой подход — к экономическому росту через социальную ответственность как фактор устойчивого развития — положен в основу принятой в 2000 г. Лиссабонской стратегии как программного документа социально-экономического развития Евросоюза.

По мнению Европейской комиссии, быть социально ответственной коммерческой организацией в условиях высокого уровня развития европейской экономики и благосостояния населения — значит не ограничиваться соблюдением законодательно установленных требований и обязательств, а инвестировать в человеческий капитал, окружающую среду и отношения со всеми заинтересованными сторонами (stakeholders), что является залогом устойчивого развития коммерческой организации, повышения инновационного потенциала и конкурентоспособности.

В этот же период времени была принята «Социальная хартия российского бизнеса», разработанная Российским союзом промышленников и предпринимателей, в которой впервые системно была сформулирована общественная роль, миссия, ценности и цели корпоративной ответственности. Хартия представляет своего рода стандарт ответственного подхода к ведению бизнеса для российских компа-

<sup>8</sup> Франкевич, Ж. А. Формирование рациональной системы корпоративной социальной ответственности угольной компании // Ж. В. Франкевич. - М.: Московский государственный горный университет, 2007. - С.136.



ний, которая в определенной степени гармонизирована с Глобальной инициативой по отчетности (GRI)<sup>9</sup>.

Существенным элементом в отношении компании к социальной деятельности является выпуск корпоративной социальной (нефинансовой) отчетности. В 2007 году Россия впервые была представлена в международных базах данных, к примеру, на сайте [www.corporateregister.com](http://www.corporateregister.com) как страна, в которой компании и организации выпускают нефинансовую отчетность.

В Российском союзе промышленников и предпринимателей создан и активно пополняется Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов и электронная библиотека отчетов, к примеру по состоянию на 21 июля 2015 г. зарегистрировано 17 компания металлургической и горнодобывающей промышленности с 67 отчетами. Среди отчетов можно встретить крупную компанию ОАО СУЭК, в состав которой входят шахты Кузбасса<sup>10</sup>.

Итак, позитивной тенденцией последних лет можно считать переход корпоративных социальных отчетов в самостоятельный инструмент анализа и оценки деятельности компаний в сфере экономического роста, социального развития, экологической безопасности.

Спрос на социальные услуги со стороны граждан растет. Государство объективно не способно удовлетворять растущие социальные потребности и финансировать социальную сферу в полном объеме. Всегда существовала объективная потребность привлечения коммерческих организаций, бизнеса к софинансированию решения вопросов общественного развития. Вместе с тем, в своих возможностях законного изъятия части прибыли коммерческих организаций в целях финансового обеспечения деятельности публичных образований современные государства ограничены, с одной стороны, институтом частной собственности, которая в условиях рыночной капиталистической формации является к тому же главным движущим фактором социально-экономического развития, и, с другой стороны, объективными экономическими законами относительно допустимости налогового бремени.

Теоретиками утверждается что, именно сложившаяся модель социального государства обуславливает характер участия коммерческих организаций в социальной политике и нормативное закрепление соответствующих социальных обязательств.

К примеру, нормативное закрепление социальных обязательства сторонниками усиления социальной ответственностью подкрепляется опытом правового обеспечения социальной ответственности коммерческих организаций Дании, длительное время относящейся к категории «показательных» государств высокого уровня социального обеспечения. Вслед за Великобританией 16 декабря 2008 г. в Дании был принят Закон (Act amending the Danish Financial Statements Act (Accounting for CSR in large businesses)), обязывающий с 2009 г. все крупные коммерческие организации в дополнение к финансовой представлять отчетность о своей деятельности в области социальной ответственности. Принятие данного Закона являлось частью правительственного плана, представленного 14 мая 2008 г. (Action Plan for Corporate Social

9 Шохин, А. Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006–2007 годы выпуска. Аналитический обзор / А. Шохин. — РСПП, Москва, 2008 г. — С.12.

10 Булавкина, Л.В. Социальная ответственность-инструмент бизнеса или инструмент PR //Л. В. Булавкина //Маркетинговые коммуникации. - №06 (42) . - 2007. - С.14..

Responsibility (CSR)), по развитию корпоративной социальной ответственности и преследовало цель стимулировать коммерческие организации в вопросах социальной ответственности.

Высокий уровень жизни в Дании, таким образом, обеспечивается не только за счет деятельности государства, но во многом является результатом социальной деятельности коммерческих организаций, принявших на себя ответственность за окружающее общество как необходимый элемент своего устойчивого развития. При этом, согласно данным Евростата, в 2010 г. налоговая нагрузка в Дании составила 48,7% ВВП (в среднем по ЕС — 39,8% ВВП)<sup>11</sup>.

В соответствии с российским законодательством социальные обязательства коммерческих организаций ограничены рамками социально-трудовых обязательств, а также уплатой обязательных платежей в виде налогов и страховых взносов.

Таким образом, нужно рассмотреть вопрос об эффективности и адекватности правового закрепления социальной ответственности коммерческих организаций и сможет ли введения отчетности и обязательности социальной ответственности коммерческих организаций решить проблем общественного благосостояния. В силу того, что бизнес пока заинтересован в прямом финансировании конкретных социальных проектов, так как сотрудничество с государственными институтами обычно приводит только к проблемам из-за непрозрачности деятельности, что вызывает сомнения в обоснованности финансирования тех или иных обязательных программ, является необходимым рассмотрением социальной ответственности на предприятиях угольной промышленности<sup>12</sup>.

Итак, Кузбасс – один из самых динамично развивающихся регионов России, и главное его богатство – уголь, который станет в ближайшем будущем основным фундаментом энергетики, металлургии и других отраслей промышленности.

Деятельность предприятий Кемеровской области в социальной сфере строится в соответствии с Федеральным отраслевым соглашением по угольной промышленности РФ и коллективными договорами. Руководствуясь принципами социальной ответственности и социального партнерства, компании стремятся создавать необходимые условия для повышения качества жизни своих сотрудников.

Политика в социальной сфере предусматривает проведение различных культурно-массовых и спортивных мероприятий.

Угольные предприятия Кемеровской области принимают активное участие в реализации социальных программ федерального, областного и городского значения, вносят значительный вклад в развитие региона присутствия своих предприятий.

Важно отметить, что социальная политика, проводимая угольными компаниями, позволила обеспечить в период 2011-2013 гг. рост основных показателей, характеризующих качество трудовой жизни наемного персонала (среднемесячной заработной платы, размеров социальных выплат, уровня травматизма и др.).

<sup>11</sup> Равочкин, Н. Н. Технологии оптимизации корпоративной социальной ответственности предприятий в системе социальной защиты работников угольной отрасли Кузбасса / Н. Н. Равочкин // Science Time. - №4(16). - 2015.

<sup>12</sup> Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н. Формирование корпоративной социальной ответственности предприятий в системе социальной защиты работников угольной отрасли Кузбасса. // Вестник магистратуры [Текст]: науч. журн./учредитель ООО "Коллоквиум". - 2014, №12(39) Том 2. - Йошкар-Ола: Коллоквиум, 2014..

Повысился уровень покупательной способности заработной платы, характеризующийся количеством прожиточных минимумов (ПМ) в заработной плате. Угольные компании с высокими показателями качества трудовой жизни (например, ОАО «СУЭК-Кузбасс», ОАО «ООО «Шахта «Бутовская»», ОАО «Шахта Заречная», ОАО Кузбассразрезуголь, ОАО Кузбасская топливная компания расположенные в Кемеровской области) характеризуются наиболее высоким уровнем производительности труда.

В целом социальная ответственность бизнеса оказывает благотворное влияние на все стороны хозяйственной деятельности, способствуя повышению уровня и качества жизни населения.

Стоит обратить внимание, что для России этот путь только начинается. Российские предприятия, с одной стороны, предпринимают попытки разработки конкретных подходов к социальной ответственности, внедрения международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, они вынуждены строить свою политику в условиях кризисного состояния социальной сферы российских регионов. В этой ситуации выходом может стать разработка таких подходов к социальной ответственности, которые были бы основаны на общепринятых международных принципах, но учитывали бы сегодняшние российские реалии<sup>13</sup>.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что на сегодня не существует единого подхода к определению социальной ответственности бизнеса, и на то есть существенные причины

Но все представленные точки зрения едины в одном: социальная ответственность бизнеса — это ответственность компании за влияние своей деятельности перед всеми людьми и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, и перед обществом в целом. И здесь, немаловажным аспектом является характеристика угольной отрасли с точки зрения HR - специалиста, что будет освещено в следующем пункте главы.

<sup>13</sup> Алексеева, О. Социальная ответственность компаний - опыт Запада и России [Электронный ресурс] / О. Алексеева // Интернет журнал «Меценат». - 2004. - Режим доступа: [http://www.maecenas.ru/doc/2004\\_3\\_5.html](http://www.maecenas.ru/doc/2004_3_5.html)

## 2. Интегрирующая роль HR-специалиста угольного предприятия как основа успеха социально ответственного предприятия угольной отрасли

Прежде чем характеризовать HR - облик специалиста угольной промышленности, стоит охарактеризовать в целом данный сектор.

Уголь – вид топлива, пик популярности которого приходится на конец XIX – начало XX века. Тогда большинство двигателей использовали в качестве топлива уголь и потребление этого полезного ископаемого было поистине огромным. В XX веке, уголь уступил пальму первенства нефти, которая в свою очередь рискует быть вытеснена в XXI веке альтернативными источниками топлива и природным газом. Но, тем не менее, уголь и по сей день является стратегическим сырьем.

Уголь используется для производства более 400 различных товаров. Каменноугольную смолу и надсмольную воду используют для получения аммиака, бензола, фенола, а также другие химические соединения, которые после обработки используются при производстве лакокрасочной продукции и резины. При глубокой переработке угля можно получить редкие металлы: цинк, молибден, германий. Но все же, в первую очередь уголь ценится, как топливо. В этом качестве используется более половины всего добываемого в мире угля. А около 25% угледобычи используется при производстве кокса для металлургии<sup>14</sup>.

Общие доказанные мировые запасы угля составляют более 890 млрд. тонн, а предполагаемые запасы очень сложно оценить, так как многие месторождения находятся в труднодоступных районах. По некоторым оценкам, только в Сибири предполагаемые запасы угля могут достигать нескольких триллионов тонн. Доказанные запасы каменного угля оцениваются в 404 млрд. тонн, что составляет 45.39% от общего количества. Остальные 54.64% приходятся на бурый уголь, количественные запасы которого оцениваются приблизительно в 486 млрд. тонн.

По прогнозам ученых, угля должно хватить человечеству примерно на 200 лет, при этом запасы нефти и природного газа должны быть исчерпаны через 60 и 240 лет соответственно.

Как и другие полезные ископаемые, уголь неравномерно распределен на карте мира. Доказанные запасы около 812 млрд. тонн, что составляет 91.2% всех мировых залежей угля, сосредоточены в 10 государствах. Россия занимает второе место в мире с показателем чуть более 157 млрд. тонн, из которых на долю каменного угля приходится 49.1 млрд. тонн, то есть 31.2% от общего числа. А лидируют по мировым запасам угля Соединенные Штаты Америки – более 237.3 млрд. тонн, из которых 45.7% занимает каменный уголь<sup>15</sup>.

По итогам 2014 года, в Российской Федерации было добыто 358.2 млн. тонн угля. Что на 1.7% больше по сравнению с 2013 годом. Показатель добычи 2014 года, является рекордным для России, после распада Советского Союза. В рейтинге государств – лидеров по добыче угля, Россия занимает 6 место. А лидирует с большим отрывом от конкурентов Китай, в стране добывается 3 680 млн. тонн угля, что составляет 46% мировой добычи (рис.2.).

<sup>14</sup> Статистика угольной промышленности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minenergo.gov.ru/activity/coalindustry/>

<sup>15</sup> Статистика угольной промышленности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minenergo.gov.ru/activity/coalindustry/>

В угольной промышленности России занято около 153 тыс. человек. Средняя зарплата по отрасли, по итогам 2014 года составила 40 700 рублей, это больше средней зарплаты по стране на 24.8%. Но в то же время, зарплата работников угольной промышленности на 26.8% ниже, чем зарплата по всем предприятиям занимающихся добычей полезных ископаемых<sup>16</sup>.

Что же касается истории развития угольной промышленности в Кемеровской области, то она насчитывает несколько веков, так еще в 1721 г. рудознатец Михайло Волков открыл в районе г. Кемерово первое месторождение угля. Первым интерес к разработке кузнецкого угля проявил уральский промышленник А.Н. Демидов, который уже в конце XVIII века организовал здесь несколько металлургических заводов.

В начале XX века в области начинаются работы по созданию угольных и металлургических предприятий. Создание угольного и металлургического индустриального узла было резко ускорено накануне Второй мировой войны, в рамках создания резервной Сибирской промышленной базы в глубине страны, вдали от западных границы. Кемеровская область была образована в 1943 г. в целях развития Кузбасского промышленного узла. С тех пор индустриальная база Кузбасса только расширялась. Некоторый промежуток был сразу после крушения Советского Союза в связи с кризисом производства, закрытием угольных шахт, однако с началом 2000 г. угольная промышленность восстановила свои позиции (рис.3.)<sup>17</sup>.

В связи с вышеизложенными данными, стоит обратить внимание на то, что роль угля на современном этапе развития общества не стоит на первых позициях, угольная отрасль имеет свои тенденции развития. Для примера, в Кемеровской области существует около ста крупных предприятий, на которых занято значительное количество населения области. И в этой связи есть необходимость развивать и транслировать корпоративную культуру, формировать ценности и укреплять мировоззрение работников на всех этапах, включая трудоустройство, привлечение молодежи, работа с ветеранами отрасли.

В период возрождения угольной промышленности Кузбасса актуальным становится вопрос подготовки кадров технического профиля. Современный этап технического образования характеризуется следующим: в перечне специальностей, которые предлагают головные вузы и их филиалы, создался заметный перекокс в сторону гуманитарного образования.

Среди незанятого населения, не востребованного на рынке труда, молодежь составляет одну треть. А тем временем шахты испытывают острую потребность в квалифицированных рабочих - проходчиках и машинистах горных выемочных машин, подземных электрослесарях.

Статистика утверждает, что в угольных компаниях Кузбасса от 15 до 20 процентов специалистов с высшим образованием, находящихся в штате, занимают рабочие места, а специалисты со средним специальным образованием – до 50 процентов<sup>18</sup>.

16 Кравченко, А. С. Проблемы и перспективы развития Кемеровской области / А. С. Кравченко // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2015. – С. 115.

17 Худалов, М. О. Анализ состояния угольных предприятий Кемеровской области и оценка влияния результатов их производственно-хозяйственной деятельности на развитие экономики региона / М. О. Худалов // Аудит и финансовый анализ. - №5. - 2011. - С.1.

18 Дерябина, Р. М. О развитии промышленности Кемеровской области в 2005- 2010 годах / Р. М. Дерябина, В.



**Рис.2.** Рейтинг государств по добыче угля

Для условий Кузбасса это означает необходимость перехода от реализуемого ныне экстенсивного пути развития, состоящего в наращивании и восполнении количества запасов за счет поиска, разведки, освоения новых месторождений, к интенсивному пути (состоящему в развитии ресурсного потенциала путем увеличения количества пригодных к эксплуатации запасов на полях уже действующих предприятий и не пригодных для освоения не востребуемых в современной технологической среде участках месторождений).

Интенсивный путь развития представляется значительно более эффективным именно в освоенных промышленностью районах, к которым относится и Кузбасс. Он позволит с большей результативностью применить уже имеющиеся промышленный потенциал, инфраструктуру, трудовые ресурсы. Кроме того, интенсивный путь развития минерально-сырьевой базы стимулирует развитие горной науки и техники.

Также интенсивный путь развития возможно развивать в случае формирования новой кадровой политики, которая основывается на высококвалифицированных специалистах. Этого всего можно достигнуть начиная с профориентационной политики в Кемеровской области, начиная со школьной скамьи. Что же касается уже работающего коллектива предприятий угольной отрасли, то здесь необходимым является постоянный контроль за уровнем знаний сотрудников, проведением различных курсов, тренингов и формирование базы профподготовки<sup>19</sup>.

Таким образом, можно сделать вывод, что Кемеровская область вместе с Кузбасским угольным бассейном представляет собой открытую систему, которая готова принять в свои ряды новых специалистов.

В целом, HR угольной отрасли характеризуется необходимым уровнем образования, однако, не хватает доли участия молодежи в развитии отрасли, а также совершенствование профподготовки специалистов и в этой связи необходимым является характеристика современной молодежи, что будет сделано в следующем пункте главы.

А. Попов // Организационно-экономические проблемы повышения эффективности металлургического производства. - Материалы II Международной научно-практической конференции. - Новокузнецк, 2010. - С.5.

19 Булавкина, Л.В. Социальная ответственность-инструмент бизнеса или инструмент PR //Л. В. Булавина //Маркетинговые коммуникации. - №06 (42) . - 2007. - С.12.

Схема угленосности Кемеровской области

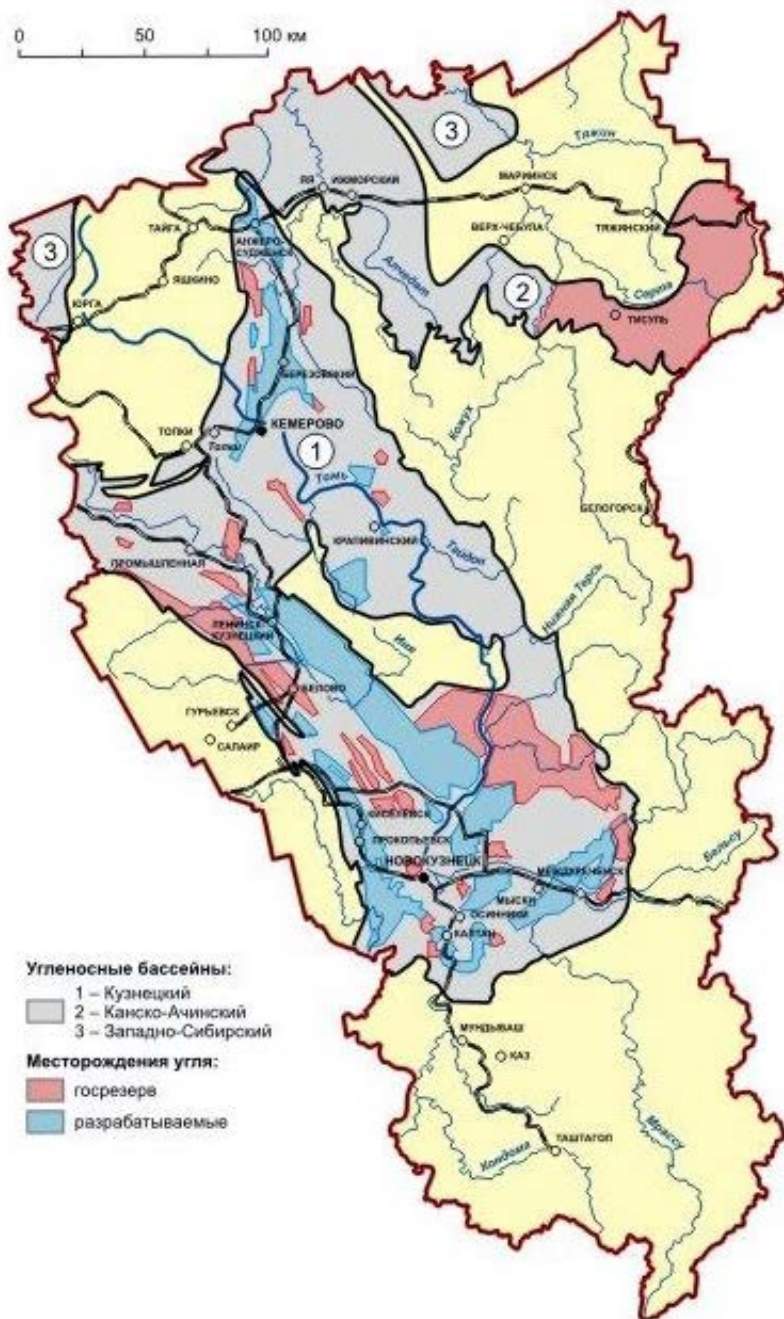


Рис.3. Угленосность Кемеровской области

### 3. Молодежь как категория работников угольной отрасли

Теорию поколений разработали в 1991 году американские социологи **Нейли Хоув** и **Уильям Штраус**, они выяснили, что важнейшими факторами, определяющими мышление, действия поколений, являются не возраст, а два других параметра: среда, в которой человек рос до 10-12 лет и нормы воспитания в семье<sup>20</sup>.

Ученые пришли к выводу, что все, что происходит вокруг, человек в возрасте до 12 лет оценивает не в категориях «хорошее или плохое», «правильное или неправильное», а как нормальное.

Второй параметр - нормы воспитания в семье, которые ребенок тоже воспринимает как нормальные. Так у человека формируются базовые ценности. Они неосознанно проявляются в течение всей последующей жизни, как отдельного человека, так и целого поколения, влияют на наше поведение.

Согласно теории поколений Хоува и Штрауса, все ныне живущие люди разделяются на шесть возрастных групп, в зависимости от года рождения:

1. победители (1900–1923) (для России: поколение революции);
2. молчаливое поколение (1923–1943) (поколение индустриализации);
3. беби-бумеры (1943–1963) (послевоенное поколение);
4. поколение X (1963–1984) (поколение застоя);
5. поколение Y (1984–2000) (поколение перестройки);
6. поколение Z (2000–2020) (постиндустриальное поколение).

Теория поколений нашла множество последователей среди маркетологов и социологов (рис.4.)<sup>21</sup>.

Итак, социологи относят тех, кто родился после 1981 года, к «поколению Y», они же – millennials. «Игреки», в отличие от предыдущего поколения «иксов», росли в эпоху бурного развития новых технологий, почти не застали мир без интернета.

Исследователи отмечают значительную инфантильность, индивидуализм, избалованность, высокие потребности представителей этого поколения, их самоуверенность, завышенную самооценку, потребность в комфорте. Но при этом представители поколения Y легко приспосабливаются к новым условиям, без проблем меняют место обитания и работы, способны быстро развиваться и решать несколько задач одновременно, идеалистичны и позитивны.

В связи с вышеизложенным, рассмотрим основные особенности Y-поколения.

**1. Управление работой.** Люди молодого поколения хотят постоянно получать удовольствие от работы, они превосходно справляются с выполнением множества задач одновременно, однако рутинная, однообразная работа легко может им наскучить.

**2. Личное развитие.** Молодое поколение открыто к обучению и развитию, руководитель легко может удовлетворить эту потребность, став для таких работников наставником. С людьми этого поколения необходимо выстраивать отношения с перспективой на будущее развитие, рост, тогда они, скорее всего, не будут стремиться бросить работу при первой возникшей трудности.

20 Матвеева, А. Амбициозные и бессмысленные [Электронный ресурс] / А. Матвеева // Эксперт онлайн. - 2014. - Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2014/03/ambitsioznye-i-bessmyslennyie/>

21 Поколение Y и рынок труда [Электронный ресурс] / HAYS Recruiting experts worldwide // Режим доступа: [https://www.hays.ru/cs/groups/hays\\_common/@ru/@content/documents/digitalasset/hays\\_1142871.pdf](https://www.hays.ru/cs/groups/hays_common/@ru/@content/documents/digitalasset/hays_1142871.pdf)



**3. Социальное взаимодействие.** Люди молодого поколения отличаются сильной социальной ориентированностью и, возможно, больше других поколений настроены на работу в команде.

**4. Признание достижений.** Одной из отличительных особенностей людей этого поколения является необходимость постоянного признания их достижений, успехов. Не нужно относиться к этому как к признаку избалованности, это способ мотивации, источник энергии в работе. К тому же, если работник постоянно чувствует, что его работу оценивают по достоинству, он будет более склонен адекватно реагировать на конструктивную критику.

**5. Значимые вознаграждения.** Люди этого поколения хотят получать награду за отличную выполненную работу. Чаще всего эта награда, конечно, выражается в финансовом эквиваленте, особенно учитывая амбициозность поколения<sup>22</sup>.

Поколение Y постепенно замещает предшествующие — от этого никуда не деться. Оно выросло в период бурного технического развития, под воздействием расширяющихся и глубоко проникающих в жизнь средств коммуникации, под мощный информационных шум, в котором надо уметь находить то, что действительно важно. И люди этого поколения умеют жить в этих новых условиях, им не нужна тяжелая работа над собой, чтобы приспособиться к новому. Эти способности необходимо использовать в полной мере.

Таким образом, согласно теории поколений, «игреки» – это люди, родившиеся в период новых социально-политических условий, именно это поколение и определяет современное экономическое и социальное настоящее и будущее.

Для того чтобы представители поколения Y продуктивными и чувствовали себя комфортно в рабочей среде, необходимо понимать их ценности и цели. Они хотят работать в технологичной и безбумажной корпоративной культуре, где дух сотрудничества преобладает над духом конкуренции. Им нужен гибкий график с возможностью удалённой работы и интеграции профессиональной и частной жизни.

Угольным компаниям необходимо уже сейчас адаптировать рабочую среду, чтобы удержать представителей этого поколения и использовать потенциал, который может принести в отрасль инновации и социальную ответственность. От этого зависит конкурентоспособность отрасли в глобальном масштабе.

Итак, какие особенности «игреков» необходимо учитывать в трудовых отношениях:

1. Ориентация на быстрый результат, неприятие долгосрочных целей;
2. Высокая ценность самореализации, содержания задач;
3. Стремление к развлекательной составляющей в любой деятельности;
4. Стремление к неформальному стилю общения, комфортному психологическому климату, свободному графику;
5. Собственные представления о своей карьере и месте в обществе;
6. Сильные мотивы к содержательности, интересности работы, умеренные – к деньгам<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> Фуколова, Ю. Игрек неизвестный [Электронный ресурс] / Ю. Фуколова // Коммерсантъ Секрет Фирмы. - №6. - 2014. - Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2483995>

<sup>23</sup> Хомякова, Е. И. Поколение Y в контексте социального взаимодействия в современном обществе / Е. И. Хомякова // Известия Томского политехнического университета, 2011. - Т. 319. - № 6. - С.153 - 156.

Поколение	Отношение к переменам	Подходящая стратегия	Неподходящая стратегия
Молчаливое поколение	«Все перемены к худшему!»	▶ Поддерживающая ▶ Принуждающая	▶ Вовлекающая ▶ Переговорческая
Поколение бэби-бум	«Что дадут мне изменения?»	▶ Переговорческая ▶ Вовлекающая	▶ Поддерживающая
Поколение X	«Изменения приветствуются»	▶ Образовательная ▶ Вовлекающая	▶ Манипулятивная ▶ Принуждающая
Поколение Y	«Изменения постоянны и к лучшему»	▶ Вовлекающая ▶ Образовательная	▶ Принуждающая ▶ Манипулятивная

**Рис. 4.** Совместимость стратегии с ценностными характеристиками сотрудников различных поколений

### Выводы по разделу:

1. Сегодня не существует единого общемирового определения социальной ответственности бизнеса. Однако все подходы едины в том, что это ответственность компании перед людьми и организациями, с которыми связана ее деятельность, а также ее ответственность перед обществом в целом.

Тема социальной ответственности все больше актуализируется в сознании российского бизнеса, так как предприятия и корпорации являются не только основой экономических отношений, но влияет на социальные процессы, протекающие в современном обществе.

Таким образом, бизнес все больше вовлечен в жизнь общества, выходящего за рамки его профессиональной ориентации. Он должен выстраивать отношения со множеством взаимозависимых лиц, так как на его деятельность, помимо внутренней среды, оказывает влияние внешнее окружение – власть, некоммерческие организации, потребители, СМИ, международные организации и партнеры и т.д.

2. Сложившаяся в настоящее время в России ситуация делает корпоративные социальные программы, в частности, и активное участие компаний в общественном развитии, вообще, необходимым условием устойчивого ведения бизнеса и — одновременно — фактором повышения социальной стабильности и уровня жизни.

HR угольной промышленности на современном этапе развития отрасли имеет свои особенности, в частности, невысока доля сотрудников, имеющих высшее образование, не все компании способны проводить грамотную профессиональную подготовку собственных сотрудников, и наконец, низкая доля участия молодежи в секторе. Все эти факторы приводят к тому, что угольная отрасль Кемеровской области развивается недостаточно активно, и необходимо внедрение новых социальных проектов и мероприятий, которые позволят компаниям достичь высокого уровня корпоративной социальной ответственности.

3. Представители нового поколения – поколения Y (или, так называемые, «миллениалы») – выше всего ценят в работе такие возможности, как обучение и развитие.

Ключевым фактором, который обусловил выделение этого поколения в отдельную категорию, стало интенсивное развитие технологий, в первую очередь, ком-

---

муникационных, и их активное внедрение во все сферы жизни, из-за чего ее ритм ускорился в несколько раз.

Молодые люди поколения Y не отрицают традиционные формы организации труда. Наличие у работодателя стратегии корпоративной ответственности является важнейшим фактором привлечения и удержания нового поколения работников.

## Раздел II. Социально ориентированные мероприятия и проекты, предназначенные для молодежи Кузбасса

### 1. Анализ корпоративной социальной ответственности угольных предприятий Кемеровской области (Кузбасса)

На сегодняшний день в Российской Федерации функционируют 121 разрез и 85 шахт. Основным центром угольной промышленности является Сибирь, где расположен Кузнецкий угольный бассейн.

Кузнецкий угольный бассейн – один из крупнейших в мире угольных бассейнов. Общие геологические запасы угля оцениваются в 319 млрд. тонн. На сегодняшний день, в Кузбассе добывается более 56% всего каменного угля России, а также около 80% всех коксующихся углей. Добыча угля ведется, как подземным, так и открытым способом.

На долю угольной промышленности приходится более 30% промышленного производства региона, в частности, на долю Кузбасса приходится около 56% добычи каменных углей России, около 80% добычи всех коксующих углей России<sup>24</sup>.

В этой связи, является необходимым перечислить крупные компании, ведущие добычу угля открытым способом и подземную добычу, владеющие разрезами и шахтами в Кузбассе:

1. «Кузбассразрезуголь» – крупнейшая в России угольная компания, ведет добычу угля открытым способом на более 10 разрезах (Талдинский, Вахрушевский, Ерунаковский и других). Входит в состав УГМК-Холдинг.

2. «Южный Кузбасс» – добыча угля, добыча угля коксующих марок, входит в холдинг ОАО «Мечел».

3. ЗАО «Черниговец» - угледобывающее предприятие, входит в холдинг СДС («Сибирский Деловой Союз»).

4. ОАО «Междуречье» - угледобывающее предприятие, состоит из нескольких угольных разрезов, входит в холдинг Сибуглемет.

5. ОАО «СУЭК-Кузбасс» - филиал крупнейшего в России предприятия по добыче угля («Сибирская Угольная Энергетическая Компания» ведет добычу угля не только в Кузбассе, но и в Бурятии, Хакасии, в Красноярском и Забайкальском крае и других регионах).

6. ОАО УК «Северный Кузбасс» - крупная угольная компания.

7. УК «Южкузбассуголь» - объединенная угольная компания ведет добычу каменного угля на нескольких шахтах Новокузнецкого района в Кузбассе (Шахта Абашевская, Есаульская, Ульяновская, Юбилейная). Входит в состав группы Евраз.

8. УК «Прокопьевскуголь» - угольная компания (г. Прокопьевск).

9. ОАО «Распадская» - угольная компания, занимается добычей коксующего угля, в ее состав входит несколько шахт и разрезов (шахта Распадская, разрез Распадский).

Исходя из вышеизложенной характеристики продвижения угольного бизнеса, важно, что для угольных компаний под термином корпоративная социальная

<sup>24</sup> Егорова, М. С. Тенденции развития сырьевой базы угольной промышленности Кузбасса / М. С. Егорова, В. А. Милованова // Молодой ученый. — 2015. — №6. — С. 399.

ответственность можно понимать следующее: компания вносит добровольный вклад в персонал, социальное развитие регионов, и таким образом, строит устойчивые отношения с работниками, общественными организациями, государством и другими участниками бизнес-процесса, угольная компания сотрудничает с государственными и профсоюзными органами для обеспечения своего устойчивого развития, получая при этом конкурентные преимущества, снижая непроизводственные риски и добиваясь высокого финансового результата<sup>25</sup>.

Конкурентные преимущества социально-ответственной компании очевидны, во-первых, укрепляются позиции компании в отношении с органами государственной власти, растут финансовые показатели, наблюдается рост лояльности потребителей и уровне продаж, повышается мотивация работников, снижается текучесть кадров, то есть успешность компании напрямую зависит от направленной, грамотной политики социальной ответственности (рис.5.).

Проанализировав крупнейшие угольные компании Кемеровской области, можно сделать вывод, что на всех предприятиях разрабатываются и внедряются модели корпоративной социальной ответственности.

Стоит отметить, что вопрос развития человеческих ресурсов и трудовых отношений - один из наиболее важных аспектов деятельности угольных компаний. В дополнение к обязательному тренингу по профессиональной гигиене и безопасности труда предлагается сотрудникам целый ряд возможностей для дальнейшего профессионального обучения и развития<sup>26</sup>.

Формы обучения включают внешние и внутренние программы. В частности, компаний организованы следующие мероприятия:

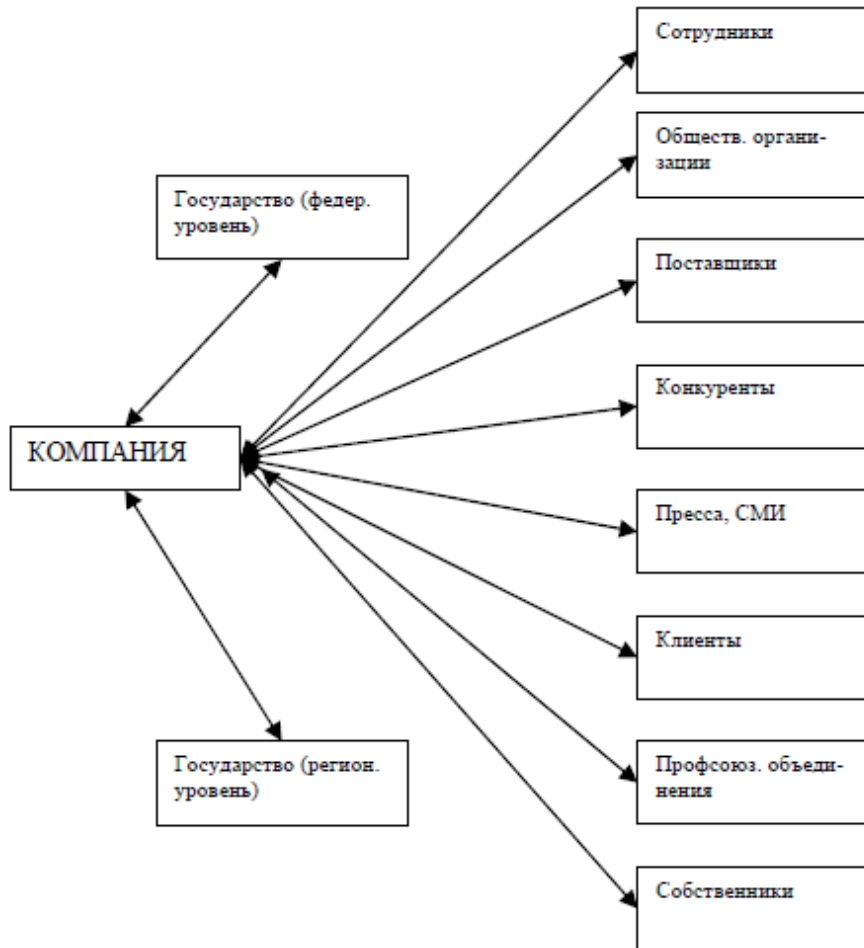
1. Профессиональное обучение и подготовка новых сотрудников, обучение новым и существующим технологиям и основам производственного процесса, включая адаптационное обучение вновь принятых сотрудников, индивидуальные и групповые программы наставничества
2. Программа переподготовки и обучения сотрудников новым профессиям
3. Программа подготовки новых управленческих кадров
4. Разработка индивидуальных программ развития сотрудников, включающих специальные тренинги и семинары, возможность обучения по долгосрочным академическим программам учебных заведений и специальным многоуровневым программам специализированных учебных центров
5. Организация курсов повышения квалификации

Также компании на регулярной основе проводят мероприятия и тренинги по профессиональной гигиене и безопасности труда, обязательные для каждого сотрудника, занятого на производстве. Наглядным результатом эффективности политики компаний в области охраны труда является постоянное снижение показателей уровня травматизма и уровня профессиональной заболеваемости на предприятиях.

Работа с молодежью – одно из приоритетных направлений стратегии работы с персоналом.

<sup>25</sup> Веревкин, Л. П. Социальная ответственность бизнеса / Л. П. Веревкин // Мониторинг общественного мнения. - №1(95). - 2010. - С.40.

<sup>26</sup> Худик, Л. Кадры для угольной промышленности [Электронный ресурс] / Л. Худик // Губернские ведомости. - 2005. - Режим доступа: <http://www.prozentr.ru/index.php?text=4&on=fpot>



**Рис. 5.** Взаимодействие компании угольной отрасли с целевой аудиторией

Для привлечения талантливых студентов и выпускников, в угольную промышленность компании разрабатывают программы по следующим направлениям:

1. практика на оплачиваемых рабочих местах;
2. компенсация проезда и найма жилья на период практики иногородних студентов;
3. корпоративная стипендия для студентов успешно прошедших практику на условиях последующего трудоустройства;
4. адаптационная надбавка в первый год работы на предприятии;
5. корпоративные гранты для молодых работников на получение высшего профессионального образования;
6. компенсация переезда и найма жилья при трудоустройстве иногородних выпускников, а также в первые два года работы<sup>27</sup>.

<sup>27</sup> Хорошилов, Л. С. Здоровье работников угольной отрасли и ее влияние на демографическую ситуацию в Кемеровской области / Л. С. Хорошилов, И. В. Трофимова //Вестник КемГУ. - № 1 (49). - 2012. - С.250-252.

Наглядно на рисунке 6 представлена взаимосвязь молодого персонала с другими направлениями работы, что является немаловажным фактором его формирования и развития.

Молодым сотрудникам угольных предприятий предлагаются возможности профессионального и личного развития, в частности проводятся различные конкурсы профессионального мастерства, развлекательные мероприятия.

Помимо всего прочего, необходимо обратить внимание на развитие еще одного из направлений корпоративной социальной ответственности, такого как благотворительность. И здесь основными направлениями работы являются следующие:

1. поддержка и реабилитация детей с ограниченными возможностями
2. развитие социальной инициативы молодежи;
3. поддержка образовательных учреждений, обеспечение людей всех возрастов возможностью получать новые знания и навыки
4. улучшение экологической ситуации в регионах присутствия предприятий компании<sup>28</sup>.

Компании, находящиеся на территории Кемеровской области, постоянно работают над сокращением вредного воздействия своей деятельности на окружающую среду.

Все предприятия имеют все необходимые разрешения, лицензии и согласования для осуществления производственной деятельности, которая потенциально может оказать пагубное воздействие на окружающую среду в допустимых пределах в соответствии с действующим законодательством.

Наконец, спорт, продвижение здорового образа жизни и физической культуры; поддержка спортсменов, детских, профессиональных и любительских команд является неотъемлемой частью в области социальной политики угольных предприятий.

Итак, в настоящее время угольная промышленность в Кемеровской области является ведущей отраслью региональной экономики, и не смотря на молодость и неравномерность проявления социальной ответственности на предприятиях угольной промышленности, Кемеровская область вместе с угольными компаниями стремятся совершенствовать это новое для России направление поддержания бизнеса в целом, однако, существуют определенные недостатки, которые будут освещены в следующем пункте главы.

28 Куринько, Р. Н. Что такое социальная ответственность бизнеса [Электронный ресурс] / Р. Н. Куринько // Устойчивый бизнес. - 2014. - Режим доступа: <http://csrjournal.com/839-что-такое-соб-что-такое-socialnaja.html>

## 2. Недостатки социально ответственной политики угольных предприятий Кузбасса

Как было отмечено ранее, корпоративная социальная ответственность включает в себя следующие категории:

1. ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами;
2. ответственность в отношении потребителей;
3. ответственность в отношении своих сотрудников;
4. экологическая ответственность компании;
5. ответственность компании перед обществом в целом<sup>29</sup>.

И в этой связи, рассматривая социальную ответственность, нельзя забывать о внутривнутриполитической ситуации и специфических особенностей региона.

В первую очередь, стоит обратить внимание, что о политике социальной ответственности задумываются и имеют материальную возможность лишь крупные, общенациональные компании, а также филиалы и дочерние подразделения международных компаний.

Помимо всего прочего, необходимо учитывать историческое прошлое Российской Федерации, географическое положение, особенный менталитет, жажду к накоплениям, постоянно меняющуюся экономическую и политическую ситуацию в стране.

К барьерам на пути корпоративной социальной ответственности в России можно отнести социальную пассивность граждан. Острая критика в адрес работодателей в отношении их нежелания решить острые социальные проблемы, но в то же время полное отсутствие готовности к попыткам предпринять самостоятельные действия.

29 Феоктистова, Е. Н. Бизнес-регионам, Сборник корпоративных практик. - РСПП, Москва, 2014. - С.58.



Рис.6. Взаимосвязь развития персонала



Одной из самых острых проблем является принудительный характер со стороны государства и местных властей — навязать политику корпоративной социальной ответственности предприятиям, ведь, как отмечалось ранее, главная черта ответственности — это добровольное начало. В настоящий момент это обязательство со стороны государства, которое необходимо выполнять компаниям, желающим остаться на плаву, следовательно, это вызывает лишь отрицательную реакцию компаний и порождает полное безразличие к социальным вопросам.

Учитывая нестабильную экономическую ситуацию, руководители предприятий всеми силами пытаются заработать и сохранить что-либо для своей компании, пока ветви власти не предпримут новые решения.

К числу основных проблем кадрового обеспечения развития угольной отрасли относятся:

1. общая демографическая ситуация в стране, обуславливающая снижение численности трудоспособного населения и молодежи;

2. осложнение условий разработки угольных месторождений с перемещением угледобычи в отдаленные регионы, характеризующиеся жесткими климатическими условиями;

3. усложнение горно-геологических условий разработки, переход на высокопроизводительные технологии ведения горных работ с применением дорогостоящего оборудования при одновременном ужесточении требований к безопасности производства, что предъявляет дополнительные требования к уровню профессиональной подготовки специалистов;

4. реорганизация системы начального, среднего и высшего профессионального образования;

5. отсутствие отраслевой системы подготовки кадров;

6. разрозненность действий в области кадровой политики образовательных учреждений, горных компаний и государственных органов власти на региональном и федеральном уровне;

7. низкая престижность профессий, направлений (специальностей) подготовки начального, среднего и высшего профессионального образования, востребованных в угольной промышленности;

8. отсутствие системности в обеспечении профессиональной ориентации молодежи, непрерывной подготовки и стажировок специалистов угольной промышленности с их закреплением на производстве с учетом параметров развития отрасли.

Решение этих проблем требует научного обоснования системы мер по привлечению и адаптации молодых специалистов на угледобывающих предприятиях, параметров целевой подготовки кадров для предприятий угольной отрасли; рекомендаций и типовых решений по формированию и совершенствованию системы кадрового резерва отрасли на долгосрочный период, а именно:

1. разработка рекомендаций по привлечению и адаптации молодых специалистов на угледобывающих предприятиях;

2. расчет параметров целевой подготовки кадров для предприятий угольной отрасли;

3. разработка предложений по совершенствованию системы стажировок специалистов компаний и ведущих научных центров и на предприятиях угольной отрасли.

Немаловажным аспектом в формировании корпоративной социальной ответственности является недостаточное вовлечение категории молодежь в развитие предприятий<sup>30</sup>.

Таким образом, российский бизнес, с одной стороны, стремится к выработке индивидуальных и общих подходов к социальной ответственности, стремится внедрить в практику международные принципы прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, он вынужден содержать и сохранять заработную плату и многочисленные льготы для персонала, вкладывать материальные средства в развитие своего предприятия, делиться с местными властями и многочисленными контролирующими органами.

По мнению специалистов социологии и управления, в России необходимо разработать такие подходы к социальной ответственности компаний, которые основаны на общепринятых международных принципах социальной ответственности, но с другой стороны, предлагают формы осуществления политики социальной ответственности с учетом российского менталитета.

Разработка и внедрение разумной и эффективной политики корпоративной социальной ответственности — это шаг к признанию российских компаний на международной арене. Это начало длинного пути изменения стереотипов, имиджа предприятий РФ, возможность совмещения рыночной политики и социальной ориентации бизнес-структур<sup>31</sup>.

За последние пять лет подход к управлению человеческими ресурсами претерпел значительные изменения, и сегодня HR — это лицо компании в глазах нового перспективного сотрудника.

HR - брендинг выступает одним из важнейших элементов общего корпоративного ребрендинга и приносит целый ряд ценных преимуществ:

1. повышает доверие сотрудников к компании в целом и HR-службе в частности;
2. выступает мощным инструментом усиления корпоративного бренда;
3. облегчает коммуникацию компании со своими сотрудниками<sup>32</sup>.

Сотрудники – основные носители бренда, а значит – они должны быть сильно вовлечены в процесс.

Тема продвижения HR-бренда компании сегодня актуальна как никогда. Перед большинством компаний вновь стоит задача активного подбора и привлечения кандидатов с рынка труда. В следующем пункте главы будут даны рекомендации по социальной политике в работе с категорией молодежь.

---

30 Калачева, Л. В. Формирование кадровоориентированной политики угольных компаний в интересах устойчивого инновационного развития угольной отрасли страны / Л. В. Калачева // Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика. - вып. 2 (13). - 2014. - С.207.

31 Становская, О. Подводные камни ребрендинга / О. Становская // Управление персоналом. - 2011. - №4. - С.35.

32 Архипова, К. В. Перспективы развития HR брендинга в России / К. В. Архипова // Импульс – 2011: труды VIII всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций. В 2-х томах. Т.II. / под ред. А.А. Дульзона; Томский политехнический университет. - Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. - С.22.

### 3. Рекомендации: социальные мероприятия и проекты для категории работников «молодежь»

Разработка эффективных методов мотивации и оценки персонала как существующего, так и будущего, является одной из важнейших задач современного менеджмента (рис.7.).

Многообразие теоретических подходов создает непростую ситуацию для руководителей служб управления персоналом промышленных предприятий. От правильного выбора метода оценки зависит успешность системы стимулирования, а значит — степень удовлетворенности работников и, в конечном счете, экономические показатели предприятия<sup>33</sup>.

В целях защиты стратегических целей компании можно отреагировать на нехватку молодых талантов на мировом рынке разработкой специальной корпоративной стратегии с различными международными программами по трудоустройству, направленной на привлечение студентов, выпускников и молодых специалистов путем демонстрации им заинтересованности угольных компаний в них.

Для привлечения молодых талантов на ранних стадиях их обучения необходимо тесно сотрудничать со средними школами и университетами в целях повышения интереса к естественным наукам.

Одним из направлений в привлечении молодых специалистов возможно участие в интернет - программах, основанных на разработке новых возможностей в добыче угля и разведке новых месторождений, что на современном этапе развития угольной отрасли активно применяется крупными угольными компаниями (к примеру, ОАО СУЭК, регулярно проводят такого рода программы, участники создают команды из трех человек и соревнуются в специально созданной онлайн - игре по моделированию реальных ситуаций, например, анализ проведенной разведки и принятие решения о месте добычи и необходимых для применения технологиях).

Все вышеуказанное, приводит к тому, что самые успешные участники получают возможность продолжить свое образования по специально разработанной для них образовательной программе. Это позволяет угольной компании самим формировать управленческие и технические навыки будущих сотрудников.

Основные особенности привлечения молодежи к работе в угольной отрасли отражены в таблице 1.

Помимо всего прочего, необходимыми мерами является внедрение программ, которые предусматривают следующее:

Спонсирование студенческих ассоциаций и мероприятий;

Премирование лучших школьников / студентов;

Участие HR-департамента в ярмарках вакансий и образования;

Регулярные презентации по управлению бизнесом и HR на студенческих конференциях<sup>34</sup>.

33 Луговая, Е. С. Зарубежный опыт формирования и реализации организационной социальной политики / Е. С. Луговая // Альманах современной науки и образования. - Тамбов: Грамота, 2012.. - № 7 (62). - С. 75.

34 Архипова, К. В. Перспективы развития HR брендинга в России / К. В. Архипова // Импульс – 2011: труды VIII всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций. В 2-х томах. Т. II. /

**Таблица 1.**

Основные особенности привлечения молодежи к деятельности в угольной отрасли

<b>Целевая аудитория</b>	<b>Школьники, учащиеся средне – специальных и высших учебных заведений</b>
Цель проекта	Создание условий для привлечения молодых и перспективных специалистов в образовательные учреждения области
Задачи проекта	изучить факторы и проблемы молодых специалистов в системе угольной промышленности; разработать комплекс мер, направленных на привлечение молодых специалистов в компании Кемеровской области; создать благоприятные условия для работы молодого специалиста; создать условия для развития и реализации потенциальных возможностей молодых специалистов.
Ожидаемые реализации проекта	создание условий для увеличения притока и закрепления молодых специалистов в компании области; увеличение доли молодых специалистов в компаниях области усиление чувства уверенности и профессиональной защиты молодых специалистов угольной отрасли.

На предприятиях возможно формирование молодежной группы, так как работающая молодежь сегодня является весьма многочисленной социальной группой, важнейшим социальным ресурсом и основной движущей силой предприятия, проблемы ее социально-экономического статуса и оценка молодежью своего положения всегда были актуальны.

В рамках молодежной группы возможно осуществлять деятельность по следующим направлениям:

1. развитие творческой активности молодежи;
2. работу по гражданско-патриотическому воспитанию молодежи;
3. развитие культурно-досуговой деятельности, спортивно-массовой работы, туризма и самодеятельного творчества молодежи в области культуры;
4. содействие в повышении уровня правовой грамотности молодежи, поддержка в решении проблем молодых семей, а также поддержку социально незащищенных категорий молодежи;
5. проведение организаторской и разъяснительной работы среди молодежи, не входящей в совет молодежи.

В качестве деятельностного подхода в реализации вышеуказанных направлений необходимо:

1. содействие в организации условий, направленных на профессиональное, физическое и духовное развитие молодежи;
2. организация конкурсов, смотров, фестивалей, спортивных турниров и других культурно-массовых мероприятий для молодежи;
3. организация и проведение ежегодных конкурсов профессионального мастерства, к примеру на звание «Лучший молодой специалист», «Молодой специалист» и т. д.;

4. содействие в обеспечение гарантий в сфере труда и занятости молодежи;
5. поддержка в решении проблем молодых семей, привлечением их к круглым столам, дискуссиям;
6. формирование кадрового резерва из числа молодых специалистов и реализация программы их продвижения;
7. регулярное обеспечение повышения квалификации молодых рабочих.

Немаловажным являются хорошо продуманные и сконструированные рабочие пространства, которые существенно повлияют на вовлеченность персонала, его моральный дух и производительность труда, а также привлечение и удержание новых сотрудников. Кроме того, это будет способствовать эффективной совместной работе персонала для внедрения инноваций, а также адаптации «обитателей» этой рабочей среды к постоянно меняющимся внешним условиям.

Также важно обратить внимание еще на ряд аспектов, характеризующих сотрудников угольной отрасли, а именно:

1. Предоставление гибкого графика работы своим сотрудникам. В рамках этого подхода, возможен перевод сотрудников на работу в домашних условиях.

С одной стороны, у работодателя возникает высокий риск неконтролируемости и неуправляемости сотрудниками, с другой — на так называемую проектную работу можно приглашать профессионалов, которые заняты одновременно еще на нескольких проектах. В свою очередь, этот метод поможет добиться от сотрудника высокой результативности, так как молодое поколение, относящееся к типологии «игрек», характеризуется тенденцией к удаленной работе.

2. Комплексная работа над HR-брендом, которая будет давать эффект в виде низкой текучести кадров, высокой удовлетворенности сотрудников своей компанией.

Внутренний брендинг может и должен способствовать правильному и четкому позиционированию бренда компании. А за счет этого можно не только укрепить взаимоотношения с клиентами и повысить продажи, но и добиться большей мотивации сотрудников на успех без введения дополнительных программ материального стимулирования, снизить текучесть персонала.



Рис.7. Система управления персоналом

Помимо работы с молодыми специалистами, необходимо разрабатывать подходы к налаженному коллективу сотрудников. И здесь первоочередным является обеспечение промышленной и экологической безопасности, охраны труда в угольной отрасли. Такой подход направлен на формирование условий для повышения уровня промышленной безопасности и безопасности ведения горных работ на шахтах, разрезах и углеобогатительных фабриках, снижение их вредного воздействия на окружающую среду.

Мероприятия, реализуемые в рамках программы, включают:

- повышение эффективности государственного регулирования в области безопасности ведения горных работ, промышленной, экологической безопасности и охраны труда;
- повышение нормативных требований к обеспечению безопасности и комфортных условий труда на угольных предприятиях;
- приведение нормативных требований к организациям угольной отрасли в сфере охраны окружающей среды в соответствие с мировыми стандартами;
- мониторинг состояния промышленной, экологической безопасности и охраны труда в отрасли;
- ввод в эксплуатацию новых очистных сооружений;
- использование и экологически безопасное размещение отходов производства.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, стоит отметить, что эффективные и талантливые сотрудники имеют решающее значение для роста и развития угольного бизнеса.

Тем не менее, их поиск и рекрутинг – это ещё и одна из самых сложных задач для работодателя.

### **Выводы по разделу:**

1. Кемеровская область на сегодняшний день является ведущим компонентом в развитии угольной промышленности, в связи с чем развитие корпоративной социальной ответственности имеет огромную актуальность. Около ста предприятий угольной отрасли предлагают ряд мероприятий по привлечению новых и поддержанию уже существующих трудовых кадров.

Сюда входит целый спектр мер социального взаимодействия, которые направлены на поддержание отрасли, так как она является основной в регионе.

2. Социальные программы способствуют созданию имиджа и повышению репутации бизнеса и, таким образом, являются долгосрочными вложениями в нематериальные активы компании.

Основные проблемы ведущих российских компаний касаются поиска оптимального механизма раскрытия информации (например, подготовки корпоративного социального отчета в соответствии с международными стандартами), выбора компанией основных целей социальной политики и оценки всех рисков и выгод выбранной степени информационной открытости для компании, государства и общества в целом.

Помимо всего прочего, необходимо подчеркнуть, неспособность малых предприятий реализовывать международные стандарты по корпоративной социальной ответственности, а также малая вовлеченность молодого поколения - все это

---

является основной преградой в полноценном подходе к совершенствованию социальной ответственности угольных предприятий Кемеровской области.

3. Вопрос развития человеческих ресурсов и трудовых отношений - один из наиболее важных аспектов деятельности угольного предприятия.

Перспективы развития угольной отрасли – это в числе прочего и необходимое обеспечение отрасли профессиональными молодыми кадрами.

Угольная отрасль развивается очень быстро, в связи с чем сложно определить конкретные требования при подготовке молодых специалистов. В то же время компании сегодня нуждаются не только в специалистах с набором базовых профессиональных знаний, им нужны «живые умы» с набором личностных и лидерских компетенций.

Именно поэтому в рамках HR-политики необходимо молодым горнякам предоставлять широкие возможности для развития профессиональных знаний, лидерского потенциала и навыков командой работы.

## Заключение

В настоящее время корпоративная социальная ответственность (КСО) предприятий угольной отрасли входит в область стратегического целеполагания многих компаний. Без данного направления невозможно представить успешную деятельность и предприятий угольной отрасли. Концепция КСО трансформируется в ключевой элемент стратегии и усиления ключевой компетенции, а деятельность в этой сфере становится капиталобразующей для корпоративной структуры.

Предприятия угольной отрасли с каждым годом наращивают степень интеграции в глобальные экономические процессы, что заставляет их двигаться по пути увеличения корпоративной прозрачности, социальной ответственности и эффективности. Концепция корпоративной социальной ответственности выступает средством социального позиционирования, открывает возможность широко заявить о себе в обществе, продвинуть собственные ценности, позиционироваться в качестве надежного работодателя и прогрессивной компании.

Авторы согласны с мнением, что сегодня количественный рост российской экономики подошел к своей завершающей фазе. Низкие цены на энергоресурсы, высокая волатильность и девальвация национальной валюты, ограниченное доступа на международные рынки финансовых активов – новая объективная точка отсчета для российской экономики. В таких условиях менеджменту компаний невозможно использовать прежний экономический курс и инструменты управления. Используя достигнутые результаты, можно продолжить экономическое развитие страны на качественно другом уровне – социально ответственном. Точкой роста в данном случае будет тесное сотрудничество бизнеса, государства и общества в формировании более высокого уровня социального капитала. Решение макроэкономических проблем на уровне государства, локальные оптимизации бизнес-процессов компаниями, высокий спрос на отечественные товары и услуги со стороны общества – это краеугольные стороны нового курса устойчивого развития экономики страны.

Вырабатывая ментальность социальной ответственности, можно добиться высокой ориентированности на качественный результат, что мобилизует ресурсы, реализует потенциал экономического роста вне зависимости от внешней конъюнктуры рынка. Кризисные явления несут потенциал возможностей, которые следует использовать совместно с накопившимся комплексом социальных проблем, что и станет новой парадигмой долгосрочного роста, нацеленного на увеличения уровня благосостояния российских граждан. Все это предопределяет актуальность научного исследования социальной ответственности бизнеса как фактора устойчивого роста в современной экономической конъюнктуре.

Кемеровская область расположена на юго-востоке Западной Сибири, она относится к числу наиболее развитых индустриальных регионов Сибири, обладает огромным природным, ресурсным и промышленным потенциалом.

В Кузбассе работают современные высокотехнологизированные угольные предприятия – шахты «Распадская», «Заречная», «Котинская», «Шахта им. С.М.Кирова». Крупные угледобывающие компании ОАО УК «Кузбассразрезуголь», ОАО «СУЭК Кузбасс», ЗАО «Распадская угольная компания», ОАО УК «Южный Кузбасс».



Выше перечисленные компании охватывают весь регион, однако, стремление молодого поколения на работу в угольной промышленности невысокого уровня. Для того чтобы решить этот вопрос, в ходе исследования были предложены рекомендации по усовершенствованию HR – отделов предприятий угольной отрасли, ведь именно специалисты этих отделов непосредственно занимаются разработкой мероприятий и программ в контексте проводимой социальной политики.

За последние менее чем полвека понимание проблемы социальной ответственности бизнеса претерпело значительные изменения. Ранее превалировал нормативный подход, заключающийся в соблюдении законодательных норм и управлении, таким образом, концепцию социальной ответственности можно определить как учет интересов всех групп, в значительной степени влияющих на функционирование предприятия или оказывающихся в зоне его влияния.

Соответственно меняется и понимание социального контракта. Он учитывает уже не только две стороны – наемных работников и владельцев, но и всех заинтересованных лиц, которые, так или иначе, влияют на работу предприятия.

Подобный подход к корпорации создает совершенно иное представление о том, как она должна управляться, – причем отличное от того, которого придерживаются акционеры.

### Примечания

1. Распоряжение от 21 июня 2014 года №1099-р «Об утверждении Программы развития угольной промышленности России на период до 2030 года» [Электронный ресурс] : Режим доступа: <http://government.ru/docs/13333/>
2. Алексеева, О. Социальная ответственность компаний - опыт Запада и России [Электронный ресурс] / О. Алексеева // Интернет журнал «Меценат». – 2004. Режим доступа: [http://www.maecenas.ru/doc/2004\\_3\\_5.html](http://www.maecenas.ru/doc/2004_3_5.html)
3. Архипова, К. В. Перспективы развития HR брендинга в России / К. В. Архипова // Импульс – 2011: труды VIII всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, молодых ученых и преподавателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций. В 2-х томах. Т. II. / под ред. А.А. Дульзона; Томский политехнический университет. - Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – с.22 - 24.
4. Булавкина, Л.В. Социальная ответственность-инструмент бизнеса или инструмент PR /Л. В. Булавина //Маркетинговые коммуникации.– №06 (42) . – 2007. – с.12- 16.
5. Веревкин, Л. П. Социальная ответственность бизнеса / Л. П. Веревкин // Мониторинг общественного мнения. – №1(95). – 2010. – с.37-47.
6. Дерябина, Р. М. О развитии промышленности Кемеровской области в 2005- 2010 годах / Р. М. Дерябина, В. А. Попов // Организационно-экономические проблемы повышения эффективности металлургического производства. – Материалы II Международной научно-практической конференции. – Новокузнецк, 2010. – с.3- 7.
7. Добренёв, В. И. Социальное управление: словарь-справочник / В. И. Добренёв. – М.: Изд-во Московского университета, 1994. – 198 с.
8. Егорова, М. С. Тенденции развития сырьевой базы угольной промышленности Кузбасса / М. С. Егорова, В. А. Милованова // Молодой ученый. — 2015. — №6. — с. 399-401.
9. ИСО 26000 – Социальная ответственность [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>
10. Калачева, Л. В. Формирование кадровоориентированной политики угольных компаний в интересах устойчивого инновационного развития угольной отрасли страны / Л. В. Калачева // Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика. – вып. 2 (13). – 2014. – с. 203-211.
11. Кравченко, А. С. Проблемы и перспективы развития Кемеровской области / А. С. Кравченко // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. — Челябинск: Два комсомольца, 2015. — с. 114-116
12. Куринько, Р. Н. Что такое социальная ответственность бизнеса [Электронный ресурс] / Р. Н. Куринько // Устойчивый бизнес.- 2014. - Режим доступа: <http://csrjournal.com/839-что-такое-соб-что-такое-socialnaja.html>
13. Луговая, Е. С. Зарубежный опыт формирования и реализации организационной социальной политики / Е. С. Луговая // Альманах современной науки и образования. - Тамбов: Грамота, 2012. –№ 7 (62). – с. 74-77.
14. Матвеева, А. Амбициозные и бессмысленные [Электронный ресурс] / А. Матвеева // Эксперт онлайн. - 2014. - Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2014/03/ambitsioznye-i-bessmyslennye/>
15. Мартынова Т.Н., Булдыгина Л.М., Иванов М.С., Равочкин Н.Н. Формирование имиджа персонала угольных предприятий как направление корпоративной со-

- циальной ответственности в системе социальной защиты [Статья] // Проблемы экономики и менеджмента № 5 (45) – 2015. – с. 82-90.
16. Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н. Подходы к детерминации корпоративной социальной ответственности в системе социальной защиты. // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире.* – № 9-4, 2015. – с. 32-34.
  17. Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н. Уровни корпоративной социальной ответственности. // *Materiály XI mezinárodní vědecko – praktická konference «Věda a technologie: krok do budoucnosti – 2015».* – Díl 3. Ekonomické vědy.: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o. - s. 78-80.
  18. Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н. Формирование корпоративной социальной ответственности предприятий в системе социальной защиты работников угольной отрасли Кузбасса. // *Вестник магистратуры [Текст]: науч. журн./учредитель ООО «Коллоквиум».* – 2014, №12(39) Том 2. – Йошкар-Ола: Коллоквиум, 2014. с. 135-140.
  19. Поколение Y и рынок труда [Электронный ресурс] / HAYS Recruiting experts worldwide // Режим доступа: [https://www.hays.ru/cs/groups/hays\\_common/@ru/@content/documents/digitalasset/hays\\_1142871.pdf](https://www.hays.ru/cs/groups/hays_common/@ru/@content/documents/digitalasset/hays_1142871.pdf)
  20. Равочкин, Н. Н. Технологии оптимизации корпоративной социальной ответственности предприятий в системе социальной защиты работников угольной отрасли Кузбасса / Н. Н. Равочкин // *Science Time.* - №4(16). - 2015. – с. 647 – 653.
  21. Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://rspp.ru/simplepage/472>
  22. Становская, О. Подводные камни ребрендинга / О. Становская // *Управление персоналом.* – 2011. – №4. – с. 34 – 37.
  23. Статистика угольной промышленности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minenergo.gov.ru/activity/coalindustry/>
  24. Феоктистова, Е. Н. Бизнес-регионам, Сборник корпоративных практик / Е. Н. Феоктистова, Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская, И. И. Недобой. - РСПП, Москва, 2014. – 132 с.
  25. Франкевич, Ж. А. Формирование рациональной системы корпоративной социальной ответственности угольной компании // Ж. В. Франкевич. - М.: Московский государственный горный университет, 2007. – с. 135 - 140.
  26. Фуколова, Ю. Игрек неизвестный [Электронный ресурс] / Ю. Фуколова // *Коммерсантъ Секрет Фирмы.* – №6. – 2014. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2483995>
  27. Хомякова, Е. И. Поколение Y в контексте социального взаимодействия в современном обществе / Е. И. Хомякова // *Известия Томского политехнического университета,* 2011. – Т. 319. – № 6. – с.153-156.
  28. Хорошилов, Л. С. Здоровье работников угольной отрасли и ее влияние на демографическую ситуацию в Кемеровской области / Л. С. Хорошилов, И. В. Трофимова // *Вестник КемГУ.* – № 1 (49). – 2012. - с. 250-252.
  29. Худалов, М. О. Анализ состояния угольных предприятий Кемеровской области и оценка влияния результатов их производственно-хозяйственной деятельности на развитие экономики региона / М. О. Худалов // *Аудит и финансовый анализ.* - №5. – 2011. – с. 1-9.
  30. Худик, Л. Кадры для угольной промышленности [Электронный ресурс] / Л. Худик // *Губернские ведомости.* – 2005. – Режим доступа: <http://www.profzentr.ru/index.php?text=4&on=fpot>

31. Шохин, А. Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006–2007 годы выпуска. Аналитический обзор / А. Шохин. — РСПП, Москва, 2008 г. — 128 с.
32. Шпотов, Б. Деловая этика и менеджмент: современные подходы / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления : Международный журнал . – N1 . – 2002 – с. 89-94.

**Монография**

***Мартынова Т.Н., Равочкин Н.Н.***

УДК 334.012.23:316

ББК 65.290-2

Социально ориентированные мероприятия и проекты по оптимизации корпоративной социальной ответственности предприятий угольной отрасли (на примере Кузбасса): монография [Текст] / Т.Н. Мартынова, Н.Н. Равочкин. – «Warszawa: Diamond trading tour», 2015.- 40 стр.

ISBN: 978-83-65207-42-5

Набор: ***Равочкин Н.Н.***

Подписано в печать 19.10.2015 г.

Формат: 60x90М/16

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Усл. печ. л. : 2,5

Тираж: 50 экз.

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl





