

...и уважать себя заставит

*корпоративный социальный отчет –
инструмент гармонизации экономических,
экологических и социальных интересов
бизнеса и общества*

На сегодняшний день капитализация многих российских компаний в несколько раз ниже, чем у аналогичных зарубежных предприятий только потому, что их руководство пока не осознало, насколько важна корпоративная социальная отчетность с точки зрения повышения стоимости бизнеса. Внедрив принципы корпоративной социальной отчетности, компания всегда будет в курсе требований рынка и сможет оперативно на них реагировать, улучшая свою продукцию и услуги. А эффективное использование ресурсов также позволит снизить затраты и повысить прибыль.

Социальная отчетность в широком понимании – это отчеты компании, включающие не только результаты производственной и финансовой 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, в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности. Социальная отчетность позволяет:

- комплексно представлять общественности экономические, экологические и социальные результаты деятельности компаний;
- производить самооценку по этим трем направлениям;
- вести диалог со всеми заинтересованными сторонами, выявлять их оценки и ожидания;
- предотвращать возможные обвинения;
- получать дополнительные конкурентные преимущества;

Ильичева Е.В.
канд. экон. наук,
доцент кафедры
экономики
и менеджмента,
Старооскольский
технологический
институт (филиал)
Московского
государственного
института
стали и сплавов

- укреплять доверие сотрудников, акционеров, партнеров, клиентов, местных сообществ, органов власти, средств массовой информации;
- создавать основу для разработки стратегии развития компании [1].

Сегодня в деловом мире значительно возросли требования к открытости ведения бизнеса, появилось понятие ответственности и отчетности перед обществом. Многие компании ясно осознали, что дальше успешно вести бизнес, функционируя только в своем изолированном пространстве, они просто не могут. Для развития открытости перед заинтересованными сторонами и ключевыми партнерами было создано направление социальной отчетности.

Ключевым аспектом работы над стандартизированным социальным отчетом является 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, будут внедрены и использованы в дальнейшей практике социальной ответственности компании. Корпоративная ответственность перед обществом – это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие принципы:

- 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 др.;
- эффективное ведение бизнеса, ориентированного на высокие конечные результаты и рост благосостояния своих сотрудников;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;

внедрив принципы корпоративной социальной отчетности, компания будет в курсе требований рынка и сможет оперативно на них реагировать, улучшая свою продукцию

– построение добросовестных отношений со всеми заинтересованными сторонами;
– вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

Наиболее прагматичной формой осуществления корпоративной социальной ответственности для нынешнего этапа развития экономики страны являются социальные инвестиции. Это материальные, технологические, управленческие или иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен определенный социальный и экономический эффект.

Реализация социальных инвестиций в России осложняется институциональной несформированностью этого вида деятельности, в частности:

- отсутствием единого представления о социальных инвестициях;
- преимущественно бессистемным подходом к социальному инвестированию;
- наличием различных, зачастую противоречивых положений законодательства, несовместимостью отдельных положений бухгалтерского и управленческого учета;
- отсутствием общепринятых стандартов публичной социальной отчетности компаний.

Помимо этого, в России наблюдаются проблемы, связанные с институциональным несовершенством: государство формирует недостаточно эффективные правовые и социальные институты, а бизнес-структуры вынуждены нейтрализовывать «ошибки» государства, осуществляя значительные социальные инвестиции, и тем самым отчасти «замещать» государство в социальной сфере. При наличии неокрепшего отечественного бизнеса, не успевшего еще занять свою нишу на зарубежных рынках, подобная линия развития ухудшает конкурентоспособность компаний на внешних рынках. Участие компаний в социальных программах работает на их репутацию, улучшает имидж и

**сегодня
в деловом мире
значительно
возросли
требования
к открытости
ведения бизнеса,
появилось понятие
ответственности
и отчетности
перед обществом**

узнаваемость. Это, в свою очередь, ведет к росту капитализации и повышению прибыльности. Но, как и многие другие здравые идеи, идея партнерства бизнеса и государства в социальной политике приобрела бюрократическую форму еще в начальной стадии ее воплощения.

В странах с развитой экономикой компании, осуществляющие социальные программы, получают от государства определенные привилегии, например, в налогообложении. В отечественной практике это не принято, и стимулов для участия в социальном партнерстве не существует. Более того, социальная ответственность была преобразована государством в своеобразную формулу: отказ от налоговых льгот + обязательная благотворительность + финансовая поддержка «правильных» политических партий. И эта сомнительная формула была поддержана в регионах. Грань между социальным партнерством и социальным принуждением оказалась чрезмерно тонкой.

В последнее время диалог власти и бизнеса развивался очень активно, хотя заинтересованные стороны не всегда выступали как заинтересованные партнеры. В этом направлении важное значение приобретают стандарты социальной отчетности, в частности AA1000. Этот стандарт разработан в 1999 году Институтом по проблемам социально-этической ответственности [2]. Стандарт предназначен для оценки результатов деятельности компаний с этических позиций и предоставляет компаниям процедуру и набор критериев, при помощи которых может быть осуществлен социальный и этический аудит их деятельности.

Другим широко известным в зарубежной практике документом в области социальной отчетности является руководство, разработанное Глобальной инициативой по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI) [3]. Этот документ предусматривает подготовку отчета на основе диалогов с представителями заинтересованных сторон. Одно из основных преимуществ GRI – возможность отчитывающейся организации использовать рекомендации поэтапно. Следовательно, компания, которая только встает на путь введения социальной

**участие компаний
в социальных
программах
работает
на их репутацию,
улучшает имидж
и узнаваемость**

**идея партнерства
бизнеса
и государства
в социальной
политике
приобрела
бюрократическую
форму еще
в начальной
стадии
ее воплощения**

отчетности, может на первых порах использовать лишь общие принципы документа. Также предусмотрена возможность подготовки отчета только по одной или нескольким областям деятельности организации с постепенным распространением на другие сферы. Однако, по сравнению с AA1000, GRI в целом предлагает более сложную процедуру подготовки отчета.

Литература

1. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность – новый фактор взаимодействия бизнеса и общества: Сб.ст., лекций и выступлений / под общ. ред. Л.Г. Лаптева. – М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004. – 310с.
2. Стандарт верификации отчетов AA1000. www.accountability.org.uk Агентство социальной информации, 2003.
3. Публикация CSR Europe and Accountability: (2002) «Воздействие отчетности: роль социальной отчетности и отчетности по устойчивому развитию в преобразовании организаций» (impacts of Reporting; The Roles of Social and Sustainability; Reporting on Organizational; Transformation) CSR Europe Account Ability, Брюссель (www.accountability.org.uk)

pn

Ye. V. Plyichova,

Cand. Econ. Sci., Docent, Economics and Management Department, Stary Oskol Technological Institute (branch office) of Moscow State Steel and Alloys Institute

Corporate social report: a tool for harmonizing economic, environmental and social interests of private enterprise and the society

Today's business community imposes much more stringent requirements for transparency of business transactions; it has put forward the concept of responsibility and accountability to the public. The paper examines the concept of social accountability, corporate social report, which make it possible to give a comprehensive account to the public of economic, environmental and social results of corporate activities; to undertake self-rating on these three counts; to formulate terms of reference for the development of corporate growth strategy.