мера ответственности

цивилизованный инструмент оценки корпоративной социальной ответственности

Концепция устойчивого развития нашла свое отражение в национальных стратегиях многих государств, в том числе и в России. Устойчивое развитие – это такая форма развития социума, при которой потребности нынешнего поколения удовлетворяются без создания угрозы потенциальной возможности иметь эти же блага и в будущем. Устойчивое развитие предполагает системный подход к взаимодействию экономических, социальных и экологических процессов в стране, что приводит к постепенной социализации экономики[1]. Поэтому вектор современного развития бизнеса должен быть ориентирован в направлении социального партнерства, т.е. движения компании к достижению собственных целей, причем, не вступая в противоречие с глобальной тенденцией к устойчивости и, по возможности, максимально способствуя решению общественно значимых задач. Следовательно, корпоративную социальную ответственность (КСО) можно рассматривать как форму организационного поведения, которая отражает вклад бизнеса в устойчивое развитие.

Кузьмин А.В.
ассистент кафедры экономической теории
Alexey.Kuzmin@novsu.ru
Грекова Г.И.
д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

Процесс социализации экономики служит причиной того, что многие российские компании, прежде всего крупные, не только стали активно заниматься социальной деятельностью, но и уже начали фиксировать ее в виде корпоративных социальных отчетов[2]. Увеличение числа российских компаний, предоставляющих социальную отчетность, дополнительно стимулируется усилением их связей с западными контрагентами, у которых социальная отчетность явля-

[1] Социализация экономики — это процесс социальной переориентации производства и воспроизводства в целом.

[2] В 2006 г. в России учреждена национальная премия «За лучший социальный отчёт/отчёт в области устойчивого развития».

ется повседневной практикой. Таким образом, в России расширяется использование цивилизованного инструмента оценки социальной деятельности компаний.

В широком понимании корпоративный социальный (нефинансовый) отчет – это публичный документ, с помощью которого компания информирует все заинтересованные стороны (акционеры, персонал, органы власти, партнеры и общество) о том, каким образом компания реализует свои цели в отношении экологической стабильности и социально-экономического благополучия в обществе [1]. Таким образом, социальный отчет позволяет компаниям не только представить полную информацию о своих приоритетных социальных программах, но и довести ее до сведения широкого круга заинтересованных в деятельности компании сторон, поэтому он представляет собой инструмент коммуникации социальной ответственности компании.

Первые нефинансовые отчеты, согласно данным зарубежных экспертов, были сделаны европейскими компаниями еще в 70-х гг. прошлого века. За прошедшие 30 лет количество нефинансовых отчетов в разных отраслях и странах значительно возросло [2].

В России начало активной фазы нефинансовой отчетности относится к 2000-2001 гг. Поэтому показатели значительно скромнее: в 2002 г. представили свою социальную отчетность всего 2 компании, в 2003 г. – 5, в 2005 – 22, а на конец 2008 г. – 66 компаний [3]. Это свидетельствует о постепенном понимании бизнесом того, что социальный отчет является важным элементом корпоративной системы управления нефинансовыми рисками и повышения эффективности и укрепления конкурентоспособности.

Однако важно не только составить отчет, но и довести его до всех стейкхолдеров. Зачастую эффект, на который рассчитывает бизнес при размещении информации, не оправдывает ожиданий. Непосредственно это связано с восприятием предоставленной информации различными группами стейкхолдеров. Чаще всего такая ситуация возникает либо в результате

Ключевые слова:
устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, корпоративный социальный отчет, стейкхолдеры

того, что информационные каналы, применяемые компанией, для некоторых групп стейкхолдеров оказываются неактуальными, либо из-за низкого уровня доверия к какому-либо каналу распространения информации.

Основными каналами информации о вкладе бизнеса в развитие общества являются:

- пресс-релизы для СМИ,
- корпоративные вэб-сайты,
- презентации и публичные выступления руководителей компании,
- корпоративные издания компании,
- специализированные веб-сайты.

Все вышеуказанные информационные источники могут использоваться в качестве инструментов оценки КСО, однако наиболее значимыми являются социальные отчеты, размещаемые на корпоративных веб-сайтах и публикуемые в виде брошюр и буклетов.

Таким образом, информация, находящаяся в корпоративном социальном отчете, а также ее доступность для всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров) являются не только одним из критериев комплексной оценки КСО, но и показателем ее зрелости.

Необходимо учитывать, что содержание социальных отчетов компаний различается в зависимости от приоритетов каждой конкретной компании в социально-экономической и экологических сферах. Тем не менее, существуют следующие направления, общие для всех социальных программ компании [4]:

- развитие персонала – оценивается объемом средств, выделенных на обучение и повышение квалификации персонала, предоставление социального пакета и премиальных выплат и т.п.;
- охрана здоровья и безопасные условия труда – представляет собой объем средств, выделенных организацией на охрану труда и технику безопасности, на медицинское обслуживание сотрудников на предприятии, на поддержку материнства и детства, на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда и пр.;
- социально-ответственная реструктуризация – определяется объемом средств, выделенных

социальный отчет позволяет компаниям не только представить полную информацию о своих приоритетных социальных программах, но и довести ее до сведения широкого круга заинтересованных в деятельности компании сторон

организацией на переобучение сотрудников, содействие трудоустройству высвобождаемых сотрудников, на выходные пособия и т.п.;

- природоохранная деятельность и ресурсосбережение – показателями являются объем средств, выделенных на организацию экологически безопасного производства, возведение очистных сооружений, снижение воздействий на окружающую среду и т.п.;
- развитие местного сообщества – оценивается показателями выделяемых средств, направленных на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения, детства и юношества, на поддержку жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения, на спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий, а также на участие в благотворительных акциях.
- добросовестная деловая практика – показателями являются объем средств, выделенных организацией на обучение бизнес-партнеров и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон, проведение программ содействия малому бизнесу, на публикацию информации об организации для всех заинтересованных в деятельности организации сторон.

В России широкое распространение в использовании получили международные стандарты составления, оценки и верификации социальной отчетности, такие как AccountAbility 1000, Руководство по отчетности устойчивого развития (GRI) и Международный стандарт подтверждения достоверности 3000 (ISAE 3000).

Использование стандартов социальной отчетности компании свидетельствует о ее высокой репутации, компания становится лидером не только в сфере социальной ответственности, но и, вполне возможно, в своей отрасли. Такая компания будет благосклонно восприниматься инвесторами, а тесные контакты со всеми заинтересованными сторонами открывают возможность оптимизации управления компанией, сокращения затрат, улучшения взаимодействия со всеми стейкхолдерами.

социальный отчет является важным элементом корпоративной системы управления нефинансовыми рисками и повышения эффективности и укрепления конкурентоспособности

предоставление компанией информации обо всех аспектах своей деятельности в социальной отчетности является основным показателем зрелости корпоративной социальной ответственности в обществе

Анализ информации, представленной в социальных отчетах компаний, позволяет оценить уровень развития КСО в стране по следующим критериям:

- сущностное понимание КСО (что российский бизнес понимает под социальной ответственностью);
- общее и особенное в реализации российской концепции социальной ответственности бизнеса;
- прозрачность и достоверность представленной информации;
- характер взаимоотношений и форма взаимодействия компании со всеми стейкхолдерами;
- суммарный вклад бизнеса в решение социальных проблем общества;
- направление и ориентация социальных программ и проектов компании;
- стимулирование расширения КСО.

Таким образом, предоставление компанией информации обо всех аспектах своей деятельности в социальной отчетности и обеспечение полного доступа к ней всех заинтересованных сторон является основным показателем зрелости корпоративной социальной ответственности в обществе.

Литература

1. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе Вашей компании в развитие общества : практическое руководство / Иванова Е.А., Акопян А.Р., Литовченко С.Е. ; под ред. Литовченко С.Е. – М. : Ассоциация Менеджеров, 2004. – С. 11.

2. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности : аналитический обзор / Под общей ред. А.Н. Шохина. – М. : РСПП, 2006. – С. 14.

3. Национальные регистр корпоративных нефинансовых отчетов, РСПП. 2008 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : www.rspp.ru.

4. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М. : Ассоциация Менеджеров, 2003. – С. 27.

КЭ