

АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКИ В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

© 2015 Нугуманова Лариса Робертовна

кандидат экономических наук

Уфимский государственный авиационный технический университет

450000, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 12

E-mail: larisa_nugumanova@mail.ru

Рассмотрен опыт российских компаний в области социальной ответственности. Дана характеристика сложившейся в России модели корпоративной социальной ответственности, выделены ее ключевые особенности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, модель корпоративной социальной ответственности, стейкхолдеры.

Сегодня корпоративная социальная ответственность (КСО) - распространенное явление в практике международного бизнеса. В широком смысле КСО рассматривается как добровольный вклад компаний в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью фирм и выходящий за рамки определенного законом минимума¹.

Как показал ряд исследований Гарвардской бизнес-школы, в долгосрочной перспективе у социально ответственных компаний выше показатели эффективности персонала (54 % против 16 % у компаний без социальных программ), ежегодного прироста объема продаж (среднее значение за 17 лет - 16 % против 8 % у компаний без социальных программ) и возврата на вложенный капитал (в среднем в 1,5 - 2 раза выше)². Опыт западных компаний также демонстрирует, что при прочих равных условиях наличие в компаниях программ корпоративной социальной ответственности повышает их акционерную стоимость на 10-17 %.

Изучение корпоративной социальной ответственности нашло отражение не только в научных исследованиях, но и в рыночных индексах. В США с 1991 г. используется индекс KLD (Kinder, Lydenberg, and Domini), по нему ежегодно анализируют данные около 3000 крупнейших американских компаний по различным аспектам взаимоотношений со стейкхолдерами, в итоге высчитывается индекс социальной ответственности компании. В Дании с 2000 г. используется социальный индекс SI (Social Index), который позволяет пока-

зать степень ответственности компании по отношению к внутренним и внешним группам заинтересованных сторон. В нашей стране с целью комплексной оценки КСО Ассоциацией менеджеров России был разработан индекс социальных инвестиций.

Зарубежные корпорации воспринимают КСО не как благотворительную деятельность, а, скорее, как инструмент, который позволяет повышать инвестиционную привлекательность и деловую репутацию компании, а также эффективно управлять непроизводственными рисками, возникающими в процессе взаимодействия со стейкхолдерами. Поэтому многие компании добровольно принимают на себя социальные обязательства и часто выдвигают подобные требования к зарубежным партнерам.

Реализация социальной ответственности на практике заключается в осуществлении компаниями определенных социальных проектов и программ по следующим направлениям:

- развитие и поддержка персонала;
- природоохранная деятельность и ресурсосбережение;
- добросовестные деловые практики;
- ответственные практики в отношении потребителей;
- развитие местных сообществ.

К настоящему моменту выработан ряд национальных и международных стандартов в области КСО. В 2010 г. по инициативе Международной организации по стандартизации (ISO) был разработан и опубликован Международный стандарт ISO 26000:2010, в котором были определе-

ны основные принципы социальной ответственности. К ним относятся:

- подотчетность;
- прозрачность;
- этичное поведение;
- уважение интересов заинтересованных сторон;
- соблюдение верховенства закона;
- соблюдение международных норм поведения;
- соблюдение прав человека.

Также приняты и другие документы (кодексов, стандартов отчетности), которые служат в качестве основных ориентиров социального учета, аудита и отчетности, такие как Глобальная инициатива по отчетности (GRI), Глобальный договор ООН.

В последние годы в России все чаще социальная ответственность рассматривается крупным бизнесом в качестве фактора повышения конкурентоспособности и устойчивости, что находит отражение в активизации шагов в области КСО.

Заметим, что до недавнего времени в Российской Федерации отсутствовали четко сформулированные, единые ориентиры и стандарты в области КСО. Одним из основополагающих документов долгое время оставалась принятая в 2004 г. Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) Хартия российского бизнеса. В данном документе прописан свод основополагающих принципов ответственной деловой практики. Среди компаний, придерживающихся в своей деятельности принципов, изложенных в социальной хартии, «ЛУКОЙЛ», «Роснефть», «Татнефть», «РЖД», Росбанк», «Газпромбанк», «Балтика», «Норникель», «Русал» и др.

В 2011 г. РСПП разработал «Руководство для компаний по проведению самооценки организации деятельности компании в соответствии с принципами социальной ответственности на основе положений международного стандарта социальной ответственности ISO 26000:2010». И две крупные компании «Сахалин Энерджи» и «Внешэкономбанк» провели полномасштабную диагностику и самооценку своей деятельности по основным направлениям КСО в соответствии с данным документом.

В 2012 г. на базе международного стандарта социальной ответственности ISO 26000:2010 РСПП разработал ГОСТ Р ИСО 26000:2012 «Руководство по социальной ответственности». Данный

документ был утвержден приказом № 1611-ст. Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии 29 ноября 2012 г. и введен в действие с 15 марта 2013 г.

Также в 2012 г. РСПП заключил соглашение об информационном партнерстве с GRI. На базе РСПП была создана единая общедоступная информационная база данных о корпоративных нефинансовых отчетах (Национальный реестр). РСПП анализирует отчеты компаний, размещенные в Национальном реестре, с согласия компаний передает их для размещения в международной базе отчетов GRI.

Все указанные факты позволяют утверждать, что сегодня в России активно формируются институциональные основы КСО, немалую роль в этом процессе играет РСПП.

Важным инструментом демонстрации руководством компаний приверженности идеям КСО служат нефинансовые отчеты. С их помощью бизнес имеет возможность донести до заинтересованных лиц информацию о социальных инициативах компаний, что способствует улучшению их деловой репутации. Нефинансовая отчетность в мире активно развивается, ежегодно выпуск таких отчетов растет. В настоящее время в международной базе нефинансовых отчетов GRI зарегистрировано 66 235 отчетов 12 477 компаний (сбор отчетов ведется с 1992 г.). Одной из последних зарубежных тенденций стала подготовка фирмами не просто нефинансовых отчетов компании, а подготовка комплексных отчетов об устойчивом развитии.

В большинстве стран мира публикация нефинансовой отчетности компаний является добровольной инициативой бизнеса, однако в некоторых странах, таких как Франция, Норвегия, Дания, Швеция, Финляндия, Голландия, государственные компании должны сообщать о результатах своей деятельности по определенным направлениям и показателям КСО в обязательном порядке.

В России публикация нефинансовых отчетов началась с 2000 г. и ведется на добровольной основе. В Национальном реестре корпоративных нефинансовых отчетов за период с 2000-го по 2014 г. зарегистрировано 564 отчета 151 организации³, в том числе: экологические отчеты - 51; социальные отчеты - 248; отчеты в области устойчивого развития - 184; интегрированные отчеты - 60; отраслевые отчеты - 22.

Согласно данным РСПП основными тенденциями развития нефинансовой отчетности в последние годы являются:

- постепенный рост отчитывающихся компаний;
- расширение отраслевой структуры отчитывающихся фирм;
- появление отраслевых отчетов, в которых содержится информация по компаниям отрасли;
- повышение качества отчетов.

Наибольшую активность в разработке социальных программ, ориентированных как на внешних, так и на внутренних стейкхолдеров, проявляют компании нефтегазового сектора, металлургической и горнодобывающей промышленности, энергетики.

На официальном сайте РСПП собран банк данных электронных версий корпоративных практик социальной направленности российских компаний (библиотека корпоративных практик). Анализ социальных программ, представленных в библиотеке РСПП, показывает, что они преимущественно носят внутреннюю направленность. В настоящее время в библиотеке содержится 365 программ 155 компаний, из них 145 программ направлены на работников компании⁴. Эти программы касаются таких аспектов, как:

- привлечение, удержание и развитие сотрудников;
- образование, обучение;
- здоровье и поддержка здорового образа жизни, здоровье на рабочем месте;
- безопасность труда;
- программы и услуги социального характера (добровольное медицинское страхование, негосударственное пенсионное обеспечение, различные пенсионные программы);
- поддержка материнства и семей работников с детьми;
- поддержка молодежи;
- поддержка бывших работников.

На внешних стейкхолдеров ориентировано только 111 программ, которые затрагивают такие вопросы, как:

- поддержка социальной инфраструктуры и ЖКХ;
- образование, обучение;
- защита окружающей среды и экологической безопасности;
- безопасность, жизнеобеспечение;
- здоровье и поддержка здорового образа жизни;

- программы и услуги социального характера;
- поддержка материнства, детей, семей с детьми;
- поддержка культуры, патриотического, нравственного воспитания;
- поддержка ветеранов;
- поддержка развития малого бизнеса и социального предпринимательства.

Наряду с нефинансовыми отчетами, наличие общественных комитетов по корпоративной социальной ответственности при совете директоров и внутренних документов по отдельным направлениям КСО также демонстрирует приверженность компании принципам социальной ответственности.

Всего в базе библиотеки РСПП представлено 109 программ, которые посвящены кодексам, политике и социальным стандартам. Анализ этих программ показал, что стратегии, кодексы, стандарты и концепции в области корпоративной ответственности имеют сегодня только некоторые крупные общенациональные компании, а также филиалы и подразделения международных компаний. Так, кодексы корпоративной этики и делового поведения имеют следующие компании: “ЛУКОЙЛ”, “Роснефть”, “Газпром”, “КамАЗ”, АНК “Система”, “Трансаэро”, “МРСК Северо-Запад”, концерн “Росэнергоатом”, “ЕВРАЗ групп”, группа компаний “АБС Электро”, “Металлоинвест”, “Нестле Россия”, ЗАО “Объединенная судостроительная компания”, группа компаний “Ренова”, “Эльдорадо”, группа компаний “Волга-Днепр”.

Комитеты при совете директоров, отвечающие за реализацию КСО в корпорации, имеют еще меньшее число компаний (ОАО “Ростелеком”, “Южная телекоммуникационная компания”, АНК “Башнефть”)⁵.

Интересные данные получены в ходе исследования “2011 Cone/Echo Global CR Opportunity Study”, которое проводили международная консалтинговая организация компании Echo Research и американское агентство Cone Communications в 10 странах мира. В рамках данного исследования изучались уровень социальной ответственности бизнеса и отношение населения разных стран к ее проявлениям. В итоге оказалось, что в России значительный объем благотворительной и социальной деятельности осуществляется ответственными бизнесменами самостоятельно, т.е. за рамками программ КСО их компаний. К таким

же выводам пришли исследователи, проводившие опрос в рамках реализации медиапроекта всероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства “ОПОРА РОССИИ” - “ОПОРА - Созидание” в более чем 80 региональных отделениях организации. Этот опрос показал, что индивидуальная и коллективная работа в области благотворительности и реализации различных социальных проектов осуществляется предпринимателями во всех регионах, но только лишь 50 % опрошенных готовы публично делиться информацией об этих проектах⁶. Причину такого поведения исследователи объясняют стремлением предпринимателей следовать духовным и культурным традициям российского меценатства. Иными словами, подходы к восприятию и практической реализации концепции социальной ответственности российских бизнесменов отличаются от подходов к оценке КСО западным бизнесом.

Итак, проведенная оценка российской практики социальной ответственности бизнеса позволяет сделать ряд выводов:

1. Корпоративная социальная ответственность в России хотя и развивается в соответствии с мировыми тенденциями, но значительно медленнее, практически не затрагивая компании малого и среднего бизнеса.

2. Российские компании осознают необходимость корпоративной социальной ответственности и рассматривают ее в качестве фактора повышения их конкурентоспособности и устойчивости, но не воспринимают КСО как одно из важнейших направлений, которое напрямую связано со стратегией развития бизнеса. Это проявляется в том, что во многих компаниях, как правило,

отсутствует специализированный орган, координирующий деятельность в области КСО, а социальная деятельность фирмы рассматривается как второстепенная.

3. Российская модель КСО находится на стадии формирования и имеет ряд специфических черт, таких как: ориентация социальной ответственности бизнеса преимущественно на внутренних стейкхолдеров (в практике компаний преобладают социальные программы, направленные на воспроизводство рабочей силы, поддержку работников и пенсионеров, обучение персонала); активная позиция в области КСО крупных компаний, прежде всего нефтегазового сектора, металлургической и горнодобывающей промышленности, энергетики, банковского сектора; часть социальных проектов реализуется собственниками бизнеса вне корпоративных программ и не находит отражения в нефинансовых отчетах.

¹ Кварина М.В. Корпоративная социальная ответственность // Экономический журнал. 2011. № 23. С.117.

² Социальная ответственность в системе корпоративного управления: экспертный опрос // Бизнес и общество. 2013. № 72-77. С. 18.

³ Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов. URL: <http://рспп.рф/simplepage/475>.

⁴ Библиотека корпоративных практик РСПП. URL: <http://рспп.рф/simplepage/476>.

⁵ Щербаченко П.С. Система управления корпоративной социальной ответственностью // Вестн. ТвГУ. Серия “Экономика и управление”. 2014. № 3. С. 214.

⁶ Николаев Н.П. Проблемы и пути развития корпоративной социальной ответственности в России. URL: http://www.iblfrussia.org/press/files/problemy_i_pyti_razvitiya.pdf.

Поступила в редакцию 04.04.2015 г.