

Реферат

Выпускная квалификационная работа 151 с, 8 рис., 20 табл., 81 источников, 4 прил.

Ключевые слова: корпоративная социальная политика, нефинансовая отчетность, корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции, эффективность, воспроизводство человеческого потенциала.

Объектом исследования является корпоративная социальная политика предприятий России.

Цель работы – определение уровня эффективности корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть».

В процессе исследования рассматривались подходы к определению «корпоративной социальной политики», проведен сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности, изучено нормативное регулирование рассматриваемого объекта, рассмотрена специфика нефинансовой отчетности в России, изучены методики оценки эффективности корпоративной социальной политики, проведен анализ социальной деятельности ОАО «НК «Роснефть».

В результате исследования определены основные направления корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть», дана оценка уровня ее эффективности, предложены рекомендации по совершенствованию социальной политики.

Степень внедрения: разработанные рекомендации могут быть частично приняты к внедрению.

Область применения: программы, рекомендации, методические указания на разных уровнях власти; в практике работы ОАО «НК «Роснефть»; социально-ответственные предприятия.

Экономическая эффективность/значимость работы: работа имеет теоретическое значение, предложенные рекомендации могут оказать стимулирующее воздействие на развитие корпоративной социальной политики предприятия, повысить ее эффективность, поднять интерес к корпоративной социальной политике среднего и малого бизнеса.

В будущем планируется сформулировать несколько иной подход к пониманию корпоративной социальной политики, разработать и обосновать собственную методику оценки эффективности корпоративной социальной политики на предприятии.

Оглавление

Введение.....	3
1 Корпоративная социальная политика и ее особенности в современных условиях	7
1.1 Сущность корпоративной социальной политики и ее роль в обеспечении общественного благосостояния	7
2 Нормативное регулирование корпоративной социальной ответственности в России	42
2.1 Нормативно-правовое регулирование корпоративной социальной ответственности.....	42
2.2 Характеристика нефинансовой отчетности российских компаний.....	50
3 Анализ эффективности корпоративной социальной политики предприятия..	68
3.1 Методы оценки эффективности корпоративной социальной политики предприятия	68
3.2 Анализ корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть»	91
Заключение	97
Список публикаций.....	99
Список использованных источников	100
Приложение А Сравнительная таблица компаний и опубликованных отчётов в разбивке по годам выпуска и отраслевой принадлежности	111
Приложение Б Сравнительная таблица методов оценки эффективности КСП	112
Приложение В Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП.....	113
Приложение Г Normative regulation of corporate social responsibility in Russia.	119

Введение

В обострившихся внешнеполитических условиях страны, и, как следствие, финансово-экономических, усиливается конкуренция на внешнем и внутреннем рынках. Мировая экономика предъявляет высокие требования к соблюдению международных стандартов в области ведения бизнеса, включая как экономическую, так и экологическую и социальную сферы. Корпоративная социальная политика предприятия становится конкурентным преимуществом и создает возможности для выхода на мировой рынок.

В современном мире усиливается роль нематериальных факторов в экономическом развитии, которые определяются в необходимости инвестиций в человеческий капитал как фактора формирования и развития инновационной экономики. Человеческий капитал, выражающийся в знаниях, здоровье, производительном труде и качестве жизни, играет важную роль в повышении конкурентоспособности стран, регионов и бизнеса. Вследствие этого появляется потребность в привлечении бизнеса и коммерческих организаций к софинансированию решения вопросов общественного развития. Кроме того, в условиях нестабильности российской экономики государству все сложнее выполнять свои социальные обязательства, бизнес, следующий принципам социальной ответственности, может способствовать обеспечению полноценной социальной политики, проявляя социальную активность не только в рамках предприятия, но и в целом по отношению ко всему окружающему сообществу.

Социальная защита сотрудников и развитие социальной региональной инфраструктуры являются одними из важнейших факторов стабильности компании, но, не смотря на это, в условиях финансово-экономической нестабильности в стране большинство отечественных предприятий сталкиваются с проблемами сохранения прибыльности и реализации стратегических задач. Поэтому в сложившихся современных условиях возникает потребность оптимизации расходов предприятия, а также корректировки ранее взятых на себя обязательств в соответствии с реальными

возможностями компании. В связи с этим актуальным становится вопрос оценки эффективности корпоративной социальной политики предприятия, когда в первую очередь под сокращение попадают расходы на социальную деятельность. Отсутствие критериев оценки, характеризующих реализацию и полезность корпоративной социальной политики, затрудняет анализ текущего состояния, прогнозирование и планирование будущих социальных потребностей и расходов, а также препятствует эффективному управлению социальной деятельностью компании, контролю мероприятий и средств, направленных на реализацию социальной политики.

Так, актуальность исследования обусловлена, во-первых, высокими мировыми требованиями к ведению бизнеса в части социальной ответственности, во-вторых, увеличивающейся социальной нагрузкой на российские предприятия в сложившихся макроэкономических и внешнеполитических условиях, в-третьих, отсутствием стандартизированной системы оценки эффективности корпоративной социальной политики предприятия.

Теоретическим и практическим проблемам корпоративной социальной политики посвящено достаточное количество работ зарубежных и отечественных исследователей. Зарубежные исследования проблем корпоративной социальной политики представлены такими учеными как: Ч. Бернард, Дж. Марч, Э. Мэйо, Ф. Ротлисбергер, Г. Саймон, Л. Урвик, Дж. Хил, У. Эшби и др.

Вопросы становления и разработки представлений о социальной политике предприятия отражены в работах А.Н. Аверина, Д.В. Боброва, Н.А. Волгиной, С.Ф. Гончарова, И.В. Долгоруковой, А.П. Жойдика, А.Б. Каримова, Н.А. Кричевского, Е.В. Неходы, Е.И. Нечаевой, Г.Л. Тульчинского, А.Е. Чириковой и др.

Несмотря на интенсивное изучение проблем корпоративной социальной политики, наблюдается малое количество исследований конкретных проблем по данной тематике в разрезе отдельного предприятия, региона или отрасли.

Цель работы заключается в определении уровня эффективности корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть».

Объект исследования – корпоративная социальная политика предприятий России.

Предмет исследования – методы оценки эффективности корпоративной социальной политики.

В соответствии с целью работы были определены следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие «корпоративная социальная политика», определить основные направления ее реализации на российских предприятиях.
2. Проанализировать основные критерии и модели корпоративной социальной ответственности.
3. Изучить нормативное регулирование корпоративной социальной ответственности в России.
4. Провести сравнительный анализ методик оценки эффективности корпоративной социальной политики.
5. Оценить эффективность корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть» и предложить рекомендации по ее совершенствованию.

В качестве теоретической основы выбраны работы российских и зарубежных исследователей по рассматриваемой проблеме; публикации периодических изданий; официальные документы, аналитические обзоры и методические рекомендации Российского союза промышленников и предпринимателей; международные стандарты регулирования корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности. Методологической основой послужили общенаучные методы сравнения, дедукции, абстрагирования, индукции, анализа и синтеза, метод восхождения от абстрактного к конкретному.

Основные положения научной новизны исследования состоят в следующем: определены основные направления корпоративной социальной политики российских предприятий; проанализирована специфика нефинансовой отчетности в России; применена методика оценки

эффективности корпоративной социальной политики на примере ОАО «НК «Роснефть»; предложены рекомендации по совершенствованию социальной политики рассматриваемой компании.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в возможности применения основных выводов и положений исследования при разработке методических рекомендаций по реализации корпоративной социальной политики, как на уровне предприятия, так и на местном и региональном уровнях. Полученные результаты оценки эффективности социальной политики ОАО «НК «Роснефть» и предложенные рекомендации по ее совершенствованию могут быть использованы руководителями и специалистами предприятия для внутреннего анализа и выработки управленческих решений.

По теме диссертационного исследования опубликовано три статьи в рамках Международных научно-практических конференций.

Структура работы выглядит следующим образом: введение, три главы, заключение, список использованных источников, приложения. Основной текст работы представлен на XXX страницах, включая X рисунков и X таблиц.

1 Корпоративная социальная политика и ее особенности в современных условиях

1.1 Сущность корпоративной социальной политики и ее роль в обеспечении общественного благосостояния

История развития экономических систем подтверждает положение о том, что в решающее значение устойчивости всей экономике придает социально-устойчивое положение всех членов общества, их социальная стабильность. Во всех странах, независимо от уровня развития, социальный фактор экономического развития является условием экономического прогресса, а также внутренним фактором устойчивого экономического роста.

Содержание социальной политики заключается в поддержании бесконфликтных отношений, как между социальными группами, так и внутри них, а также в обеспечении минимально необходимого уровня благосостояния и обеспечении заинтересованности работников в повышении эффективности их экономической деятельности. Целью социальной политики является повышение благосостояния населения, обеспечение высокого уровня и качества жизни, характеризующиеся следующими показателями: доход как материальный источник существования, занятость, здоровье, жилье, образование, культура, экология.

Термин «социальная политика» стал широко употребляться в англоязычных странах после Второй Мировой войны, вместе с введением в оборот концепции «welfare state» – «государство всеобщего благоденствия» или «социальное государство». После развала СССР, вслед за западными странами, Россия в 1993 году ст. 7 Конституции провозгласила себя «социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека» [1]. Именно от них зависит, сможет ли государство выйти на новый уровень развития, насколько быстро и эффективно будет развиваться национальная экономика, будет ли государство самостоятельным на международной арене.

Так, социальная политика является составной частью общей стратегии государства, относящейся к социальной сфере.

В условиях адаптации российской экономики к рынку социальная политика в нашей стране претерпела существенные изменения. Произошло ослабление роли государства в социальной сфере, изменились принципы функционирования и развития социальной политики, проявилась специфика отдельных субъектов и объектов, а также приоритетов социальной политики.

Для дальнейшего экономического развития страны необходимы изменение социальной политики, направленной на формирование такой социальной среды вокруг человека, которая будет обеспечивать не только защиту населения, но и его развитие.

Эффективность реализации социальной политики местного, регионального и федерального уровней во многом зависит от экономики и финансовых ресурсов страны. В условиях кризисных явлений, недостаточности бюджетных средств сложно говорить о высоком и достаточном уровне развития здравоохранения, образования, рынка труда, социальной защиты населения и т.п. Поэтому сегодня государство и бизнес стремятся к партнерству и сотрудничеству для обеспечения полноценной социальной политики, и все большее внимание уделяется вопросам корпоративной социальной политики (КСП) российских предприятий.

Роль предприятия существенно возрастает в проведении социальной политики в условиях социально ориентированной рыночной экономики. В связи с этим существует необходимость развития концепции корпоративной социальной политики предприятия, согласно которой бизнес помимо производственной деятельности добровольно принимает на себя дополнительные обязательства перед обществом в области социальной политики.

В современных экономических условиях корпоративная социальная политика становится все более распространенной практикой как зарубежных, так и отечественных предприятий. Сегодня для достижения главной

коммерческой цели предприятия и дальнейшего его развития необходимо проведение эффективной корпоративной социальной политики, которая будет являться дополнительным конкурентным преимуществом предприятия. Однако не все управленцы предприятий вкладывают в понятие КСП одинаковый смысл и не все считают проведение социальной политики экономически целесообразной.

В отечественной литературе за последнее десятилетие стало уделяться большое внимание вопросам корпоративной социальной политики. Интересной представляется работа А.Б. Каримова, где он рассматривает социальную политику через три основные составляющие – это социальное развитие, социальная ответственность и социальное партнерство. Социальное развитие автор определяет как всестороннее развитие сотрудников, формирование трудового потенциала компании. Социальное партнерство подразумевает взаимодействие государства, работодателей и работников, а также безопасные и санитарно-гигиенические условия труда, поддержание экологической безопасности, вопросы социальной поддержки сотрудников (медицинское страхование, пенсионное обеспечение и т.п.). Социальная ответственность предполагает заботу не только о работниках предприятий, но и перед населением региона. Кроме того, КСП также должна приносить пользу потребителям продукции и акционерам.

В работе Н.А. Волгиной и В.К. Егоровой «Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы» акцент в КСП делается на развитие внутреннего потенциала предприятия, в большей степени через улучшение кадровой политики. А.З. Гусов считает, что предприятие, достигая коммерческую цель, само по себе, автоматически, участвует в решении определенных социальных вопросов. Это проявляется в обеспечении занятости, росту оплаты труда в соответствии с производительностью, проведении социальных программ, развитии инфраструктуры как внутри, так и вне производства.

А. Костин рассматривает социальную политику в рамках социально ответственного бизнеса через «вложения и мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения для нуждающихся слоёв населения, а также в различных областях образования, культуры, спорта» [2].

Корпоративная социальная политика – одно из важнейших направлений деятельности предприятия, призванное обеспечивать эффективное взаимодействие предприятия, общества и государства, создание системы социальных гарантий внутри предприятия, его участие в реализации социальных программ и мероприятий, формирование норм корпоративной культуры.

Субъектом корпоративной социальной политики могут выступать не только управленческие структуры отдельных предприятий, но и предпринимательские объединения, которые будут разрабатывать направления и нормы осуществления КСП, стимулировать их соблюдение. В современной ситуации можно говорить также и об особой роли государства в развитии системы КСП. Без эффективной государственной поддержки и системы стимулирования российские предприятия не смогут реализовывать социальную политику. Поэтому государство также выступает активным субъектом КСП.

Объект КСП, в своем завершенном виде, представляет собой непрерывную цепь звеньев от возникновения потребности в обновлении социальной сферы до создания предмета ее удовлетворения, что, в свою очередь, порождает новые потребности, и так непрерывно [3].

Корпоративную социальную политику можно структурировать следующим образом: внешняя и внутренняя социальная политика.

Внешняя социальная политика – результат социальной деятельности компании, направленной на удовлетворение запросов и ожиданий внешних стейкхолдеров (клиенты, потребители, партнеры по бизнесу, местные сообщества и пр.) Внешняя корпоративная социальная ответственность ориентируется на местные сообщества, развитие территории, где предприятие

осуществляет свою деятельность. Это ответственность перед населением в целом и различными контактными группами бизнеса (инвесторами, потребителями, акционерами, общественными организациями, органами власти, средствами массовой информации). Внешняя составляющая КСП предполагает причастность компании к социальной жизни общества, продуктивное и результативное взаимодействие с государством, конкурентами и партнерами. Эта деятельность может осуществляться по следующим направлениям:

- взаимодействие предприятий с государством в социальной сфере, что предполагает, соблюдение правовых основ в работе компании. Социально ответственное поведение в этой области можно оценить показателями, отражающими соблюдение законов, установленных в компании;
- уплата налогов в соответствии с предусмотренным налоговым законодательством схемам;
- софинансирование программ с органами власти (например, через ФОМС);
- финансирование некоммерческих организаций;
- фонды целевого капитала;
- прозрачная, своевременная и открытая финансовая отчетность;
- участие бизнеса в создании благоприятной социальной обстановки в окружающем обществе. Показателями социально ответственного поведения в этой области могут служить: долгосрочные социальные программы, благотворительность, развитие социальной инфраструктуры города, региона.

Природоохранная сфера деятельности в области внешней социальной политики предприятия включает в себя продуманную экологическую политику предприятия, заботу об окружающей среде. Показателями социальной ответственности в этой сфере могут служить:

- экологически безопасное производство;
- экологическая политика предприятия;

- содействие предприятий в устранении техногенных катастроф, участие в экологических программах.

Сфера делового партнерства в области осуществления корпоративной социальной политики предполагает работу в соответствии с правовыми и этическими нормами ведения бизнеса. Социально ответственное предприятие строит свои отношения с партнерами по бизнесу на принципах соблюдения профессиональных стандартов деятельности, финансовой ответственности и так далее. Показателями социально ответственного поведения в этой области выступают:

- этическое ведение бизнеса;
- соблюдение правовых норм предпринимательской деятельности;
- финансовая ответственность перед партнерами.

Внутренняя социальная политика – результат внутрикорпоративной социальной деятельности компании, направленной на удовлетворение запросов и ожиданий внутренних стейкхолдеров (персонал, менеджеры, собственники). Внутренняя корпоративная социальная ответственность ограничена пространством компании и обычно направлена на ее работников, развитие корпоративной культуры. Это устойчивая структура управления системой взаимодействия внутри организации, основанная на учете социальных потребностей работников и выстраиваемая в зависимости от социальной стратегии предприятия. К внутрикорпоративной социальной ответственности также относится принятие и следование социальным обязательствам, нормам и ценностям, как руководителей, так и работников. Внутренняя социальная политика предприятия предполагает, что предприниматель действует в соответствии с нормами трудового права. Показателями развития этой сферы социальной политики компании могут выступать:

- обеспечение занятости населения;
- предоставление социальных гарантий сотрудникам предприятия;
- обеспечение достойной заработной платой;

- мотивационные схемы оплаты труда и поощрения персонала;
- целевые социальные программы;
- формирование квалифицированных рабочих кадров и обучение сотрудников;
- жилищное кредитование (примером может служить отечественный банк ВТБ 24, в соответствии с их программой сотрудникам предоставляют на льготных условиях ипотечные кредиты).

Таким образом, корпоративная социальная политика – это добровольно реализуемые комплексы мероприятий, обеспечивающие эффективное решение приоритетных корпоративных социальных задач (внутренняя КСП) или внешних общественных проблем (внешняя КСП).

Для формирования более полного представления о содержании и особенностях корпоративной социальной политики целесообразно обратиться к анализу ее основных функций.

В число общих функций корпоративной социальной политики, прежде всего, входят:

- установление стандартов выполнения работ, предполагающая осуществление функционирования организации на основе ряда гуманистических принципов, в частности принципа заботы о коллективе, принципа учета интересов внешних стейкхолдеров, на деятельность которых влияет организация, и др.;
- интеграция членов организации, их объединения в рамках общей концепции деятельности организации для успешной реализации организационных целей и личных целей сотрудников;
- повышение приверженности сотрудников организации;
- обеспечение достойного уровня жизни сотрудников организации и членов их семей;
- предупреждение и профилактики кризисных и конфликтных ситуаций в организации;

- создание благоприятных условий труда для членов коллектива;
- формирование ориентированной на сотрудников организационной культуры на основе гуманистических ценностей;
- мотивация персонала к добросовестному труду и др.

Описанные функции представляют собой список наиболее распространенных функций корпоративной социальной политики. В зависимости от того, в какой организации, при какой ресурсной обеспеченности, с какой целью реализуется социальная политика, можно выделить ее дополнительные функции.

Поскольку корпоративная социальная политика оказывает существенное влияние, как на сотрудников, так и на их родственников, внешних стейкхолдеров, целесообразно классифицировать ее функции по данным направлениям.

Функции корпоративной социальной политики (для сотрудников организации):

- структурирование бизнес-процессов компании и, как следствие, лучшее понимание сотрудниками своего места в организационной структуре, закономерностей перемещения внутри организации, карьерного роста и развития;
- удовлетворение потребностей сотрудников в безопасности и стабильности;
- забота о здоровье сотрудников;
- предоставление необходимых условий труда для лиц с ограниченными возможностями;
- предоставление возможности получения образования сотрудникам организации (формы могут быть различны: обучение в корпоративном университете, оплата обучения по программе MBA, внутрикорпоративные курсы иностранного языка и многое другое);

- гарантия занятости сотрудников организации (оптимизация внутриорганизационной структуры рабочих мест: создание новых рабочих мест и упразднение неэффективных рабочих мест, формирование кадрового резерва, работа с выпускниками вузов, трудовое сопровождение сотрудников пенсионного возраста) и др.

Функции корпоративной социальной политики (для членов семей сотрудников организации):

- оказание поддержки слаботзащищенным категориям сотрудников и членам их семей (материальная поддержка многодетных семей, семей с детьми-инвалидами и т.д.);
- целевая помощь членам семей сотрудников (корпоративные детские сады, лагеря, семейные развлекательно-оздоровительные мероприятия, поликлиническое обслуживание членов семей сотрудников непосредственно на базе организации) и др.

Функции корпоративной социальной политики (для внешних стейкхолдеров):

- развитие инфраструктуры региона;
- создание дополнительных рабочих мест;
- повышение общего уровня благосостояния представителей локально-территориального сообщества и др.

Функции и задачи корпоративной социальной политики определяются направлениями корпоративной социальной ответственности соответствующих стран.

По мнению И.В. Долгоруковой, Г.Ф. Остапенко, Г.Л. Тульчинского и ряда других исследователей важным аспектом для определения понятия и принципов КСП является концепция «корпоративной социальной ответственности» (КСО), которая может быть рассмотрена как основной компонент или направленность корпоративной социальной политики. Это объясняется тем, что чем выше уровень корпоративной социальной ответственности, тем больше обязательств возлагает на себя предприятие,

которые задают направления социальных расходов, программ и мероприятий. Данную взаимосвязь разделяет Г.Л. Тульчинский, определяя корпоративную социальную политику как действия предприятия, добровольно берущего дополнительные обязательства социального характера по решению социальных вопросов. Таким образом, можно сказать, что корпоративная социальная политика – это некая форма реализации принципов КСО. Рассмотрим, что представляет собой корпоративная социальная ответственность.

В разные годы предлагалось много определений социальной ответственности, однако, после выхода в 2010 году Международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» большинство экспертов сошлись во мнении, что определение, которое дает именно этот стандарт, является на сегодня наиболее точным и полным:

- «социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:
- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения [4].

Социальная ответственность применима ко всем организациям, однако наибольшее распространение она получила в бизнес-сообществе под названием «корпоративная социальная ответственность». Общепринятыми считаются следующие определения понятия «корпоративная социальная ответственность».

Чмель С.Ю.: «Корпоративная социальная ответственность – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы, которая выходит за

рамки обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом» [5].

Долгопятав А.: «Корпоративная социальная ответственность предполагает некий добровольный отклик корпораций на то, что лежит вне требований, определяемых законом или регулируемыми органами государственной власти и муниципального управления; это добровольная обязанность корпораций проводить такую политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей гражданского общества» [5].

Европейская комиссия определяет корпоративную социальную ответственность как некую концепцию, отражающую добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и в защите окружающей среды.

В XIX развитие КСО происходило преимущественно в форме филантропии и носило локальный характер – отдельные благотворительные акции поддержки и мероприятия. Первоначально, это в большей степени касалось социальных гарантий для собственных работников, а также спонсирования полезных общественных и властных начинаний. С конца 70-х годов XX века ведущие компании США и Великобритании стали приходить к пониманию необходимости выработки комплексного корпоративного подхода к взаимодействию с обществом. Такой подход, с одной стороны, должен был быть связан с философией компании, ее маркетинговой стратегией, с другой стороны, удовлетворять потребности общества. Главными причинами интенсивного развития КСО в 60-70-е годы XX века в экономически развитых странах стали активизация движения общественных групп, критикующих решения и действия бизнеса, отказ потребителей приобретать товары и пользоваться услугами безответственных компаний, а также рост профсоюзного движения. Одновременно с этим в странах Западной Европы и

США ужесточалось трудовое и экологическое законодательство, появлялись общественные инициативы, направленные на развитие корпоративной социальной ответственности.

КСО, как составляющая корпоративной социальной политики, стала объектом анализа и исследований в середине XX века. Тогда в зарубежных исследованиях стали появляться концепции относительно социальной политики и социальной ответственности предприятий: «социальная ответственность бизнеса», «корпоративная социальная деятельность», «корпоративная социальная добросовестность», «социальная ответственность бизнесменов» и т.д.

Начало исследований корпоративной социальной ответственности положено в книге «Социальная ответственность бизнесменов», написанной Ховардом Бауэном в 1953 году. Автор оправдывает социальные инвестиции бизнеса, но только в долгосрочном периоде, что, несомненно, влияет на социальный климат компании. Такой же точки зрения придерживались Кит Дэвис и Роберт Блумстром, говоря о долгосрочной экономической прибыли. По их мнению, те компании, которые не принимают социально-ответственные действия, теряют свою власть. Иную теорию КСО предлагал М. Фридман, названную впоследствии теорией «корпоративного эгоизма». Ее суть заключалось в следующем: социальная деятельность компаний выражается в том, что используемые ресурсы компании должны приносить прибыль, т.е. существует только одна ответственность – ответственность перед акционерами. Другая концепция, под названием теория корпоративного альтруизма, принадлежала Комитету по экономическому развитию в Америке. Она появилась параллельно публикациям Фридмана с противоположным взглядом на КСО. Основным смысл концепции заключался в том, что бизнес должен осуществлять деятельность, направленную на решение общественно-социальных проблем, повышать качество жизни, заботиться об окружающей среде, а не только преследовать рост прибыли. Другой взгляд на КСО представлен в работах американского экономиста М. Милтона (теория

«разумного эгоизма»): социальная ответственность уменьшает текущую прибыль, но сокращает долгосрочные потери прибыли, что обеспечивает в долгосрочной перспективе устойчивую прибыль и развитие. Это достигается за счет улучшения имиджа компании, отношений в коллективе, привлечения новых клиентов и инвесторов и т.п., что отражается на объеме продаж, стоимости акций компании.

Таким образом, учитывая, что социальная деятельность предприятий уже достаточное время реализуется на практике, однозначной трактовки понятий «корпоративная социальная политика» и «корпоративная социальная ответственность» до сих пор нет. Это говорит о многогранности и противоречивости понятий, что дает почву для дальнейших исследований в данной сфере. Различия трактовок в зарубежной и российской литературе объясняется разным уровнем развития КСО в странах, спецификой ведения бизнеса и особенностями взаимоотношений между государством, бизнесом и обществом. Однако можно заметить некоторые сходства: основной целью корпоративной социальной ответственности является достижение целей устойчивого развития общества, под которыми понимается удовлетворение потребностей нынешнего поколения, без создания угроз для удовлетворения потребностей будущих поколений [5]. Корпоративная социальная ответственность должна учитывать интересы и способствовать повышению качества жизни основных заинтересованных сторон компаний, к которым относятся сотрудники, акционеры, инвесторы, органы государственной власти, клиенты, деловые партнеры, профессиональные сообщества, общество в целом и т.д. При этом компаниям необходимо развивать постоянное взаимодействие с заинтересованными сторонами с целью учета их мнений и ожиданий в процессе принятия и реализации решений.

В частности, когда речь заходит о крупных компаниях, осуществляющих свою деятельность в промышленных отраслях национальной экономики, их корпоративная социальная политика приобретает особое значение для общественного благосостояния. Нефтегазовый и энергетический

комплексы являются стратегически важными для государства любой страны, так как во многом от уровня их развития зависит благосостояние всех граждан. Компании данных отраслей настолько крупные, что вся их деятельность влияет как на экономическую, так и политическую, и социальную ситуацию в стране.

Главной целью «политики благосостояния» является улучшение качества жизни населения, повысить уровень общественного благосостояния в рамках КСО возможно посредством решения проблемных вопросов общества: охрана окружающей среды, соблюдение прав человека, проблемы здравоохранения, безопасности потребителей и другие. На сегодняшний день сотрудники российских предприятий все больше сталкиваются с нерешенными острыми социальными проблемами, которые выражаются в несовершенстве систем медицинского и пенсионного страхования, образования и в целом социального обеспечения. Если раньше решением социальных вопросов занималось исключительно только государство, то сейчас и бизнес принимает активное участие в решении актуальных социальных проблем. Поэтому особое внимание работников уделяется направлениям корпоративной социальной политики и их эффективности на предприятии, с помощью которых могут разрешиться различные социальные проблемы, как сотрудников, так и местного населения.

1.2 Основные компоненты и модели корпоративной социальной ответственности

На сегодняшний день кризисные явления в экономике повышают актуальность эффективности корпоративной социальной политики компании. Из экономического кризиса можно выйти окрепшим при сохранении и укреплении человеческого капитала, связей с контрагентами, т.е. улучшение репутации и привлекательности компании должно происходить не только в экономической, но и в социальной сфере.

Как показывает практика, в мире сложилась традиция, связывающая эффективность КСП с корпоративной социальной ответственностью,

добровольными дополнительными обязательствами компании, которые гарантируют качество товара, достойный уровень заработной платы, защиту окружающей среды, различные социальные пакеты. Эти обязательства являются важным фактором формирования политик ведущих мировых и отечественных компаний.

Корпоративная социальная ответственность – это концепция взаимосвязи экологических и социальных аспектов в деятельности компании на принципах добровольности и взаимоотношений между различными заинтересованными сторонами. Данная концепция подразумевает достижение целей устойчивого развития, предусматривающих сбалансированность социальных, экологических и экономических целей общества, и улучшение эффективности работы компании в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Американский экономист А.Б. Кэролл в 1979 году предложил модель КСО, которую можно представить в виде многоуровневой пирамиды, где каждый уровень – компонент, составляющая КСО. Пирамида А.Б. Кэролла представлена на рисунке 1.

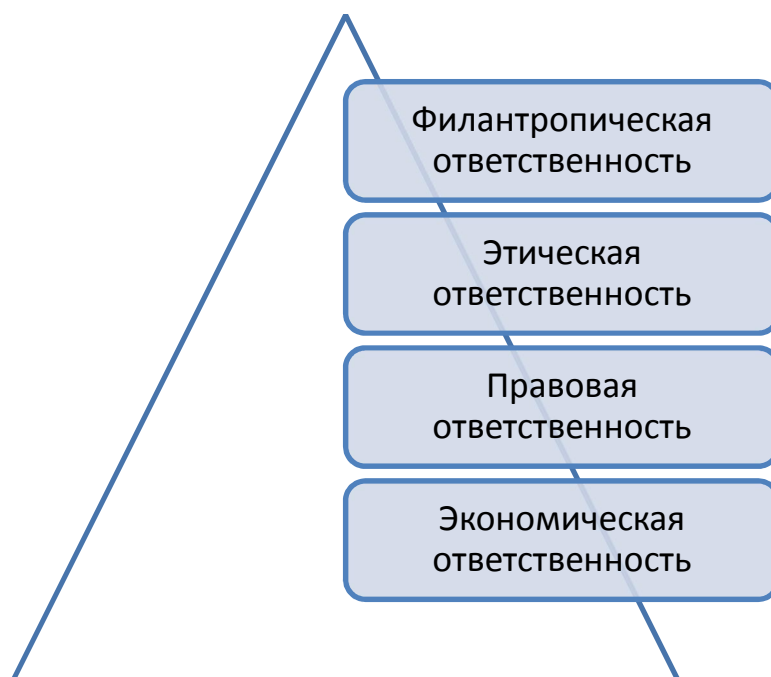


Рисунок 1 – Пирамида А.Б. Кэролла

Экономическая ответственность бизнеса по А.Б. Кэроллу – базовый компонент КСО. Она состоит из необходимости зарабатывать достаточную

прибыль для собственного акционерного капитала, предоставлять продукцию, которая стоит заплаченных за нее денег, а также соответствует государственным стандартам и требованиям, создавать новые рабочие места и новые материальные ценности для своего бизнеса, поощрять инновации. Другими словами, каждое предприятие, реализующее свою экономическую ответственность перед обществом, уже социально ответственно.

Каждое предприятие должно действовать в рамках закона. Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики. Кэрролл выделили три типа правовых мотивов:

1. Согласие.

Пассивное согласие – исполнение определенных требований безопасности для продукта, даже если это не указано в законе.

Ограничительное согласие – вынужденное исполнение компанией законов и норм.

Оппортунистическое согласие – исполнение «буквы» закона, а не его основной сути, т.е. компания ищет определенные лазейки в законе, чтобы максимизировать свои преимущества.

2. Уклонение – нежелание сталкиваться с будущей ответственностью в результате небрежного поведения.

3. Ожидания изменений в законодательстве. Компании сами могут участвовать в защите своих интересов при разработке, изменении и принятии законов.

Этическая ответственность предполагает соответствие ожиданиям общества, основанным на нормах морали и нравственности. Эти нормы не закреплены законодательно, их исполнение опционально, находится на совести самой компании. На предприятиях создаются определенные «Кодексы корпоративной этики».

Филантропическая ответственность. Данный компонент КСО побуждает предприятие к деятельности, направленной на поддержку и развитие благосостояния общества. Филантропическая ответственность компании

реализуется через добровольное участие в осуществлении социальных программ, т.к. компания ведет общественно-полезную деятельность. Яркий пример – участие предприятия в благотворительности.

На сегодняшний день устоялось несколько моделей социальной ответственности бизнеса, которые отражают исторически сложившиеся общественно-экономические уклады стран мира.

Американская модель КСО («открытая» модель) характерна в основном для таких стран как США и Канада, а также для ряда стран Латинской Америки и Африки. Особенностью данной модели является минимальное вмешательство государства в работу частного бизнеса. Но, несмотря на это, представители американского бизнеса принимают систематическое участие в финансировании различных некоммерческих мероприятий и проектов. Американские компании обладают максимальной самостоятельностью в выборе и размере своего общественного вклада, но, стоит отметить, что государство на законодательном уровне поощряет общественно-значимую деятельность компаний путем налоговых зачетов и льгот (например, уменьшение налогооблагаемой базы на прибыль за счет благотворительных расходов). Поэтому отличительной особенностью «открытой» модели КСО является добровольная инициатива американских компаний в развитии КСО, выходящая за рамки требований законодательства. Кроме того, в Америке созданы различные механизмы участия частного бизнеса в социальной поддержке населения. Так, существуют различные корпоративные фонды, которые направлены на решение социальных вопросов: фонды выплат пособий по инвалидности, болезни, безработице, а также фонды пенсионного обеспечения работников и т.п.

Основными направлениями КСО американского бизнеса является защита сотрудников компании и окружающей среды. Например, Компания Google подписала долгосрочный контракт на использование экологически чистой энергетики из возобновляемых источников. Для запуска своего центра обработки данных в Оклахоме Google начинает закупать электроэнергию, которая произведена ветроэлектростанциями. Подобный контракт на поставку

48МВт электричества уже не первый для данной компании [6]. Google своим примером призывает к тому, чтобы и другие крупные компании обратили внимание на использование альтернативных источников энергии. Apple и Facebook уже последовали примеру. Apple уже начал строительство солнечной электростанции неподалеку от нового центра обработки информации в Северной Каролине.

Компания Google выделила 12 млн. долларов на проект под названием Jasper Power Project, в соответствии с которым в Южной Африке появится 96-мегаваттная станция солнечных батарей [7]. После реализации данной инициативы Jasper станет одной из мощнейших солнечных установок, которая способна генерировать электроэнергию для 30 тыс. домов [7]. В процессе реализации данного проекта планируется открыть около 300 временных вакансий, а также 50 постоянных, что является очень важным вкладом в трудоустройство местного населения [7]. Кроме всего прочего, прибыль от данного проекта планируется направить на различные образовательные программы и развитие сельских районов. Стоит обратить внимание на то, что на данный момент компания уже выделила около 1 млрд. долларов на подобные проекты, направленные на разработку возобновляемых источников электроэнергии [7]. Так, например, Google вложил 75 млн. долларов в ветряные электростанции на территории штата Айова, а также около 200 млн. долларов в техасские ветроэлектростанции [7].

Johnson&Johnson – крупнейший американский производитель продукции в области здравоохранения. Компания реализует большое количество социальных программ. Так, примером можем служить программа стажировок в сфере менеджмента для старших медсестер и их госпитального начальства. В рамках программы стажеры проходят трехнедельный курс основ менеджмента и получают необходимые навыки и знания по наиболее актуальным проблемам современной медицины. В случае успешного курса обучения предусмотрен трехдневный семинар для закрепления и улучшения

полученных знаний и навыков. Компания оплачивает стажерам проживание и дорогу, а также поощряет стипендией.

Благотворительная деятельность компании находит свое отражение в объединенной Фонде компании Johnson & Johnson Family of Companies Contribution. Данный Фонд предоставляет гранты на программы, связанные с медициной и охраной здоровья, также в рамках Фонда предоставляется финансовая поддержка исследованиям в сфере образования, занятости и семьи.

Кроме того, Johnson & Johnson запустила программу «Здоровое будущее 2015». В рамках программы компания поставила перед собой цели в сфере защиты окружающей среды и корпоративной ответственности, в т.ч. оказание доступной медицинской помощи больным туберкулезом и ВИЧ в наиболее бедных регионах мира, а также распространение бесплатных лекарственных средств от кишечных инфекций в 30 странах мира [8].

Это далеко не все виды социальных программ, применяемых в американской модели КСО, также существуют различные программы по поддержке инициатив деловых женщин и студенческих образовательных программ в области экономики, пропаганда волонтерского движения и др.

Корпоративная деятельность в Европе, как принято, регулируется стандартами, законами и нормами соответствующих стран. Поэтому европейскую корпоративную социальную модель обычно определяют как скрытую форму КСО. В большинстве государств Европы законодательно установлены охрана здоровья сотрудников предприятий и обязательное медицинское страхование, также закреплено пенсионное регулирование, и определены другие значимые социальные вопросы. Большая часть социальных проблем, включая трудовые отношения, решаются на уровне государства посредством механизмов социальной политики соответствующих стран. Основа для любой формы социальной ответственности в Европе – это юридическая ответственность. Если в США государственное регулирование рассматривается как вторжение в вопросы личной свободы, то в Европе бизнес воспринимает государство как институт, который реализует узаконенные

правила поведения. В Европе благотворительность распространена в меньшей степени, чем в США, что связано с большим уровнем налогового бремени в европейских странах. В связи с этим европейские компании участвуют в филантропических акциях в основном с помощью юридически закрепленных механизмов.

В Европе преобладают следующие модели корпоративной социальной ответственности: южноевропейская, скандинавская, англосаксонская (Бевеиджа) и континентальная (бисмарковская). Характеристики каждой из этих моделей приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристики моделей КСО в Европе

Скандинавская модель (Финляндия, Дания, Швеция)	Континентальная модель (Германия, Франция)	Южноевропейская модель (Греция, Италия, Португалия)	Англосаксонская модель (Ирландия, Великобритания)
Социальные программы реализуются государством за счет высоких налогов, которые платит бизнес. Система переговоров между профсоюзами и предпринимателями о заключении коллективных договоров в области заработной платы. В Дании разработан специальный социальный индекс (работники выставляют оценки от 0 до 100 баллов) для измерения степени социальной ответственности компании.	Государство ответственно за финансирование образования, культуры и т.п. ввиду высокого налогового бремени. Охрана здоровья работников, обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование и т.п. законодательно закреплены. Европейские корпорации более склонны к ограничению своей ответственности перед стейкхолдерами.	Нет четкой организации, высокие налоги, что, прежде всего, связано с тяжелым экономическим положением стран. Социальная политика направлена на компенсацию потерь в доходах определенного слоя населения и носит пассивный характер. Социальная защита подразумевает заботу родственников и семьи.	ГЧП в образовании. Налоговые льготы. Софинансирование социальных проектов. Инициатива бизнеса в создании социальных проектов. Учреждена должность министра по КСО. Публикация еженедельных индексов социальной ответственности корпораций в издании «Таймс».
Примечание: таблица составлена автором			

Исходя из приведенной информации в таблице 1, можно сделать вывод, что отличной особенностью моделей КСО в Европе является участие государства в регулировании и развитии социальной ответственности. Социальная политика в большей степени направлена на социальную защиту населения. Из представленных моделей КСО выделяется англосаксонская модель, так как бизнес сам проявляет инициативу к социальной деятельности, а

государство поддерживает такую активность налоговыми льготами. Англосаксонская модель содержит в себе элементы американской и европейской моделей КСО.

Пример европейского бизнеса в КСО – это швейцарская компания Nestle. В «Nestle» корпоративная социальная ответственность понимается как «Создание общих ценностей». Это не филантропия или какая-либо дополнительная функция, а основополагающая часть стратегии бизнеса компании. Иначе говоря, «для того чтобы работать на благо наших акционеров и нашей Компании, мы должны приносить пользу людям в тех странах, где мы работаем» - заявлено на сайте компании «Nestle».

В соответствии с опубликованным социальным отчетом Компании в 2013 году стоит отметить следующие результаты социальной и экологической деятельности Nestle:

- с целью повышения питательной ценности продукции было обновлено и модернизировано 7 789 наименований [9];
- произведено более 67 млрд. единиц витаминизированных продуктов [9];
- общая масса использованного упаковочного материала была снижена на 66,594 тонн, что позволило сэкономить около 158 млн. швейцарских франков [9];
- общий объем забора воды в расчете на производство одной тонны продукции был снижен на 33% по сравнению с уровнем 2005 года [9];
- 300 000 фермеров прошли обучение и подготовку в рамках специальных программ по повышению производительности труда [9];
- общий объем выбросов парниковых газов снизился в абсолютных цифрах на 7,4% по сравнению с уровнем 2005 года [9].

В отчете представлены обязательства компании, которые включают 35 пунктов и затрагивают такие области, как питание, сохранение водных ресурсов, развитие сельскохозяйственных регионов, поддержание экологической устойчивости и соответствие требованиям законодательства и

принципам деятельности «Nestle» [9]. Компания ставит целью выполнить все взятые на себя обязательства до 2020 года или ранее. При этом 10 из 35 пунктов являются новыми и были включены в программу только в 2013 году [9]. В качестве примера, обязательства «Нестле» включают стремление быть лидером рынка в области научных исследований, связанных с питанием и здоровьем, а также создавать полезные и питательные продукты для детей. Другие обязательства, взятые на себя «Nestle», сосредоточены на потребностях людей. Речь идет об оценке состояния и защите прав человека в рамках всей производственно-сбытовой цепочки, а также о запрете и недопущении детского труда и поддержании гендерного баланса.

Еще один пример – банк UniCredit, он участвует в программе «Час земли», смысл которой заключается в оборудовании банков и офисных подразделений в соответствии с экологическими стандартами, а также выборе экологически ответственных поставщиков продукции. Также UniCredit оказывает помощь различным больницам, инвалидам, комитетам ветеранов войны и инвалидов военной службы. Банк в 2009 году учредил университетский фонд UniCredit с целью продвижения академических программ в областях экономики и финансов, а также с целью содействия сотрудничеству с престижными европейскими учебными заведениями.

Крупнейший банк Великобритании Cooperative bank – один из лидеров в распространении принципов социальной ответственности в банковской сфере. Важный документ, регулирующий его деятельность, – «Политика этических инвестиций». Документ включает 8 пунктов, где описываются позиции компании, определяющие ее отказ от участия в сделках по продаже оружия представителям диктаторского режима, от инвестиций в табачные фирмы и организации, занимающиеся производством и продажей натурального меха. Cooperative bank стал одним из первых английских банков, опубликовавших ежегодный отчет (за 1997 год) о политике и программе социальной ответственности. Компания регулярно проходит социальный аудит и основывает свою маркетинговую политику на этических принципах. Помимо

внедрения КСО в деловую практику, публикации своей политики и отчетов, банк расходует более 3,2 млн долл. на различные общественно значимые программы [10].

Совершенно другая модель КСО – это Японско-китайская модель. В ней акцент делается на культурные традиции стран и на использование моральных этических принципов в управлении корпоративной политикой. Для Японии характерна активная позиция государства в отношении социальной ответственности. Больше внимание уделяется проблемам защиты окружающей среды и взаимодействию с местными сообществами, развито ответственное поведение граждан к стране. Бизнес обеспечивает работников жильем, поощряет семейные династии, обучает специалистов за счет средств корпораций и т.д. Социальная отчетность инициируется и государством, и самим бизнесом, имеет следующие направления: корпоративная филантропия, защита окружающей среды и прав человека, ответственность по отношению к клиенту. В Японии не признаются европейские стандарты, а используют этические кодексы. Только в 2010 году Япония частично включила стандарт ISO 26000. Китайская модель КСО поддерживает развитие социальных услуг, что проявляется в отчислении все больших налогов, в увеличении количества новых рабочих мест и стремлении приносить больше общественной пользы. Также значительное внимание уделяется взаимосвязи развития персонала и компании. Развитие персонала – это опора для дальнейшего роста компании. КСО в Китае также подразумевает бережное отношение к окружающей среде и экономии ресурсов.

Известная группа компаний Canon реализует различные социальные инициативы, так, программа Green Volunteer Action направлена на студентов китайских университетов по сохранению дикой природы. Студенты учатся фотографировать растения и животных, а полученные снимки используются в образовательных материалах по экологии. В 1998 году компания Canon Europe стала первым корпоративным партнером программы Всемирного фонда дикой природы (WWF) по сохранению редких видов животных. Это сотрудничество

помогло повысить уровень информированности людей о проекте отслеживания популяции белых медведей. Кроме того, для проведения мероприятий в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке Canon предоставила фонду оборудование для создания и обработки изображений. Canon Wind Inc., специальное подразделение компании Oita Canon Inc., было создано в сотрудничестве с Благотворительной ассоциацией Gyoun с целью расширения возможностей трудоустройства для людей с нарушениями умственного развития. Многие сотрудники Canon Wind производят аксессуары для цифровых камер, выпускаемых Oita Canon.

И ещё одна разновидность моделей КСО – это Исламская модель. КСО, согласно исламскому подходу, представляет собой моральные и религиозные инициативы, основанные на убеждениях, что компания должна быть «хорошей», независимо от ее финансовых показателей. Это не означает, что Ислам против получения прибыли [11]. Скорее всего, она рассматривается как необходимое условие [11]. Предприниматель больше не работает только по принципу максимизации прибыли, а с целью достижения конечного счастья в этой жизни и в будущей жизни, в которой он признает свою социальную и моральную ответственность за благополучие других (например, потребителей, сотрудников, акционеров и местных общин) [11]. Исламская модель направлена на соответствие принципам социально-экономической справедливости Ислама, которые заложены в Коране и Сунне.

Бизнес из исламских стран, переняв концепцию КСО, адаптирует ее под свои культурные традиции, что способствует ее успешному распространению [11]. В исламских странах действуют организации, занимающиеся продвижением социально ответственных практик. Наибольшей известностью пользуются, в частности, КСО – Азия (CSR Asia), КСО – Малайзия (CSR Malaysia), Дубайский центр корпоративных ценностей (The Dubai Centre for Corporate Values), Центр развития КСО в Иране (CSR Development Center), Ассоциация КСО в Турции (CSR Association of Turkey) и др. [11]. На сайте Центра развития КСО в Иране перечисляются такие традиционные способы

КСО, как беспроцентные займы работникам, создание благотворительных фондов для бедных, строительство школ и мечетей [11].

В России КСО находится на начальном этапе своего развития. Но, можно заметить, что национальная модель включает элементы континентальной и англосаксонской моделей КСО. Это проявляется, прежде всего, в потребности развития законодательства и стандартизации в области КСО со стороны государства, а также добровольном участии бизнеса в социальных проектах. Представителями КСО в России в большей степени являются крупные компании, в основном нефтегазовой и энергетической отраслей. Социальная деятельность российского бизнеса направлена преимущественно на благотворительность и на заботу о сотрудниках предприятий и их семей: улучшение условий труда, развитие потенциала работников, программы поддержки ветеранов и пенсионеров, предоставление путевок на отдых и в лечебные учреждения (санатории и т.п.), социальные программы для молодых семей, льготное кредитование и т.п. Также российские компании поддерживают инициативы в области спорта и организуют различные стипендиальные фонды для университетов. Стоит отметить, что бизнес в основном ориентируется на капиталоемкие проекты и результаты своей социальной деятельности раскрывает в нефинансовой отчетности, которая становится все более популярной. Но, непонимание роли КСО все еще велико, социальная ответственность для крупных компаний, в основном, – это ответ на требования фондового рынка и зарубежного инвестиционного сообщества.

Примером социальной ответственности в России может служить деятельность крупнейшего предприятия Газпром, который постоянно участвует в реализации многих социальных проектов, в развитии культуры, образования, науки, физкультуры и спорта. Начиная с 2007 года Газпром финансирует всероссийскую программу, способствующую гармоничному духовному и физическому развитию детей. С этой целью уже построено более 600 оздоровительных комплексов, стадионов, бассейнов, баз отдыха детей,

дворовых спортивных площадок. В Ханты-Мансийске открыта первая в России Шахматная Академия. В г. Томске открыт легкоатлетический манеж. Ежегодно проводится детский хоккейный турнир «Кубок «Газпром» нефти», получивший статус турнира Континентальной хоккейной лиги. С 2001 года функционирует созданный совместно с Нидерландами Институт «Энергетическая дельта», более 1000 слушателей которого прошли обучение в Нидерландах по вопросам стратегии развития и экономики газовой отрасли [12]. С целью патриотического воспитания и оказания помощи ветеранам Великой Отечественной войны Газпром создал раздел для ветеранов на своем корпоративном сайте, регулярно проводит торжественные мероприятия в дни Победы, чествует ветеранов в своих офисах. И это далеко не весь перечень социальных мероприятий, производимых Газпромом.

Таким образом, в мире сложилось, как минимум, пять разновидностей моделей КСО: американская, европейская, японско-китайская, исламская и российская модели. Особенности каждой из моделей связаны, прежде всего, с общественно-экономическим укладом, культурой и формой участия государства в экономике соответствующих стран. Если в американской модели государство минимально вмешивается в деятельность бизнеса, то в остальных моделях (кроме англосаксонской модели) принимает активное участие в социальной политике стран. Это, несомненно, влияет на добровольное участие бизнеса в социальных мероприятиях. Весомое влияние на социальную инициативу предприятий оказывает налоговая политика стран, что выражается в количестве и масштабе социальных мероприятий и проектов. В европейской модели КСО, в отличие от других моделей, делается большой акцент на социальную защиту населения, но стоит отдельно выделить англосаксонскую модель, т.к. перечень социальных направлений более разнообразен и поощряется налоговыми льготами. Российская модель КСО находится на этапе формирования, но, можно заметить ее сходство с европейской моделью в части налогового и законодательного регулирования социальной ответственности бизнеса. Несколько иной подход к КСО проявляется в японско-китайской и

исламской модели. В этих моделях акцент делается на культурные традиции и моральные принципы, которые очень хорошо развиты в соответствующих странах. Также как и в европейской модели, государство занимает активную позицию относительно социальной ответственности, и большое внимание уделяется социальным программам для сотрудников и их семей, а также социальной справедливости. Основными направлениями всех перечисленных моделей КСО являются: защита окружающей среды, забота о сотрудниках организаций, поддержка незащищенных слоев населения и участие в различных благотворительных акциях.

Таким образом, формирование моделей зависит от метода регулирования КСО: либо компании самостоятельно определяют степень своего вклада в общество, либо государство воздействует на социальную активность бизнеса. Огромное значение в становлении моделей КСО также играет социально-культурный уклад страны и ее специфика.

1.3 Основные направления реализации корпоративной социальной политики современных российских предприятий

Осуществление корпоративной социальной политики компанией должно предполагать не только решение социальных проблем внутри предприятия, но и взаимодействие с внешней средой, окружающим сообществом, государством, партнерами. Деятельность предприятия в области социальной политики можно оценивать в трех аспектах:

- как социальную обязанность – в рамках юридических законов и законодательных ограничений рыночной экономики;
- как социальную ответственность – деятельность, связанную с опережающими требованиями (до того, как социальные ожидания обретут законодательную форму);
- как социальную отзывчивость – разработку и реализацию по инициативе предприятий политики и программ, направленных на

минимизацию побочных негативных последствий их настоящих или будущих действий, прежде, чем эти последствия примут кризисные масштабы [13].

Чтобы определить основные направления реализации КСП российских предприятий, рассмотрим подробнее, что представляет собой внутренняя и внешняя корпоративная политика.

Внутреннюю корпоративную политику можно рассмотреть с разных позиций: целевая группа, политика доходов персонала, социальное обеспечение, жилищная политика, человеческий капитал.

Как показывает практика, целевая группа внутренней корпоративной политики – это работники с большим стажем работы, средний и высший менеджмент, наиболее квалифицированные и перспективные сотрудники, работники с низкой оплатой труда и сотрудники, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации.

Рассматривая политику доходов, предприятие акцентирует внимание на следующих аспектах:

- своевременные и белые заработные платы с соответствующими отчислениями;
- премии и поощрения;
- потребительские и жилищные кредиты, ссуды;
- дополнительные выплаты за проезд, жилье, образование и т.д.;
- льготные цены на продукцию собственного производства;
- служебный транспорт, услуги связи;
- дополнительный оплачиваемый отпуск;
- пенсионные программы.

Социальное обеспечение сотрудников большинства российских предприятия выглядит следующим образом:

- социальная инфраструктура предприятия, предполагающая владение организацией различных социальных объектов (спортивные

комплексы, поликлиники, дома отдыха, профилактории, детсады, санатории и т.д.);

- социальный пакет, включающий в себя разного рода льготы и социальные блага;

- материальная поддержка работников в сложных жизненных обстоятельствах – смерть, гибель близких, несчастный случай, лечение;

С точки зрения человеческого капитала предприятие стремится повысить и поддержать образовательный и профессиональный уровень своих сотрудников путем проводимых мероприятий, таких как:

- оплата высшего и второго высшего образования, месячные курсы, образовательные стажировки, краткосрочные и дистанционные курсы;

- тренинги, доступ к профессиональным ресурсам, подписка на периодику для поддержания квалификации работников;

- внедрение здоровье-сберегающих технологий, сокращение вредных условий работы, комфорт мест работы и отдыха, профилактика заболеваний.

Все более распространенной практикой российских предприятий становится жилищная политика, которая проявляется в нижеследующем:

- долевое строительство, собственный жилой фонд предприятия;
- льготные кредиты на жилье;
- льготы на оплату служебной квартиры или полная оплата за счет предприятия;

- распределение земельных участков, дачные кооперативы.

Внешнюю корпоративную социальную политику также следует рассматривать с разных сторон. Так, целевая группа внешней КСП – это будущие сотрудники предприятия в лице студентов, школьников, бывшие работники, слаботзащищенные группы населения, (инвалиды, пенсионеры), внешние стейкхолдеры и местное население в целом.

Самое популярное направление внешней корпоративной социальной политики современных российских предприятий – это филантропия или благотворительность:

- предприятия помогают среднему и высшему образованию посредством ремонта помещений, закупки необходимых и новых оборудования, выплат студентам и преподавателям;
- для развития науки предприятия выделяют средства на научные исследования и разработки;
- со стороны здравоохранения предприятия оплачивают различные операции, закупают медикаменты, оборудования для медицинских учреждений и т.п.;
- с целью культурного просвещения населения организуют и финансируют концерты и общественные мероприятия.

Относительно внешних стейкхолдеров предприятие осуществляет свою деятельность, соблюдая профессиональные стандарты ведения бизнеса, что подразумевает следование правовым нормам предпринимательской деятельности, этичное ведение бизнеса и финансовую ответственность перед заинтересованными сторонами.

Со стороны местного сообщества предприятия реализуют экологические и восстановительные проекты (природа, историческая составляющая местности); развивают инфраструктуру в виде дорог, транспорта, связи; поддерживают культурное наследие сообщества (музеи, памятники); помогает системе образования путем строительства детсадов, школ, центров творчества.

Внешняя КСП действует посредством различных программ грантов, конкурсов проектов, именных и тематических благотворительных фондов; выплат из неспециализированных фондов (меценатство, содержание муниципальных учреждений, филантропия), фондов местного развития.

Помимо вышесказанного стоит отметить, что корпоративная социальная политика предприятия подразумевает также и соблюдение правовых основ деятельности организации, что выражается в своевременной уплате налогов,

соблюдении законов и достоверной прозрачной финансовой отчетности предприятия.

Касаемо промышленных предприятий особое место в КСП занимает экологическая политика. Показателями социальной ответственности в этой области может быть экологически безопасное производство, следование нормам экологического права, участие предприятия в различных экологических программах, помощь в устранении техногенных катастроф.

Таким образом, внутренняя корпоративная политика предприятия направлена, прежде всего, на развитие социального капитала, путем укрепления связей (в том числе и неформальных, между работниками, а также между руководством компаний и работниками) и на увеличение человеческого капитала (здоровье, образование) сотрудников. Внешняя корпоративная социальная политика предприятия в большинстве случаев направлена на устранение провалов государства в определенных направлениях социальной сферы и на добросовестное ведение деловых отношений. Подводя итог, можно выделить несколько основных направлений корпоративной социальной политики современных российских предприятий:

1. Взаимодействие предприятия с государством путем соблюдения правовых и законодательных основ.
2. Управление социально-трудовыми отношениями на предприятии.
3. Благотворительная деятельность, способствующая образовательному и социокультурному развитию.
4. Добросовестное ведение бизнеса относительно партнеров предприятия.
5. Экологическая политика, обеспечивающая природоохранную деятельность.

Выделенные направления реализации КСП российских предприятий оказывают благоприятное воздействие на развитие самого предприятия и на его внутренние ресурсы, а также содействуют улучшению благосостояния и уровня жизни населения, где функционирует предприятие.

В соответствии с проведенным исследованием Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) большинство российских компаний наиболее часто оказывают социальную поддержку тем гражданам, которые связаны с компанией либо в прошлом, либо в настоящем. Исследование было проведено на основе опроса представителей крупного (58%), среднего (21%) и малого (21%) бизнеса большинства отраслей экономики. Наиболее популярным видом поддержки в 2014 году является помощь ветеранам, инвалидам, другим категориям социально незащищенных граждан, которые связаны с компанией (70%) [14]. В кризисные годы этот вариант составлял в 2009 году – 23%, а в 2010 году – 52% [14]. К другим наиболее часто отмечаемым в 2014 г. мерам социальной помощи относятся:

- помощь конкретным школам, больницам, детским домам, другим социальным учреждениям, не находящимся на балансе компании (62%);
- помощь ветеранам, инвалидам, детям-сиротам, другим категориям социально незащищённых граждан, которые никак не связаны с компанией (61%);
- уборка, озеленение муниципальной территории (48%);
- спонсорская помощь региональным/городским программам (40%);
- проведение детской оздоровительной кампании (38%);
- содействие региональным программам занятости безработных (31%);
- реализация молодёжных социальных корпоративных проектов (29%);
- строительство жилья, других социальных объектов для нужд работников компании (20%) [14].

Отраслевой анализ показывает, что 83% компаний сектора «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» оказывали помощь ветеранам, инвалидам, другим категориям социально незащищённых граждан, связанным с компанией [14]. Эта доля значительно превышает долю в

совокупных данных по всем отраслям. Такая же доля компаний отрасли «обрабатывающие производства» осуществляла расходы на данный вид поддержки. Компании, ведущие экономическую деятельность в отрасли «строительство», реже других помогали различным категориям социально незащищённых граждан: здесь доля составила 54% [14].

Самым распространённым способом участия в реализации социальных программ в 2014 году стало прямое финансирование мероприятий по запросам организаций и/или физических лиц, которым оказывается помощь. Более половины респондентов указали этот вариант при ответе на вопрос: «какие именно механизмы финансирования реализации социальных программ использует компания». Второе место занимает реализация собственных социальных и благотворительных программ (49%) [14]. На рисунке 2 представлены наиболее часто применяемые механизмы финансирования и реализации социальных программ в опрашиваемых компаниях.

Полученные ответы показывают, что в большинстве случаев компании используют различные механизмы реализации социальных программ в сочетании. Для компаний отрасли «сельское хозяйство» после наиболее популярного варианта «финансирование по запросу» характерно использовать следующий механизм реализации социальных программ – «содержание собственных объектов социального назначения» (44,4%) [14]. Чуть менее половины компаний, принадлежащих отрасли «добыча полезных ископаемых», содержат собственные объекты социального назначения, доля выше значения в совокупных данных примерно на 10% [14]. Реализация собственных социальных и благотворительных программ является главным механизмом оказания социальной помощи для компаний сектора «обрабатывающие производства». Компании отрасли «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» осуществляют социальную поддержку чаще других через участие в программах, реализуемых органами власти на различном уровне: доля 50%, тогда как в общем распределении данных только 40% всех респондентов отметили данный вариант [14].



Рисунок 2 – Механизмы финансирования и реализации социальных программ [14]

Также популярно среди компаний рассматриваемой отрасли финансирование и реализация социальных программ через благотворительные фонды, фонды местных сообществ. Компании, занятые оптовой и розничной торговлей, наряду с финансированием социальных мероприятий по запросу часто предоставляют бесплатные товары и/или услуги, а также используют социальный маркетинг. Скорее всего, выбор данных механизмов связан со спецификой деятельности компаний. Только в двух федеральных округах –

Уральском и Центральном – реализация собственных социальных и благотворительных программ является более значимым механизмом оказания социальной помощи, нежели финансирование мероприятий по запросу. В остальных федеральных округах соотношение примерно одинаковое и схоже с общим распределением данных.

В целом, опираясь на результаты опросов и проведенного на их основе исследования, можно утверждать, что бизнес вносит вклад в решение социальных проблем территорий. Компании активно участвуют в социальной жизни регионов присутствия, используя широкий набор инструментов, оказывают содействие как региональным, так и федеральным властям в выполнении их функций, сотрудничают с некоммерческими организациями, поддерживают взаимодействие с местными сообществами.

2 Нормативное регулирование корпоративной социальной ответственности в России

2.1 Нормативно-правовое регулирование корпоративной социальной ответственности

По сравнению с большинством зарубежных стран в России корпоративная социальная ответственность является добровольной и не закреплена на законодательном уровне. Тем не менее, существует ряд документов, которые регламентируют и характеризуют социальную ответственность российских компаний:

- Меморандум о принципах КСО;
- Кодекс предпринимательской этики «12 принципов ведения дел в России»;
- Социальная хартия российского бизнеса;
- Базовые индикаторы результативности;
- Глобальный договор ООН.

Ассоциацией менеджеров в октябре 2006 года был принят Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности. В этом документе приведено определение «корпоративной социальной ответственности», в котором обозначается ряд обязательств, добровольно принимаемых компаниями: развитие персонала, добросовестная деловая практика, охрана здоровья, безопасные условия труда, природоохранная деятельность, поощрение волонтерства и благотворительности и другое. Также в Меморандуме отражены основные направления развития и принципы КСО, показана роль бизнеса в общественном развитии.

Торгово-промышленная палата РФ в 1998 году разработала Российский кодекс предпринимательской этики «12 принципов ведения дел в России», основанный на выработанных российскими предпринимателями еще в 1912 году семи принципах ведения дел. В Кодексе прописаны такие постулаты как: «Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли», «Конкурируй достойно»,

«Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти», «При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе» и другие.

Социальная хартия российского бизнеса была принята впервые в 2004 году, в новой редакции 2007 года – в 2008 году Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП). Данный документ состоит из двух частей, первая из которых отражает принципы ответственности деловой практики, а вторая – механизмы присоединения и участия. К Социальной хартии присоединились 257 организаций, включая компании, отраслевые и региональные объединения бизнеса и другие НКО, с общей численностью более шести миллионов работников. Социальная хартия признана организациями бизнеса и соответствует документам, принятым на международном уровне. Есть положительное заключение ООН - официальное признание ее соответствия Глобальному договору ООН.

Также в 2008 году РСПП разработаны «Базовые индикаторы результативности». Базовые индикаторы, отраженные в документе, рекомендованы для подготовки нефинансовых отчетов компаний, а также для контроля, оценки и мониторинга ключевых показателей деятельности компаний. Данные индикаторы разработаны с учетом практик российских и международных компаний, российского законодательства и международных стандартов. Документ состоит из двух разделов: в первом разделе дается общее представление о базовых индикаторах результативности, во втором – описываются, непосредственно, сами базовые индикаторы, показатели результативности. В документе представлено 48 индикаторов, отражающих экономическую (8 индикаторов), социальную (22 индикатора) и экологическую (18 индикаторов) направленность [15].

Глобальный договор ООН – это добровольная международная инициатива, которая поощряет компании разрабатывать как экологически, так и социально ориентированные мероприятия, а также побуждает вести отчетность о результатах своей деятельности в этих сферах. Глобальный договор содержит десять принципов, затрагивающих четыре области: трудовые

отношения, права человека, противодействие коррупции и охрана окружающей среды. Данный договор не является нормативной базой, в основу положены требования публичной отчетности и прозрачности. На сегодняшний день к Глобальному договору присоединилось более 3000 компаний разных стран мира, включая отечественные организации.

Участие в Глобальном договоре предоставляет компаниям много возможностей. В их числе:

- демонстрация лидирующей позиции корпорации по вопросу развития всеобщих принципов социального равенства и социальной ответственности бизнеса, в целях формирования устойчивой и открытой глобальной экономики;
- участие в разработке практических мер, направленных на решение существующих проблем глобализации, на повышение социальной ответственности бизнеса, на обеспечение устойчивого развития в рамках многостороннего сотрудничества;
- управление рисками, за счет реализации активной позиции по наиболее острым проблемам;
- участие в широком спектре программ и мероприятий ООН с участием правительств стран, представителей деловых кругов, организаций труда, неправительственных организаций, других заинтересованных сторон;
- обмен опытом;
- совершенствование методов корпоративного управления/систем управления брендами, укрепление дисциплины сотрудников, повышение производительности труда и эффективности производства;
- получение доступа к обширным знаниям Организации Объединенных Наций в вопросах развития и к ее практической деятельности по всему миру [16].

Принципы Глобального договора получили всеобщее одобрение, поскольку они основаны на следующих международных актах:

- Всеобщей Декларации прав человека;

– Декларации Международной организации труда об основополагающих принципах и правах в сфере труда;

– Декларации по окружающей среде и развитию (Декларации Рио);

– Конвенции ООН о борьбе против коррупции [16].

Договор призывает лидеров деловых кругов, поддержать, и руководствоваться на практике в сфере своей деятельности десятью принципами в области прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды, противодействия коррупции [16].

Права человека:

1. предпринимательские круги должны оказывать поддержку и соблюдение прав человека, провозглашенных международным сообществом;

2. обеспечить свою непричастность к нарушениям прав человека [16].

Трудовые отношения:

3. предпринимательские круги должны поддерживать свободу ассоциаций и признание на деле права на заключение коллективных договоров;

4. выступать за уничтожение всех форм принудительного труда;

5. выступать за полное искоренение детского труда;

6. выступать за ликвидацию дискриминации в сфере труда и занятости.

Охрана окружающей среды:

7. деловые круги должны способствовать предупреждению негативных воздействий на окружающую среду;

8. предпринимать инициативы направленные на повышение ответственности за состояние окружающей среды;

9. содействовать развитию и распространению экологически чистых технологий [16].

Противодействие коррупции: 10. Противодействовать коррупции во всех ее формах, включая вымогательство и взяточничество [16].

Продвижение принципов корпоративной социальной ответственности и укрепление делового сотрудничества во имя развития на основе 10 принципов Глобального договора - приоритетные направления работы ООН в России [16].

В России в 2011–2013 годах появилось несколько важных документов, имеющих отношение к ответственной деловой практике. Принят новый стандарт ГОСТ Р ИСО 26000:2012 по техническому регулированию и метрологии 29 ноября 2012 г. № 1611-ст. Стандарт введен в действие 15 марта 2013 года. Документ идентичен международному стандарту ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility* и нацеливает на интеграцию принципов социальной ответственности (прозрачность, подотчётность, этичность поведения и пр.) в бизнес-процессы во всех областях деятельности и на всех уровнях управления. В помощь компаниям разработан методический инструмент – Рекомендации РСПП по проведению самооценки на предмет соответствия принципам, содержащимся в российском Стандарте. Рекомендации утверждены Бюро Правления РСПП в декабре 2011 года. В результате его применения компании могут дать обоснованный ответ на вопрос о соответствии представлений компании в области социальной ответственности признанным в мире концепциям; определить «области развития»; уточнить содержание и форматы коммуникации о стратегии и практике социальной ответственности для заинтересованных сторон.

21 марта 2014 года советом директоров Банка России одобрена новая редакция Кодекса корпоративного управления, «рекомендуемого к применению акционерными обществами, ценные бумаги которых допущены к организованному торгам». Документ носит рекомендательный характер, однако, по сообщению прессы, для госкомпаний планируется сделать его обязательным; остальные компании должны будут соблюдать лишь некоторые положения Кодекса после листинга ценных бумаг. По сообщению газеты «Коммерсант», «сейчас в России свыше 250 эмитентов акций и более 300 эмитентов облигаций», которых в первую очередь коснутся нововведения [17]. Однако, по мнению комментаторов новой редакции Кодекса, в целях повышения качества управления он может представлять интерес для любых акционерных обществ и даже обществ с ограниченной ответственностью. Не исключено также, что часть рекомендаций после апробации будет перенесена в

законодательство и превратится в обязательные требования. Проверять соблюдение нового Кодекса ЦБ планирует на основе годовых отчётов компаний за 2015 год, иные виды отчётности или информации в документе не упоминаются.

Перспективы введения обязательной нефинансовой отчётности для российских компаний пока не очевидны. Однако эта тема обсуждается, тем самым она включена в современную повестку. Прежде всего, речь идёт о компаниях с государственным участием. В 2012 году были выпущены Директивы Председателя Правительства РФ, которые обозначили государственным компаниям необходимость принятия решения об обязательной регулярной публикации нефинансовых отчётов. В приложении к Директивам содержится перечень из 22 крупнейших государственных компаний и госкорпораций, включающий ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «РусГидро» и др., которым в первую очередь адресованы данные меры [17].

Почти одновременно с этим Минэкономразвития России приступило к разработке Концепции развития публичной нефинансовой отчётности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу (период до 2020 года). Проект Концепции был подготовлен, проходил активное обсуждение в экспертной среде в 2012–2014 годах. Его принятие могло бы стимулировать повышение информационной открытости и ответственности компаний, что, собственно, и обозначалось в качестве главной цели принятия Концепции. Кроме того, это способствовало бы лучшему пониманию вклада компаний в развитие страны путём раскрытия комплексной информации об экономических, социальных и экологических результатах деятельности, об оказываемом воздействии на общество и окружающую среду. Предусматривались три этапа реализации с постепенным расширением состава компаний, на которых должны распространяться требования подготовки и публикации публичной нефинансовой отчётности. Документ был представлен в Правительство РФ, но к началу 2016 года он не утверждён, работа над ним продолжается.

Одним из направлений правового регулирования социальной ответственности бизнеса со стороны государства стало ее нормативное закрепление в региональных законах, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства. Как правило, это касается механизма социального партнерства в регионе и благотворительной политики. Среди наиболее значимых законов можно выделить следующие:

– Закон Владимирской области № 90-ОЗ от 07 октября 2010 «О развитии малого и среднего предпринимательства во Владимирской области» в перечне основных форм сотрудничества органов власти и субъектов предпринимательства обозначено «взаимодействие при разработке механизмов, побуждающих субъекты малого и среднего предпринимательства к занятию благотворительной деятельностью, меценатству и поддержке общественных инициатив»;

– Закон Сахалинской области № 9-ЗО от 16.02.2009 «О поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в Сахалинской области» делает акцент на необходимости информирования общества о принятии участия малого и среднего бизнеса в организации и реализации социальных мероприятий и благотворительной деятельности;

– Законопроект Республики Саха (Якутия) «О социальной ответственности бизнеса». Основная цель законопроекта – обеспечить правовое регулирование взаимодействия и взаимоотношений между органами власти, бизнеса и населения в экономических, экологических и социальных сферах [18].

Если рассматривать региональный уровень, то в некоторых российских регионах существуют собственные разработки в области корпоративной социальной ответственности, например, «Методика оценки добровольной корпоративной социальной ответственности организаций Саратовской области». Постановлением Правительства Саратовской области от 07.03.2008 № 88-П «О добровольной корпоративной социальной ответственности организаций в Саратовской области» утверждена сама методика и порядок

определения ежегодного рейтинга добровольной корпоративной социальной ответственности организаций [18].

Правительство Иркутской области, Иркутское региональное отделение работодателей «Партнерство Товаропроизводителей и Предпринимателей» и Иркутское областное объединение организаций профсоюзов проводят областной конкурс «За высокую социальную эффективность и развитие социального партнерства» на основе совместно разработанного положения. Цель данного конкурса – акцентировать внимание на решении острых социальных вопросов и распространить положительный опыт победителей и лауреатов в данной сфере, поощрить данные организации.

Союзом работодателей Ростовской области – региональным отделением РСПП разработан и принят «Кодекс социально ответственного бизнеса Ростовской области» [18]. В кодексе сформулирована основная миссия бизнеса – достижение устойчивого развития самостоятельных и ответственных предприятий, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует безопасности и благополучию жителей Ростовской области, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека [18].

Параметры рассмотренных региональных документов различны. Если в Иркутской и Саратовской областях внимание акцентировано на количественных показателях, выражающих социальную ответственность, то в Ростовской области акцент делается на основные положения, которые характеризуют социально ответственное поведение компаний.

Исходя из вышесказанного, стоит отметить, что регулирование КСО происходит как на внутрикорпоративном уровне, так и государственном. Развитие корпоративной социальной политики в России неразрывно связано с государственной организацией и координацией данного процесса. Самая важная и основная функция государственной власти – разработка и внедрение законодательных основ и механизмов интеграции принципов корпоративной социальной ответственности в российскую практику. Не смотря на то, что некоторые региональные власти пытаются закрепить на законодательном

уровне социально ответственное поведение компаний, основой регулирования КСО остается нефинансовая отчетность компаний.

2.2 Характеристика нефинансовой отчетности российских компаний

Информационная открытость компаний отражает как общее состояние деловой среды, так и уровень развития систем корпоративного управления. Одним из инструментов, способствующим росту качества управленческих процессов и повышению прозрачности деятельности компаний является нефинансовая отчетность.

Нефинансовая отчетность – это отчетность, охватывающая одновременно экономические, экологические и социальные аспекты деятельности компании, раскрывающая информацию об ее нефинансовых инициативах и вкладе в устойчивое развитие окружающего мира.

Отчетность, в практическом наглядном виде, впервые зародилась в Европе в 70-х годах XX века. Такие раритетные тексты сейчас можно найти лишь в архивах компаний. Это были небольшие по объему документы, посвященные ограниченному кругу вопросов, в которых компании объясняли целевой аудитории, что и почему они делали. Нередко эти публикации появлялись в связи с конфликтными ситуациями, возникавшими либо внутри компании (среди работников, с участием профсоюзов), либо снаружи (претензии, предъявленные общественными организациями, жителями тех или иных территорий, критические выступления в прессе).

Со временем содержание отчетов становилось все более разнообразным, они начали активно использоваться компаниями в целях PR. На этой стадии нефинансовая отчетность задержалась надолго. Несмотря на призывы экспертного сообщества отказаться от такого подхода, едва ли PR-функция отчетов будет утрачена и в будущем, однако надо признать, что сегодня компании с большим опытом отчетности гораздо более тонко и аккуратно используют отчеты в этих целях.

В 90-х годах сформировался подход, согласно которому деятельность в области корпоративной ответственности или устойчивого развития должна иметь системный характер, т.е. управляться так же, как и другие бизнес-процессы. Многие крупные компании разработали собственные системы управления этой деятельностью. Именно тогда определилась важнейшая внутренняя функция нефинансовых отчетов – это инструмент планирования и оценки деятельности.

В основном публикация нефинансовой отчетности является добровольной инициативой бизнеса. Однако в некоторых странах, таких как Франция, Норвегия, Дания, Швеция, Финляндия, Голландия, определенные категории компаний, например государственные, должны сообщать о результатах своей деятельности по определенным направлениям и показателям КСО в обязательном порядке [21].

Поскольку подготовка нефинансовой отчетности в большинстве случаев добровольная инициатива бизнеса, компании вправе самостоятельно решать, какие темы раскрывать в отчете, использовать или нет имеющиеся стандарты отчетности, публиковать ли бумажную или только электронную версию отчета, где и как ее размещать [21]. Однако на современном этапе развития нефинансовой отчетности четко наметились определенные тенденции. Наиболее полный по содержанию комплексный отчет раскрывает информацию о деятельности компании в трех областях: экономической, социальной и экологической [21]. В зависимости от индивидуальной трактовки компанией базового понятия корпоративной социальной ответственности такие отчеты могут называться отчетами: «о корпоративном (или глобальном) гражданстве», «о (корпоративной) социальной ответственности», «об устойчивом развитии», «о корпоративной ответственности и устойчивом развитии» и т.д. Большинство экспертов в области КСО едины во мнении, что на современном этапе подготовка комплексного отчета об устойчивом развитии обеспечивает наилучшее качество раскрытия информации [21]. Однако отчитывающаяся организация может сознательно ограничить круг тем, которые она намерена

представить в отчете, выпуская тематические отчеты, к которым относятся экологические и социальные, а также комбинации этих двух типов отчетов, например «социальный и экологический отчет», «экологический и этический отчет», «отчет об экологии и взаимодействии с местным сообществом» и т.д. [21]. В последнее время наблюдается тенденция к объединению в одном интегрированном отчете информации о финансово-экономической результативности компании с отчетностью в области устойчивого развития [21].

В декабре 2013 году была опубликована пилотная версия Руководства по интегрированной отчётности (IR1), о которой было заявлено, что это принципиально новое слово в нефинансовой отчётности, IR1 явилась результатом работы Международного комитета по интегрированной отчётности (International Intergrated Reporting Council, IIRC), сети участников пилотных проектов, а также ряда экспертов. В обсуждении пилотной версии IR1 могли принять участие все заинтересованные стороны. Участниками пилотных программ IIRC являются: 104 компании (включая три российские – «Роснефть», «Уралсиб» и «Росатом»), из которых: около 30 – представители аудиторских компаний, банков и других организаций, оказывающих финансовые услуги, 36 – представители инвестиционных структур [17]. Участниками российской сети IIRC являются: 11 компаний, из них финансовый сектор представляют три компании, сектор образования – три компании [17]. Остальные – единичные представители от атомной, нефтяной, консалтинговой отраслей и информационных технологий. Концепция IR1 основана на экономической модели In-Out, предполагающей анализ всех потребляемых организацией ресурсов в сопоставлении с производимыми в итоге её деятельности полезными продуктами, отходами, потерями, изменениями в социальной среде (социальном капитале) и пр.

Отчёт предлагается фокусировать на долгосрочной стратегии и изменении капиталов (финансового, природного, человеческого и пр.), как потребляемых, так и производимых. Поэтому отчёт должен быть

сконцентрирован не на «исторической» финансовой информации (за прошедший отчётный период) в сочетании с краткосрочным взглядом в будущее, а полностью быть основан на долгосрочной стратегии и финансовых перспективах. Тем самым компания может продемонстрировать целевой группе стейкхолдеров свою способность управлять бизнесом, гибко адаптируясь к изменяющимся внешним условиям (которые могут выражаться, например, в нехватке ресурсов, снижении их качества или доступности) и производить при этом продукты, способные генерировать устойчивый финансовый поток.

Как правило, нефинансовые отчеты предназначены для широкого круга заинтересованных сторон и имеют публичный характер, то есть являются внешними. Однако компания может подготовить и внутренний отчет, который будет адресован какой-либо узкой группе заинтересованных сторон, например сотрудникам, и будет доступен только этой целевой аудитории.

В России началом активной фазы нефинансовой отчетности принято считать 2000 год. В стране начинает увеличиваться рост числа компаний, публикующих нефинансовую отчетность, расширяться практика использования универсальных показателей и комплексного подхода к оценке нефинансовой деятельности предприятия. Рассмотрим распределение отчетов по отраслевой принадлежности российских компаний по состоянию на 11 февраля 2016 года, представленное в таблице 2.

На сегодняшний день, в Национальном Регистре нефинансовых отчетов зарегистрировано 160 компаний, предоставивших 635 отчетов, которые были выпущены в период с 2000 года [19]. В их числе: 52 экологических отчетов (ЭО), 269 социальных отчетов (СО), 204 отчетов в области устойчивого развития (ОУР), 87 интегрированных (ИО) и 23 отраслевых отчетов. Наибольшее количество отчетов представлено энергетическим (140) и нефтегазовым (118) сектором [19].

Сравнительная таблица компаний и опубликованных отчётов в разбивке по годам выпуска и отраслевой принадлежности за весь период развития отчётности в России (нарастающим итогом) представлена в приложении А.

Таблица 2 – Распределение отчетов по отраслевой принадлежности [19]

Отраслевая принадлежность компаний	Число компаний	Количество отчетов				
		ИО	ОУР	СО	ЭО	Итого
Нефтегазовая	19	0	81	9	28	118
Энергетика	40	53	40	42	5	140
Металлургическая и горнодобывающая	17	6	22	42	0	70
Производство машин и оборудования	2	2	0	0	0	2
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная	12	21	11	20	0	52
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная	4	0	0	4	15	19
Производство пищевых продуктов	9	0	17	21	0	38
Телекоммуникационная	10	2	5	20	0	27
Финансы и страхование	17	3	14	58	0	75
Жилищно-коммунальное хозяйство	4	0	0	12	1	13
Цементное производство и строительство	2	0	1	0	1	2
Образование, здравоохранение	5	0	0	12	0	12
Транспорт	5	0	3	10	2	15
Прочие виды услуг	4	0	8	2	0	10
Некоммерческие организации	5	0	3	15	0	18
ИТОГО	156	87	204	269	52	612
Отраслевые отчеты	4	0	1	22	0	23
ВСЕГО	160	87	205	291	52	635

В настоящее время существует около 20 различных стандартов нефинансовой отчетности. [20]. На практике наибольшее распространение получили следующие стандарты.

Стандарт ISO 26000 подготовлен по инициативе Международной организации по стандартизации (ISO) и опубликован в 2010 году. В разработке стандарта принимали участие около 400 экспертов в области КСО из более чем 90 стран, включая Россию. Стандарт ISO 26000 выделяет семь основных направлений, относящихся к КСО:

- организационное управление;
- права человека;
- трудовые практики;
- охрана окружающей среды;
- добросовестные деловые практики;
- проблемы, связанные с потребителями;
- участие в жизни сообществ и их развитие [23].

Руководство GRI – получившее международное признание, наиболее популярное руководство по нефинансовой отчетности, разработанное Глобальной инициативой по отчетности в 2000 году. Руководство предназначено для использования в качестве общепринятой системы нефинансовой отчетности в отношении экономических, экологических и социальных результатов деятельности компаний (триединый итог) в области устойчивого развития [23]. Руководство GRI дает рекомендации по соблюдению ряда принципов для обеспечения качества отчета:

- отчет должен быть сбалансированным, то есть отражать не только успехи организации, но и проблемы, с которыми она сталкивается, а также действия, предпринимаемые для их решения;
- отчет должен быть сопоставимым, то есть представленные в нем показатели должны быть приведены в сравнении с аналогичными цифрами за предыдущие отчетные периоды и, где это возможно и целесообразно, с отраслевыми показателями;
- отчет должен быть надежным, то есть представленная в нем информация должна быть собрана из достоверных источников, документально оформлена, обобщена и про- анализируется;

- отчет должен быть точным, то есть указывать на те методы, которые были использованы для сбора информации, и источники данных, которые позволили сделать содержащиеся в отчете выводы;

- отчет должен быть своевременным, то есть выходить в соответствии с заранее определенным графиком и в сроки, которые позволят заинтересованным сторонам принимать взвешенные решения в отношении организации на основании представленной в отчете информации;

- отчет должен быть написан доступным и понятным языком [23].

К преимуществам использования Руководства GRI относится то, что:

- данная система отчетности может использоваться организациями любого размера, отрасли и местоположения;

- данная система отчетности может внедряться в их практику постепенно (начиная с неполного перечня раскрытия тем и показателей, который затем будет расширяться);

- данная система отчетности позволяет сопоставлять отчеты между собой;

- процесс подготовки отчета способствует повышению эффективности управления системой КСО организации и развитию взаимодействия с заинтересованными сторонами [23].

Руководство GRI оказало положительное влияние на состояние и формат нефинансовой отчетности:

- стимулировало рост открытости и подотчетности со стороны разных организаций, включая государственные организации, малый бизнес, НКО и отраслевые ассоциации, к которым ранее не предъявлялись требования по открытой отчетности;

- призывало учитывать интересы всех групп стейкхолдеров и отвечать на широкий спектр общественных запросов;

- в процессе отчетности ориентировало на подготовку комплексного отчета, который предполагает анализ и представление полной картины деятельности компаний;

- ввело в практику отчётности существенные аспекты (выбросы в атмосферу, использование воды и энергии, обращение с отходами, безопасность продукции и пр.).

Серия стандартов AccountAbility (AA1000), разработанная британским Институтом социальной и этической отчетности, нацелена на повышение качества нефинансовой отчетности, прозрачности, подотчетности и устойчивости бизнеса за счет максимального вовлечения групп заинтересованных сторон и учета их мнений при анализе деятельности компании [22].

Серия стандартов AA1000 основана на трех базовых принципах:

- Вовлеченность. Для организации, которая признает свою ответственность перед заинтересованными сторонами, вовлеченность – это участие заинтересованных сторон в выработке ответственных стратегических решений в целях достижения устойчивого развития.

- Существенность. Существенность определяет актуальность и значимость проблемы для организации и ее заинтересованных сторон. Существенная проблема – это проблема, которая будет влиять на решения, действия и результативность организации или ее заинтересованных лиц.

- Реагирование – это осуществление мер, принимаемых организацией в ответ на проблемы заинтересованных сторон, которые влияют на ее результативность в области устойчивого развития и реализуются через решения и действия организации, а также в рамках процесса взаимодействия с заинтересованными сторонами[22].

В России основными системами отчетности, которые компании используют при подготовке нефинансовых отчетов, являются Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), Социальная хартия российского бизнеса и Базовые индикаторы результативности.

Рассмотрим таблицу 3, где отражено использование систем отчётности и руководств при подготовке отчётов в России.

Таблица 3 – Использование систем отчётности и руководств при подготовке отчётов¹ [24]

Количество систем отчётности	Система отчётности	Тип отчета	Количество компаний	Включая иностранные компании
Используется одна система отчётности	GRI (в том числе с отраслевыми приложениями)	Комплексные отчеты	43	7
		Некомплексные отчеты	1	0
		Англоязычные отчеты	3	2
	Другая (серия стандартов AA1000)		1	1
Используется более чем одна система отчётности	GRI и другие (AA1000, IR1, ISO 26000)	Комплексные отчеты	20 из них ГК «Росатом» и дочерние общества – 11	0
		Некомплексные отчеты	0	0
Свободная форма или без указания системы отчётности	-	Комплексные отчеты	8	4
		Некомплексные отчеты	1	0
		Англоязычные отчеты	13	4

Половина российских компаний, выпускающих комплексные отчёты, использует Руководство GRI в качестве единственной системы отчётности. Ещё около 25% компаний применяют комбинированный подход, обращаясь как к Руководству GRI, так и к другим руководствам, среди которых преобладают стандарты серии AA1000, Социальная хартия российского бизнеса и Глобальный договор ООН, ISO 26000 [24].

Свободную форму часто выбирают представительства зарубежных компаний, что объясняется, по всей видимости, соображениями

¹ Статистика по последним по времени публикации отчётам компаний (всего – 74 компании)

целесообразности – как правило, в их штаб-квартирах публикуются глобальные отчёты, подготовленные с использованием GRI. Отчёты, издаваемые в России, более ориентированы на местную аудиторию и её запросы, поэтому точное следование системе отчётности уступает место фокусу на региональных существенных темах.

Основными представителями нефинансовой отчетности в России на сегодняшний день являются крупные частные компании. Средние частные компании, муниципалитеты и компании с государственным участием пока еще только пытаются определиться в данной области и понять, насколько им необходима нефинансовая отчетность. Все еще велико непонимание роли и места нефинансовой отчетности в технологии корпоративного управления и как следствие, непонимание и недооценка эффекта от подготовки нефинансовой отчетности. Многие компании находятся в начале поиска эффективных форм нефинансовой отчетности и инструментов ее продвижения.

Продвижения идей нефинансовой отчётности в России, способы донесения этой информации потребителю практически не изменились: наиболее массовым решением остаётся формат публикации полной бумажной версии отчёта и pdf-версии (на сайте). В последнее время появились сигналы о том, что компании стали уделять больше внимания технологической стороне процесса: шире используются интерактивные версии отчётов, появились флешверсии с музыкальным сопровождением, есть примеры включения мини-роликов с видеообращением первого лица компании и т.д. Одним из таких примеров использования новых решений на базе информационных технологий может служить инициатива, реализованная на сайте ОАО «Сбербанк», чья нацеленность на высокотехнологичный подход к ведению бизнеса отражается и на практике нефинансовой отчётности. Читатель получил возможность сформировать кастомизированный отчёт, выбрав и сохранив только те разделы или элементы отчёта, которые представляют наибольший интерес для конкретного пользователя; одновременно действует 27 игровых приложений, используются и другие находки [17]. Объективно такие решения дают больше

возможностей для быстрого поиска, выбора и понимания нужной информации, оживляют процесс поиска, чтобы заинтересовать читателя. По мере накопления и анализа подобного опыта станет ясно, насколько востребованы технологические подходы такого рода потребителями отчётной информации, которым она адресована. Однако можно сказать, что сегодня возможности Интернета недостаточно используются российскими компаниями для активных коммуникаций.

Менее четверти организаций, выпускающих нефинансовые отчёты, присутствуют в социальных сетях. Единичные компании предоставляют возможность получить отчёт в формате мобильного приложения. Следует отметить также тенденцию сокращения публикации англоязычных версий нефинансовых отчётов российских компаний, что автоматически исключает доступ к ним со стороны зарубежных экспертов. В предыдущие периоды англоязычный вариант отчёта имели практически все компании, для многих из них важной целевой аудиторией были инвесторы и кредиторы. Большинство компаний и сегодня по-прежнему переводит отчёты на английский язык. Однако почти третья часть компаний этого не делает. Интересен и другой пример – компания «ВымпелКом» выпустила отчёт только на английском языке, что, возможно, является результатом оценки спроса на эту информацию, показавшей большую заинтересованность в этом продукте не внутри страны, а за её пределами.

В большинстве случаев отчёт – это практически единственный документ, комплексно представляющий сведения об ответственной деловой практике, который российские компании готовы предложить своим заинтересованным сторонам. В этом смысле представляет интерес инициатива ОАО «Уралкалий», пошедшего дальше. Помимо отчёта и раздела на сайте, компания предлагает ссылку на микросайт, в котором популярно объясняется роль и значение её продукции для общества. Если содержание этого источника информации будет развиваться, компания может получить интересный опыт выстраивания целевых коммуникаций с различными своими аудиториями.

Разделы корпоративных сайтов, посвящённые сведениям в области устойчивого развития или КСО, содержат мало оригинальных данных, которые бы дополняли отчёт или предоставляли более углублённый взгляд на те или иные темы. Как правило, такой дополнительной информацией являются корпоративные документы. Не учитываются отчёты иностранных компаний, подготовленных на русском языке: в их переводе на английский язык нет необходимости, т.к. головные компании, как правило, выпускают глобальные отчёты и, если считают необходимым, включают информацию о деятельности российских подразделений, а также пресс-релизы, посвящённые в основном реализации внешних социальных программ. Общей чертой профильных разделов сайтов большинства компаний является редкое обновление информации, что не помогает поддерживать интерес целевых аудиторий к данной тематике.

Несмотря на то, что некоторые крупные российские компании публикуют социальные отчеты, для современного бизнеса в России составление отчетов по международным стандартам не является обязательным. Но, существуют некоторые обстоятельства, стимулирующие развитие нефинансовой отчетности по МСФО:

- отчетность необходима для привлечения зарубежных инвесторов, т.к. нефинансовый отчёт может существенно улучшить позиции компании на переговорах (например, показатели экологической и в целом социальной устойчивости компании);
- нефинансовый отчет свидетельствует об открытости компании, а, следовательно, дает выход российской компании на международный фондовый рынок;
- социальный отчет – это эффективное средство повышения качества управления в компании, которое позволяет систематизировать реализуемые социальные программы.

В России имеет место, преимущественно, формальный, шаблонный подход к соблюдению требований стандартов и руководств нефинансовой отчетности и продвижению нефинансовой отчетности.

Компании оценивают нефинансовую отчетность преимущественно исходя из краткосрочных целей, и не соотносят процесс подготовки нефинансовой отчетности с преобразованием системы управления (путем встраивания в нее экологических и социальных вопросов).

На протяжении последних лет проявился интерес государства к нефинансовой отчетности компаний с государственным участием, что оказывает позитивное влияние на один из наименее прозрачных для общества сегментов российского бизнеса.

Следует отметить, что вместе с нефинансовой отчетностью в России развиваются и институты независимой оценки и подтверждения отчетов, в том числе в новой, развивающейся форме его внешней оценки – форме общественного заверения. Когда компания делает шаг навстречу открытости, решается на независимую оценку общественности, используя публичные процедуры верификации, она демонстрирует серьезное отношение к отчету и той информации, которую представляет внешнему сообществу. Тем не менее, большинство российских компаний воспринимают нефинансовую отчетность как акцию, не влияющую на реальную стратегию деятельности компании. Так, в 2010 году вообще не подвергались независимой проверке 40% нефинансовых отчетов, 36% проходили заверение с участием разных типов верификаторов (ученые, представители некоммерческих организаций), 10% отчетов имели профессиональное аудиторское заключение и лишь 14% применяли обе формы заверения.

Нефинансовые отчеты стали всего лишь инструментом взаимодействия крупнейших российских компаний с «узким кругом» заинтересованных сторон, получающих финансовый выигрыш от развития процесса. Роль внешнего заверения отчета достаточно высока, по мнению многих экспертов, она будет расти, поэтому важно, чтобы продолжали развиваться разные виды

независимого подтверждения, как профессиональное, так и общественное, которые дополняют друг друга и, решая различные задачи, помогают компаниям в их взаимодействии с внешним сообществом.

Внешняя независимая оценка нефинансовых отчётов является важным фактором повышения качества отчётности и взаимодействия с заинтересованными сторонами. Она служит повышению информационной открытости и прозрачности деятельности, способствует укреплению репутации компаний. Внешнее заверение помогает компаниям повысить качество управления процессом сбора данных и подготовки отчёта; заинтересованным сторонам даёт большую уверенность в достоверности представленной в отчёте информации. Внешнее заверение позволяет и компаниям, и потребителям информации удостовериться в корректности применения выбранной системы отчётности, снизить риск неточных толкований и противоречий. Общественное заверение отчётов – сравнительно новый инструмент в корпоративной практике управления КСО, который:

- получает распространение наряду с практикой профессионального заверения, развивается параллельно с ним;
- имеет своё предназначение (свой предмет), не заменяет, а дополняет заверение профессиональными организациями;
- характеризуется разнообразием форм: общественный совет, совет экспертов, панель стейкхолдеров, общественные слушания и др.

Внешняя верификация отчётов, как правило, не проводится компаниями в тех случаях, когда: они выпускают не комплексные отчёты или являются региональными подразделениями глобальных компаний.

В первом случае такое решение, возможно, обусловлено тем, что перед некомплексным отчётом ставятся минимальные цели: проинформировать аудиторию о некоторых аспектах деятельности компании, не претендуя на её полный охват. Публикации глобальных или зарубежных компаний зачастую представляют собой краткий вариант глобального отчёта. Поскольку глобальные отчёты в основном проходят внешнюю проверку, не возникает

необходимости в заверении краткой российской версии в том случае, если она является частью глобального отчёта

Компании, которые воздерживаются от внешнего заверения, руководствуются различными причинами, например, такими как отсутствие поставщиков услуги в том регионе, где находится головной офис компании, жёсткий график подготовки отчёта, неуверенность в том, что удастся получить положительное заключение верифицирующей организации или недооценка значения отчёта как инструмента взаимодействия с заинтересованными сторонами и управления репутацией.

Факторы, учитываемые в ходе оценки (верификации) отчётов:

- фактическая обоснованность утверждений;
- непротиворечивость представленной информации;
- раскрытие данных в динамике;
- освещение целей и результатов деятельности компании в контексте актуальных социально-экономических и экологических проблем;
- раскрытие результатов по отношению к поставленным целям;
- сбалансированность информации (анализ и освещение достижений и проблемных аспектов);
- включение в отчёт оценок и мнений заинтересованных сторон по вопросам, освещаемым в отчёте;
- раскрытие информации об управлении нефинансовыми аспектами деятельности компании, степени интегрированности этих вопросов в систему корпоративного управления и общую систему менеджмента;
- освещение корпоративной социальной и экологической политики, принципов деловой этики и механизмов их применения;
- раскрытие и документальное подтверждение процесса подготовки и независимой оценки отчёта.

Важно отметить, что общественное заверение проводится в отношении полного текста отчёта. По итогам общественного заверения компания получает свидетельство о прохождении верификации и рекомендации по дальнейшему

совершенствованию процесса отчётности. Компания может сделать по своему усмотрению это заключение публичным (опубликовать, разместить на сайте) или использовать для внутренних целей. В целом в России распространённость внешнего заверения отчётов соответствует общемировым тенденциям.

От компании, выпускающей нефинансовый отчет, ожидается не только демонстрация своих успехов, но и освещение проблемных моментов. Хотя может казаться, что это создает временную угрозу для репутации компании, в долгосрочной перспективе подобный риск компенсируется значительными преимуществами: более глубоким анализом результатов деятельности компании в области устойчивого развития, повышением доверия заинтересованных сторон, усовершенствованием системы управления рисками и ростом эффективности работы организации.

Рост популярности нефинансовой отчетности по всему миру привел к появлению огромного числа различных международных и национальных конкурсов и премий за лучшие отчеты [22]. Однако серьезного внимания заслуживают только наиболее крупные и авторитетные из них, победа в которых повышает престиж компании и объективно свидетельствует о ее серьезных достижениях в области КСО [22]. В России наиболее авторитетными конкурсами, в рамках которых происходит присуждение премий за достижения в области развития нефинансовой отчетности, являются:

- Ежегодный конкурс годовых отчетов рейтингового агентства «Эксперт РА»;
- Ежегодный конкурс годовых отчетов Фондовой биржи РТС и Московской межбанковской валютной биржи;
- Всероссийский конкурс «Лучшие российские предприятия. Динамика, эффективность, ответственность» Российского союза промышленников и предпринимателей [22].

Так, например, 11 ноября 2015 года состоялась XII Ежегодная практическая конференция «Годовой отчет: опыт лидеров и новые стандарты», которую организовало рейтинговое агентство Эксперт РА. На конференции

были озвучены итоги XVII ежегодного Конкурса годовых отчетов за 2014 год. По итогам конкурса состоялась церемония награждений компаний-победителей. Были вручены награды в 5 основных номинациях компаниям, чьи годовые отчеты оказались победителями ежегодного конкурса. Лучшим годовым отчетом в финансовом секторе стал отчет Группы ВТБ, а не в финансовом секторе - отчет «ФСК ЕЭС» [22]. За высокий уровень раскрытия информации о практике корпоративного управления награду получила компания АНК «Башнефть», а отчет компании «ТВЭЛ» был отмечен наградой за лучшую практику раскрытия бизнес-модели отрасли. Награда в номинации «Дизайн и полиграфия» среди компаний финансового сектора досталась «Газпромбанку», а в нефинансовом - компании «Уралкалий». Лучшим интерактивным отчетом стал отчет компании «РЖД». Кроме того, RAEX (Эксперт РА) выделил 3 специальных номинаций за качественное раскрытие различных разделов годовой отчетности [22]. Компания «Атомредметзолото» получила награду за качественное раскрытие информации о стратегии компании, в свою очередь отчет компании «Концерн Росэнергоатом» был отмечен за качественное раскрытие информации об устойчивом развитии. Компания «ТВЭЛ» получила второй диплом за высокий уровень раскрытия информации об инновационной деятельности.

Расширение практики нефинансовой отчетности в России можно пронаблюдать в следующих результатах:

- увеличивается количество компаний, которые выпускают нефинансовые отчеты (отчеты о корпоративной социальной ответственности, экологические, социальные отчеты и др.);
- увеличивается число компаний, раскрывающих информацию в отчетах по триединому итогу (экономическая, экологическая и социальная результативность);
- растёт объём раскрываемой информации (количественной и качественной), расширяется состав показателей;

- более полно представлены системы управления и управленческие подходы;
- получает всё большее распространение сообщение сведений о документальном оформлении позиций компаний в области КСО (стратегии, политики, регламенты, стандарты);
- чаще раскрывается позиция по взаимодействию с заинтересованными сторонами, хотя реже – результаты и оценка качества взаимодействия;
- отчётливо проявляется тенденция использования универсальных подходов к подготовке отчётов, ухода от свободной формы;
- наблюдается прогресс в повышении качества применения систем отчётности (корректность использования методических подходов, понимание требований, хотя проблемы остаются).

Исходя из выше сказанного, можно выделить следующие особенности развития нефинансовой отчетности в России: активное использование отчетности началось сравнительно недавно, преимущественно крупными российскими компаниями, отчетность регулируется четырьмя основными стандартами, и международный рынок вынуждает российские компании вести нефинансовую отчетность в соответствии с МСФО. Кроме того, следует отметить, что наблюдается тенденция к обязательности составления нефинансовой отчетности компаниями, и государство заинтересовано в развитии этой отчетности, но российские компании недооценивают ее роль. Вследствие увеличивающегося числа нефинансовой отчетности развиваются институты независимой оценки. В целом нефинансовая отчетность в корпоративном секторе в России развивается поступательно, в соответствии с мировыми тенденциями, становится все более распространенной практикой.

3 Анализ эффективности корпоративной социальной политики предприятия

3.1 Методы оценки эффективности корпоративной социальной политики предприятия

Как уже было отмечено ранее, все больше российских компаний позиционируют свою деятельность как социально ответственную и значимую, показывают свою приверженность принципам КСО, но как определить достоверность таких заявлений – становится острым вопросом для заинтересованных сторон компании. В сложившейся ситуации возникает необходимость количественной и качественной оценки уровня КСП таким образом, чтобы сами стейкхолдеры могли рассчитать показатели, используя открытую отчетность компания, не прибегая к конфиденциальной информации. Оценка корпоративной социальной политики позволяет проверить социально ответственную деятельность предприятия на исполнение экологического, налогового и трудового законодательства, стандартов, кодекса корпоративного управления и т.п. Помимо этого, оценка КСП влияет на повышение репутации и улучшение имиджа компании вследствие открытой публикации различных социальных расходов. Оценка КСП важна и для внутреннего пользования организации: с помощью полученных результатов компания может обнаружить недостатки в собственной КСП и найти пути совершенствования социальной деятельности.

Проблема оценки эффективности корпоративной социальной политики сводится к разработке унифицированной, конкретной процедуре или методике, определяющих эффективность социальных инвестиций (СИ), т.е. отношение затраченных ресурсов к полученному результату. Социальные инвестиции в данном случае подразумевают вложения финансовых ресурсов компании в решение проблем социального характера как внутри предприятия, так и во внешней среде, сопровождающиеся ростом капитализации компании. Ситуация осложняется многообразием направлений и форм социальных инвестиций,

как отмечалось ранее, корпоративная социальная политика направлена как на внутреннюю, так и на внешнюю среду компании. Кроме того, эффективность КСП можно рассматривать с двух точек зрения: как эффективность для компании и как для общества. В рамках данной работы наибольший интерес представляет оценка эффективности для самого бизнеса, т.е. обоснованы ли затраты на проведение КСП, помогают ли социальные инвестиции в развитии компании.

Также говоря об эффективности корпоративной социальной политики, стоит уделить внимание самому термину «эффективность». Понятие «эффективность» можно рассматривать в трех аспектах: экономичность, результативность, целесообразность. Экономичность подразумевает под собой соотношение полученных результатов к затраченным ресурсам, иными словами, эффективной можно назвать ту деятельность, которая с меньшими затратами дает возможность получить тот же результат. Результативность показывает отношение достигнутого результата к заданной цели, т.е. эффективной можно назвать ту деятельность, результаты которой в большей степени достигают поставленные цели. Целесообразность – это соотношение поставленных целей к существующим социальным проблемам: эффективной можно назвать ту деятельность, с помощью которой можно решить реально существующие социальные проблемы. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что «эффективность» – понятие комплексное и разностороннее. Если рассматривать эффективность с точки зрения экономичности, то это вопрос по большей части экономической направленности, если рассматривать со стороны результативности и целенаправленности, то это скорее вопрос управленческого и социального характера.

Таким образом, основная суть оценки эффективности корпоративной социальной политики сводится к определению корреляции между затратами на реализацию корпоративной социальной политики и показателями роста экономической деятельности предприятия, включая производительность труда, показатели деловой активности компании и т.п. Так, в Америке в 1999 году

было проведено исследование среди 500 наиболее крупных компаний, которое показало что добавленная стоимость у предприятий, реализующих основные принципы КСО, в два раза выше, чем у других, кроме того, у компаний, ориентированных на социальные и экологические нормы, отмечены лучшие экономические показатели по сравнению с остальными [25].

В настоящее время разработан ряд методик как российскими, так и зарубежными исследователями для оценки эффективности корпоративной социальной политики, но в каждом методе присутствуют как достоинства, так и недостатки. Как отмечалось ранее, единой унифицированной формы определения эффективности корпоративной социальной политики нет, поэтому рассмотрим несколько методик определения оценки корпоративной социальной политики предприятий.

Комплексная оценка эффективности КСП отражена в методике «Матрица эффективных социальных инвестиций и партнерства (ЭСИСП)». Данная методика была разработана в 2012 году Г.Л. Тульчинским, О.В. Олейником, Л.Э. Тульчинской А.Ф. Векслер в рамках проекта «Программа эффективных социальных инвестиций и партнерства».

ЭСИСП предполагает оценку эффективности СИ со стороны общества и самого бизнеса. Показатели эффективности социальных инвестиций рассмотрены в четырех аспектах:

- I. Показатели эффективности внешних социальных инвестиций с позиции общества;
- II. Показатели эффективности внутренних социальных инвестиций, оцениваемые с позиции социальной среды;
- III. Показатели эффективности внутренних (для рыночной среды бизнеса) социальных инвестиций, оцениваемые с точки зрения самого бизнеса;
- IV. Показатели эффективности внешних социальных инвестиций, оцениваемые со стороны бизнеса.

Перечисленные выше показатели представлены в таблице 4.

Главное условие оценки эффективности КСП предприятия – это успешность и стабильность.

Таблица 4 – Показатели эффективности социальных инвестиций [25]

Группа СИ	Направление СИ	Единица измерения	Динамика
Показатели эффективности I группы			
Развитие материальной среды	Охрана окружающей среды, безопасность	чел., тыс. руб.	За год
	Благоустройство, ЖКХ	тыс. руб./чел.	
Социальное и гуманитарное развитие	Социальная помощь	чел., тыс. руб.	За год
	Образование	тыс. руб./чел.	
	Культура и искусство	—	
	Здравоохранение	—	
	Конфессии	—	
	Спорт, здоровый образ жизни	—	
Показатели эффективности II группы			
Человеческий капитал	Рост заработной платы	чел.	% за год
	Рост компетентности	тыс. руб.	
	Охрана труда, техника безопасности	тыс. руб./чел.	
	Развитие корпоративной культуры	—	
Показатели эффективности III группы			
Потребители	Гарантийный ремонт и возврат	Количество случаев	% за год
	Победы, награды		
	Отсутствие исков		
Добросовестная практика	Отсутствие исков	Количество случаев	% за год
	Программы бизнес-бизнес		
	Совместные инициативы с конкурентами		
Показатели эффективности IV группы			
Внешние социальные инвестиции		Показатели	
Publicity = известность и узнаваемость		Рост в % за период СИ	
Relations = отношения с контактными группами		+; –; +/- за период СИ	
Activity = рост реализации (объема продаж), других показателей		Рост в % за период СИ	

Оценить финансовую надежность предприятия можно с разных сторон:

– для работников компании важна перспектива работы, уверенность в завтрашнем дне, стабильная заработная плата, реализация корпоративных программ;

– для государства и населения – исправная уплата налогов, обеспечение занятости населения, социальные программы, направленные в поддержку общества;

- для собственников – целесообразность дальнейшей деятельности предприятия;

- для контрагентов – платежеспособность и кредитоспособность предприятия.

Поэтому основной подход данной методики заключается в комбинации показателей, оценивающих надежность рассматриваемого предприятия, как для работников, так и для собственников, контрагентов, государства и населения в целом. Основными показателями оценки эффективности деятельности предприятия принято считать рентабельность хозяйственной деятельности и финансовую рентабельность. Авторы рассматриваемой методики сгруппировали данные показатели в четыре основные группы:

Забота – подразумевает внутренние социальные инвестиции, которые оцениваются с позиции общества (охрана труда и здоровья, инвестиции в человеческий капитал и т.п.).

Добросовестность – также оценивает внутренние социальные инвестиции, но с точки зрения бизнеса (инвестиции, направленные на развитие отношений с контрагентами).

Сопричастность – оценка внешних социальных инвестиций с позиции общества (ЖКХ, благоустройство, здравоохранение, образование, культура и т.п.).

Успех – подразумевает оценку внешних социальных инвестиций со стороны бизнеса (улучшение экономических показателей, рост известности, уважения и признания).

Рассмотренные группы показателей оценки эффективности СИ сгруппированы в виде матрицы, представленной на рисунке 3.

Представленная матрица оценки эффективности социальных инвестиций показывает, что добросовестная деловая практика, забота о персонале и корпоративное гражданство вместе создают условия для успешного ведения бизнеса. Далее на рисунке 4 представлены непосредственно сами индикаторы матрицы.

Получается, что в матрице используются такие показатели, которые учитывают особенности ведения российского бизнеса, удобны и просты для самоанализа и самооценки, а также включают критерии международных стандартов по корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности.

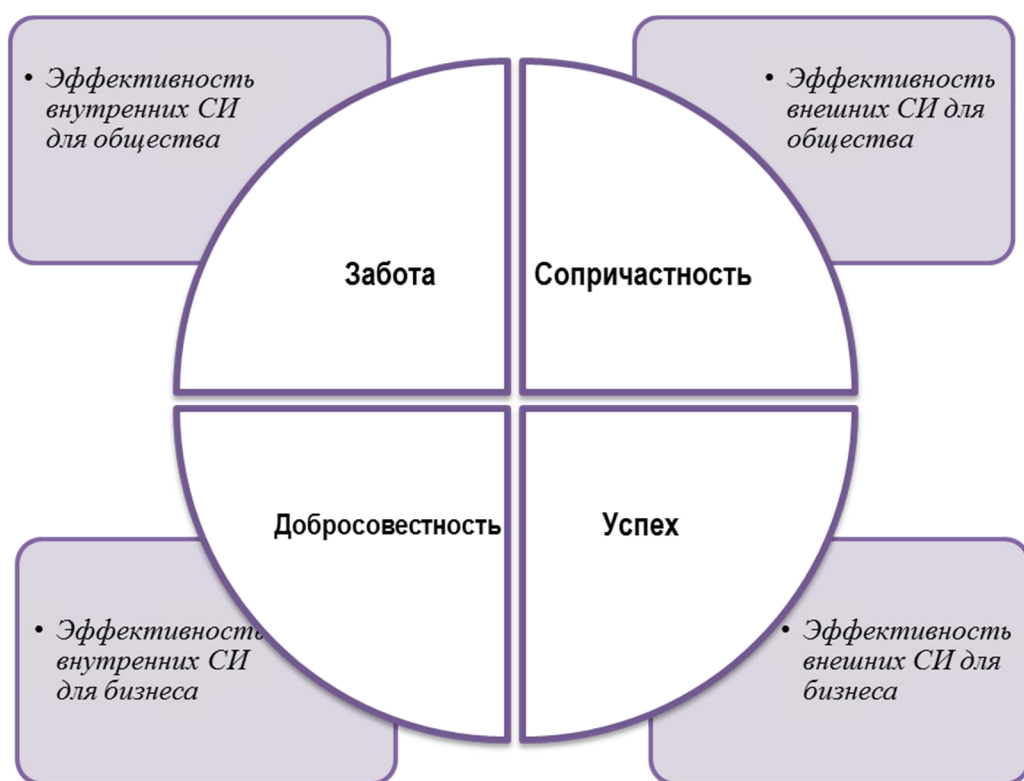


Рисунок 3 – Матрица оценки эффективности СИ

После оценки эффективности социальных инвестиций авторы методики приступают к разработке комплексной оценки результатов внутренних и внешних социальных инвестиций – составляют Рейтинг ЭСИСП. При составлении рейтинга сравнивают показатели результатов работ компании в пять этапов.

Изначально определяются ключевые направления корпоративной социальной ответственности, так называемых «номинаций», о которых говорилось ранее: забота, добросовестность, сопричастность, успех. Далее для каждой номинации выделяют основные показатели (их количество может

варьироваться, главное, учитывать важность индикаторов для целей эффективности социальных инвестиций).



Рисунок 4 – Индикаторы матрицы эффективности социальных инвестиций

Затем каждой группе индикаторов присваивают базовую сумму баллов. Базовую сумму баллов распределяют внутри каждой группы по отдельно взятым показателям: каждому индикатору присваивают определенную сумму базовых баллов. Количество баллов определяют исходя из важности рассматриваемого показателя. Основное условие – сумма базовых баллов в каждой номинации должна быть одинаковой, не зависимо от количества

выбранных показателей в каждой номинации. Непосредственно само распределение баллов осуществляет экспертный совет, учитывая ситуацию в регионе, целенаправленность социальных инвестиций. Кроме того, экспертный совет определяет дополнительные баллы за особо актуальные направления и формы социальных инвестиций. Информация о количестве и стоимости дополнительных баллов также доводится до сведения участников рейтинга. На следующем этапе определяют динамику индикаторов за определенный период (за год, пять лет и т.п.). Характеризует такую динамику процент изменения (рост или падение). И на заключительном этапе определяют количество набранных баллов по каждому показателю путем подсчета его процента от базовых баллов. Конечная сумма характеризует эффективность социальных инвестиций компании, как по отдельным направлениям инвестиций, так и в целом, а значит, полученный показатель отражает эффективность корпоративной социальной политики предприятия.

В ходе дальнейшего исследования авторами методики разработана информационная карта для представления исходных данных для расчетов, представленная на рисунке 5.

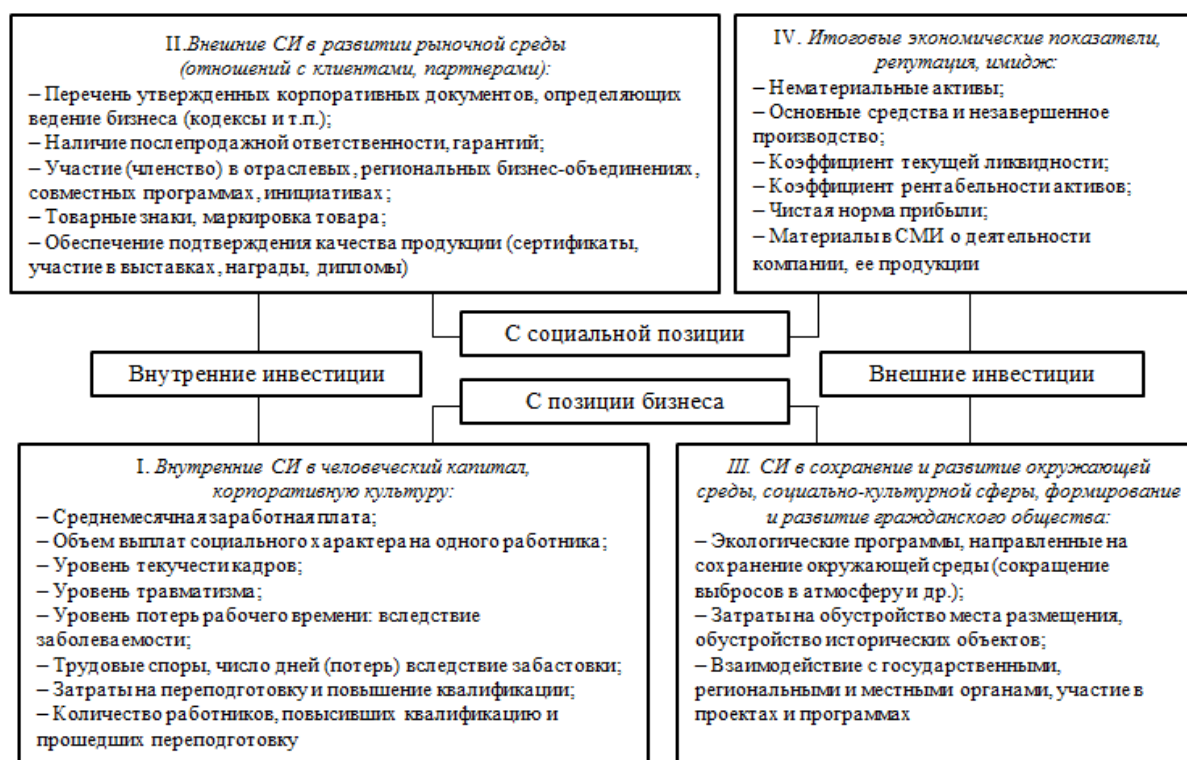


Рисунок 5 – Информационная карта [25]

Подводя итог, следует сказать, что данная методика оценки эффективности КСП направлена на анализ ключевых направлений реализации корпоративной социальной политики предприятия. Составление рейтинга ЭСИСП предполагает оценку эффективности ведения бизнеса по финансовым и экономическим показателям предприятия, размера и периодичности выплаты заработной платы, уплаты налогов.

Иная методика оценки корпоративной социальной политики предложена Д.В. Бобровым. Его методика основана на определении интегрального показателя или индекса эффективности КСП путем бальной оценки реализации ключевых направлений социальной политики. Корпоративная социальная политика рассматривается с точки зрения воспроизводства человеческого потенциала (ВПЧ). В методике отражены основные сферы КСП предприятия, определены направления рассматриваемых сфер, их ключевые показатели, а также предложены шкалы бальной оценки этих индикаторов.

Так, Бобров Д.В. в своей работе выделил четыре основные сферы и тринадцать направлений КСП, которые представлены на рисунке 6.



Рисунок 6 – Основные сферы и направления КСП

Автор методики для каждого направления четырех сфер КСП выделил ряд показателей, которые в полной мере отражают характеристику выбранного направления. Кроме того, для каждого показателя разработана балльная шкала оценки от 0 до 10 баллов. Рассмотрим, что представляют собой данные показатели в разрезе каждого направления сфер КСП.

В таблице 5 представлена оценка показателей в сфере труда по направлению «Оплата труда».

Таблица 5 – Оценка сферы труда КСП / Оплата труда [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Оплата труда</i>	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работника (тыс. руб.)	0–2 балла – от 1,5 тыс. руб. до 6 тыс. руб. 2,1–4 баллов – от 6,1 тыс. руб. до 18 тыс. руб. 4,1–6 баллов – от 18,1 тыс. руб. до 36 тыс. руб. 6,1–8 баллов – от 36,1 тыс. руб. до 54 тыс. руб. 8,1–10 баллов – от 54,1 тыс. руб. до 72 тыс. руб.
	Отношение суммарной задолженности по заработной плате к годовому фонду оплаты труда (%)	0–2 балла – от показателя более 20 % до 16,7%. 2,1–4 баллов – от 16,6 % до 8,3 %. 4,1–6 баллов – от 8,2 % до 4,1 %. 6,1–8 баллов – от 4 % до 2 %. 8,1–10 баллов – от 1,9 % до 0 %.
	Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы 10% наиболее высокооплачиваемых работников к аналогичному показателю 10% наименее оплачиваемых работников (кол. раз)	0–2 балла – от 50 и более раз до 30,1 раза. 2,1–4 баллов – от 30 до 20,1 раза. 4,1–6 баллов – от 20 до 10,1 раза. 6,1–8 баллов – от 10 до 5,1 раза. 8,1–10 баллов – от 5 до 3 раз.
	Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работника компании к аналогичному показателю в регионе (%)	0–2 балла – от показателя менее 50 % до 80 %. 2,1–4 баллов – от 81 % до 100 %. 4,1–6 баллов – от 101 % до 120 %. 6,1–8 баллов – от 121 % до 140 %. 8,1–10 баллов – от 141 % до 160 % и более.
	Степень удовлетворенности работников системой оплаты труда в целом (баллы, по 10-ти балльной шкале)	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Как видно из таблицы, эффективность направления сферы корпоративной социальной политики состоит как из количественных, так и из качественных показателей. Для расчета количественных показателей достаточно использовать информацию о компании, представленную в нефинансовой отчетности, а также статистические данные региона рассматриваемого предприятия.

В таблице 6 представлена оценка показателей в сфере труда по направлению «Организация и охрана труда».

Таблица 6 – Оценка сферы труда КСП / Организация и охрана труда [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Организация и охрана труда</i>	Отношение количества пострадавших от несчастных случаев на производстве к среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – от показателя более 13 % до 10 %. 2,1–4 баллов – от 9,9 % до 7 %. 4,1–6 баллов – от 6,9 % до 3 %. 6,1–8 баллов – от 2,9 % до 1 %. 8,1–10 баллов – от 0,9 % до 0 %
	Соотношение количества пострадавших в несчастных случаях на производстве к отработанным человеко-часам, умноженное на 1млн.	0–2 балла – от показателя более 0,62 до 0,58 2,1–4 баллов – 0,579 до 0,54 4,1–6 баллов – 0,539 до 0,50 6,1–8 баллов – 0,499 до 0,46 8,1–10 баллов – 0,459 до 0,42 и менее
	Отношение годовых расходов на охрану труда к среднесписочной численности работников (тыс. руб./чел.)	0–2 балла – до 7 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 7,1 до 11 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 11,1 до 15 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 15,1 до 19 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 19,1 до 23 тыс. руб./чел.
	Доля работников, занятых в условиях, не соответствующих установленным стандартам, в среднесписочной численности работников (%).	0–2 балла – от показателя более 50 % до 40 %. 2,1–4 баллов – от 39,9 % до 30 %. 4,1–6 баллов – от 29,9 % до 20 %. 6,1–8 баллов – от 19,9 % до 10 %. 8,1–10 баллов – от 9,9 % до 1 % и менее.
	Степень удовлетворенности работников системой организации и оплаты труда (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

В таблице 7 представлена оценка показателей в сфере труда по направлению «Социальное партнерство».

Таблица 7 – Оценка сферы труда КСП / Социальное партнерство [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Социальное партнерство</i>	Доля членов профсоюзов в Среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – от показателя менее 20 % до 30 %. 2,1–4 баллов – от 30,1 % до 40 %. 4,1–6 баллов – от 40,1 % до 50 %. 6,1–8 баллов – от 50,1 % до 60 %. 8,1–10 баллов – от 60,1 % до 70 % и более.
	Доля работников, охваченных отношениями по коллективному договору, к среднесписочной численности работников корпорации в целом (%)	0–2 балла – от показателя менее 25 % до 38 %. 2,1–4 баллов – от 38,1 % до 51 %. 4,1–6 баллов – от 51,1 % до 64 %. 6,1–8 баллов – от 64,1 % до 77 %. 8,1–10 баллов – от 77,1 % до 90 % и более.
	Отношение затрат на адаптацию и трудоустройство к Количеством высвобожденных работников (тыс. руб./чел.)	0–2 балла – от 4,5 до 18 тыс. руб./ чел. 2,1–4 баллов – от 18,1 до 54 тыс. руб./ чел. 4,1–6 баллов – от 54,1 до 108 тыс. руб./ чел. 6,1–8 баллов – от 108,1 до 162 тыс. руб./ чел. 8,1–10 баллов – от 162,1 до 216 тыс. руб./ чел.
	Степень удовлетворенности работников системой социального партнерства (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

В таблице 8 представлена оценка показателей в сфере труда по направлению «Производственное обучение и планирование карьеры».

Таблица 8 – Оценка сферы труда КСП / Производственное обучение и планирование карьеры [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Производственное обучение и планирование карьеры</i>	Доля работников, прошедших за отчетный год различные формы производственного обучения, в среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – от показателя более 12 % до 10%. 2,1–4 баллов – от 10,1 % до 20 %. 4,1–6 баллов – от 20,1 % до 30 %. 6,1–8 баллов – от 30,1 % до 40%. 8,1–10 баллов – от 40,1 % до 50 % и более.
	Отношение годовых расходов на производственное обучение и планирование карьеры к годовому фонду оплаты труда (%)	0–2 балла – от показателя менее 0,05 % до 0,3 %. 2,1–4 баллов – от 0,31 % до 0,7 %. 4,1–6 баллов – от 0,71 % до 1,1 %. 6,1–8 баллов – от 1,11 % до 1,5 %. 8,1–10 баллов – от 1,51 % до 1,9 % и более.
	Отношение годовых расходов на производственное обучение и планирование к количеству обучающихся работников (тыс. руб./чел.)	0–2 балла – до 5,9 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 6 до 8,9 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 9 до 11,9 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 12 до 14,9 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 15 до 18 тыс. руб./чел.
	Отношение суммарного годового времени обучения к количеству обучающихся работников (ч./чел.)	0–2 балла – до 19,9 ч./чел. 2,1–4 баллов – от 20 ч./чел. до 24,9 ч./чел. 4,1–6 баллов – от 25 ч./чел. до 29,9 ч./чел. 6,1–8 баллов – от 30 ч./чел. до 34,9 ч./чел. 8,1–10 баллов – от 35 ч./чел. до 40 ч./чел. и более.
	Отношение численности кадрового резерва к среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – от показателя менее 5 % до 10%. 2,1–4 баллов – от 10,1 % до 14 %. 4,1–6 баллов – от 14,1 % до 15 %. 6,1–8 баллов – от 15,1 % до 20 %. 8,1–10 баллов – от 20,1 % до 25% и более.
	Отношение количества уволенных в течение года к среднесписочной численности работников (текучесть кадров) (%)	0–2 балла – до 30%. 2,1–4 баллов – от 29,9 % до 20 %. 4,1–6 баллов – от 19,9 % до 10 %. 6,1–8 баллов – от 9,9 % до 5 %. 8,1–10 баллов – от 4,9 % до 2 % и менее.
	Степень удовлетворенности работников системой производственного обучения и планирования карьеры (баллы, по 10-ти бальной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Таким образом, для сферы труда корпоративной социальной политики выделен 21 показатель, в т.ч. по направлению «Оплата труда» – 5 показателей, «Производственное обучение и планирование карьеры» – 7 показателей, «Организация и охрана труда» – 5 показателей, «Социальное партнерство» – 4 показателя.

Далее будут рассмотрены показатели оценки сферы потребления КСП.

В таблице 9 представлена оценка показателей сферы потребления КСП по направлению «Реальная заработная плата».

Таблица 9 – Оценка сферы потребления КСП / Реальная заработная плата [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Реальная заработная плата</i>	Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работника (%)	0–2 балла – снижение от 25 % до 5 %. 2,1–4 баллов – от снижения на 4,9 % до сохранения ее величины. 4,1–6 баллов – увеличение от 0,1 до 0,5 официального индекса годовой инфляции. 6,1–8 баллов – увеличение от 0,51 до значения официального индекса годовой инфляции. 8,1–10 баллов – увеличение от 1,1 до 1,5 и выше официального индекса годовой инфляции.
	Соотношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работника с минимальным размером оплаты труда (кол. раз)	0–2 балла – до 1 раза. 2,1–4 баллов – от 1,1 раза до 3 раз. 4,1–6 баллов – от 3,1 раза до 6 раз. 6,1–8 баллов – от 6,1 раза до 9 раз. 8,1–10 баллов – от 9,1 раза до 12 раз и более.
	Индекс реальной заработной платы как отношение индекса номинальной заработной платы к индексу потребительских цен (кол. раз)	0–2 балла – до 0,94 раза. 2,1–4 баллов – от 0,941 раза до 0,97 раз. 4,1–6 баллов – от 0,971 раза до 1 раза. 6,1–8 баллов – от 1,001 раза до 1,03 раз. 8,1–10 баллов – от 1,031 раза до 1,06 раз и более.
	Степень удовлетворенности работников динамикой реальной заработной платы (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Для расчета показателей таблицы 9 необходимы макроэкономические показатели: минимальный размер оплаты труда и индекс потребительских цен.

В таблице 10 представлена оценка показателей сферы потребления КСП по направлению «Социальный пакет».

Для расчета показателей таблицы 10 потребуются данные, которые можно найти во внутренних отчетах компании, в т.ч. нефинансовый отчет.

В таблице 11 представлена оценка показателей сферы потребления КСП по направлению «Базовые социальные блага и услуги».

Таким образом, для сферы потребления корпоративной социальной политики выделено 14 показателей, в т.ч. по направлению «Реальная заработная плата» – 4 показателя, «Базовые социальные блага и услуги» – 6 показателей, «Социальный пакет» – 4 показателя.

Таблица 10 – Оценка сферы потребления КСП / Социальный пакет [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Социальный пакет</i>	Отношение суммарных ежегодных выплат социального характера к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 1,5 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 1,6 до 8,5 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 8,6 до 25 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 25,1 до 50 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 50,1 до 85 тыс. руб./чел.
	Отношение суммарных ежегодных выплат социального характера к годовому фонду оплаты труда (коэффициент социальной нагрузки) (%)	0–2 балла – до 2 %. 2,1–4 баллов – от 2,1 % до 4 %. 4,1–6 баллов – от 4,1 % до 6 %. 6,1–8 баллов – от 6,1 % до 8 %. 8,1–10 баллов – от 8,1 % до 10 % и более.
	Количество дополнительных льгот, гарантий и компенсаций, входящих в социальный пакет компании (ед.)	0–2 балла – до 3. 2,1–4 баллов – от 4 до 6. 4,1–6 баллов – от 7 до 10. 6,1–8 баллов – от 11 до 15. 8,1–10 баллов – от 16 до 20 и более.
	Степень удовлетворённости работников социальным пакетом (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Таблица 11 – Оценка сферы потребления КСП / Базовые социальные блага и услуги [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Базовые социальные блага и услуги</i>	Отношение годовых затрат на питание работников к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 5 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 5 до 10 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 10,1 до 15 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 15,1 до 20 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 20,1 до 25 тыс. руб./чел.
	Отношение годовых затрат на медицинское обслуживание к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 10 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 10,1 до 15 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 15,1 до 20 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 20,1 до 25 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 25,1 до 30 тыс. руб./чел.
	Отношение годовых затрат на санаторно-курортное обслуживание к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 2 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 2,1 до 4 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 4,1 до 6 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 6,1 до 8 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 8,1 до 10 тыс. руб./чел.
	Отношение годовых затрат на жилищные программы к количеству участников соответствующих программ (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 20 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 21 до 40 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 41 до 60 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 61 до 80 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 81 до 100 тыс. руб./чел.
	Отношение годовых выплат по корпоративным пенсионным программам к количеству пенсионеров-получателей по соответствующим программам (тыс. руб./чел.)	0–2 балла – до 20 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 20,1 до 30 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 30,1 до 40 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 40,1 до 50 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 50,1 до 60 тыс. руб./чел.
	Степень удовлетворённости работников качеством и структурой предоставляемых базовых благ и услуг (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Далее будут рассмотрены показатели оценки сферы воспроизводства потенциала человека как субъекта свободного времени.

В таблице 12 представлена оценка показателей сферы ВПЧ как субъекта свободного времени по направлению «Физическая культура и спорт».

Таблица 12 – Оценка сферы ВПЧ как субъекта свободного времени / Физическая культура и спорт [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Физическая культура и спорт</i>	Доля участников физкультурных и спортивных мероприятий в среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – до 20 %. 2,1–4 баллов – от 20,1 % до 30 %. 4,1–6 баллов – от 30,1 % до 40 %. 6,1–8 баллов – от 40,1 % до 50 %. 8,1–10 баллов – от 50,1 % до 60 % и более.
	Отношение годовых затрат на физическую культуру и спорт к Среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 1 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 1,1 до 2 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 2,1 до 3 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 3,1 до 4 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 4,1 до 5 тыс. руб./чел. и более.
	Доля затрат на физкультурные и спортивные мероприятия в выплатах социального характера корпорации (%)	0–2 балла – до 0,6 %. 2,1–4 баллов – от 0,61 % до 1,2 %. 4,1–6 баллов – от 1,21 % до 1,8 %. 6,1–8 баллов – от 1,81 % до 2,4 %. 8,1–10 баллов – от 2,41 % до 3 % и более.
	Степень удовлетворенности работников уровнем поддержки физической культуры и спорта (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

В таблице 13 представлена оценка показателей сферы ВПЧ как субъекта свободного времени по направлению «Культурно-массовые мероприятия».

Таблица 13 – Оценка сферы ВПЧ как субъекта свободного времени / Культурно-массовые мероприятия [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Культурно-массовые мероприятия</i>	Доля участников культурно-массовых мероприятий в Среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – до 30 %. 2,1–4 баллов – от 30,1 % до 40 %. 4,1–6 баллов – от 40,1 % до 50 %. 6,1–8 баллов – от 50,1 % до 60 %. 8,1–10 баллов – от 60,1 % до 70 % и более.
	Отношение годовых затрат на участников культурно-массовых мероприятия к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 1 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 1,1 до 2 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 2,1 до 3 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 3,1 до 4 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 4,1 до 5 тыс. руб./чел. и более.
	Доля затрат на участников культурно-массовых мероприятия в выплатах социального характера корпорации (%)	0–2 балла – до 0,6 %. 2,1–4 баллов – от 0,61 % до 1,2 %. 4,1–6 баллов – от 1,21 % до 1,8 %. 6,1–8 баллов – от 1,81 % до 2,4 %. 8,1–10 баллов – от 2,41 % до 3 % и более.
	Степень удовлетворенности работников уровнем поддержки культурно-массовых мероприятий (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

В таблице 14 представлена оценка показателей сферы ВПЧ как субъекта свободного времени по направлению «Активный отдых и туризм».

Таблица 14 – Оценка сферы ВПЧ как субъекта свободного времени / Активный отдых и туризм [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Активный отдых и туризм</i>	Доля участников мероприятий в области активного отдыха и туризма в среднесписочной численности работников (%)	0–2 балла – до 20 %. 2,1–4 баллов – от 20,1 % до 30 %. 4,1–6 баллов – от 30,1 % до 40 %. 6,1–8 баллов – от 40,1 % до 50 %. 8,1–10 баллов – от 50,1 % до 60 % и более.
	Отношение годовых затрат на мероприятия в области активного отдыха и туризма к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	0–2 балла – до 1 тыс. руб./чел. 2,1–4 баллов – от 1,1 до 2 тыс. руб./чел. 4,1–6 баллов – от 2,1 до 3 тыс. руб./чел. 6,1–8 баллов – от 3,1 до 4 тыс. руб./чел. 8,1–10 баллов – от 4,1 до 5 тыс. руб./чел. и более.
	Доля затрат на мероприятия в области активного отдыха и туризма в выплатах социального характера корпорации (%)	0–2 балла – до 0,6 %. 2,1–4 баллов – от 0,61 % до 1,2 %. 4,1–6 баллов – от 1,21 % до 1,8 %. 6,1–8 баллов – от 1,81 % до 2,4 %. 8,1–10 баллов – от 2,41 % до 3 % и более.
	Степень удовлетворенности работников уровнем поддержки мероприятий в области активного отдыха и туризма (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Принцип расчета количественных показателей таблиц 12, 13 и 14 одинаковый, изменяется только вид деятельности субъекта. Далее будут рассмотрены показатели оценки сферы КСП на определенной территории.

В таблице 15 представлена оценка показателей сферы КСП на определенной территории по направлению «Охрана окружающей среды».

Таблица 15 – Оценка сферы КСП на определенной территории / Охрана окружающей среды [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Охрана окружающей среды</i>	Доля затрат на охрану окружающей среды в совокупных социальных затратах корпорации (%)	0–2 балла – до 5 %. 2,1–4 баллов – от 5,1 % до 10 %. 4,1–6 баллов – от 15,1 % до 20 %. 6,1–8 баллов – от 20,1 % до 25 %. 8,1–10 баллов – от 25,1 % до 30 % и более.
	Доля затрат на охрану окружающей среды в чистой прибыли предприятия (%)	0–2 балла – до 1 %. 2,1–4 баллов – от 1,01 % до 2 %. 4,1–6 баллов – от 2,01 % до 3 %. 6,1–8 баллов – от 3,01 % до 4 %. 8,1–10 баллов – от 4,01 % до 5 % и более.
	Экспертная оценка деятельности компании по охране окружающей среды с учетом ее масштабов, прибыльности, отраслевой принадлежности (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

В таблице 16 представлена оценка показателей сферы КСП на определенной территории по направлению «Развитие социальной инфраструктуры».

Таблица 16 – Оценка сферы КСП на определенной территории / Развитие социальной инфраструктуры [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Развитие социальной инфраструктуры</i>	Доля затрат на развитие социальной инфраструктуры в совокупных социальных затратах корпорации (%)	0–2 балла – до 4 %. 2,1–4 баллов – от 4,01 % до 8,5 %. 4,1–6 баллов – от 8,51 % до 13 %. 6,1–8 баллов – от 13,01 % до 17,5 %. 8,1–10 баллов – от 17,51 % до 22 % и более.
	Доля затрат на развитие социальной инфраструктуры в чистой прибыли предприятия (%)	0–2 балла – до 0,8 %. 2,1–4 баллов – от 0,8 % до 1,5 %. 4,1–6 баллов – от 1,51 % до 3,2 %. 6,1–8 баллов – от 3,21 % до 3,9 %. 8,1–10 баллов – от 3,91 % до 4,6 % и более.
	Экспертная оценка деятельности компании по развитию социальной инфраструктуры с учетом ее масштабов, прибыльности, отраслевой принадлежности и т. д. (баллы, по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

В таблице 17 представлена оценка показателей сферы КСП на определенной территории по направлению «Сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность».

Таблица 17 – Оценка сферы КСП на определенной территории / Сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность [26]

Направление	Показатель	Оценка показателя в баллах
<i>Сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность</i>	Доля затрат на сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность в совокупных социальных затратах корпорации (%)	0–2 балла – до 1 %. 2,1–4 баллов – от 1,01 % до 2 %. 4,1–6 баллов – от 2,01 % до 4 %. 6,1–8 баллов – от 4,01 % до 5 %. 8,1–10 баллов – от 5,01 % до 6 % и более.
	Доля затрат на сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность в чистой прибыли предприятия (%)	0–2 балла – до 0,2 %. 2,1–4 баллов – от 0,21 % до 0,4 %. 4,1–6 баллов – от 0,41 % до 0,6 %. 6,1–8 баллов – от 0,61 % до 0,8 %. 8,1–10 баллов – от 0,81 % до 1 % и более.
	Экспертная оценка деятельности компании по сохранению региональных традиций, этносов и благотворительности с учетом ее масштабов, прибыльности, отраслевой принадлежности и т. д. (по 10-ти балльной шкале).	0–2 балла – полная неудовлетворенность 2,1–4 баллов – негативное отношение 4,1–6 баллов – нейтральное отношение 6,1–8 баллов – позитивное отношение 8,1–10 баллов – полная удовлетворенность

Стоит отметить, что в сфере КСП на определенной территории для качественной оценки показателей применяется экспертная оценка, не фигурирующая в остальных направлениях. Если степень удовлетворенности более субъективная оценка, то экспертная оценка предполагает более объективный взгляд, причем во взаимосвязи с особенностями предприятия.

После подсчета показателей направлений корпоративной социальной отчетности, следует расчет интегральных показателей, автор методики предлагает три варианта.

1. Интегральный показатель, показывающий уровень направления КСП, пример расчета в формуле 1.

$$I_p = \frac{\sum_{i=1}^n b p_i}{n}, \quad (1)$$

где I_p – индекс по направлению КСП, n – количество показателей направления, $b p_i$ – балльная оценка i -го показателя направления.

2. Интегральный показатель на уровне сферы КСП (сферовый индекс), пример расчета в формуле 2.

$$I_s = \frac{\sum_{i=1}^m I p s_i}{m}, \quad (2)$$

где I_s – сферовый индекс, m – количество направлений КСП сферы, $I p s_i$ – индексы по направлениям КСП данной сферы.

3. Интегральный показатель на уровне предприятия в целом, по мнению Д.В. Боброва, этот показатель и есть индекс эффективности КСП. Расчет данного показателя представлен в формуле 3.

$$I_{сз} = \frac{\sum_{i=1}^k I s_i}{k}, \quad (3)$$

где $I_{сз}$ – индекс эффективности КСП, k – количество сфер КСП, $I s_i$ – сферовые индексы конкретного предприятия.

Поскольку в основе оценки показателей направлений КСП лежит десятибалльная шкала, то ранжирование значения интегрального показателя должно быть в этом же диапазоне. Ранжирование значения интегрального показателя представлено в таблице 18.

Таблица 18 – Ранжирование интегрального показателя

Диапазон ранжирования	Эффективность КСП
0–2 балла	Неэффективная КСП
2,1–4 балла	Низкий уровень
4,1–6 баллов	Средний уровень
6,1–8 баллов	Нормальный уровень
8,1–10 баллов	Высокий уровень
Примечание: таблица составлена автором	

Данный метод позволяет получить значения интегральных и частных оценок эффективности КСП, что подтверждает объективную оценку уровня социальной ответственности предприятия. Кроме того, с помощью методики Д.В. Боброва возможно сравнить направления корпоративной социальной политики независимо от размера компании и ее отраслевой принадлежности.

Другая методика оценки эффективности КСП предложена А.П. Жойдиком. Автором методики разработана система показателей комплексной оценки, которая позволяет сравнивать компании и составлять рейтинг предприятия. Разработанная система показателей включает 21 пункт, объединенных в шесть групп [27]. На рисунке 7 перечислены показатели комплексной оценки КСП. Наибольшее количество показателей относится к группе показателей социальных инвестиций и эффективности расходов на оплату труда (4), показателей расходов на природоохранную деятельность (5) и социальных показателей найма и развития персонала (4). Стоит отметить, что в данной системе появилась группа показателей, не встречавшаяся в ранее рассмотренных методиках, – это показатели инновационной активности

предприятия. Информацию для расчета данных показателей можно взять из годового и нефинансового отчетов предприятия.

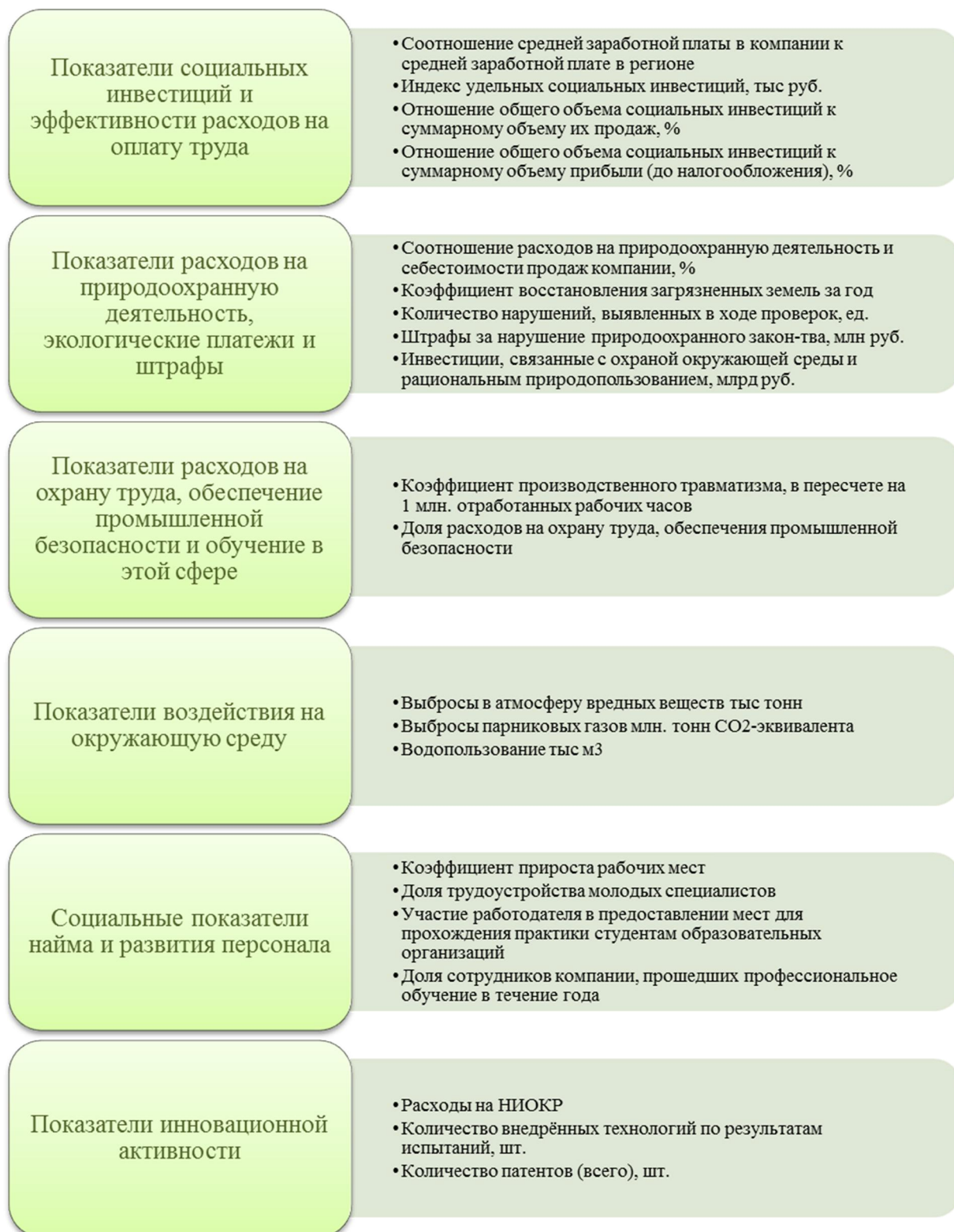


Рисунок 7 – Система показателей комплексной оценки КСП [27]

Если рассматривать КСП по данной методике в рамках одного предприятия, то следует анализировать показатели оценки эффективности КСП в динамике, как такого интегрального показателя не предусмотрено. В случае сравнения нескольких компаний выставляется рейтинг по каждому из показателей, если информация по какому-либо показателю отсутствует, то предприятие в рейтинге определяется на последнее место. В заключении подсчитывается итоговая сумма баллов по каждому предприятию и проставляется соответствующий рейтинг. Данная методика может использоваться как для составления отраслевых рейтингов, так и для внутреннего пользования.

Исходя из того, что основой корпоративной социальной политики является КСО, стоит рассмотреть методику оценки уровня социальной ответственности компании. Фактически, чем выше уровень КСО, тем больше обязательств берет на себя предприятие, что приводит к расширению спектра направлений социальной политики или наращиванию объемов социальных инвестиций по уже имеющимся направлениям и мероприятиям КСП компании.

Основная методика оценки уровня КСО, наиболее часто встречающаяся в научных работах, – это методика, предложенная Н.А. Кричевским и С.Ф. Гончаровым. Данная методика содержит количественные и качественные показатели оценки эффективности КСО, но, стоит отметить, отсутствуют показатели, характеризующие экономическую деятельность предприятия.

Авторы методики выделяют три группы показателей, оценивающих уровень КСО предприятия: показатели КСО перед работниками, окружающим сообществом и показатели экологической ответственности. Перечень количественных показателей представлен в таблице 19.

Как видно из таблицы, наибольшее внимание уделяется группе показателей, оценивающих социальную ответственность перед работниками.

Таблица 19 – Количественные показатели оценки корпоративной социальной ответственности на предприятии [28]

Наименование показателя	Формула расчета	Пояснения к формулам
<i>Показатели социальной ответственности перед работниками</i>		
Коэффициент роста заработной платы (Крзп)	$Крзп = \frac{ЗП_{ср_n}}{ЗП_{ср_{n-1}}} \times 100\%$	ЗП _{ср_n} – среднемесячная заработная плата в отчетном году; ЗП _{ср_{n-1}} – среднемесячная заработная плата в предыдущем году
Коэффициент текучести кадров (Ктк)	$Ктк = \frac{ТК_{ср_n}}{Ч_{обш_n}} \times 100\%$	ТК _{ср_n} – средняя текучесть кадров в отчетном году; Ч _{обш_n} – общее число сотрудников в отчетном году
Коэффициент приема на работу молодых специалистов (Кмс)	$Кмс = \frac{Ч_{мс_n}}{Ч_{обш_n}} \times 100\%$	Ч _{мс_n} – количество принятых на работу в отчетном году молодых специалистов.
Коэффициент роста образовательного уровня сотрудников (Коу)	$Коу = \frac{Ч_{оу_n}}{Ч_{обш_n}} \times 100\%$	Ч _{оу_n} – число сотрудников, прошедших переобучение, повышение квалификации, получивших вторую профессию
Коэффициент производственного травматизма (Кпт)	$Кпт = \frac{ПТ_n}{ПТ_{n-1}} \times \frac{Ч_{обш_{n-1}}}{Ч_{обш_n}} \times 100\%$	ПТ _n и ПТ _{n-1} – число произошедших несчастных случаев на производстве в отчетном и предыдущем годах
Коэффициент затрат на социальную защиту (Ксзр ₁)	$Ксзр_1 = \frac{\sum Асзр_n}{\sum Асзр_{n-1}} \times \frac{Ч_{обш_{n-1}}}{Ч_{обш_n}} \times 100\%$	Асзр _n и Асзр _{n-1} – затраты на социальные нужды персонала организации в отчетном и предшествующем годах
Коэффициент отношения социальных расходов к чистой прибыли (Ксзр ₂)	$Ксзр_2 = \frac{\sum Асзр_n}{ЧП_n} \times 100\%$	ЧП _n – чистая прибыль в отчетном году
<i>Показатели социальной ответственности перед окружающим сообществом</i>		
Коэффициент расходов на социальную поддержку сообщества (Кпос ₁)	$Кпос_1 = \frac{\sum А_{пос_n}}{\sum А_{пос_{n-1}}} \times 100\%$	А _{пос_n} и А _{пос_{n-1}} – показатели расходов на социальную поддержку окружающего сообщества в текущем и предшествующем годах
Коэффициент отношения расходов на социальную поддержку окружающего сообщества к чистой прибыли (Кпос ₂)	$Кпос_2 = \frac{\sum А_{пос_n}}{ЧП_n} \times 100\%$	ЧП _n – чистая прибыль в отчетном году
<i>Показатели социальной ответственности перед окружающим сообществом</i>		
Коэффициент затрат на охрану окружающей среды к чистой прибыли (Кос)	$Кос = \frac{Зос_n}{ЧП_n} \times 100\%$	Зос _n – затраты на охрану окружающей среды в отчетном году

Кроме количественных показателей авторами методики предложены показатели качественной оценки КСО предприятия:

– наличие коллективного договора;

- существование организационной структуры, отвечающей за КСО;
- публикация нефинансового отчета в области КСО;
- наличие мероприятий по ведению добросовестной деловой практики;
- отношение общества к мероприятиям в области КСО.

Оцениваются качественные показатели с помощью интегрального показателя (Пк):

$$П_k = \frac{1}{i} \sum_{j=1}^i П_j \quad (4)$$

где i – количество качественных показателей, $П_j$ – качественный показатель (если $П_j$ присутствует, то значение равно 1, если нет, то 0).

После вычисления показателей Н.А. Кричевский и С.Ф. Гончаров предлагают вычислить средний количественный показатель, а затем скорректировать в соответствии с качественным показателем.

Таким образом, рассмотрев методики оценки эффективности КСП, можно выделить основные аспекты каждого из методов. Сравнительный анализ методик представлен в приложении X. Исходя из сравнительной таблицы методик оценки эффективности КСП, можно сделать вывод, что методика ЭСИСП охватывает наибольшее количество направлений КСП, но ее оценка требует привлечения экспертного мнения, определить эффективность самостоятельно заинтересованными сторонами не представляется возможным. Методики А.П. Жойдика и Н.А. Кричевского, С.Ф. Гончарова оценивают достаточно узкий спектр направленности КСП, к тому же, сложно интерпретировать результат оценки эффективности КСП. Методика Д.В. Боброва направлена на оценку воспроизводства потенциала человека, в связи чем не учтены показатели взаимодействия с государством и партнерами по бизнесу. Тем не менее, данная методика позволяет произвести расчеты, как сотрудниками самого оцениваемого предприятия, так и заинтересованными сторонами, кроме того, методикой предусмотрен конечный интегральный показатель, показывающий эффективность КСП, в отличие от других рассмотренных методик. Именно поэтому для оценки эффективности

корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть» будет применена методика Д.В. Боброва.

3.2 Анализ корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть»

В рамках данной работы оценка эффективности корпоративной социальной политики будет выполнена на примере ОАО «НК «Роснефть». Выбор данной компании обусловлен следующими причинами:

- компания является лидером нефтегазовой промышленности России, которая играет важную роль в экономике страны;
- ОАО «НК «Роснефть» ведет активную политику в области КСО;
- компания ежегодно выпускает отчет об устойчивом развитии, следует международным стандартам при составлении отчетности.

Прежде чем перейти к оценке эффективности КСП рассмотрим основные направления социальной политики Компании. В 2009 году ОАО «НК «Роснефть» приняла политику в области устойчивого развития, в соответствии с которой компания определяет 4 сферы КСП: персонал, бизнес-сообщество, общество и промышленная безопасность, охрана труда и окружающей среды (ПБОТОС). На рисунке X отражены основные направления перечисленных выше сфер КСП. Помимо представленных направлений ОАО «НК «Роснефть» ведет активную политику по противодействию коррупции, так в 2014 году принята Политика в области противодействия вовлечению в коррупционную деятельность. В Компании приняты нормативные акты, направленные на устранение репутационных и правовых рисков, Кодекс деловой и корпоративной этики, соблюдение которого обязательно для всех сотрудников компании. Также Компания использует прозрачные механизмы сделок и внедряет эффективные закупочные процедуры.

При компании создан Совет пенсионеров – ветеранов войны и труда ОАО «НК «Роснефть». Совет был учрежден в 1985 году, его основная деятельность сосредоточена на реализацию программ, направленных на

оказание материальной помощи, медицинской и социальной защиты пенсионеров, привлекая отечественных и зарубежных инвесторов и спонсоров [29].



Рисунок 8 – Направления КСП ОАО «НК «Роснефть»

Приступая к оценке эффективности корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть» по методике Д.В. Боброва следует обозначить ряд допущений и ограничений:

- будет рассчитана только количественная оценка политики в связи с отсутствием возможности оценки качественных показателей;
- расчет показателей будет проводиться за четыре года: с 2011 по 2014 год;
- исходной информацией для расчета показателей будет являться годовой отчет Компании и отчет в области устойчивого развития.

Непосредственно расчет количественных показателей приведен в приложении 20, а в таблице X на основе этих расчетов показаны интегральные показатели эффективности КСП.

Таблица 20 – Интегральные показатели оценки эффективности КСП ОАО «НК «Роснефть»

Показатель	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	Среднее значение
<i>Is (сфера ВПЧ как труженика)</i>	7,4	8,1	8,3	8,5	8,1
<i>Is (сфера ВПЧ как потребителя)</i>	6,8	7,4	7,0	6,2	6,8
<i>Is (сфера ВПЧ как субъекта свободного времени)</i>	7,3	7,4	7,4	7,5	7,4
<i>Is (сфера ВПЧ как жителя определенной территории)</i>	7,0	7,1	7,9	6,8	7,2
Iсз (эффективность КСП)	7,1	7,5	7,7	7,3	7,4
Примечание: таблица составлена автором					

Анализируя полученные данные, стоит отметить, что корпоративная социальная политика ОАО «НК «Роснефть» наиболее эффективна в сфере воспроизводства потенциала человека как труженика, кроме того, прослеживается положительная динамика интегрального показателя. Если рассматривать детально данную сферу, то наиболее эффективно социальная политика реализуется по направлению «организация и охрана труда», наименее эффективно – по направлению «производственное обучение и планирование», что связано, прежде всего, с небольшими расходами на мероприятия по данному направлению и высокой текучестью кадров компании.

На втором месте по эффективности реализации КСП компании находится сфера воспроизводства потенциала человека как субъекта свободного времени, диапазон изменения интегрального показателя достаточно

мал, но, тем не менее, динамика положительная. Наибольшее количество сотрудников задействовано в культурно-массовых мероприятиях, наименьшее – в активном отдыхе и туризме. Расчет показателей по направлениям данной сферы показал недостаточность годовых социальных расходов по направлениям по отношению к среднесписочной численности работников компании.

Третье и четвертое место по эффективности КСП Компании заняли соответственно сферы воспроизводства потенциала человека как жителя определенной территории и как потребителя, также наблюдается отрицательная динамика интегральных показателей рассматриваемых сфер, особенно существенно снижение эффективности сферы ВПЧ как потребителя.

Сфера ВПЧ как жителя определенной территории до 2013 года показывала положительную динамику показателей, а в 2014 году интегральный показатель значительно снизился, показал уровень эффективности ниже, чем даже в 2011 году. Такая ситуация связана с сократившимися социальными расходами на благотворительность по отношению к чистой прибыли компании, хотя направление «сохранение региональных традиций» демонстрирует наибольшую эффективность по сравнению с другими направлениями рассматриваемой сферы. Наименее эффективное направление – это «развитие социальной инфраструктуры», доля социальных затрат невелика по отношению к чистой прибыли компании.

В сфере ВПЧ как потребителя наиболее результативно направление «реальная заработная плата», но, в 2014 году показатель по данному направлению значительно снизился по сравнению с предыдущими годами, это можно объяснить более быстрым темпом роста стоимости потребительской корзины населения по сравнению с темпом роста заработной платы работников. Достаточно низкий показатель эффективности по направлению «базовые социальные блага и услуги», что объясняется недостаточностью социальных расходов на медицинское обслуживание и пенсионные программы. Наиболее эффективны расходы на жилищные программы для работников компании,

интегральный показатель достигает максимального значения на протяжении четырех лет. Рассматривая показатели по «социальному пакету» стоит обратить внимание на недостаточность ежегодных выплат социального характера.

Рассмотрев сферовые индексы, следует перейти к интегральному показателю эффективности КСП компании. Так, общий показатель эффективности до 2013 года демонстрировал положительную динамику, а в 2014 году опустился до уровня 7,3. Тем не менее, если следовать таблице ранжирования балльных оценок, предложенной Д.В. Бобровым, то с 2011 по 2014 года ОАО «НК «Роснефть» обладает *нормальным* уровнем эффективности корпоративной социальной политики. Не смотря на разные значения интегрального показателя за данный период, значения попадают в интервал от 6,1 до 8,0 баллов.

Так, применив методику Д.В. Борова, удалось дать количественную оценку эффективности корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть» с точки зрения воспроизводства потенциала человека.

Проанализировав интегральные показатели эффективности можно выделить основные направления, требующие развития, и дать рекомендации для дальнейшего совершенствования корпоративной социальной политики компании:

1. производственное обучение и планирование: увеличить финансирование по данному направлению, реализация эффективных программ мотивации персонала с целью снижения текучести кадров;
2. социальный пакет: увеличить и расширить ежегодные выплаты социального характера;
3. базовые социальные блага и услуги: пересмотреть структуру социальных расходов, увеличить расходы на медицинское обслуживание работников и на корпоративные пенсионные программы, путем снижения затрат на жилищные программы;
4. активный отдых и туризм: разработать мероприятия по привлечению большего количества сотрудников к туристической деятельности;

5. развитие социальной инфраструктуры: разработка и реализация инвестиционных мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры.

6. регулярный и тщательный контроль над выполнением поставленных задач, намеченных социальных мероприятий и расходованием социальных инвестиций.

Данные рекомендации позволят эффективно использовать возможный потенциал корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть».

Заключение

Развитие и эффективное управление корпоративной социальной политикой российских предприятий может обеспечить устойчивое развитие самой организации, а также укрепить и повысить конкурентные позиции на международном рынке. Следуя принципам корпоративной социальной ответственности при реализации КСП, бизнес содействует решению острых социальных и экологических проблем в стране, косвенно помогая государству в осуществлении социальной политики.

Автором представлена многогранность трактовок понятия «корпоративная социальная политика», основой которого является концепция корпоративной социальной ответственности. Отсутствие в теории единого определения КСП объясняется разным уровнем развития КСО в странах, тем не менее, общие положения КСП сводятся устойчивому развитию предприятия, улучшению качества жизни человека и добросовестному ведению бизнеса. В работе определены основные направления КСП российских предприятий, такие как: соблюдение правовых и законодательных основ, социально-трудовые отношения на предприятии, благотворительность, добросовестное ведение бизнеса, экологическая политика.

В исследовании автором рассмотрена специфика основных моделей КСО. Так, американская модель характеризуется минимальным вмешательством государства и добровольной инициативой компаний в развитии КСО, а в европейской модели государство принимает активное участие в вопросах социальной ответственности, большое внимание уделяется социальной защите населения. Основой японско-китайской модели являются культурные традиции и моральные принципы при активной позиции государства, исламская модель базируется на принципах социально-экономической справедливости страны. В России не сформировалось ярко выраженной модели, тем не менее, явно прослеживаются черты европейской модели КСО.

При изучении нормативного регулирования КСО автором рассмотрены основные документы, регламентирующие социальную деятельность предприятий. Развитие КСП в России во многом зависит от активности политики государства в данной сфере, следует разрабатывать и внедрять законодательные основы для интеграции принципов КСО в российскую практику. Автором отмечена тенденция увеличения количества выпускаемых нефинансовых отчетов российскими предприятиями, преимущественно крупными отраслевыми компаниями. Развитие нефинансовой отчетности в России предполагает соблюдение принципов, отраженных в международных стандартах (GRI, AA1000, ISO 26000), практику внешнего заверения нефинансовой отчетности, использование унифицированной формы составления отчетов и увеличение объема раскрываемой информации.

Наличие открытой отчетности компаний позволяет оценить проводимую КСП. В работе рассмотрены такие методики оценки эффективности КСП как «Матрица эффективных социальных инвестиций и социального партнерства», методики Д.В. Боброва, А.П. Жойдика и Н.А. Кричевского. Автором проведен сравнительный анализ рассматриваемых методик, определены преимущества и недостатки каждого из методов. Методика ЭСИСП охватывает наибольший спектр направлений КСП для оценки среди представленных методик, методики А.П. Жойдика и Н.А. Гончарова не позволяют интерпретировать результаты оценки. Для анализа эффективности КСП ОАО «НК «Роснефть» автор выбрал методику Д.В. Боброва, т.к. данный метод предусматривает показатели, доступные для расчета и интерпретации.

Так, решив поставленные задачи диссертационной работы, автор достиг цели исследования: в ходе проведенной оценки корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть», был определен нормальный уровень эффективности КСП рассматриваемой компании. По десятибалльной шкале компания в 2014 году набрала 7,3 балла. В связи с этим автором предложен ряд рекомендаций по использованию возможного потенциала корпоративной социальной политики ОАО «НК «Роснефть».

Список публикаций

1. Богданова В.Е. Особенности развития нефинансовой отчетности в России // XI Международная научно-практическая конференция «Экономические науки и прикладные исследования: фундаментальные проблемы модернизации экономики России» (18–22 ноября 2014г.): Сборник научных трудов. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. С. 26–29.

2. Вихрева В.Е. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом: по какому пути идет Россия // IV Международная конференция школьников, студентов, аспирантов, молодых ученых «Ресурсоэффективные системы в управлении и контроле: взгляд в будущее» (Томск, 5–10 октября 2015 г.): Сборник научных трудов. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. С. 102–106.

3. Вихрева В.Е. Основные направления реализации корпоративной социальной политики современных российских предприятий // IV Международная конференция школьников, студентов, аспирантов, молодых ученых «Ресурсоэффективные системы в управлении и контроле: взгляд в будущее» (Томск, 5–10 октября 2015 г.): Сборник научных трудов. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. С. 98–102.

Список использованных источников

1. Шишкина Н. Социальная политика как фактор успешности страны [Электронный ресурс] // Сайт Центр научной политической мысли и идеологии. 22.12.2014. URL: <http://rusrand.ru/analytics/sotsialnaja-politika-kak-faktor-uspeshnosti-strany> (дата обращения: 11.04.2016).
2. Нехода Е.В. Корпоративная социальная политика: подходы к оценке эффективности // Журнал «Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики». 2014. №5. С. 309–315.
3. Долгорукова И.В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: модели и практики: автореф. дис. ...д-ра соц. наук / Российский государственный социальный ун-т. М., 2011. 47 с.
4. Корпоративная социальная ответственность: современные аспекты менеджмента: учеб. пособие / под ред. Измалковой С.А. Орел: Изд-во УНПК, 2013. 174 с.
5. Дамбовская А.А. Методика диагностики внутреннего и внешнего направлений развития корпоративной социальной политики // Журнал «Российское предпринимательство». 2015. № 13. Том 16. С. 2035–2044.
6. Google и возобновляемые источники электроэнергии [Электронный ресурс] / Сайт компании «ВИМАКС Инжиниринг». 2013. URL: <http://generator-kiev.com/google-i-vozobnovlyaemyie-istochniki-elektroenergii.html> (дата обращения: 01.04.2016).
7. Google инвестировал \$12 млн. в возобновляемые источники электроэнергии в ЮАР [Электронный ресурс] / Новостное интернет издание Хроника мировых событий. 2014. URL: <http://hronika.info/obwestvo/2218-google-investiroval-12-mln-v-vozobnovlyaemye-istochniki-elektroenergii-v-yuar.html> (дата обращения: 21.02.2016).
8. Социальная ответственность [Электронный ресурс] / Официальный сайт «Джонсон & Джонсон». 2012. URL: <https://www.jnj.ru/socialnaya-otvetstvennost/> (дата обращения: 15.02.2016).

9. «Нестле» выпустила новый социальный отчет 2013 [Электронный ресурс] // Журнал «Устойчивы бизнес». 18.04.2014. URL: <http://csrjournal.com/7196-nestle-vypustila-novyuy-socialnyy-otchet-2013-2.html> (дата обращения: 25.04.2016).
10. Политика корпоративной социальной ответственности: пути реализации [Электронный ресурс] // Журнал «Справочник по управлению персоналом». 2010. № 4. URL: <http://annabocharova.ru/pdf/article2.pdf> (дата обращения: 13.04.2016).
11. Цуциева О.Т., Гобозова А.З. Сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] // Журнал «Экономические науки». 2013. URL: <http://research-journal.org/economical/sravnitelnyj-analiz-modelej-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti/> (дата обращения: 16.03.2016).
12. Пример социальной ответственности [Электронный ресурс] / Информационный портал «В мире экономики». 24.06.2014. URL: <http://worldofeconomy.ru/index.php?newsid=148> (дата обращения: 19.02.2016).
13. Шнуренко Я.О. Корпоративная социальная политика как фактор социально-экономического развития // Журнал «Актуальные вопросы экономических наук». 2011. № 20. С. 377–382.
14. О социальной деятельности компаний в регионах [Электронный ресурс] // Сборник корпоративных практик «Бизнес – регионам». 2014. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/d/3/d3f7b70da022b426ffdd2928957111cd.pdf> (дата обращения: 29.04.2016).
15. Рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности / под ред. Шохина А. М.: РСПП, 2008. 68 с.
16. The Global Compact [Electronic resource] / United Nations Development Programme. 2006. URL: <http://www.undp.ru/global-compact.pdf> (дата обращения: 08.05.2016).

17. Ответственная деловая практика в зеркале отчётности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчётов: 2012–2014 годы выпуска / под ред. Аленичевой Л.В. М.: РСПП, 2015. 136 с.
18. Курьянова С.С. Регулирование корпоративной социальной ответственности на федеральном и региональном уровнях // Журнал «Теория и практика общественного развития». 2012. № 8. С. 338–340.
19. Нефинансовая отчетность [Электронный ресурс] / Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. 2015. URL: <http://рспп.рф/simplepage/475> (дата обращения: 01.03.2016).
20. Богданова В.Е. Особенности развития нефинансовой отчетности в России // XI Международная научно-практическая конференция «Экономические науки и прикладные исследования: фундаментальные проблемы модернизации экономики России» (18–22 ноября 2014г.): Сборник научных трудов. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. С. 26–29.
21. Шевченко Т. П. Международные руководства, стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности // Журнал «Молодой ученый». 2014. №6. С. 525–528.
22. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] / Учебное пособие Внешэкономбанка. 2011. 56 с. URL: <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf> (дата обращения: 31.03.2016).
23. Феоктистова Е.Н. Международный стандарт ISO 26000 : 2010 / Национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 26000 и Рекомендации РСПП по самооценке: возможности использования в практике управления и процессе отчетности [Электронный ресурс] / Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. 2014. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/6/1/612be087953320c4986d69e24c3c70a2.pptx> (дата обращения: 11.04.2016).

24. Библиотека корпоративных практик [Электронный ресурс] / Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. 2014. URL: <http://рспп.рф/simplepage/476> (дата обращения: 11.04.2016).
25. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие. СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ, 2012. 236 с.
26. Бобров Д.В. Развитие методического обеспечения корпоративной социальной политики: дис. ...канд. экон. наук / ФГБОУ ВПО Государственный ун-т управления. М., 2015. 184 с.
27. Жойдик А.П. Развитие методов оценки корпоративной социальной ответственности российских компаний: дис. ...канд. экон. наук / ФГБОУ ВО Финансовый ун-т при Правительстве РФ. М., 2015. 198 с.
28. Нечаева Е.И. Развитие корпоративной социальной политики: механизмы планирования, реализации и контроля: автореф. дис. ...канд. экон. наук / НОУ ВПО «Современная гуманитарная академия». Рязань, 2010. 26 с.
29. Совет пенсионеров - ветеранов войны и труда ОАО «НК «Роснефть» [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО «НК «Роснефть». 2012. URL: http://www.rosneft.ru/Development/sovet_veteranov/ (дата обращения: 11.05.2016).
30. Guide to corporate sustainability [Electronic resource] / United Nations Global Compact. 2014. URL: https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf (access date: 29.09.2014).
31. Остапенко Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие. Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. 112 с.
32. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / науч. ред. Е.В. Нехода. Томск: Издательский Дом ТГУ, 2015. 340 с.
33. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие / под ред. Э.М. Коротков. М.: Изд-во Юрайт, 2012. 244 с.

34. Программа «Эффективные социальные инвестиции и социальное партнерство» (ЭСИСП) / под науч. ред. Г.Л. Тульчинского. СПб., 2008. 58 с.
35. А.Б. Каримов Корпоративная социальная политика и ее роль в воспроизводстве трудового потенциала: автореф. дис. ...канд. экон. наук / РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина. М., 2009. 26 с.
36. Бобров Д.В. Корпоративная социальная политика: содержание, основные направления, факторы эффективности // Интернет-журнал «Науковедение». 2013. № 2. С. 1–6.
37. Горфинкель В.Я., Родионова Н.В. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2014. 569 с.
38. Черепанова Н.В. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. 94 с.
39. Все о лидерах 2015: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности – 2015». Форум доноров: М., 2015. 166 с.
40. Мингалева Ж.А. Корпоративное гражданство как инструмент модернизации национальной экономики [Электронный ресурс] // Креативная экономика. 2012. № 5(65) С. 65–69. URL: <https://bgscience.ru/journals/ce/archive/5712/> (дата обращения: 01.05.2016).
41. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность [Электронный ресурс] // Управление компанией. 2004. № 7. С. 5–8. URL: <http://www.zhuk.net/page.php?id=95> (дата обращения 29.04.2016).
42. Грекова Г.И. Корпоративное гражданство: концептуализация понятия и этапы формирования [Электронный ресурс] // Вестник института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2012. № 1. С. 12–20. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24094930> (дата обращения: 05.05.2016).
43. Киварина М.В. Корпоративное гражданство: модели развитых стран [Электронный ресурс] // Вестник Новгородского государственного

университета. 2012. № 69. С. 8–11. URL: <http://www.novsu.ru/file/1027415> (дата обращения: 02.05.2016).

44. Король М. Корпоративное гражданство [Электронный ресурс] / Лаборатория социальных инвестиций. URL: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/2/view/5/> (дата обращения: 03.05.2016).

45. Корпоративное гражданство как составляющая устойчивого развития бизнеса и региона [Электронный ресурс] // Устойчивый бизнес. 24.09.15. URL: <http://csrjournal.com/12931-korporativnoe-grazhdanstvo-kak-sostavlyayushhaya-ustojchivogo-razvitiya-biznesa-i-regiona.html> (дата обращения: 03.05.2016).

46. Нефинансовая отчетность [Электронный ресурс] // Социальная ответственность бизнеса: сайт агентства социальной информации. 2014. URL: <http://www.soc-otvet.ru/asi/nonfinancialreporting> (дата обращения: 15.09.2014).

47. Организация процесса отчетности [Электронный ресурс] // Социальная ответственность бизнеса: сайт агентства социальной информации. 2014. URL: <http://www.soc-otvet.ru/asi/nonfinancialreporting/reportprocess> (дата обращения: 01.10.2014).

48. Реестр компаний, выпускающих нефинансовые отчеты [Электронный ресурс] // Нефинансовая отчетность: Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). 2014. URL: <http://rspp.ru/simplepage/475> (дата обращения: 11.10.2014).

49. Доклад о состоянии делового климата в России в 2010-2013 годах [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). 2014. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/0/5/052e120269d00aa294ee8c2aa1c311df.pdf> (дата обращения: 03.11.2014).

50. Семь вопросов о нефинансовой отчетности, на которые руководители компаний должны иметь ответ [Электронный ресурс] // Услуги в области устойчивого развития. 2011. URL: <http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Seven-things-CEOs-boards-should-ask-about-reporting->

RU/\$FILE/Seven-things-CEOs-boards-should-ask-about-reporting-RU.pdf (дата обращения: 30.09.2014).

51. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). 2006. URL: <http://rspp.ru/12/4005.pdf> (дата обращения: 02.12.2014).

52. Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). 2012. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/c/5/c565664f96a568a7d727f19f4f803eb1.pdf> (дата обращения: 19.11.2014).

53. Пять шагов на пути к социальной устойчивости компании. Рекомендации по оценке деятельности и подготовке нефинансовых отчетов [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). 2005. URL: <http://rspp.ru/12/7945.pdf> (дата обращения: 10.10.2014).

54. Социальная отчетность корпораций [Электронный ресурс] // Сайт МСФО ФМ. 2013. URL: <http://www.msfofm.ru/library/191-social-responcibility-of-companies> (дата обращения: 15.04.2015).

55. Социальные отчеты или корпоративный PR? [Электронный ресурс] // Газета Московские новости. 2015. № 005. URL: <http://www.mn.ru/society/20110401/300816513.html> (дата обращения: 10.10.2014).

56. Виды отчетов [Электронный ресурс] // Социальная ответственность бизнеса: сайт агентства социальной информации. 2014. URL: <http://www.socotvet.ru/asi/nonfinancialreporting/reportkind> (дата обращения: 15.12.2014).

57. Руководства и документы, используемые при разработке нефинансовых отчетов [Электронный ресурс] // Социальная ответственность бизнеса: сайт агентства социальной информации. 2014. URL: <http://www.soc->

otvet.ru/asi/nonfinancialreporting/internationalstandard (дата обращения: 17.10.2014).

58. Распределение отчетов по отраслевой принадлежности компаний [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). 25.09.2014. URL: <http://rspp.ru/simplepage/157> (дата обращения: 01.12.2014).

59. About Non-financial reporting [Electronic resource] // Company EY. 2009. URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial_reporting/\\$FILE/Climate%20change_Non%20financial%20reporting.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial_reporting/$FILE/Climate%20change_Non%20financial%20reporting.pdf) (access date: 29.09.2014).

60. Non-Financial Reporting: Is it really non-financial? [Electronic resource] // National Investor Relations Institute. 2012. URL: <http://www.niri.org/Other-Content/sampledocs/Non-Financial-Reporting-Presentation.aspx> (access date: 29.09.2014).

61. What do investors expect from non-financial reporting? [Electronic resource] // The Association of Chartered Certified Accountants. 2013. URL: <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/sustainability-reporting/tech-tp-wdir.pdf> (access date: 09.11.2014).

62. New Wine, New Bottles: The Rise of Non-Financial Reporting [Electronic resource] // Business Wire. 2005. URL: http://www.businesswire.com/portal/binary/com.epicentric.contentmanagement.servlet.ContentDeliveryServlet/services/ir_and_pr/ir_resource_center/editorials/2005/BSR.pdf (access date: 15.11.2014).

63. Trends in non-financial reporting [Electronic resource] // Global Public Policy Institute. 2006. URL: <http://www.gppi.net/fileadmin/gppi/nonfinancialreporting01.pdf> (access date: 15.11.2014).

64. Non-Financial Report [Electronic resource] // The Shoprite Group of Companies. 2011. URL: http://www.shopriteholdings.co.za/InvestorCentre/Documents/June_2012_Non-financial_Report.pdf (access date: 27.11.2014).

65. The Necessity of Improving Reporting Quality With a view of reporting non-financial measures [Electronic resource] // International Journal of Economics, Business and Finance. 2013. URL: http://www.ijebf.com/IJEBF_Vol.%201,%20No.%204,%20May%202013/The%20Necessity%20of%20Improving.pdf (access date: 13.12.2014).

66. EU non-financial reporting rules [Electronic resource] //Magazine Economia. 2014. URL: <http://economia.icaew.com/opinion/may-2014/eu-non-financial-reporting-rules> (access date: 21.10.2014).

67. Governance Beyond Governments? The Regulation of Corporate Non-Financial Reporting [Electronic resource] // The Institute for Human Sciences. 2014. URL: <http://www.iwm.at/publications/5-junior-visiting-fellows-conferences/governance-beyond-governments/> (access date: 11.11.2014).

68. Non-Financial Disclosure and Reporting [Electronic resource] // Responsible Business India. 2014. URL: <http://responsiblebusinessindia.com/non-financial-disclosure-and-reporting/> (access date: 29.09.2014).

69. Pujitha Silvaab Building Human Capital in Organizations through Corporate Social Responsibility- A holistic coaching approach [Electronic resource] // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 5th World Conference on Psychology, Counseling and Guidance, WCPCG-2014, 1-3 May 2014. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814065732> (access date: 15.04.2015).

70. Mr. Srinivasan Radhakrishnana , Dr. Pradnya Chitraob , Dr. Asha Nagendrac Corporate Social Responsibility (CSR) in Market Driven Environment [Electronic resource] // Procedia – Social and Behavioral Sciences. Shaping the Future of Business and Society – Symbiosis Institute of Management. 2014.URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567114001774> (access date: 15.04.2015).

71. Irina Frolovaa, Inga Lapina Corporate social responsibility in the framework of quality management [Electronic resource] // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 19th International Scientific Conference «Economics and

Management 2014 (ICEM-2014)». 2014. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814059862> (access date: 15.04.2015).

72. Свечников Н.Б., Грошев А.Р. Управление безопасностью продукции как фактор повышения социальной ответственности бизнеса [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования». 2012. № 3. URL: <http://www.science-education.ru/103-6158> (дата обращения: 25.02.2015).

73. Кузнецова Н.В., Маслова Е.В. Модели корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2013. №4. С 24. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/ec/24/image/24-022.pdf> (дата обращения: 11.03.2015).

74. Бочарова А. Политика корпоративной социальной ответственности: пути реализации [Электронный ресурс] // Информационный портал для специалистов по кадрам и управлению персоналом. Журнал: Справочник по управлению персоналом. 2011. №4. URL: <http://www.pro-personal.ru/journal/218/5560/> (дата обращения: 11.03.2015).

75. Хализова С.В. Доклад «Японская система социальной ответственности на примере компании Canon» [Электронный ресурс] // Информационный портал для студентов. 2013. URL: <http://student.zoomru.ru/men/yaponskaya-sistema-socialnoj-otvetstvennosti-na/254479.2148140.s1.html> (дата обращения: 07.04.2015).

76. Батаева Б.С. Национальные модели социально ответственности бизнеса в исламских странах [Электронный ресурс] // Этика бизнеса и менеджмента: сравнительный анализ национальных моделей: Труды XIII Междунар. конференции истории управленческой мысли и бизнеса. Москва. 2013. С. 27–29. URL: <https://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/2036/file/IUM2012.pdf> (дата обращения: 15.04.2015).

77. Романов П.В. Инструменты и направления корпоративной социальной политики [Электронный ресурс] // Сайт Курса «Корпоративная социальная политика» кафедры социально-экономических систем и

социальной политики ГУ-ВШЭ. 2013. URL:
http://corpsocialpolicy.narod.ru/files/3CSP_instruments.pdf (дата обращения:
15.03.2015).

78. Бахтин М.Б. Интернет-курс по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Московского финансово-промышленного университета «Синергия». 2013. URL: http://www.e-biblio.ru/book/bib/02_estestv_nauki/korporat_soc_otvetstv/sg.html (дата обращения: 15.03.2015).

79. Баранов Г.В. Критерий корпоративной социальной ответственности в социальной политике // Журнал «Инновационная наука». 2015. № 5(5). Том 3. С. 184–186.

80. Львов Д.А. Корпоративная социальная политика как фактор устойчивого развития отраслей промышленности // Журнал «Экономические системы». 2013. № 2. С. 11–14.

81. Евлаев А.Н. Корпоративная социальная политика бизнеса [Электронный ресурс] // Научно-аналитический журнал обозреватель – Observer. 2014. № 8 (295). С. 84–91.

Приложение А (справочное)

Сравнительная таблица компаний и опубликованных отчётов в разбивке по годам выпуска и отраслевой принадлежности

Таблица А.1 – Сравнение компаний и опубликованных отчётов в разбивке по годам выпуска и отраслевой принадлежности за весь период развития отчётности в России (нарастающим итогом) [17]

Отраслевая принадлежность компании	Количество компаний										Количество отчетов									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Нефтегазовая	10	10	11	12	14	14	15	15	19	19	22	29	35	48	61	70	84	94	110	140
Электроэнергетика	3	14	20	20	26	32	34	36	38	40	7	20	38	43	52	70	87	101	120	70
Металлургическая	6	9	11	11	11	13	14	17	17	19	9	17	24	28	33	39	45	60	67	72
Химическая	1	2	2	3	4	4	6	6	9	12	1	3	5	8	14	17	23	27	37	52
Деревооб., цел/бум.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	10	11	13	15	15	16	16	16	19	19
Пищевая	2	2	2	3	3	3	5	6	9	9	5	8	8	10	10	10	15	19	31	38
Финансы	2	7	7	11	16	16	16	16	17	17	6	14	19	28	38	45	53	59	70	27
Телекоммуникации	-	-	1	3	6	6	8	9	10	10	-	-	1	4	10	11	15	19	24	75
ЖКХ	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	2	3	4	5	7	8	9	10	12	13
Строительство	-	-	-	-	1	1	1	2	2	2	-	-	-	-	1	1	1	2	2	2
Образование и здрав.	-	2	2	2	3	3	3	3	5	5	-	2	3	4	6	7	8	9	10	12
Транспорт	-	-	2	3	3	3	3	4	5	5	-	-	4	7	7	10	10	13	15	15
Прочие виды услуг	-	1	1	1	2	3	3	3	3	4	-	1	1	1	3	4	5	6	6	10
НКО	-	-	2	2	2	2	3	5	5	5	-	-	2	3	4	4	7	14	16	18
ВСЕГО	30	53	67	77	98	107	118	129	147	156	62	108	157	204	261	312	375	449	539	612
Отраслевые отчеты	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	5	7	10	13	16	17	20	22	23
ИТОГО	32	55	69	80	102	111	122	133	151	160	65	113	164	214	274	328	395	469	561	635

Приложение Б (обязательное)

Сравнительная таблица методов оценки эффективности КСП

Таблица Б.1 – Сравнение методов оценки эффективности КСП

Методика	Направление КСП		Вид показателей	Исходные данные для расчетов	Интерпретация результатов	Преимущества	Недостатки
	Внешняя КСП	Внутренняя КСП					
Методика ЭСИСП	Природоохранная деятельность, взаимодействие с местным сообществом и государством, добросовестная деловая практика	Охрана труда, заработная плата, уровень компетенции работников, корпоративная культура	Количественные и качественные	Годовой, нефинансовый отчеты, внутренние документы предприятия	Итоговая балльная оценка с участием экспертного совета	Анализируется достаточно большой круг направлений реализации КСП, учитывается количественная и качественная оценка, несложные расчеты	Недоступность некоторой информации для расчетов, оценка может проводиться только с участием экспертов, самостоятельно оценить сложно ввиду субъективности, итоговый результат не несет определенной информации об эффективности КСП, итоговое значение можно сравнивать в динамике или с другими компаниями
Методика Д.В. Боброва	Природоохранная деятельность, взаимодействие с местным сообществом	Охрана труда, заработная плата, уровень компетенции работников, корпоративная культура	Количественные и качественные	Годовой, нефинансовый отчеты, статистические данные региона	Интегральная и частная балльные оценки	Учитывается количественная и качественная оценка, доступность информации для расчетов, конечный результат отражает уровень эффективности КСП	Анализируются не все направления КСП (отсутствует оценка добросовестного ведения бизнеса, взаимодействие с государством), оценка эффективности только со стороны ВПЧ
Методика А.П. Жойдика	Природоохранная деятельность, инновационная активность	Охрана труда, заработная плата, уровень компетенции работников	Количественные	Годовой, нефинансовый отчеты, статистические данные региона	Рейтинговая оценка	Доступность информации для расчетов, рейтинговая оценка удобна для сравнения компаний в целом и по отдельным направлениям	Узкий спектр направлений КСП для оценки, не учтены качественные показатели, итоговый результат не несет определенной информации об эффективности КСП для конкретного предприятия
Методика Н.А. Кричевского и С.Ф. Гончарова	Природоохранная деятельность, взаимодействие с местным сообществом	Охрана труда, заработная плата, уровень компетенции работников	Количественные и качественные	Годовой, нефинансовый отчеты	Интегральный показатель	Доступность информации для расчетов, несложные расчеты, учитывается количественная и качественная оценка	Узкий спектр направлений КСП для оценки, нет экономической составляющей, итоговый результат можно интерпретировать только в динамике или в сравнении с другими компаниями
Примечание: таблица составлена автором							

Приложение В
(обязательное)

Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Таблица В.1 – Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Сфера КСП	Направление	Показатель	Расчет за 2014 год	2011 год			2012 год			2013 год			2014 год		
				Значение	Балл	Ip	Значение	Балл	Ip	Значение	Балл	Ip	Значение	Балл	Ip
Сфера ВПЧ как труженика	Оплата труда	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работника (тыс. руб.)	-	43,6	6,8	8,9	50,7	7,6	9,2	60,1	8,7	9,5	64,9	9,2	9,7
		Отношение суммарной задолженности по заработной плате к годовому фонду оплаты труда (%)	46,597/178065*100	0,002	10,0		0,001	10,0		0,021	9,9		0,030	9,9	
		Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы 10% наиболее высокооплачиваемых работников к аналогичному показателю 10% наименее оплачиваемых работников (кол. раз)	информация отсутствует	-	-		-	-		-	-		-	-	
		Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работника компании к аналогичному показателю в регионе (%)	64,933/32,495*100	186,6	10,0		190,3	10,0		201,7	10,0		199,8	10,0	
	Организация и охрана труда	Отношение количества пострадавших от несчастных случаев на производстве к среднесписочной численности работников (%)	149/228500*100	0,04	9,9	8,6	0,03	9,9	10,0	0,04	9,9	10,0	0,07	9,8	9,9
		Соотношение количества пострадавших в несчастных случаях на производстве к отработанным человеко-часам, умноженное на 1млн.	-	0,187	10,0		0,155	10,0		0,219	10,0		0,330	10,0	

Продолжение таблицы В.1 - Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Сфера ВПЧ как труженика		Отношение годовых расходов на охрану труда к среднесписочной численности работников (тыс. руб./чел.)	6620/228,5	14,5	5,8		24,0	10,0		23,3	10,0		29,0	10,0	
		Доля работников, занятых в условиях, не соответствующих установленным стандартам, к среднесписочной численности работников (%)	информация отсутствует	-	-		-	-		-	-		-	-	
	Производственное обучение и планирование карьеры	Доля работников, прошедших за отчетный год различные формы производственного обучения, в среднесписочной численности работников (%)	176,5/228,5*100	67,5	10,0	4,6	72,6	10,0	5,2	75,5	10,0	5,6	77,2	10,0	5,9
		Отношение годовых расходов на производственное обучение и планирование карьеры к годовому фонду оплаты труда (%)	715/178065*100	0,2	1,7		0,3	2,0		0,3	2,0		0,4	2,5	
		Отношение годовых расходов на производственное обучение и планирование к количеству обучавшихся работников (тыс. руб./чел.)	715/13900*100	2,2	0,8		2,6	1,0		2,9	1,0		5,1	1,5	
		Отношение суммарного годового времени обучения к количеству обучавшихся работников (ч./чел.)	554000/13900	31,1	6,5		35,4	8,3		37,9	9,3		39,9	9,9	
		Отношение численности кадрового резерва к среднесписочной численности работников (%)	38300/228500*100	13,5	3,8		14,3	4,2		15,0	6,0		16,8	6,5	
		Отношение количества уволенных в течение года к среднесписочной численности работников (текучесть кадров) (%)	-	18,1	4,5		11,7	5,7		14,1	5,2		17,0	4,8	

Продолжение таблицы В.1 - Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Сфера ВПЧ как труженика	Социальное партнерство	Доля членов профсоюзов в среднесписочной численности работников (%)	149950/228500*100	63,0	8,5	7,7	63,9	8,7	8,0	65,0	9,0	8,2	65,6	9,1	8,4
		Доля работников, охваченных отношениями по коллективному договору, к среднесписочной численности работников корпорации в целом (%)	171600/228500*100	69,0	6,8		72,0	7,2		72,9	7,3		75,1	7,7	
		Отношение затрат на адаптацию и трудоустройство к Количеству высвобожденных работников (тыс. руб./чел.)	информация отсутствует	-	-		-	-		-	-		-	-	
Сфера ВПЧ как потребителя	Реальная заработная плата	Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работника (%)	64,9/60,1*100	109,8	10,0	9,5	116,3	10,0	9,8	118,5	10,0	9,9	108,0	10,0	8,0
		Соотношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работника с минимальным размером оплаты труда (кол. раз)	64900/5554	9,5	8,5		11,0	9,3		11,5	9,8		11,7	9,9	
		Индекс реальной заработной платы как отношение индекса номинальной заработной платы к индексу потребительских цен (кол. раз)	108/111,4	1,04	10,0		1,09	10,0		1,11	10,0		0,97	4,1	
	Социальный пакет	Отношение суммарных ежегодных выплат социального характера к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	5427000/228500	26,5	6,2	6,5	43,8	7,4	8,2	34,7	6,8	7,2	23,8	5,8	6,3
		Отношение суммарных ежегодных выплат социального характера к годовому фонду оплаты труда (коэффициент социальной нагрузки) (%)	5427000/228501	3,4	3,4		7,2	7,2		4,8	4,8		3,1	3,1	

Продолжение таблицы В.1 - Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Сфера ВПЧ как потребителя		Количество дополнительных льгот, гарантий и компенсаций, входящих в социальный пакет компании (ед.)	5427000/228502	20,0	10,0		23,0	10,0		25,0	10,0		25,0	10,0	
	Базовые социальные блага и услуги	Отношение годовых затрат на питание работников к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	информация отсутствует	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Отношение годовых затрат на медицинское обслуживание к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	5427000/228502	5,4	0,3	4,3	4,6	0,2	4,2	5,6	0,3	3,9	6,6	0,4	4,4
		Отношение годовых затрат на санаторно-курортное обслуживание к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	5427000/228502	4,8	4,8		4,0	4,0		2,9	2,9		4,0	4,0	
		Отношение годовых затрат на жилищные программы к количеству участников соответствующих программ (тыс. руб./ чел.)	5427000/228502	2025,1	10,0		1400,0	10,0		868,5	10,0		1758,2	10,0	
		Отношение годовых выплат по корпоративным пенсионным программам к количеству пенсионеров-получателей по соответствующим программам (тыс. руб./чел.)	5427000/228502	18,9	1,9		20,6	2,5		22,9	2,6		25,3	3,1	
Сфера ВПЧ как субъекта свободных отношений	Физическая культура и спорт	Доля участников физкультурных и спортивных мероприятий в среднесписочной численности работников (%)	104850/228502*100	40,1	8,0	7,3	43,7	8,5	7,5	45,0	9,0	7,7	45,8	9,2	7,8
		Отношение годовых затрат на физическую культуру и спорт к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	454000/228502	1,8	3,9		2,0	4,0		1,9	4,0		2,0	4,1	

Продолжение таблицы В.1 - Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Сфера ВПЧ как субъекта свободных отношений		Доля затрат на физкультурные и спортивные мероприятия в выплатах социального характера корпорации (%)	454000/5427000*100	5,4	10,0		5,6	10,0		5,6	10,0		6,9	10,0	
	Культурно-массовые мероприятия	Доля участников культурно-массовых мероприятий в среднесписочной численности работников (%)	162950/228502*100	69,0	9,9	7,9	71,0	10,0	8,0	70,0	10,0	8,0	71,0	10,0	8,0
		Отношение годовых затрат на участников культурно-массовые мероприятия к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	454000/228502	1,8	3,9		2,0	4,0		1,9	4,0		2,0	4,1	
		Доля затрат на участников культурно-массовые мероприятия в выплатах социального характера корпорации (%)	454000/5427000*100	5,4	10,0		5,6	10,0		5,6	10,0		6,9	10,0	
	Активный отдых и туризм	Доля участников мероприятий в области активного отдыха и туризма в среднесписочной численности работников (%)	97000/228502*100	38,0	5,8	6,6	40,0	6,0	6,7	40,0	6,0	6,7	42,0	6,2	6,8
		Отношение годовых затрат на мероприятия в области активного отдыха и туризма к среднесписочной численности работников (тыс. руб./ чел.)	454000/228502	1,8	3,9		2,0	4,0		1,9	4,0		2,0	4,1	
		Доля затрат на мероприятия в области активного отдыха и туризма в выплатах социального характера корпорации (%)	454000/5427000*100	5,4	10,0		5,6	10,0		5,6	10,0		6,9	10,0	

Продолжение таблицы В.1 - Расчет количественных показателей для оценки эффективности КСП

Сфера ВПЧ как жителя определенной территории	Развитие социальной инфраструктуры	Доля затрат на развитие социальной инфраструктуры в совокупных социальных затратах корпорации (%)	1300/5427*100	30,4	10,0	5,5	13,8	6,0	3,4	23,4	10,0	5,6	23,9	10,0	5,4
		Доля затрат на развитие социальной инфраструктуры в чистой прибыли предприятия (%)	1300/500000*100	0,4	1,0		0,3	0,8		1,3	1,2		0,3	0,8	
	Охрана окружающей среды	Доля затрат на охрану окружающей среды в совокупных социальных затратах корпорации (%)	3200/5427*100	55,1	10,0	8,0	55,3	10,0	8,0	57,2	10,0	8,0	59,0	10,0	7,6
		Доля затрат на охрану окружающей среды в чистой прибыли предприятия (%)	3200/500000*100	2,9	5,9		3,0	6,0		3,1	6,0		2,2	5,1	
	Сохранение региональных традиций	Доля затрат на сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность в совокупных социальных затратах корпорации (%)	2573/5427*100	40,9	10,0	7,5	47,4	10,0	10,0	19,5	10,0	10,0	47,0	10,0	7,5
		Доля затрат на сохранение региональных традиций, этносов и благотворительность в чистой прибыли предприятия (%)	2573/500000*100	0,6	5,0		1,1	10,0		1,1	10,0		0,5	5,0	

Примечание: таблица составлена автором

Приложение Г (справочное)

Normative regulation of corporate social responsibility in Russia Part 2.2

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ41	Вихрева Виктория Евгеньевна		

Консультант кафедры экономики (руководитель ВКР)

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры экономики	Лившиц Вера Исаковна	канд. экон. наук, доцент		

Консультант-лингвист кафедры иностранных языков ИСГТ

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Богоряд Наталия Владимировна	—		

2.2 Normative regulation of corporate social responsibility in Russia

Strengthening corporate social responsibility at the country level and stimulating business partnerships for development within the framework of the Global Compact is a key priority for the United Nations in the Russian Federation. A core organization of the Global Compact, the United Nations Development Programme (UNDP) is the leading UN agency providing assistance in the area of socio-economic strategy to developing countries and economies in transition. Working closely with Russian and international companies, UNDP has developed a number of projects in the area of corporate social responsibility to promote sustainable economic growth, employment generation, and the enhancement of the social security systems for poverty reduction. Corporate social responsibility has evolved to become an essential competitive factor in developed market economies. Across the globe, corporate leaders have learned that the success of their business today depends on the wellbeing and engagement of stakeholders at all levels. The Global Compact calls on the business community to embrace the principles of corporate social responsibility, enabling companies to both improve their economic performance and secure the sustainability of the communities and markets where they operate [16].

United Nations Secretary-General Kofi Annan first proposed the Global Compact in an address to the World Economic Forum in Davos (Switzerland) on 31 January 1999. The Global Compact's operational phase was launched at UN Headquarters in New York on 26 July 2000. The Secretary General invited business leaders to join an international initiative – the Global Compact – that would bring companies together with UN agencies, labour and civil society to advance universal social and environmental principles. Through the power of collective action, the Global Compact seeks to advance responsible corporate citizenship so that business can be part of the solution to the challenges of globalization. In this way, the private sector – in partnership with other social actors – can help realize the Secretary-General's vision: a more sustainable and inclusive global economy. Today,

companies from all regions of the world, international labour and civil society organizations are engaged in the Global Compact [16]. A voluntary corporate citizenship initiative, the Global Compact pursues complementary objectives:

- Making the Global Compact and its principles part of business strategy and operations;
- Facilitating cooperation among key stakeholders by promoting partnerships in support of UN goals[16].

The Global Compact is not a regulatory instrument – it does not «police», enforce or measure the behavior or actions of companies. Rather, the Global Compact relies on public accountability, transparency and the enlightened self-interest of companies, labour and civil society to initiate and share substantive action in pursuing the principles upon which the Global Compact is based. The Global Compact is a network [16]. At its core is the Global Compact Office and six UN agencies:

- the Office of the High Commissioner for Human Rights;
- the United Nations Environment Programme;
- the International Labour Organization;
- the United Nations Development Programme;
- the United Nations Industrial Development Organization;
- the United Nations Office on Drugs and Crime [16].

The Global Compact involves all the relevant social actors: governments, who defined the principles on which the initiative is based; companies, whose actions it seeks to influence; labour, in whose hands the concrete process of global production takes place; civil society organizations, representing the wider community of stakeholders; and the United Nations, the world's only true global political forum, as an authoritative convener and facilitator [16].

There are numerous benefits to participating in the Global Compact. These include:

- Demonstrating leadership by advancing universal principles and responsible corporate citizenship to make the global economy more sustainable and inclusive.

- Producing practical solutions to contemporary problems related to globalization, corporate citizenship and sustainable development in a multistakeholder context.

- Managing risks by taking a proactive stance on critical issues.

- Accessing the UN's global reach and convening power with governments, business, labour, civil society and other stakeholders. Sharing good practices and learnings.

- improving corporate/brand management, employee morale and productivity, and operational efficiencies [16].

As a voluntary initiative, the Global Compact seeks wide participation from a diverse group of businesses and other organizations. To participate in the Global Compact, a company:

- Sends a letter from the Chief Executive Officer (and, where possible, endorsed by the board) to Secretary-General Kofi Annan expressing support for the Global Compact and its principles;

- Sets in motion changes to business operations so that the Global Compact and its principles become part of strategy, culture and day-to-day operations;

- Is expected to publicly advocate the Global Compact and its principles via communications vehicles such as press releases, speeches, etc.; and

- Is expected to publish in its annual report (or similar corporate report) a description of the ways in which it is supporting the Global Compact and its ten principles. This «Communication on Progress» is an important tool to demonstrate implementation through public accountability [16].

In terms of the practical ways in which companies pursue the principles, the Global Compact offers engagement opportunities to all participants through the following: Networks. The Global Compact has established many dozens of country and regional networks around the world. These networks are designed to support the implementation of the Global Compact in a local context through dialogue, learning and projects, and to provide support for quality assurance. Companies and other Global Compact stakeholders are encouraged to take an active role in relevant

country networks. The Global Compact supports action-oriented regional or international meetings, or «policy dialogues», that focus on specific issues related to globalization and corporate citizenship. Issues addressed include «The Role of the Private Sector in Zones of Conflict»; «Business and Sustainable Development»; «Transparency and Anti-Corruption»; «Business and Human Rights»; and «Finance and Corporate Responsibility». Companies are invited to develop and share examples of corporate practices, experiences and lessons learned on the Global Compact website. Local and regional learning events support the sharing of knowledge. The Global Compact encourages participants to engage in partnership projects with UN agencies and civil society organizations in support of global development goals [16].

The Global Compact's principles enjoy universal consensus being derived from:

- The Universal Declaration of Human Rights;
- The International Labour Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work;
- The Rio Declaration on Environment and Development;
- The United Nations Convention Against Corruption [16].

The Global Compact asks companies to embrace, support and enact, within their sphere of influence, a set of core values in the areas of human rights, labour standards, the environment and anti-corruption:

Human Rights

Principle 1: Businesses should support and respect the protection of international human rights within their sphere of influence;

Principle 2: make sure they are not complicit in human rights abuses.

Labour

Principle 3: Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining;

Principle 4: the elimination of all forms of forced and compulsory labour;

Principle 5: the effective abolition of child labour;

Principle 6: the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.

Environment

Principle 7: Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges;

Principle 8: undertake initiatives to promote greater environmental responsibility;

Principle 9: encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies.

Anti-Corruption

Principle 10 Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery [16].

Consider human rights principles 1-2. Respecting and supporting human rights remains one of the most challenging areas of corporate sustainability. Yet in an increasingly interconnected world with closer scrutiny of corporate impact on people and communities, more businesses are coming to realize their legal, moral and commercial need to do so within their activities and business relationships. Beyond the minimum responsibility to respect human rights, companies are also finding that voluntary actions which support social development – such as creating diverse and inclusive workplaces, investing in communities and public policy advocacy, and engaging stakeholders – have business benefits as well. The Global Compact brings clarity to this field by demonstrating the business case and emphasizing practical solutions. The United Nations Global Compact helps companies navigate a range of challenges through resources, ranging from guidance documents, webinars and online forums, to special initiatives on the rights of groups – such as women, children, indigenous peoples and persons with disabilities. Working in close cooperation with the UN Office of the High Commissioner for Human Rights and leaders in the field, and in alignment with the Guiding Principles on Business and Human Rights, The United Nations Global Compact are putting forward approaches that are good for business and for human rights.

Following are the types of policies and practices essential for rooting human rights into a company's strategies, operations and culture. Data shown represents the percentage of Global Compact companies that indicate taking a specific action:

- Specific human rights code 35%;
- Within overall corporate code 72%;
- Risk assessment 21%;
- Impact assessment 14%;
- Operational guidance notes 24%;
- Complaint mechanism 39%;
- Employee training & awareness 44%;
- Supply chain arrangements 27%;
- Employee performance assessment 36%;
- Monitor & evaluate performance 31%;
- Public disclosure of policies & practices 29%;
- Multi-stakeholder dialogue 22% [30].

Implementing human rights principles can raise a number of practical dilemmas for business. The Human Rights and Business Dilemmas Forum helps companies tackle questions related to approximately 25 human rights and business themes, such as migrant workers, security forces, gender equality, community relocation, product misuse and privacy. The multi-stakeholder online forum is designed to stimulate discussion, enhance collective understanding of human rights themes, and identify practical approaches to real world dilemmas. At the forum can explore an expanding list of human rights themed dilemmas that are relevant to business, including explanation of the risks to business and suggestions for how to approach the dilemma.

Gender equality is a fundamental and inviolable human right; it is also essential to expand economic growth, promote social development and enhance business performance. The Women's Empowerment Principles – Equality Means Business initiative is engaging over 800 companies from all sectors and regions to advance gender equality and women's empowerment in the workplace, marketplace

and community [30]. A joint initiative with UN Women, the WEPs outline seven steps to empower women and highlight how full participation by women in economic life is essential to build strong economies; establish more stable and just societies; improve quality of life also for men, families and communities; and propel business objectives.

Human rights apply to all children, and safeguarding these rights helps build the strong, well-educated communities vital to creating a stable and productive business environment. The Children's Rights and Business Principles identify actions that all companies should take to respect and support children's rights through core business, strategic social investments, advocacy, public policy and partnerships. Such action can help companies address risk management, build reputation, and enhance the social license to operate. Developed in collaboration with Save the Children and UNICEF, the CRBPs call on the business community to evaluate and take responsibility for their impact on the well-being of children.

Consider labour principles 3-6. Decent working conditions, including those that protect the safety and health of workers, are far from assured in today's global business community. The illicit use of child labour and forced labour remains a risk as global supply chains extend to distant regions. Hazardous workplaces continue to exist, particularly in the mining, manufacturing and construction industries. Companies everywhere need to look deeper into their own operations and value chain to uphold labour standards. By promoting decent work and inclusive employment opportunities, business also plays a role in advancing societal priorities, including by partnering with workers to improve industrial relations and building more resilient economies and communities. The Global Compact's labour principles are championed by the International Labour Organization (ILO). A range of guidance exists, especially related to child labour, forced labour and discrimination. The Global Compact focuses on disseminating these resources among business participants and supporting related projects. Additionally, because labour issues have important cross-cutting implications, much work also falls under our human rights and supply chain portfolios.

Following are the types of policies and practices essential for rooting labour standards into a company's strategies, operations and culture. Data shown represents the percentage of Global Compact companies that indicate taking a specific action:

- Right to organize 81%;
- Collective bargaining 43%;
- No forced labour 64%;
- No child labour 67%;
- Non-discrimination 85%;
- Equal opportunity 79%;
- Risk assessment 35%;
- Impact assessment 23%;
- Safe working conditions 82%;
- Mechanisms for age verification 43%;
- Employee training & awareness 59%;
- Supply chain arrangements 28%;
- Monitor & evaluate performance 53%;
- Public disclosure of policies & practices 41%;
- Multi-stakeholder dialogue 26% [30].

The Child Labour Platform is a multisector, multi-stakeholder forum for sharing experiences and lessons learned in eliminating child labour, particularly in the supply chain. The Platform delivers training and capacity support to address obstacles and key dilemmas faced by business, links with global and local initiatives against child labour, and fosters practical action that can make a difference in affected communities. Co-chaired by the International Trade Union Confederation (ITUC) and the International Organisation of Employers (IOE), and coordinated by the ILO and the Global Compact, companies and relevant organizations are encouraged to join the Child Labour Platform.

The ILO Helpdesk for Business is a free service to assist company managers and workers on how to better align business operations with international labour standards. The Helpdesk offers individual assistance – provided confidentially by

email or over the phone – from labour experts at the ILO. The Global Compact promotes the Helpdesk to business participants as a resource for improving their understanding of the labour principles and other labour topics.

The Global Compact hosts a Webinar Series on specific labour topics. Each webinar is conducted by ILO experts and engages business participants with practical guidance and relevant tools and resources for advancing the labour principles. Several cross-cutting topics have explored the workplace dimensions of human rights including gender equality and women's empowerment, indigenous peoples' rights, children's rights and the rights of persons with disabilities.

Consider environment principles 7-9. The world today is facing unprecedented, interconnected environmental challenges in areas including climate change, water, energy, biodiversity and agriculture. With business relying on natural resources directly and via supply chains, new corporate efforts are needed to address environmental responsibilities, value natural capital, and better understand the linkages between resources. To prepare for this increasingly challenging landscape, the Global Compact's Environmental Stewardship Strategy is designed to help companies develop a holistic and comprehensive strategy. It recognizes the growing linkages among various environmental issues as well as their connections to social and development priorities. The Global Compact pushes companies to move beyond traditional approaches based largely on compliance and narrow risk assessments. We ask business to actively address environmental risks and opportunities, and have major efforts underway with business in the areas of climate, water and food. As a result, we are seeing businesses around the world preparing for a more sustainable future and becoming part of the solution.

Following are the types of policies and practices essential for rooting environmental stewardship into a company's strategies, operations and culture. Data shown represents the percentage of Global Compact companies that indicate taking a specific action:

- Management systems 65%;
- Technology assessment 44%;

- Life-cycle assessment/ costing 29%;
- Water footprinting 34%;
- Risk & impact assessment 50%;
- Performance targets/ indicators 64%;
- Cleaner & safer production 61%;
- Consumption & responsible use targets 66%;
- 3R (reduce, re-use, recycle) 60%;
- Employee training & awareness 62%;
- Supply chain arrangements 31%;
- Monitor & evaluate performance 53%;
- Report emissions 38%;
- Public disclosure of policies & practices 49% Multi-stakeholder dialogue 26% [30].

Businesses are seeing climate change not as a stand-alone environmental issue, but rather as a global cross-cutting challenge to which they need to adapt in order to remain profitable. Caring for Climate is the world's largest business and climate initiative, providing a framework to implement practical solutions and help shape public policy. Nearly 400 companies from 60 countries have signed on to Caring for Climate – led by the Global Compact, UN Environment Programme (UNEP) and the secretariat of the UN Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). Chief executives who endorse the initiative agree to set goals, develop and expand strategies and practices, and publicly disclose emissions. Also companies commit to advocate for a global climate change agreement in global and local policy discussions. Setting a price on carbon that reflects the toll that fossil fuels are taking on the planet is a key step to limit greenhouse gas emissions and get ahead of the climate change curve. Business Leadership Criteria on Carbon Pricing challenges companies to integrate carbon pricing into corporate long-term strategies and investment decisions, advocate for carbon pricing, and communicate progress.

Advancing water stewardship to address shared risks is essential. The CEO Water Mandate brings together companies, both leaders and learners, interested in

addressing the global water crisis. Endorsed by approximately 130 companies, the CEO Water Mandate assists companies in the development, implementation and disclosure of water sustainability policies and practices [30]. The Mandate helps companies to share best and emerging practices and to forge partnerships addressing access to water and sanitation. The initiative's tools and resources help companies tackle water-related business risks, communicate their policies and practices to stakeholders, and contribute to the sustainable management of shared freshwater resources.

As the world's population grows to nine billion by 2050 and demand on global food systems intensifies, business will be a critical partner in designing and delivering effective, scalable and practical solutions for food security and sustainable agriculture. To advance the positive impact of business in this space and enable principle-based partnerships, the Global Compact facilitated the development of the Food + Agriculture Business Principles, the first set of global voluntary business principles for the food and agriculture sector. The FAB Principles reflect common, fundamental elements of existing voluntary standards and technical compliance platforms in the industry, and cover issues ranging from food security, health and nutrition, to human rights, good governance, and environmental stewardship, as well as ensuring economic viability across the entire value chain. The principles offer a basis for all responsible businesses – regardless of size, crop or location – to collaborate with the UN, governments, civil society and others to deliver global food security solutions and align their operations with sustainable development goals.

Consider anti-corruption principle 10. Corruption has considerable impacts on business: impeding growth, escalating costs and posing serious legal and reputational risks. It is also a major hindrance to advancing societies, with a disproportionate impact on poor communities. Corruption raises transaction costs, undermines fair competition, distorts development priorities, and impedes long-term foreign and domestic investment. New and tougher anti-corruption regulations continue to emerge worldwide, prompting companies to focus on measures to protect their reputations and the interests of their shareholders. Investors are acknowledging that

corruption can negatively impact value and pose financial, operational and reputational risks to their investments. All companies need robust anti-corruption measures and practices as part of their corporate sustainability strategy. The Global Compact and our partners are working to help companies on a range of anti-corruption issues, including risk assessment, reporting and supply chain practices. Additionally, we are mobilizing business to provide a united voice against corruption, as collective action is essential for bringing an end to a systemic issue that is too complex for any company to tackle alone.

Following are the types of policies and practices essential for rooting anti-corruption into a company's strategies, operations and culture. Data shown represents the percentage of Global Compact companies that indicate taking a specific action:

- Within overall corporate code 71%;
- Zero-tolerance policy 54%;
- Management systems 47%;
- Specialized unit 32%;
- Risk assessment 27%;
- Impact assessment 15%;
- Policy is publicly accessible 45%;
- Anonymous hotline for reporting corruption 32%;
- Sanction system for breaches 35%;
- Employee training & awareness 46%;
- Supply chain arrangements 28%;
- Record instances of corruption 31%;
- Monitor & evaluate performance 30%;
- Public disclosure of policies & practices 32%;
- Multi-stakeholder dialogue 16% [30].

Assessing risks is a crucial step to implement corporate sustainability successfully, decrease the exposure to various risks and avoid costly damages. Good compliance starts with a comprehensive understanding of a company's corruption risks. The Guidance on Anti-Corruption Risk Assessment provides practical steps on

how to complete an assessment: establish the process, identify the risks, rate the risks, identify mitigating controls, calculate remaining residual risk and develop an action plan.

Public reporting sends a strong signal to employees, investors and consumers that a company is serious about its commitment to transparency and responsible business practices. The Reporting Guidance on the 10th Principle against Corruption equips business with a practical means to report on anti-corruption policies and actions comprehensively and effectively. It includes a broad set of reporting elements and is rooted in existing practice, including indicators of initiatives such as PACI, FTSE4Good, Transparency International, the Global Reporting Initiative and the International Corporate Governance Network. To help companies of all sizes and at all stages, the matrix provides guidance for reporters on a basic and a desired level.

Businesses all over the world are exposed daily to corruption risks in the supply chain, and increasingly recognize the associated costs and risks – including reputational, financial and, under some legislation, legal consequences. The challenge of fighting corruption is compounded by the significant gap in resources and capacities that exists between large companies and smaller ones. Stand Together Against Corruption helps companies reduce corruption risks in their supply chains, outlining the business case and providing pragmatic guidance on policies, procedures and practices.

The Global Compact is mobilizing companies around the world to join our Call to Action: Anti-Corruption and the Global Development Agenda – an appeal by the private sector to governments to promote anti-corruption measures and implement policies that will establish systems of good governance. It underscores that anti-corruption and good governance are fundamental pillars of a sustainable and inclusive global economy, and must be included in the global development agenda in order to prevent development efforts from being further undermined by corruption. All companies are encouraged to sign the Call to Action and continue to advance best practices within their sphere of influence.

Guide to corporate sustainability contains five defining features of corporate sustainability, which the Global Compact asks businesses to strive towards – looking at why each element is essential, how business can move forward and what the Global Compact is doing to help.

1: Principled business

For any company seeking to be sustainable, it begins with operating with integrity – respecting fundamental responsibilities in the areas of human rights, labour, environment and anti-corruption. The Global Compact's Ten Principles provide a universal language for corporate responsibility – understood and interpreted in 160 countries around the world by over 8,000 companies – and a framework to guide all businesses regardless of size, complexity or location [30].

Respecting principles in business operations and supply chains is a baseline for corporate sustainability. Yet, principles are about far more than compliance. They provide common ground for partners, a moral code for employees, an accountability measure for critics. A growing number of companies are seeing beyond risk, finding real value in actively addressing social, environmental and governance issues.

2: Strengthening society

Sustainable companies look beyond their own walls and take actions to support the societies around them. Poverty, conflict, an uneducated workforce, and resource scarcity, for example, are also strategic issues for business success and viability. With business activity, investments and supply chains reaching all corners of the earth, companies are choosing to be active stakeholders in societies for the long run, knowing that they cannot thrive when the world around them is deteriorating.

Companies are aligning core business activities, philanthropy and advocacy campaigns with UN goals and issues. Collaboration, in particular, is essential. Companies and stakeholders are coming together to provide a collective voice and share risks in tackling major challenges that no single player can overcome, such as corruption, climate change and discrimination.

3: Leadership commitment

Effecting change begins with the company's leadership. A public commitment by the chief executive, with support from the Board of Directors, is required to participate in the Global Compact. Leadership must send a strong signal throughout the organization that sustainability counts, and all responsibilities are important.

This means instigating action in key areas: Board ownership of the agenda; adjustments to policies and practices; alignment of government affairs; training and motivating employees; pushing sustainability into the supply chain; and disclosing efforts and outcomes. Leaders also recognize they cannot shift systems alone, working with others to shatter barriers and increase the odds of success. Sustainability requires a long-term vision and commitment to ongoing efforts, both to ensure progress and keep pace with a rapidly changing world.

4: Reporting progress

Non-financial reporting expectations have evolved from a feel-good supplement to a strategic report showing measurable gains and losses. As a chief accountability measure, signatories to the Global Compact are required to produce an annual Communication on Progress (COP), typically included as part of their sustainability or annual report, providing the company's stakeholders with an account of their efforts to operate responsibly and support society. Over 28,000 COPs can be found on the Global Compact website [30].

A number of stakeholders are driving businesses to be more transparent – from investors and consumers, to citizens and civil society groups. A top priority is to find ways to better measure sustainability impacts, which will help to direct effective corporate strategies, inform community and stakeholder dialogues, and guide investor decision-making.

5: Local action

While the Global Compact principles are universal, companies exist and act within nations and communities with highly varying expectations of what responsible business means. Additionally, the types of issues a company faces and how it can actively support local and national priorities ranges greatly. To help business navigate

sustainability on the ground, we have Global Compact Local Networks in approximately 85 countries [30].

Our networks exist to support business participants – large, small, foreign and local firms. They are organized and run locally – led by business, but always bringing key stakeholders to the table from civil society, labour and academia. Global Compact networks foster learning, reporting, networking, partnerships and advocacy – all with the goal of advancing sustainability understanding and performance country by country.

Thus, corporate sustainability starts with a company's value system and a principled approach to doing business. This means operating in ways that, at a minimum, meet fundamental responsibilities in the areas of human rights, labour, environment and anti-corruption. Responsible businesses enact the same values and principles wherever they have a presence, and know that good practices in one area do not offset harm in another. By incorporating the Global Compact principles into strategies, policies and procedures, and establishing a culture of integrity, companies are not only upholding their basic responsibilities to people and planet, but also setting the stage for long-term success.