УДК 33

АНАЛИЗ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНДАРТОВ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

ANALYSIS AND CHARACTERISTICS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STANDARDS

Каримова Светлана Анатольевна
старший преподаватель,
Альметьевский государственный
нефтяной институт
karim20@mail.ru

Аннотация. Известно, что от того, как учитываются интересы разных сторон в деятельности крупных корпораций, зависит как их собственное развитие, так и социальная напряженность в обществе.

Ключевые слова: устойчивое развитие, доля участия, государство, участники, компании, рейтинг компаний, аутсайдеры, лидеры, высокие показатели, социальная ответственность компаний.

Karimova Svetlana Anatolievna
Senior Lecturer,
Almetyevsk State Petroleum Institute
karim20@mail.ru

Annotation. It is known that on how the interests of different parties in the activities of large corporations are taken into account, both their own development and social tension in society depends.

Keywords: sustainable development, share of participation, state, participants, companies, rating of companies, outsiders, leaders, high performance, social responsibility of companies.

Обращение к вопросу исследования социальной ответственности бизнеса связано во многом с такими обстоятельствами как запаздывание развития российских конкурентных рынков, несовершенство механизма корпоративного управления, специфичность интересов внутри корпораций на ее периферии, а также единого применения стандартов к работе. Так, нами предлагается сравнение основных стандартов и тех показателей, лежащие в основе их характеристики.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика стандартов социальной ответственности (показателей КСО)

Стандарт 1 IC CSR-08260008000 (2011) – международный стандарт	Стандарт 2 МСИО (2013) – международный стандарт
1) Количество профессиональных союзов; 2) доля участников профсоюзов в общей численности персонала; 3) количество судебных дел по искам работников о дискриминации; 4) количество нарушений в выплате заработной платы; 5) количество мероприятий (средства) на содержание охраны труда, гигиены и безопасности; 6) общая сумма средств, направленных на социальную поддержку; 7) общий объем реализации продукции, а именно место и рейтинг компании на рынке (доля копании); 8) количество договоров с потенциальными партнерами и заказчиками (показатель уровень прозрачности контрактов); 9) средства, направленные на защиту достоверной информации о компании к общему объему затрат; 10) показатель выплаты дивидендов; 11) показатель энергопотребления, характеризующий затраты и средства, направленные на энерг.ресурсы и охрану экологии - показатель экологической эффективности); 12) количество мероприятий, связанные с социальной работой (показатели участия в различных социальных и других проектах; 13) выплата налогов и других обязательных отчислений (добровольных затратах на поддержку местных программ) – показатель отчислений в бюджет; 14) показатель оценки уровня социальной ответственности, характерный для крупного бизнеса; 15) показатель эффективности – включает расчет общих доходов (прибыли) за минусом затрат	Анализ важности ситуации со всеми заинтересованными сторонами: 1) показатель участия в торгах, а именно показатель уровня прозрачности контрактов; 2) показатель работы с внутренними кадрами: (показатель среднемесячной заработной платы, количество и сумма средств на социальную поддержку, а также количество программ улучшения условий жизни); 3) показатель информированности бизнеса о себе (характерным выступает прозрачность договорных отношений, соответствие международным стандартам, что может быть определено рейтингом агентств), а также четкое следование принципам социальной ответственности; 4) работа и количество мероприятий направленные на обогащение общества в целом (количество социальных программ и проектов); 5) работа, связанная с экологической ситуацией (коэффициентов: энерго и эколог.), то есть может быть коэффициент опережения ростом энергопотребления изменения себестоимости продукции компании; 6) показатель формирования репутации и имиджа – место и рейтинг компании в открытом доступе, измеряемый рейтинговыми агентствами (измеряется разработанными методиками, путем приписывания шкал); 7) показатель, описывающий прозрачность и открытость работе со всеми сторонами 8) показатель определения обратной связи, измеряется методом, опроса, интервью

Таблица 2 – Сравнительная характеристика рейтинга социальной ответственности компаний

Рейтинг 1 АПЭК[1] (Агентство политических и экономических коммуникаций)	Рейтинг 2 [2] Агентство «РЕПУТАЦИЯ»
– показатель оценки уровня социальной ответственности компаний (проводился в 2015 году для 100 крупнейших компаний). Оценка показателя уровня социальной ответственности определялась методом экспертных оценок (задавался вопрос экспертам «Какая компания по Вашему мнению социально ответственная?) по шкале от 1 до 10, путем нахождения среднего арифметического значения	– показатель оценки уровня социальной ответственности компании (рейтинговым агентством проводился в 2015 году). Оценка уровня назначалась выставлением рейтинга (выставление 8 классов является российской национальной) тому соответствию, в которой проводятся как работа внутри компании, так и оценка мероприятий с внешней средой. Проводилась проверка соответствия КСО с внутренними нормативами, то есть по всем разделам соответствия стандарта (работа со всеми заинтересованными сторонами), а именно оценивался уровень: наиболее высокий И выставлялся наиболее больший класс
Результаты показывают: 1. Что все показатели, лежащие в основе стандартов, характеризуют как компании действуют в отношении всех стейкхолдеров; 2. То, что в основе оценки рейтинговых агентсв работы бизнеса нет единых (точных) методик, и те, применяемые лишь могут дать объективную оценку картины об уровне социальной ответственности; 3. Рейтинговые агентства (наиболее лучшие и успешные) могут оценить усилия бизнеса и раскрыть ситуацию об открытости и информированности компаний Таким образом, результаты рейтинговых агентств можно сравнить между собой, поскольку в основе методик есть общее: как оценочные инструменты – шкаллы, баллы, так и принципиальная схожесть выбираемых направлений для оценки (государство, персонал, общество, экология, акционеры)	

Таблица3 – Сравнительная характеристика наших показателей КСО с вышеприведенными

Показатели (наши)	Рейтинг 1[3] АПЭК	Рейтинг 2 РА «Репутация»
Показатель оценки уровня социальной ответственности компаний (Шкалы 1–3)	Показатель оценки уровня социальной ответственности компаний (Шкалы 1–10)	Показатель оценки уровня социальной ответственности компаний (8 классов)
– относительный показатель уровня прозрачности контрактов; – относительный уровень охвата рынка компании; – удельный вес основных отчислений в бюджет в выручке текучести персонала; – коэффициент опережения ростом среднегодовой выработки изменения среднегодового дохода 1 работника компании; – удельного веса дивидендов в чистой прибыли; – коэффициент опережения ростом энергопотребления изменения себестоимости продукции компании	– используется метод опроса с экспертами, с точки зрения важности работы со всеми заинтересованными сторонами: – оценивается работа с государством; – работа с обществом; – экологические мероприятия; – внутренняя социальная политика; – работа с акционерами, партнерами, клиентами; – оценивается прозрачность информации о себе. Далее проводится оценка всех работ (присваиваются шкалы) мероприятий	– оценивается работу с государством, – оценивается работа с персоналом; – работа с клиентами, акционерами, партнерами; – оцениваются экологические мероприятия; – оценивается как мероприятия, так и участие компании в отношении с обществом. А далее присваиваются классы

Таким образом, рассматривая способы оценки агентств и оценочные показатели можно сказать следующее:

Во-первых, все показатели как рейтинговых агентств, так и нами приведенные имеют схожесть как самой методики, так и выбор ряда оценочных направлений, то есть рейтинговые агентства ис-

[1] URL : http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=2152 (дата обращения: 1.10.17).
[2] URL : http://rareputation.ru/?p=3185
[3] URL : www.apecom.ru

пользуют приписывание баллов, шкал и метод экспертных оценок, так и нами предлагаются схожесть аналогичных оценочных инструментов, но более точных, позволяющих стратегически оценить значимость показателей (оценочных), а также спрогнозировать решения;

Во-вторых, проведя сравнение наших показателей со стандартными в оценки, подчеркивается степень точности в определении исследования, а именно характер и специфика методики (все показатели в сравнении практически одинаковы, что говорит о верном и правильном их выборе), и методики может применяться независимо от национальных особенностей (поскольку в международных используются те же направления) и менталитета, что говорит, что она является национальной.

В-третьих, приписывание баллов, шкал в сравнении нашей методикой с другими, означает, что любая деятельность может быть оценены и с точки зрения важности других заинтересованных сторон.

Таблица 4 – Сравнительная характеристика международных стандартов социальной отчетности (показателей КСО)

Российская Компания 1 (ПАО «Татнефть»)	Российская Компания 2 (ПАО «Газпром»)
Компания при составлении отчетов (социальных и годовых) старается использовать: – Руководство по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности GRI версии G4; – Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000; – Стандарт ISO:26000 «Руководство по социальной ответственности»; – Социальная хартия российского бизнеса; – международный стандарт интегрированной отчетности (www.theiirc.org/international-ir-framework/). Действие всех установленных принципов и отражение их в отчетах соблюдается. А раскрытие информации о взаимодействии с заинтересованными сторонами отражена полностью, что тоже соответствует стандартам КСО	Компания использует следующие шаги при составлении социальных (устойчивого развития) и годовых отчетов: Когда определяются темы и показатели оценки учитываются: – положения Глобального договора ООН; – социальной хартии российского бизнеса; – международные и российские стандарты в области корпоративной социальной ответственности (КСО) и устойчивого развития, – стандарты нефинансовой отчетности (ISO 26000, GRI–G4, отраслевое приложение к G4); – исследования отраслевой практики управления устойчивым развитием и отчетностью; – анализ содержания взаимодействия с заинтересованными сторонами Компании. Компания занимает первое место в рейтинге (РА «Репутация») в оценке уровня корпоративной социальной ответственности

Исследуя компании, в нашем случае мы привели примеры в оценки соответствия стандартам компаний ПАО «Татнефть» и ПАО «Газпром», можно сказать, что компании строго следуют стандартам, то есть как сдача отчетности (социальной и годовой), так и следования принципам к работе. К примеру, ПАО «Татнефть» действует и работает применяя как международные, национальные, так и региональные стандарты. Аналогично и в ПАО «Газпром» работа осуществляется согласно международным стандартам (национальным, региональным). Соблюдение и строгое соответствие этим правилам компании как завоевывают, так и развиваются в соответствии с международным уровнем, а это говорит об правильном и эффективном управлении.

Литература:

1. Официальный сайт компаний: ПАО «Газпром», ПАО «Татнефть».

References:

1. Official site of the companies: PJSC Gazprom, PJSC Tatneft.