

Мясникова С.В., Федотова Г.А.

Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития бизнеса

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

Введение

В связи со вступлением России во Всемирную торговую организацию (ВТО) вопрос о развитии корпоративной социальной ответственности приобретает большую значимость. Всемирная торговая организация ставит практику корпоративной социальной ответственности далеко не на последнее место при оценке претендентов на вступление и по надзору за деятельностью нынешних членов. Процесс глобализации в современном мире бизнеса предопределил принятие стандартов корпоративной социальной ответственности (КСО) и этических правил ведения дел, признанных международным сообществом. Внимание многих компаний сконцентрировано на корпоративной социальной ответственности как явлении. Опыт многих известных мировых корпораций показывает, что КСО способствует росту капитализации и укреплению устойчивости бизнеса.

Устойчивость развития бизнеса является наиболее важным результатом КСО как политики и концепции стратегического развития компаний. Это, прежде всего, привлекает компании, но обязательство социального развития и взаимодействия со стейкхолдерами ограничивает их заинтересованность. КСО определяет формирование и реализацию корпоративной стратегии устойчивого развития и фактически является системой управления и минимизации нефинансовых рисков. КСО влияет на привлекательность бизнеса для инвесторов, т.к. определяется не только с точки зрения текущей прибыльности, но и с точки зрения экологической и социальной ответственности.

Широко обсуждаются вопросы КСО организации, ее влияния на социально-экономическое развитие страны, способности результативности

совместной деятельности с местными властями и сообществом. Финансовая устойчивость, успешность и прибыльность, влияние на окружающую действительность и социальная политика тесно взаимосвязаны между собой.

Практика работы отечественных организаций свидетельствует о том, что, несмотря на значительное количество научной, и популярной литературы по вопросам КСО, многие методические и практические вопросы по внедрению и реализации принципов не решены до конца. Совершенствование практики КСО, а как следствие, устойчивость развития бизнеса, остается актуальной и сложной задачей в виду ряда существующих в этой области проблем, во многом зависящих не только от экономической, но и от экологической обстановки и социальной политики организаций. Гуманистическая парадигма в управлении, определяющая персонал основным, ключевым ресурсом организации, сегодня значительно расширяется и эффективное взаимодействие со стейхолдерами, т.е. с местным сообществом, акционерами, персоналом должны быть одним из важных направлений КСО, а может быть и приоритетным.

1. Актуальность проблемы

Сложившаяся практика корпоративной социальной ответственности как устойчивого явления развития бизнеса в странах мира, уже не вызывает сомнений в необходимости её реализации. Имеет смысл обратиться к генезису данного феномена.

Генезис лежит в основе концепции системогенеза объясняющей развитие самоорганизующихся и саморегулирующихся явлений. Таким образом, говоря о генезисе корпоративной социальной ответственности, следует говорить о зарождении развития этого явления [4, с. 236-238; 13].

Зарождение корпоративной социальной ответственности как концепции базировалось на следующих теориях (рис. 1)

Выше перечислены три направления концепции корпоративной социальной ответственности. Однако в 1990-х годах началось формирование и развитие нового интегрированного подхода к ответственности бизнеса.



Рис. 1 Теоретические предпосылки обоснования КСО

Главной особенностью этого подхода является то, что благотворительность и социальные программы сконцентрированы на отдельно выбранной области непосредственно связанной с деятельностью компании. Этот подход получил название социально значимых направлений деятельности. Преимущества подхода состоят в том, что происходит снижение напряженности в противостоянии интересов организации и общества. Организация может использовать любой из доступных ей инструментов, а социальные инвестиции не рассматриваются как нерациональные затраты.

Современный бизнес все более задается вопросом создания основы устойчивого развития. Особенно это становится актуальным в период кризиса. Именно кризис определяет необходимость переосмысления и качественного изменения дальнейшего движения и развития. В отсутствие такого изменения не происходит дальнейшего развития и бизнес разрушается.

На примере социальной программы Дж. Кейнса, как основы экономической политики, позволившей США выйти из Великой депрессии 1930-х гг., показала необходимость формирования и развития социальной ответственности бизнеса, как условия устойчивого развития. Дальнейшее «благополучие» бизнеса постепенно привело к усилению радикальных рыночных идей, и уже с 1980-х годов все более стала проявляться позиция - не бизнес для общества, а общество для бизнеса [15].

В настоящее время главное условие по улучшению политики социальной ответственности заключается в учете мнения и интересов общества. Прислушиваясь к общественному мнению, бизнес нейтрализует возможное сопротивление со стороны первых. Учитывая пожелания сообщества, бизнес принимает более рациональные решения. Зная, чего ожидает народ, организации могут плодотворнее расходовать материальные активы для инвестирования социальных программ. Так же данная стратегия может способствовать компании избежать ситуации, в которой могут быть приняты неверные решения, не дающие желаемых результатов.

Говоря о социальной ответственности, мы подчеркиваем добровольность желания и деятельности в этой сфере, которая не оговорена ни в законах, ни в налоговой документации. Добровольная обязанность бизнесменов – принимать политику, решения и действовать так, чтобы удовлетворить пожелания, исходя из целей и ценностных ориентиров сообщества [10, с. 56-59].

Социальная ответственность с точки зрения некоторых ученых представляет собой систему отношений между субъектами, среди которых государство, бизнес и общество, по поводу осуществления взаимных требований. Ответственность включает приоритеты взаимодействующих сторон, а взаимные требования определяются ими как основа для нахождения решения и выполнения действий [9, с. 8].

В списке наиболее применяемых направлений социальных программ организаций следует выделить: развитие персонала; охрана здоровья и

безопасность условий труда; охрана окружающей среды и бережливое отношение к ресурсам; развитие местного сообщества [5, с. 614].

Продуманная социальная политика предоставляет организации возможность притворить в жизнь и удовлетворить свои главные потребности: выживание, безопасность и устойчивость. Это преумножает доверие людей, инвесторов и акционеров к организации и таким образом увеличивает конкурентоспособность организации. Привлекательность бизнеса с социальной точки зрения способствует организации благоприятного социального окружения в будущем, что позволяет стабильно развиваться.

На практике сложились несколько основных форм реализации социальных обещаний. К какой из форм прибегнуть решает каждая конкретная компания исходя из своих интересов [11].

Одним из первых опытов реализации корпоративной социальной ответственности является благотворительность. Именно эта форма позволяет организациям проектировать и реализовывать программы вне основной деятельности организации и действовать непосредственно на совершенствование жизни сообщества. Благотворительность так же подразделяется на три формы (рис.2).

Первая форма - денежные пожертвования в наличной форме. Организации могут помогать в денежной форме непосредственно или при помощи специальных благотворительных фондов. Эта форма реализуется несколькими методами:

- *метод поддержки* - организации поддерживают своих сотрудников в денежной форме;

- *метод социальных инвестиций* предусматривает, как правило, инвестирование долгосрочных проектов совместных партнерских социальных программ для снижения социальной напряженности и улучшения качества жизни сообщества в местах действия организации;

- *метод денежных грантов* – это адресная финансовая поддержка прикладных исследований в области деятельности организации могут получить;



Рис. 2 Формы благотворительности

- *метод эквивалентного финансирования* предусматривает доленое участие в финансировании социальных программ совместно с государственными органами, некоммерческим сектором и иногда персоналом организации;

- *метод Cause-related marketing (CRM)* – это финансовая помощь на реализацию благотворительных программ в виде отчисления процента от продаж определенного товара или услуги на реализацию;

- *метод стипендии* – инвестиции в образование перспективных кадров в организации и для развития отрасли науки на конкурсной основе [25].

Вторая форма – помощь, оказываемая организацией в поддержку общества предоставлением невостребованной продукции или оборудования. Практика передачи старого оборудования организациями существует во многих странах и охватывает огромное количество компаний [22].

Третья форма – корпоративное волонтерство или иначе делегирование сотрудников компании во внешне направленные социальные программы через

безвозмездное предоставление времени, знаний, умений, информации и взаимосвязей сотрудников. Особенность этой формы благотворительности заключается в том, что она может производиться исключительно добровольно и не причисляется к служебным обязанностям и заданиям [13].

Кроме корпоративной благотворительности существуют и другие формы и методы реализации корпоративной социальной ответственности. Их подразделяют по различным основаниям. Так, по отношению к персоналу выделяют: социальные гарантии (социальный пакет); пенсионное обеспечение; охрану труда; заботу о здоровье персонала; мотивационные схемы оплаты труда; бонусные программы; обучение и развитие; развитие корпоративной культуры; корпоративные праздники и досуг; внутриорганизационные коммуникации руководства с сотрудниками разных уровней [3].

По отношению к партнерам организации могут гарантировать добросовестность и прозрачность рекламы. Корпоративная социальная ответственность может действовать по отношению к местному сообществу посредством экологических программ.

По отношению к государству организация может реализовывать проекты ответственности. К примерам, данной политики относятся:

- финансовая устойчивость компании, прибыльность, добросовестность налогоплательщика;
- инновационная ориентация на современные наукоемкие технологии;
- патриотическая политика в кадровой и сбытовой деятельности, а также в области закупок.

И, наконец, по отношению к обществу корпоративная социальная ответственность предполагает ведение бизнеса в соответствии с этическими, законодательными нормами и общественными ожиданиями; оптимизацию использования ресурсов; прозрачность и доступность информации о её деятельности.

Следовательно, в настоящее время сложились разные варианты осуществления практики корпоративной социальной ответственности в

организации. Многообразие форм и методов обеспечивает организации вариативность выбора приемлемой и эффективной программы в соответствии с миссией и планами организации.

Одним из результатов корпоративной социальной ответственности, является корпоративный имидж и деловая репутация. Следует разделять эти два понятия. Под корпоративным имиджем понимается общее представление, складывающееся у каждого отдельно взятого человека о той или иной организации. Деловая репутация же представляет собой ценностные характеристики, вызываемые устоявшимся корпоративным имиджем. Корпоративный имидж призван создавать определенное мнение и убеждение о компании у местного сообщества. В США компании в основном пользуются списком критериев, которым пользуется журнал «Fortune» в ходе составления рейтинга пятисот крупнейших компаний. В этот список входят следующие критерии: качество менеджмента; качество продукции; способность привлекать и удерживать квалифицированные кадры; финансовая прочность; эффективность использования корпоративных активов; долгосрочная инвестиционная привлекательность; склонность к использованию новых технологий; ответственное отношение к обществу и окружающей среде [6].

Определенный уровень корпоративного имиджа организации зависит от совершенствования всех составляющих корпоративного управления – корпоративной культуры, прозрачности и известности деятельности компании в обществе. Совершенствование корпоративного управления способствует устойчивому росту деловой репутации и узнаваемости фирменного имени и марки. Последние напрямую зависят от уровня имиджа компании, имеющих деловых контактов.

Деловая репутация имеет не только чувственную форму, но и может измеряться. Для этого существует «Индекс репутации» - количественное многоступенчатое исследование, представляющее наиболее надежные и достоверные данные проводимое ежегодно. Этот индекс представляет результаты определения трендов репутации брендов компаний,

представленных в России на 10 сегментах рынка. К традиционным показателям можно отнести: индекс репутации бренда (ИРБ); индекс известности в профессиональном пространстве (ИИПП); индекс качества брендов (ИКБ); индекс динамики развития брендов (ИДРБ); индекс лидерства на Сегменте Рынка (ИЛСР); индекс общественных симпатий (ИОС).

Важным этапом становления КСО стало внедрение «мягкого» международного стандарта Глобальной инициативы по отчетности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative — GRI) по трем направлениям (Triple Bottom Line): экономика компаний, экология производства и социальная политика. 8 сентября 1999 года по инициативе бизнес-сообщества был введен мировой фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Index- DJSI) и на начало 2005 года уже более 600 крупнейших компаний и корпораций мира информировали свои целевые аудитории, общественность и стейкхолдеров.

Их отчеты по устойчивому развитию включают 50 основных и 46 дополнительных показателей результативности, разработанных в 2002 году в рамках «Руководства по отчетности в области устойчивого развития». Затем эти данные проверяются специально уполномоченным аудитором — в настоящее время это Pricewaterhouse Coopers. Далее определяются места компаний, концернов, финансовых институтов и корпораций в мировой таблице о рангах по «устойчивому развитию» с разбивкой по секторам. Несколько позднее, был введен европейский индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (DJSI STOXX), аналогичный общемировому [14].

Индекс DJSI составлен группой «Dow Jones and RobecoSAM», это первый мировой оценочный рейтинг устойчивого развития предприятий в аспектах КСО, а именно, экономики, экологии и социального развития. Для расчета индекса используется большое количество показателей при заполнении компаниями специальных ежегодных опросников и является более точной и полной оценкой устойчивого развития организаций.

Несмотря на вышеперечисленные плюсы внедрения корпоративной социальной ответственности, существуют и противники этого подхода. Так, многие ученые считают, что программы корпоративной социальной ответственности, применяемые такими компаниями как British American Tobacco (BAT), нефтяным гигантом BP и McDonald's служат скорее для отвлечения общества от множества возникающих этических вопросов при изучении их деятельности. То есть, по мнению ученых, вышеперечисленные корпорации занимаются больше презентацией своей деловой репутации. На самом деле их деятельность направлена на максимизацию прибыли без особого внимания к охране окружающей среды.

Критики считают, что говорить о добровольных мерах социальной ответственности, к которым причисляется и корпоративная социальная ответственность, в случае с такими компаниями бесполезно и стоит говорить и государственном и правовом регулировании данного вопроса.

2. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости развития бизнеса

Опыт западных корпораций показал необходимость социальной ответственности, пришло понимание, что эти процессы способствуют улучшению управления бизнес-рисками, связанными с экологическими, социальными, трудовыми и этическими проблемами.

Практикой КСО выработана структура управления нефинансовыми рисками, что позволяет укрепить устойчивость позиции корпорации. Влияние власти, государства во многом определяет условия и особенности становления и развития корпоративной социальной ответственности в перспективе.

Устойчивое развитие компании сегодня рассматривается как новая управленческая философия, когда эффект деятельности рассматривается как интегральный показатель экономического, экологического и социального эффекта.

На современном этапе в корпоративной деятельности важным является способность качественно управлять нефинансовыми рисками, перестраиваться

на долгосрочное развитие и рост, и именно это привлекает современных инвесторов, готовых поддержать такие инициативы: доступность источников финансирования; инновации, сокращение отходов и эффективность; управление рисками; деловая репутация и доверие потребителей; лояльность существующих и потенциальных сотрудников; преимущества в социальной сфере. Для оценки будущего развития КСО важно изучить опыт других стран и сравнить их особенности с российской практикой (табл. 1) [6].

Таблица 1

Сравнение особенностей европейской и российской практики КСО

Характеристика КСО	Европейский Союз	Россия
Предмет	Определен, часто характеризуется общественным консенсусом, в каждой сфере выделены свои акценты, обсуждается в СМИ	Ситуационен, определяется компанией или местными властями, в сфере выделены свои акценты, минимальным влиянием СМИ и стейкхолдеров.
Минимальный уровень	Задан директивами ЕС, конкретизирован национальными правительствами законодательно и программно.	Ситуационен, законодательный минимум в сфере ответственности бизнеса имеет пробелы.
Логика	Системность и рациональность вклада, в т.ч. благодаря высокой стандартизации; добровольность выбора вклада в развитие общества в рамках заданного властью и обществом «коридора».	Высокий процент относительно авральных действий. КСО как приложение к бизнесу, не затрагивающее производство. Сочетание жесткой привязки к доходам и филантропии.
Участие стейкхолдеров	Вовлекаются в выработку корпоративной политики, развит принцип социального партнерства.	Невысокий уровень вовлечения, по инерции может компенсироваться заключением коллективных договоров.
Нефинансовая отчетность	Развита как результат запросов стейкхолдеров, наличия экспертизы, аудита, гос. стимулирования.	Основания развивать формируются медленно. Описывает преимущественно социальную сферу.
Политика коммуникаций	Преимущественно открытая	Преимущественно закрытая
Масштаб и направление	Соразмерность практики КСО масштабам компании. Экологическая, социальная и экономическая сферы.	Несоразмерность КСО масштабам компании (в обе стороны). Приоритет — социальная сфера, стабильность.

Отчетность в области устойчивого развития дает следующие преимущества:

а) *Укрепление деловой репутации.* Исследование, проведенное в 2011 году, посвященное вопросам деловой репутации компаний, показало, что основными факторами, влияющими на повышение доверия к бизнесу, являются увеличение информационной открытости и отражение в отчетности данных о социально значимых инициативах. Согласно результатам исследования 2012 года, выполненного Центром корпоративного гражданства Бостонского колледжа и компанией EY, 50% респондентов, выпускающих отчетность в области устойчивого развития, считают, что ее подготовка способствует улучшению корпоративной репутации.

б) *Соответствие ожиданиям сотрудников.* Исследование 2011 года, проведенное компаниями EY и GreenBiz, выявило, что сотрудники являются одними из основных пользователей отчетности в области устойчивого развития: такой ответ дали 18% респондентов. Согласно результатам исследования 2013 года, осуществленного компанией EY и Центром корпоративного гражданства Бостонского колледжа, положительное влияние отчетности в области устойчивого развития на повышение лояльности сотрудников отметили уже 30% респондентов.

в) *Облегчение доступа к источникам капитала.* Согласно результатам последних исследований, организации, выпускающие отчеты в области устойчивого развития и ведущие системную деятельность в данной сфере, имеют оценку в рамках индекса Каплана-Зингалеса на 0,6 ниже, чем те, которые уделяют меньше внимания устойчивому развитию. Чем ниже значение индекса, тем легче компании привлекать финансирование.

г) *Повышение эффективности управления и сокращение отходов.*

В ходе международного исследования отчетности в области устойчивого развития, проведенного в 2012 году, 88% опрошенных ответили, что подготовка такой отчетности повышает эффективность процесса принятия решений. Подготовка отчетности в области устойчивого развития требует от

компаний сбора информации о процессах и воздействиях, которые ранее ими не оценивались. Помимо большей прозрачности финансовых и операционных результатов, такая новая информация дает возможность организациям принимать решения по сокращению использования природных ресурсов, повышению эффективности и совершенствованию операционной деятельности.

Кроме того, отчетность в области устойчивого развития помогает компаниям минимизировать экологические и социальные риски, влияющие на финансовые результаты деятельности, и способствует увеличению стоимости компании, повышению ее социальной значимости и финансовой надежности. Среди менеджеров, занимающихся вопросами устойчивого развития, преобладающая часть (61%) отмечают, что управление рисками входит в число трех основных причин, по которым их компании уделяют серьезное внимание указанным вопросам. Взаимосвязь между существенными последствиями для деятельности компаний, экологическими и социальными рисками говорит о том, что важность устойчивого управления бизнесом будет возрастать.

Для стейхолдеров максимальная польза отчетности в области устойчивого развития возможна при наличии единого стандарта подготовки указанной отчетности, позволяющего быстро оценивать и сравнивать данные. В настоящее время такой стандарт, обеспечивающий сопоставимость информации, разработан Глобальной инициативой по отчетности (Global Reporting Initiative – GRI).

Инвесторы и биржи стремятся к большей информационной открытости. Для многих компаний основной причиной подготовки отчетов в области устойчивого развития является рост мирового рынка социально ответственных инвестиций. Под управлением менеджеров, которые при формировании инвестиционного портфеля систематически оценивают деятельность организаций в области устойчивого развития и ее результаты, находятся активы на общую сумму в 3,74 трлн. долларов США.

Однако рынок социально ответственных инвестиций не сводится лишь к подобным инвестиционным фондам. Аналитики инвестиционных фондов

проявляют значительный интерес к информации в области устойчивого развития компаний. Институциональные инвесторы требуют от организаций предоставления все большего объема данных о корпоративном управлении и результатах деятельности в экологической и социальной сферах.

Во многих странах биржи, либо государственные органы, требуют предоставления некоторых видов отчетности в области устойчивого развития. Каждый год появляются новые законы и рекомендации в этой сфере. Фондовые биржи, по меньшей мере, 20 стран на шести континентах требуют от компаний (либо настоятельно рекомендуют им) представлять отчеты в области устойчивого развития или другие публичные документы, раскрывающие аналогичную информацию. В настоящее время не менее 44% совокупной капитализации публичных компаний приходится на биржи. Например, в ЮАР компании, котирующиеся на Йоханнесбургской фондовой бирже, обязаны публиковать интегрированный отчет, включающий финансовую информацию и данные о деятельности по устойчивому развитию, либо объяснять причину отсутствия такой отчетности и данных. Более чем в 10 других странах существуют различные требования об обязательной публикации данных об устойчивом развитии компаний.

В 2014 году только 319 компаний из 2 500 компаний мира были внесены в общемировой список лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию (DJSI World Index) в оценке DJSI [26].

В рейтинге ТОП – 100 наиболее устойчивых компаний мира (Global 100) вошли компании из более 20 стран, работающих во всех секторах экономики, в частности, США — 18 компаний, Канада — 13, Великобритания — 8, Германия — 7, Швеция — 5, Сингапур — 4 и др.

В 2014 году лидерами рейтинга Global 100 стали компании Австралии, США, Финляндии, Норвегии, Франции, Дании, Германии и Бельгии (рис. 3).

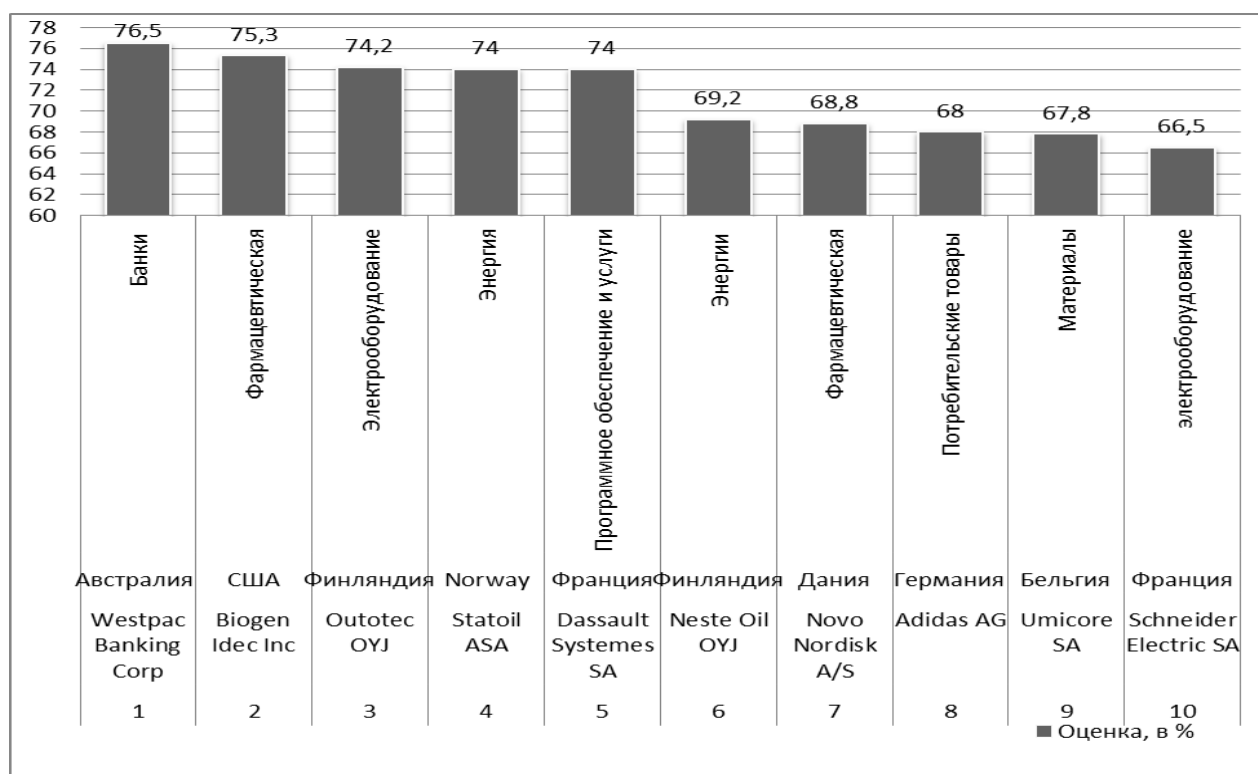


Рис. 3. Лидеры рейтинга Global 100 в 2014 году (в %).

Global 100 ежегодно составляется с 2005 года канадским деловым изданием Corporate Knights, и за это время проанализировано более 4 тысяч компаний.

Карло Мессина, исполнительный директор компании «Интеза Санпаоло», попавшей в Global 100, считает, что это результат серьезного отношения группы к вопросам окружающей среды, человеческих ресурсов, инноваций и прозрачности действий.

В основе оценки рейтинга отмечается эффективное управление природоохранными, социальными и управленческими рисками и возможностями. При составлении рейтинга учитывается 12 ключевых показателей эффективности, в том числе, энергоэффективность, объем выбросов CO₂, соотношение зарплаты главы компании и средней зарплаты сотрудника, текучесть кадров, зависимость вознаграждения топ-менеджеров от достижения целей по обеспечению устойчивого развития [24].

16 апреля 2013 г. Европейская комиссия выпустила пресс-релиз в котором анонсировала планы по принятию Европейским парламентом и Советом Европейского союза директивы обязывающей крупные компании ЕС раскрывать в рамках годовой отчетности информацию об их значительном экономическом, экологическом и социальном воздействии на окружающую среду. С учетом вышесказанного, можно сказать, что публикация отчетности об устойчивом развитии в будущем станет обязательной как в развитых, так и в развивающихся странах [19].

Для того чтоб понять как же на практике применяется концепция корпоративной социальной ответственности рассмотрим деятельность ряда зарубежных компаний, входящих в список Доу-Джонса – компании Boeing и ExxonMobil.

Компания Boeing – ведущая мировая аэрокосмическая корпорация, крупнейший изготовитель пассажирских самолетов. Кроме пассажирских самолетов компания производит военные вертолеты, электронные и оборонные системы, ракеты, спутники, современные информационные системы и системы связи. Так же компания является одним из лидеров в сфере противоракетной обороны, пилотируемых космических полетов и услуг по запуску космических аппаратов. Компания занимается не только продажей, но и послепродажным обслуживанием. Boeing обслуживает заказы во многих странах мира и по объемам экспортируемой продукции занимает одно из первых мест в США [20]. В Компании применяется широкий спектр современных технологий и инновационных решений, который постоянно пополняется и способствует росту спроса и требований заказчиков [1].

Компания действует в семидесяти странах мира и насчитывает почти двести тысяч сотрудников. Три четверти сотрудников компании имеют высшее образование. Из них около пятидесяти тысяч обладают научными степенями в технической и экономической областях. Компания делает основной упор на знания и талант своих сотрудников. Среди стран действия и сотрудников компании присутствует и Россия.

Корпоративная социальная ответственность деятельности является одним из важнейших направлений деятельности организации и является частью корпоративной стратегии. Компания притворяет в жизнь разнообразные благотворительные программы, реализует волонтерскую деятельность и инвестирует инициативные проекты работников компании не только на территории США, но и во всех странах, где существует производство или представительность корпорации. Ежегодно компания тратит миллионы долларов в социальные программы. Для воплощения определенных проектов Boeing часто сотрудничает с негосударственными компаниями, объединяя усилия и ресурсы ни одного, а нескольких спонсоров. Основные направления деятельности включают образование, охрану окружающей среды, охрану здоровья и социальные программы, искусство и социальные инициативы.

Следует отметить, что немаловажную роль Boeing играет для России и стран СНГ. Отдельно следует поговорить о кросс-полярных маршрутах. Суть этого нововведения – прямые маршруты полетов, связывающие континенты, что обеспечивало развитие не только мировой торговли, но и развитие авиаперевозок.

Для реализации проекта понадобилось провести технический аудит аэропортов, число которых около полусотни, но лишь четырнадцать находящихся в Сибири и на Дальнем Востоке получили одобрение для получения статуса запасных по маршрутам между континентами. Пассажиры от введения кросс-полярных маршрутов получили возможность безпересадочного перелета до пункта назначения, а авиакомпании – уменьшение времени затрачиваемого на полет. Что же до России, то и страна выигрывает, получая доходы от аэронавигационных сборов. Первые рейсы в рамках данной деятельности были произведены в феврале 2001 года.

Уже более пятнадцати лет компания принимает немаловажное участие в реализации ряда благотворительных и социальных программ. Ежегодно Боинг предоставляет гранты Детскому оздоровительному фонду «Down side up», который разрабатывает и реализует методики лечения и обучения детей с

синдромом Дауна, Московскому Центру математического обучения, Благотворительному Фонду «Истоки» в городе Верхняя Салда Свердловской области. Для детей и подростков была реализована целая серия экологических и образовательных проектов. В последние годы компания также имеет партнерские отношения с благотворительным фондом «Подари жизнь».

Для сравнения имеет смысл рассмотреть опыт другой не менее известной крупнейшей в мире частной нефтяной американской компании ExxonMobil, которая занимает лидирующие места по размеру рыночной капитализации и второе место в рейтингах крупнейших публичных американских компаний.

Свою историю компания берет с конца XX века и связана с развитием экономического либерализма. Основатель компании Джон Дэвинсон Рокфеллер полностью контролировал всю работу компании, начиная с добычи и заканчивая продажей включая транспортировку с участием секретных компаний-посредников. В итоге добился полного владычества на северо-американском рынке и начал устранять своих соперников на мировом рынке. Имя Джона Рокфеллера и его детище ExxonMobil символизируют собой экономическую власть компаний, имеющих возможность воздействовать на государство [2].

За 125 лет своего существования ExxonMobil прошла путь от маленькой провинциальной американской фирмы, занимающейся продажей керосина, до крупнейшей мировой нефтедобывающей и нефтехимической компании открытого типа. На сегодняшний день компания действует в большинстве стран мира и известна под такими торговыми марками как «Эксон» (Exxon), «Эссо» (Esso) и «Мобил» (Mobil) [21]. На протяжении всего времени существования корпорации немало внимания руководство уделяло социальным программам и развитию реализации проектов выходящих за рамки деятельности фирмы. Благодаря инвестициям в научные исследования были изобретены и введены в действие аппараты и промышленные установки.

Одной из основных целей своей деятельности корпорация считает поддержание сообщества, экологии и инвестиции в социальные проекты. Для

нефтегазовых компаний остро стоит вопрос о поддержании её деловой репутации. ExxonMobil вкладывает немало средств в Американский институт предпринимательства. Особое внимание уделяется планированию природоохранных мероприятий, проектированию новой продукции или технологии с оценкой влияния на окружающую среду [17].

Деятельность корпорации отвечает принятым основополагающим принципам, которые, по мнению руководства, способствуют удержанию ведущего места на рынке. Среди этих принципов - обеспечение постоянного прироста инвестированных средств и удовлетворение постоянно растущего спроса заказчиков. Компания внимательно относится к набору персонала, безопасности труда, уровню условий труда, повышению квалификации, созданию рабочей среды без дискриминации и притеснений и рабочих мест для специалистов с ограниченными физическими возможностями.

С января 2011 года ExxonMobil сотрудничает с компанией «Роснефть» в освоении углеводородных запасов на шельфе Черного моря. Параллельно с этим в том же году было объявлено о стратегическом партнерстве с российскими компаниями в освоении нефтегазовых месторождений Арктики. В этих проектах американская компания имеет около 30% прибыли, оставляя 70% России. В то же время американцы пригласили российскую компанию к участию в похожих проектах, осуществляемых в Мексиканском заливе и в Техасе. Неоценимым плюсом сотрудничества этих двух компаний стало создание Арктического центра исследований в Санкт-Петербурге. На протяжении уже семи лет организация оказывает поддержку российскому фонду «Надежда» - фонду помощи детям-сиротам в пяти регионах России. Благодаря помощи компании реализуются медицинские и образовательные программы в детских домах. В Краснодарском крае на юге России организация реализует проекты совместно с Департаментом молодежной политики края. Например, компанией проводилась уникальная программа предоставления стипендий для талантливых студентов и возможности обучения в университетах США и Британии, а на базе Европейского университета в Санкт-

Петербурге в 2009 году было открыто финансирование по новой специальности «Природные ресурсы и экономика энергетики».

Но не только в России компания вносит вклад в природоохранные проекты. Компания Рокфеллера является одним из главных инвесторов Международного фонда Лёсер, созданного для сохранения уникальной экосистемы Лёсер на севере острова Суматра, которая является единственным местом на земле, на территории которой обитают редкие животные, такие как дымчатые леопарды.

Таким образом, рассмотрев деятельность компаний Boeing и ExxonMobil, следует сказать, что зарубежный опыт практики корпоративной социальной ответственности обладает широкой содержательностью, охватывает все, или почти все составляющие концепции КСО и реализуется на высочайшем уровне. Деятельность компаний направлена не только на получение прибыли и развитие, но и на заботу о персонале компании, окружающей среде, местном сообществе и мировом сообществе. Нельзя не заметить, что обе рассмотренные компании вносят немалый вклад не только в процветание своей страны, но и в поддержку других стран.

В 2011 году КПМГ провела исследование по корпоративной отчетности российских компаний. В данном исследовании приводятся результаты оценки современного уровня раскрытия информации и качества корпоративной отчетности в области устойчивого развития 200 крупнейших российских компаний, включенных в рейтинг «Финанс-500» за 2010 год. Анализ информации за 2009 и 2010 гг., взятой из публичных источников, проводился на основе более чем 30 критериев. КПМГ разработала механизм объективной оценки практики нефинансовой отчетности, который отражает оценку прозрачности деятельности различных компаний в области устойчивого развития, качества их нефинансовой отчетности и степени важности этого вида деятельности для заинтересованных лиц компаний (табл. 3) [23].

В 2011 году количество компаний, готовящих отчет в области устойчивого развития, увеличилось по сравнению с 2010 годом в следующих секторах:

электроэнергетика и инфраструктура, машиностроение и металлообработка, пищевая промышленность, строительство и строительные материалы. Снижение количества подготовленных отчетов наблюдается в нефтегазовой, металлургической отрасли, секторе финансов, страхования и ценных бумаг. В целом можно утверждать, что половина компаний, так или иначе, раскрыла информацию по вопросам устойчивого развития.

Таблица 3

Отчетность российских компаний в области устойчивого развития, в %

Отрасли	2009 г.	2010 г.
Электроэнергетика и инфраструктура	100	100
Нефть и газ	71	73
Машиностроение и металлообработка	63	58
Транспорт	31	31
Автомобилестроение	43	43
Медиа и коммуникации	31	31
Пищевая промышленность	25	25
Производство строительных материалов	0	25
Горнодобывающая промышленность	80	70
Химическая промышленность	50	50
Лесная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная промышленность	5	5
Финансы, страхование и ценные бумаги	18	27
Фармацевтика	20	20
Торговля	35	15
Другие услуги	0	0
Электроника и компьютеры	0	0

Отдельные отчеты в области устойчивого развития подготовили в 2011 году 9% компаний, что на 5% меньше по сравнению с 2010 годом.

Основные мотивы для подготовки отчетности в области устойчивого развития – это этические соображения, укрепление репутации и бренда, а также мотивация персонала.

Снижение количества отчетов в виде отдельного документа наиболее вероятно связано с двумя современными тенденциями: экономией средств на

подготовку и публикацию отдельного отчета и стремлением ряда компаний следовать международной практике в подготовке интегрированной отчетности. Причиной может быть и различная продолжительность отчетных периодов.

Важной проблемой для российских компаний выступает отсутствие системы управления устойчивым развитием, требующей разработки стратегии и определения конкретных показателей эффективности, создания системы информационного обеспечения для анализа результативности и проведения корректировки. Это является необходимым условием подготовки социальных отчетов по международным стандартам и развития интегрированной отчетности, повышения конкурентоспособности на международном рынке в соответствии с принципами устойчивого развития.

В отличие от зарубежных компаний в России больше внимания уделяется подготовке отчетов, нежели качеству предоставляемых данных, именно поэтому часть показателей раскрывается недостаточно или вообще не раскрывается. Например, только 49% компаний уделили внимание такому важному вопросу, как использование водных ресурсов. Российские компании не ведут активной работы по учету выбросов парниковых газов: только 8% из участников исследования раскрыли данные об общем объеме выбросов. Во многих случаях отмечается раскрытие частичной или некорректной информации по выбросам парниковых газов. Большинство российских компаний не имеют системного подхода к вопросам энергосбережения и энергоэффективности и предпринимают отдельные действия, не соответствующие международному уровню.

Раздел о благотворительной деятельности в корпоративной нефинансовой отчетности подавляющего большинства российских компаний носит описательный характер и сводится к перечислению благотворительных проектов, реализованных в отчетном периоде. Лишь немногие организации готовы предоставить читателям информацию о подходе компании к управлению корпоративной благотворительностью: механизм рассмотрения, утверждения проектов и бюджетов, подразделения, отвечающие за эти

процессы. Очень немногие компании указывают наличие четких и прозрачных критериев отбора новых проектов и оценки уже реализованных.

Российским компаниям следует развивать систему управления устойчивым развитием – начинать необходимо с разработки стратегии и конкретных показателей эффективности, внедрения процессов, позволяющих регулярно собирать объективную и полную информацию, анализировать результативность мероприятий. Все это позволит готовить качественные отчеты по международным стандартам и развивать интегрированную отчетность. Недостаточное использование российскими компаниями международных добровольных стандартов для подготовки отчетности снижает их конкурентоспособность на международном рынке, а также лишает ряда других преимуществ, связанных с приверженностью принципам устойчивого развития.

В рамках глобальной конкурентной борьбы российским компаниям необходимо интенсивно развивать системы отчетности в области выбросов парниковых газов, а также внедрять систему энергетического менеджмента, основанную на международном опыте.

В корпоративной нефинансовой отчетности также важно раскрыть наличие прозрачной системы корпоративной благотворительности, основанной на четких критериях отбора и оценки проектов.

Руководство по отчетности в области устойчивого развития, разработано Глобальной инициативой по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI) в результате взаимодействия различных заинтересованных сторон.

Реализация основных стратегических социальных программ была начата в 2006 г. В области здравоохранения намечено повысить технологический уровень, а также модернизировать учреждения здравоохранения [8].

Программа также предусматривает существенное увеличение заработной платы врачей и медицинского персонала, что особенно расстраивает псевдолиберальных аналитиков. Аналогичный проект реализуется и в области образования. Другая стратегическая программа в области социально-общественной жизни — национальная программа в области жилья,

нацеленная на улучшение жилищных условий за счёт модернизации объектов коммунальной инфраструктуры, совершенствования системы управления ЖКХ, а также увеличения объёмов доступного жилья и финансирования его строительства.

Для оценки отечественного опыта практики корпоративной социальной ответственности рассмотрим деятельность ОАО «Лукойл». Компания «Лукойл» является одной из крупнейших вертикально интегрированных нефтегазовых компаний мира. Компания обеспечивает около 2,2% общемировой добычи нефти. Нефтеперерабатывающие мощности компании распределены в шести странах мира. На сегодняшний день компания выпускает высококлассных продуктов нефтепереработки, газопереработки и нефтехимии. Продукция организации представлена более чем в тридцати странах мира [18].

Приоритеты и обязательства организации в области корпоративной социальной ответственности прописаны в Социальном кодексе компании. В нем прописаны основные принципы деятельности ОАО «Лукойл», среди которых можно выделить: успешное развитие организации; ценность людских ресурсов; объективная оценка влияния производства на экологию.

На производстве действует специальная программа по снижению аварийности и охране труда, благодаря которой показатели производственного травматизма в ОАО «Лукойл» намного ниже среднеотраслевых. Специально разработана «Политика Компании в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды», а так же учрежден специальный Департамент. С целью контроля охраны труда с организации действует специальная техническая инспекция труда и существует институт уполномоченных.

Компания имеет свою программу корпоративного социального страхования и специальную пенсионную программу по учреждению негосударственного пенсионного фонда, в который ежемесячно производятся отчисления и начисляются проценты. Компания имеет специальный фонд для

обеспечения сотрудников жильем, а так же помогает в получении кредита и ипотеки.

Уникальное явление для нашей страны – совет молодых специалистов на предприятии, целью которого является поиск молодых специалистов способных разрабатывать и внедрять нововведения в деятельность компании. Как и практически во всех крупных организациях в нашей стране, ОАО «Лукойл» обеспечивает своих сотрудников и членов их семей путевками в оздоровительные и санаторно-курортные учреждения.

Компания оказывает поддержку сообществу в формах социального инвестирования и спонсорства, благотворительности. Проводятся совместные программы с государственными музеями, коллективами культуры. Компания входит в попечительский совет театральных и музыкальных учреждений. Так же сотрудники участвуют в мероприятиях по поддержанию порядка в Национальном парке «Куршская коса» и исторических зданиях в Борхерсдорфе. Большое внимание компания уделяет развитию спорта и активно финансирует развитие и строительство спортивных комплексов.

В компании проходят так называемые донорские акции среди персонала центрального офиса компании. По мнению руководства, эти акции не только помогают в решении актуальных социальных проблем, но и помогают укреплению корпоративной культуры. К таким акциям можно отнести благотворительную помощь детским домам в разных регионах страны и домам престарелых.

Немалый вклад делает компания в развитие медицины финансирую множество исследований и оказывая финансовую поддержку крупнейшим медицинским научно-исследовательским центрам. Кроме этого компания оказывает поддержку местным больницам в регионах в приобретении оборудования.

В последние годы было выделено немало средств для создания Научно-проектного комплекса «Лукойл-Инжиниринг». С 2011 года компания Лукойл принимает активное участие в инновационном проекте «Сколково».

Предлагаем анализ практики корпоративной социальной ответственности осуществлять по следующим показателям: качество продукции; финансовая прочность; долгосрочная инвестиционная привлекательность; склонность к использованию новых технологий; социальные инвестиции; денежные гранты; применение методики CRM; стипендии студентам приоритетных направлений; помощь в натуральной форме; корпоративное волонтерство; социальный пакет; пенсионное обеспечение; забота о здоровье персонала; бонусная программа; проведение корпоративных праздников и досуга; экологические программы; безопасность производства; контроль за отходами производства; отношения с сообществом и благотворительность. Обобщенная оценка каждого из вышеперечисленных аспектов может проводиться по 5-ти бальной шкале.

Проведем сравнительный анализ практики КСО в компаниях Boeing, ExxonMobil и ОАО «Лукойл» (рис.4).

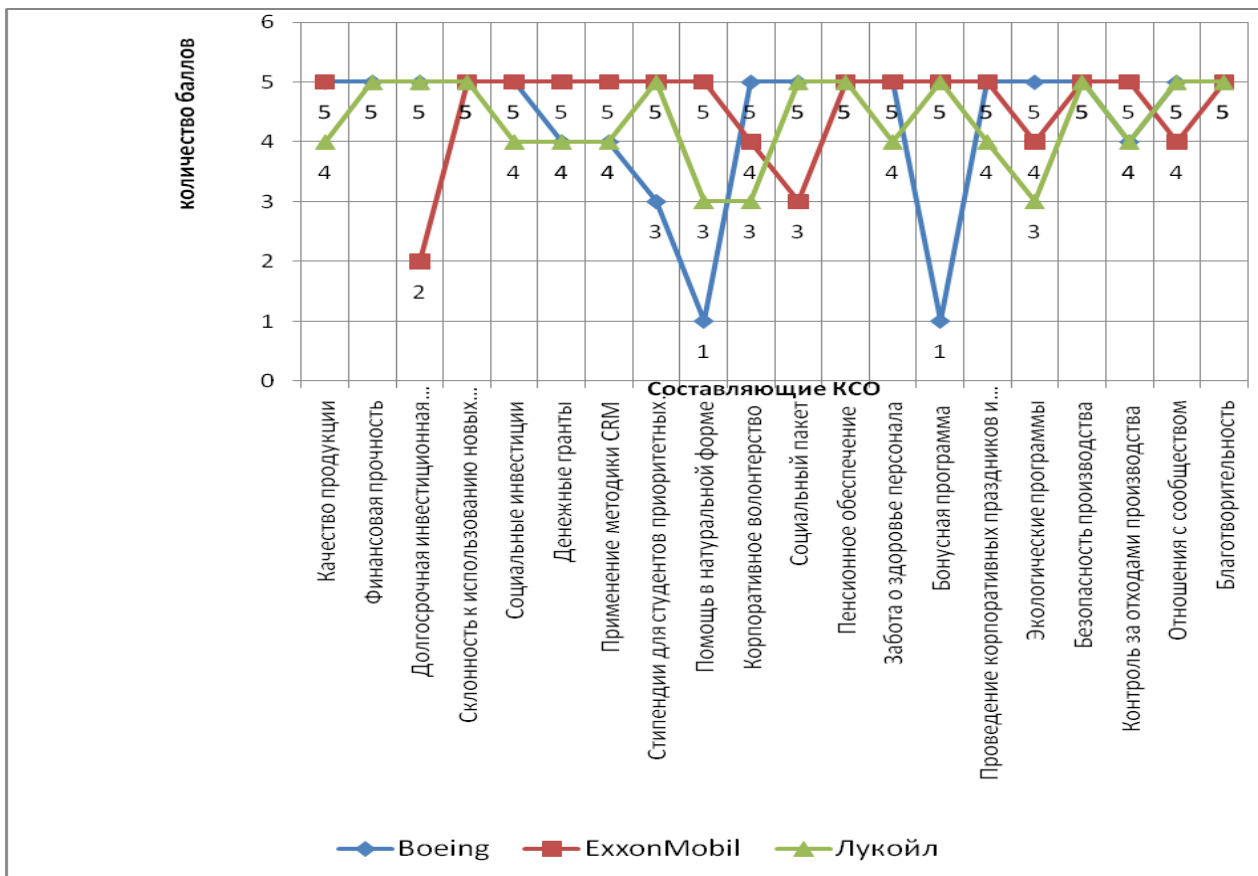


Рис.4 Сравнительный анализ практики КСО в компаниях

Для анализа применим методику группировки данных и выделим те аспекты, по которым ОАО «Лукойл» преуспевает и находится на достаточно хорошем уровне по сравнению с другими анализируемыми компаниями по результатам проведенных исследований. Среди проблемных направлений можно выделить помощь в натуральной форме, корпоративное волонтерство и экологические программы.

Для компании Boeing наиболее проблемными направлениями являются помощь в натуральной форме и бонусные программы.

В отличие от предыдущих компаний в ExxonMobil более сбалансированы все направления, кроме долгосрочного инвестирования и предоставление социального пакета.

Заключение. В ходе проведения сравнительного анализа практики корпоративной и социальной ответственности в зарубежных и отечественных компаниях были выявлены факторы, требующие особого внимания со стороны руководства. Эти аспекты на практике требуют разработки программ по улучшению.

Исследования показывают, что в практике корпоративной социальной ответственности можно провести группировку факторов по признаку степени их развития. Для анализа практики КСО необходимо выделить наиболее важных аспектов с последующей их группировкой по уровням – высокий, средний и низкий. Факторы высокого уровня доказывают уровень достигнутого совершенства по определенному направлению. Факторы среднего уровня предопределяют необходимость дальнейшего совершенствования управленческой деятельности по данному направлению. Факторы, относящиеся к низкому уровню, определяют проблемное поле для разработки проектов и программ, а также механизмов их реализации.

В обобщенном виде по результатам данного исследования можно выделить те направления КСО, которые находятся в проблемном поле.

К ним относятся программы по инвестициям в обучение потенциальных сотрудников компании (стипендии), корпоративному волонтерству, экологии и расширению практики социального обеспечения.

Литература:

1 Англоязычный официальный сайт компании Boeing [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://boeing.com>

2 Англоязычный официальный сайт компании Exxon Mobil [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://corporate.exxonmobil.com/en/>

3 Базученко В. Опробуйте социальную ответственность на своих сотрудниках // Советник. – 2005. – №2. – С. 30-33

4 Бакша Н.В., Данилюк А.А. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2013. – 528 с.

5 Вахитов К.И. Кооперация: теория, история, практика - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2004. – 639 с.

6 Влияние институтов власти на развитие корпоративной социальной ответственности в России и Европейском Союзе. // Центр гуманитарных технологий [электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2010/2596>

7 Герчикова И.Н., Менеджмент - М.: ЮНИТИ, 2007. – 548 с.

8 Исследование Awara Group «Путин 2000 – 2014 гг. Витгенштейновский взгляд на российскую экономику». Декабрь 2014 [электронный ресурс] – Режим доступа: www.awaragroup.com.

9 Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н. проф. Беляевой И.Ю., д.э.н. проф. Эскиндарова М.А. – М.: КНОРУС 2008. – 15 с.

10 Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: учебное пособие. – М.: Внешэкономбанк 2011. – 183 с.

11 Костин А. Корпоративная ответственность и развитие: мировой опыт и концепция для России // Проблемы теории и практики управления. - №2. – 2005. – С. 15-19

12 Костин А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для России // Менеджмент в России и за рубежом. - №3. – 2005. – С. 23 - 27

13 Мясникова С.В., Федотова Г.А. Тенденции и проблемы развития корпоративной социальной ответственности в практике российского бизнеса // Вестник Института экономики и управления НовГУ: НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2013. - № 2. – С. 52 – 58

14 Мясникова С.В. Социокультурные проблемы развития КСО российского бизнеса. // Материалы международной научно-практической конференции «Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте ‘ 2014»/ Сборник научных трудов SWorld. – Выпуск 4(37). Том 25. – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2014 – 107 с. С. 59-63,

15 Н. Н. Зарубина. Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства // Общественные науки и современность, 2004, №1. с. 99 » [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.klubok.net/reviews275.html>

16 Новый взгляд: электронная газета [электронный ресурс] – Режим доступа <http://www.newlookmedia.ru/?p=31488>

17 Официальный сайт компании ОАО «Лукойл» [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/>

18 Преимущества отчетности в области устойчивого развития Исследование компании EY и Центра корпоративного гражданства Бостонского колледжа] 2013 «Эрнст энд Янг (СНГ) Б.В» [электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Value-of-Sustainability-RUS/\\$FILE/EY-Value-of-Sustainability-RUS.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Value-of-Sustainability-RUS/$FILE/EY-Value-of-Sustainability-RUS.pdf)

19 Русскоязычный официальный сайт компании Boeing [электронный ресурс] – Режим доступа: <http.boeing.ru>

20 Русскоязычный официальный сайт компании Exxon Mobil [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.exxonmobil.ru/Russia-Russian/PA/default.aspx>

21 Серикова И.А. Корпоративная социальная ответственность в России: роль и приоритеты бизнеса // Банковское дело. - №1. – 2007. – С 33-37

22 Современные тенденции и будущее отчетности в области устойчивого развития: результаты исследования КПМГ за 2011 год /Научно-практическая конференция «Социально ответственный бизнес – основа устойчивого экономического развития», 6 декабря [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mirbis.ru/data/File/stagirovki/kso/4Zhulina.pdf>

23 Топ-100 наиболее устойчивых компаний мира. [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://delo.ua><http://delo.ua/business/top-100-naibolee-ustojchivyh-kompanij-mira-global-100-226935/>

24 Черкаев Д. Корпоративная социальная ответственность и этика: проблемы соотношения с российским правом // Управление компанией. - №3. – 2005. – С. 42-49

25 Member of index Dow Jones Sustainability Indices in Collaboration with RobecoSAM » [электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ricoh.ru/about-icoh/Ricoh_Russia/press/news/2014/Ricoh_Dow_Jones_Sustainability_Indices_Press_Release.aspx