

**Глобальная
инициатива по отчетности
(Global Reporting Initiative, GRI)
Противоречия и проблемы КСО**

Домрачев С.С.
ЧФ РАНХиГС

1. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Сегодня все большее количество предприятий, организаций, ученых, практиков и просто любознательных людей интересуются вопросами корпоративной социальной ответственности (КСО), или, как ее по-другому называют, корпоративной ответственности, учетом корпоративной этики, корпоративной гражданской позицией, устойчивым развитием, ответственным бизнесом и др.



Что же такое КСО и в чем заключается ее сущность?

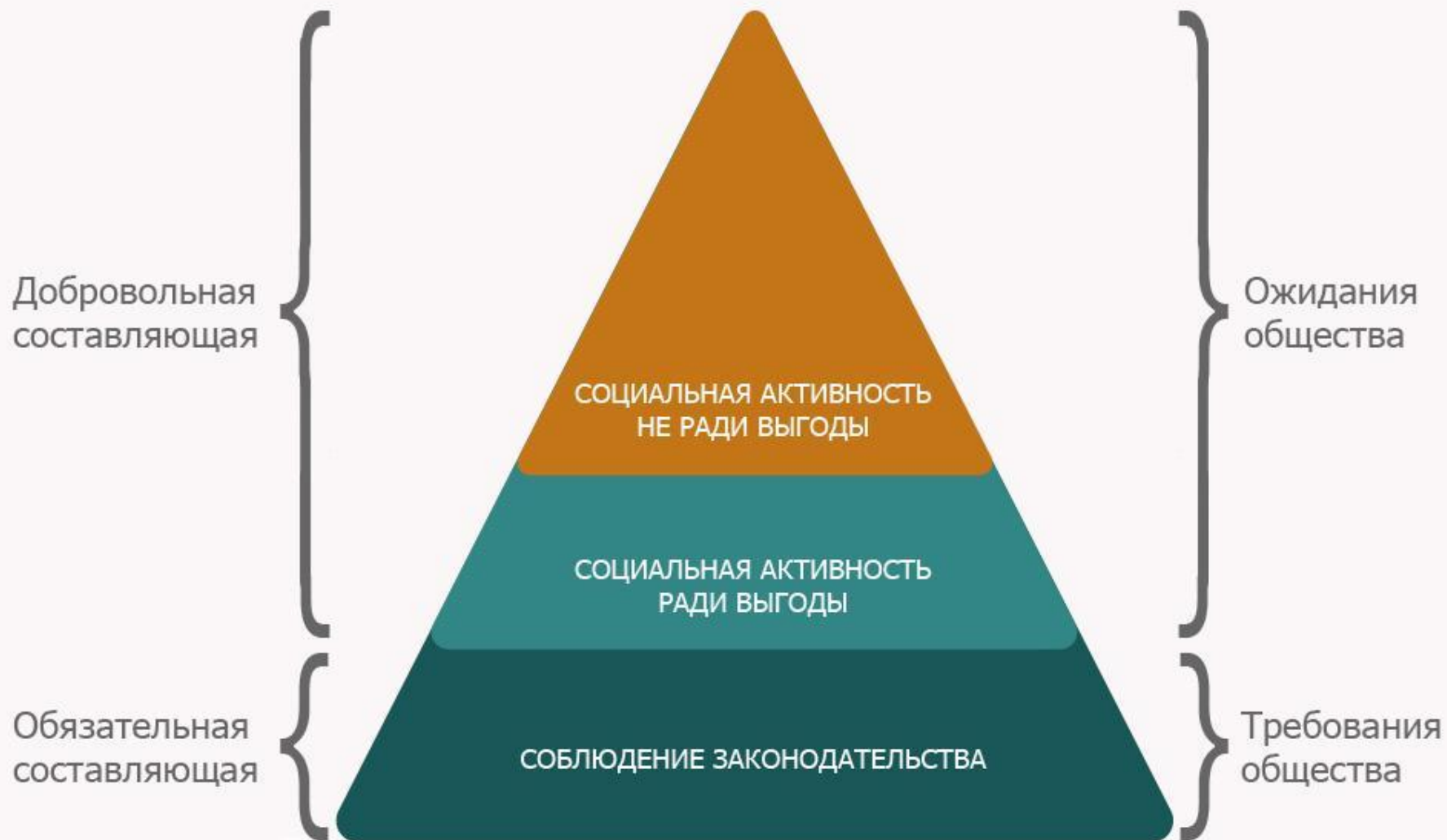
1. Обязанность или

- КСО – это, во-первых, выполнение организациями социальных обязательств, предписываемых законом, и готовность неукоснительно нести соответствующие обязательные расходы в сфере экологии.

2. Добровольное исполнение

- Во-вторых, КСО — это готовность добровольно нести необязательные расходы на социальные нужды сверх пределов, установленных налоговым, трудовым, экологическим и иным законодательством, исходя не из требований закона, а по моральным, этическим соображениям.

Достаточно ли выполнять требования законодательства и платить налоги?



В общем случае, КСО предполагает:

- производство в достаточных количествах продукции и услуг, качество которых соответствует всем обязательным нормам, при соблюдении всех законодательных требований к ведению бизнеса;
- соблюдение права работников на безопасный труд при определенных социальных гарантиях, в том числе, создание новых рабочих мест;
- содействие повышению квалификации и навыков персонала;
- защиту окружающей среды и экономию невозполнимых ресурсов;
- защиту культурного наследия;
- поддержку усилий власти в развитии территории, где размещена организация, помощь местным учреждениям социальной сферы;
- помощь малоимущим семьям, инвалидам, сиротам и одиноким престарелым;
- соблюдение общепринятых законодательных и этических норм

Пирамида корпоративной ответственности Archie B. Carroll)

Филантропическая ответственность
(улучшение благосостояния общества и качества жизни)

Этическая ответственность
(следование моральным нормам)

Юридическая ответственность
(подчинение закону)

Экономическая ответственность
(получение прибыли)

Системы менеджмента и КСО

Компании в России и во всем мире внедряют внутренние системы менеджмента для повышения своей результативности.

При этом сбор и анализ данных, а также внутренняя и внешняя отчетность являются ключевыми элементами поэтапного улучшения, например, систем экологического менеджмента, менеджмента качества, а также безопасности и охраны труда, отвечающих стандартами ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001.

2. Global Reporting Initiative, (GRI)

Основная проблема, с которой сталкивается любая организация, приступая к подготовке отчетности в области устойчивого развития, - выбор общего подхода, в основе которого лежали бы разумные принципы раскрытия информации, содержательный набор показателей, а также процесс, пользующийся широким признанием.

Для компаний во всем мире источником такого подхода является Руководство по отчетности в области устойчивого развития, разработанное Глобальной инициативой по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI) в результате процесса взаимодействия различных заинтересованных сторон.

Global Reporting Initiative, (GRI)

Руководство GRI - результат работы сотен специалистов, представляющих различные заинтересованные стороны со всего мира, подготовленный при поддержке ведущих корпораций, неправительственных организаций, профсоюзов и государственных органов.

Что такое Руководство GRI?



**Global
Reporting
Initiative™**

Руководство GRI - документ, предлагающий детально разработанный подход к формированию отчетности, отражающей экономическую, экологическую и социальную результативность организации. При этом выделение трех отдельных аспектов носит условный характер – при подготовке отчетов они должны рассматриваться во взаимосвязи.

Global Reporting Initiative, (GRI)

Руководство GRI призвано:

- предложить принципы и содержание отчетности организации в области устойчивого развития;
- помочь организациям в составлении сбалансированной и содержательной картины их экономической, экологической и социальной результативности;
- содействовать подготовке сопоставимых отчетов, в то же время, позволяя учесть практические соображения, относящиеся к раскрытию информации, для широкого круга разнообразных организаций, в том числе тех, деятельность которых охватывает различные регионы;
- способствовать оценке результативности организаций в области устойчивого развития в соответствии с критериями, задаваемыми отраслевыми кодексами, стандартами результативности и добровольными обязательствами;
- служить инструментом, способствующим расширению взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Global Reporting Initiative, (GRI)

Руководство не является:

- кодексом или набором принципов поведения;
- стандартом результативности;
- описанием системы менеджмента;
- инструкцией по разработке внутренней системы управления данными и подготовки отчетности в организации;
- методологией подготовки отчетов, мониторинга или верификации отчетов

Поэтапный подход к формированию отчетности

Для некоторых организаций подготовка отчета в соответствии с Руководством GRI может оказаться чрезмерно сложным, длительным или затратным мероприятием. Такая ситуация характерна, прежде всего, для организаций, которые готовят отчеты впервые, а также для малых и средних организаций.

Руководство GRI рекомендует подготовку полных отчетов для всех организаций. В то же время, оно учитывает возможные трудности реализации полномасштабной программы отчетности в области устойчивого развития, а также потребность некоторых организаций в поэтапном накоплении опыта в этой области. Для таких организаций может оказаться нецелесообразным начинать с подготовки полномасштабного отчета, отвечающего всем требованиям Руководства GRI. Вместо этого они могут использовать при подготовке своих отчетов общие принципы и подходы этого документа и поэтапно расширять область отчетности, ориентируясь, в конечном счете, на подготовку полного отчета в соответствии с Руководством GRI.

Поэтапный подход к формированию отчетности

Поэтапную работу по развитию отчетности можно начинать с подготовки отчета по определенной части деятельности организации (подразделение, производство, регион), постепенно распространяя отчетность на другие области деятельности. С другой стороны, организация при подготовке первого отчета может охватить всю свою деятельность, однако сосредоточиться лишь на определенном ее аспекте, например экологической результативности. При подготовке следующих отчетов к ним может быть добавлена информация об экономических и социальных аспектах и, наконец, описание взаимосвязи между этими сферами.

Организациям, готовящим такие отчеты, важно четко формулировать, информация о каких видах деятельности включена в отчет, а о каких - нет. Им следует также кратко описывать свои планы расширения охватываемой им области, в отношении сфер деятельности и аспектов (экономических, экологических и социальных).

Шаги подготовки отчетности в соответствии с Руководством GRI

Шаг 1-й. Тщательно изучите Руководство и выберите общую стратегию подготовки отчетности

Шаг 2-й. Вовлеките ключевые заинтересованные стороны, как внутренние, так и внешние, в процесс выявления значимых проблем, рисков и возможностей

Шаг 3-й. Проинформируйте и заинтересуйте сотрудников: сформируйте команду, обеспечьте поддержку процесса подготовки отчетности со стороны высшего руководства

Шаги подготовки отчетности в соответствии с Руководством GRI

Шаг 4-й. Перейдите от идей к процессу

- определите, какие из критериев результативности, используемых в Руководстве GRI, уже используются вами, выявите существенные пробелы и разработайте план подготовки отчетности
- опирайтесь на существующие системы менеджмента и организационные структуры
- будьте реалистичны в определении области, охватываемой отчетностью: ориентируйтесь на достижимые цели и стремитесь к дальнейшему развитию в ходе последующих циклов отчетности

Шаги подготовки отчетности в соответствии с Руководством GRI

Шаг 5-й. Подготовьте отчет

- соберите необходимую информацию
- напишите, отредактируйте и оформите отчет
- предложите ответственным представителям руководства ознакомиться с отчетом и одобрить его
- подготовьте печатную или электронную (распространяемую через Интернет) версию

Шаг 6-й. Проанализируйте свой опыт, оцените и при необходимости скорректируйте стратегию подготовки отчетности

Для кого предназначено Руководство GRI

Применение Руководства GRI является добровольным. Оно предназначено для организаций любых типов и масштабов, действующих в любых условиях, - коммерческих и некоммерческих, государственных и частных, производственных и работающих в сфере услуг.

Рекомендации Руководства не являются специфичными для какой-либо отрасли экономики. Первая версия документа (2002 г.) была разработана, прежде всего, с учетом потребностей коммерческих организаций. Однако Руководство может быть использовано и организациями других типов, например государственными органами или неправительственными организациями.

3. Противоречия и проблемы КСО

Тема корпоративной социальной ответственности (КСО) сегодня одна из самых обсуждаемых в деловом мире. Связано это с тем, что заметно возросла роль бизнеса в развитии общества, повысились требования к открытости в деловой сфере.

Многие компании четко осознали, что успешно вести бизнес, функционируя в изолированном пространстве, невозможно. Поэтому интеграция принципа корпоративной социальной ответственности в стратегию развития бизнеса становится характерной чертой ведущих отечественных компаний.

Противоречия и проблемы КСО

Современный мир живет в условиях острых социальных проблем и в этой связи особенно значима социальная ответственность бизнеса - предприятий и организаций, связанных с разработкой, изготовлением и поставкой продукции и услуг, торговлей, финансами, поскольку они обладают основными финансовыми и материальными ресурсами, позволяющими вести работу для решения стоящих перед миром социальных проблем.

Понимание лидерами бизнеса своего ключевого значения и ведущей роли в такой работе привело к рождению в конце 20-го века понятия «корпоративной социальной ответственности», которое стало важнейшей частью понятия об устойчивом развитии не только бизнеса, но и человечества в целом.

Разные взгляды на КСО:

Организации, которые оперируют в области КСО, определяют данное понятие по-разному:

- «Бизнес для социальной ответственности»: корпоративная социальная ответственность означает достижение коммерческого успеха путями, которые ценят этические принципы и уважают людей, сообщества и окружающую среду.
- «Международный форум бизнес-лидеров»: корпоративная социальная ответственность понимается как продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и способствуют социальному, экономическому и экологически устойчивому развитию путем максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизации негативного.
- «Мировой совет бизнеса для устойчивого развития»: определяет корпоративную социальную ответственность как обязательство бизнеса вносить вклад в устойчивое экономическое развитие, трудовые отношения с работниками, их семьями, местным сообществом и обществом в целом для улучшения их качества жизни.
- «Центр системных бизнес-технологий «SATIO»»: Социальная ответственность бизнеса (СОБ) - это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер:

1. Базовый уровень предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности -- предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).
2. Второй уровень предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип ответственности условно назван «корпоративной ответственностью».
3. Третий, высший уровень ответственности, по мнению участников диалога, предполагает благотворительную деятельность.

К внутренней социальной (корпоративной) ответственности бизнеса можно отнести:

1. Безопасность труда.
2. Стабильность заработной платы.
3. Поддержание социально значимой заработной платы.
4. Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников.
5. Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации.
6. Оказание помощи работникам в критических ситуациях

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- 1. Спонсорство и корпоративная благотворительность.
- 2. Содействие охране окружающей среды.
- 3. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью.
- 4. Готовность участвовать в кризисных ситуациях.
- 5. Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

Мотивы корпоративной социальной ответственности бизнеса:

1. Развитие собственного персонала позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке.
2. Рост производительности труда в компании.
3. Улучшение имиджа компании, рост репутации.
4. Реклама товара или услуги.
5. Освещение деятельности компании в СМИ.
6. Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.
7. Возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний выше, чем для других компаний.
8. Сохранение социальной стабильности в обществе в целом.
9. Налоговые льготы.

Направления деятельности, виды социальных программ:

1. Административный/социальный бюджет -- финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.
2. Корпоративный кодекс -- это формальное изложение ценностей и принципов деловых отношений компаний. В кодексе содержатся заявленные минимальные стандарты и поручительство компаний их соблюдать, а так же требовать соблюдения этих стандартов от своих поставщиков, подрядчиков, субподрядчиков и лицензиатов. Кодекс не является законом, поэтому обязательный характер носит только для тех, кто обязался их соблюдать.
3. Миссия социально ответственной компании -- это официально сформулированная позиция компании в отношении своей социальной политики.
4. Приоритеты социальной политики компании -- это зафиксированные в документальном виде основные направления реализации социальных программ компании.

Направления деятельности, виды социальных программ:

5. Социальные программы -- добровольно осуществляемая компанией деятельность по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительная деятельность и добросовестная деловая практика. При этом главным критерием является соответствие программ целям и стратегии развития бизнеса. Социальная активность компании выражается в проведении разнообразных социальных программ как внутренней, так и внешней направленности. Отличительными особенностями программ социальной активности являются добровольность их проведения, системный характер и связанность с миссией и стратегией развития компании.

Типы социальных программ могут быть следующие:

1. собственные программы компаний;
2. программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;
3. программы партнерства с некоммерческими организациями;
4. программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями;
5. программы информационного сотрудничества со СМИ.

Управление корпоративными социальными программами

СОСТОИТ ИЗ ЭТАПОВ:

- Определение приоритетов социальной политики компании;
- Создание специальной структуры управления социальными программами;
- Проведение программ обучения в области социальной ответственности;
- Реализация социальных программ компании;
- Оценка и доведение до сведения заинтересованных сторон результатов социальных программ компании.

Инструменты реализации социальных программ:

1. Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь -- форма адресной помощи, выделяемой компанией для проведения социальных программ как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, административные помещения, помещения для проведения мероприятий, транспорт, оборудование, призовые фонды, оплата счетов организаций-получателей помощи и др.).
2. Делегирование сотрудников компании -- добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников.
3. Денежные гранты -- форма адресной финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию социальных программ в области образования и на цели проведения прикладных исследований. Гранты -- один из наиболее доступных и традиционных инструментов реализации социальных программ. Как правило, гранты в той или иной степени связаны с основной деятельностью компании и стратегическими целями бизнеса.

Инструменты реализации социальных программ:

4. Корпоративное спонсорство -- предоставление компанией (корпорацией) различных ресурсов для создания объектов или сооружений, поддержки организаций или мероприятий, как правило, носящих публичный характер, в целях своей рекламы.
5. Корпоративный фонд -- фонд, создаваемый компанией (корпорацией) в целях реализации ее социальной деятельности.
6. Социальные инвестиции -- форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских социальных программ, направленных на снижение социального напряжения в регионах присутствия компании и повышение уровня жизни различных слоев общества.
7. Социально значимый маркетинг -- форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара на проведение социальных программ компании.
8. Спонсорство -- осуществление юридическим или физическим лицом вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах.

Выделим основные преимущества КСО для развития бизнеса:

1. Увеличивается прибыль, возрастают темпы роста.
2. Компании получают доступ к социально-ответственным инвестициям, при распределении которых инвесторы принимают во внимание показатели, характеризующие деятельность компании в социальной и этической сферах, в области защиты окружающей среды.
3. Могут сокращаться операционные расходы, например, за счет сокращения отходов производства или их переработки, увеличения эффективности использования электроэнергии или продажи переработанных материалов.
4. Улучшаются брэнд и репутация, что помогает развивать и открывать новые рынки и направления бизнеса.

Выделим основные преимущества КСО для развития бизнеса:

5. Растут продажи, повышается лояльность клиентов. Потребители хотят знать, что продукты произведены с пониманием ответственности по отношению к окружающей среде, а также других социальных аспектов. Некоторые потребители даже готовы платить больше за «ответственные» продукты.
6. Повышаются производительность и качество продукта (услуги).
7. Появляется больше возможностей привлекать и удерживать сотрудников: люди предпочитают работать в компаниях, ценности которых совпадают с их собственными.
8. Сокращаются претензии со стороны регулирующих органов.
9. Улучшается управление рисками.
10. Возрастает конкурентоспособность.

Выводы:

Таким образом, корпоративная социальная ответственность - не просто дань моде, а жизненно важная необходимость.

Социальные инновации, внедренные в рамках стратегий КСО, не только позволяют компаниям продемонстрировать свою гражданскую позицию, но также становятся важным маркетинговым инструментом, дающим возможность выделиться, развивать новые продукты и направления, создавать эмоциональную связь между брендом и потребителем, способствуя тем самым росту лояльности.