

# СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

## «Уплата налогов, создание рабочих мест и достойных условий труда — основа КСО»

Социальная ответственность прежде всего не законодательно определенное требование, а дело самих предпринимателей. О том, как постепенно совершенствуется этот механизм, мы беседуем с **Давидом Якобавили** — создателем нескольких компаний, которые с полным правом могут именоваться социально ответственными, и главой Комитета по корпоративной социальной ответственности (КСО) и демографической политике РСПП.

— практика —

— Является ли деятельность в русле КСО неким обременением для предпринимателей или же она приносит им какие-то дивиденды?

— Корпоративная социальная ответственность — это характеристика качества управления. Когда социальные и экологические вопросы входят в число тех, которые находятся в центре внимания менеджмента, компания обеспечивает себе более высокий уровень устойчивости и в долгосрочной перспективе рост стоимости. Уже сегодня инвесторы более позитивно оценивают перспективы таких компаний. Есть и краткосрочные выгоды: управление рисками, которые мы называем нефинансовыми (такие как экологические риски, риски кадрового обеспечения), дает вполне ощутимый финансовый результат, например исключение штрафов, расходов на ликвидацию последствий аварий, возможность выбирать наиболее квалифицированных сотрудников, меньше тратить времени на их поиск. Есть и репутационная составляющая.

Ответственным компаниям более охотно дают займы. В пример можно привести «Сахалин Энерджи». Компания последовательно выстраивала систему эффективного управления экологической и промышленной безопасностью, отношениями с местным сообществом, в том числе коренными малочисленными народами Севера. Благодаря этому компания получила на выгодных условиях долгосрочные кредиты от иностранных инвесторов в рамках проектного финансирования, что позволило реализовать стратегически важные программы развития компании, в частности построить и запустить первый в России завод по производству сжиженного газа.

— Можно ли считать КСО неким нефинансовым налогом, который произвольно устанавливают местные власти и таким образом стараются залатать те дыры, на которые у них не хватило бюджетных средств?

— Наша позиция заключается в том, что сотрудничество бизнеса и власти в решении задач социально-экономического развития необходимо для устойчивого развития страны и устойчивого развития бизнеса. И повестка дня этого сотрудничества намного шире, чем обозначенная в вопросе. Речь ведь не только о том, что бизнес направляет какие-то суммы на те или иные проекты. На повестке дня этого сотрудничества и вопросы повышения производительности, конкурентоспособности российских компаний, вопросы подготовки кадров, социального и экологического благополучия регионов. В решение этих вопросов вклад бизнеса значителен. С другой стороны, и бизнесу здесь часто нужна поддержка государства. Выстраивание партнерских отношений требует от обеих сторон ответственности, понимания того, как сегодняшние решения отразятся на будущем. Что же касается поддержки бизнесом конкретных проектов, то дело акционеров — решать, на что направить прибыль. Если они считают, что эти затраты стратегически оправданы и не нарушат баланса отношений с заинтересованными сторонами, партнерами, я не вижу здесь проблемы. Случаи давления на бизнес со стороны представителей органов власти в попытке часть проблем в зоне своей ответственности решать за счет средств компаний существуют, конечно, особенно на местном и региональном уровнях. Выход из такой ситуации — повышение ответственности в налаживании взаимодействия всех участвующих сторон, понимание взаимной выгоды от нахождения баланса интересов с учетом имеющихся возможностей, ограничений и приоритетов.

— Давайте поставим вопрос по-другому. Предприниматель ведь имеет право сказать: «Я плачу налоги и исполняю законы, больше я никому ничего не должен»?

— Уплата налогов, создание рабочих мест и достойных условий труда — это основа, базовый уровень КСО. Если компания эти задачи эффективно решает, то уже нельзя говорить, что она отвергает КСО. Во



Давид Якобавили, глава Комитета по корпоративной социальной ответственности (КСО) и демографической политике РСПП.

сводах принципов и стандартов. В их числе — Глобальный договор ООН, стандарты отчетности в этой области, такие как GRI — Глобальная инициатива по отчетности в области устойчивого развития, стандарты Международной организации по стандартизации (ISO) в области экологии, качества и безопасности и пр., в том числе стандарт-руководство по социальной ответственности ISO 26000. Эти принципы и стандарты признаны и используются и у нас. Так, в Социальной хартии российского бизнеса отражены и получены развитие принципы Глобального договора. Многие стандарты ISO утверждаются как российские ГОСТы. Например, стандарт ISO 26000 существует теперь и как российский государственный стандарт ГОСТ-Р-ISO 26000:2012.

Но мы не только стараемся воспринять лучший мировой опыт. Наши компании активно участвуют в выработке норм и стандартов в этой области, участвуя в международных инициативах, таких как сеть Глобального договора, или группах по выработке стандартов GRI, IIRC (интегрированной отчетности). Активны наши компании и в рамках отраслевых ассоциаций, таких как Всемирная ассоциация производителей стали или Ассоциация компаний химической отрасли.

— Как можно охарактеризовать динамику КСО за последние 10–15 лет? А перспективы какие?

— КСО — это все-таки прежде всего принципы и направления ответственной деловой практики, а не набор мероприятий. Поэтому, говоря о динамике, имеет смысл посмотреть, как этот принцип внедряется в реальную работу компаний. И здесь, хотя количественные оценки не всегда возможны, мы видим, что по сравнению с ситуацией даже пятилетней давности компании намного более осознанно управляют комплексом своих взаимоотношений с обществом, воздействием своей деятельности на местные сообщества и природу.

Сегодня у большинства крупных компаний есть корпоративные политики в сфере КСО и устойчивого развития, которые регулируют вопросы работы с персоналом, качества продукции, производственной безопасности и охраны окружающей среды, социальных инвестиций, норм деловой этики, публичной отчетности. Вопросы КСО все чаще включаются в повестку дня заседаний советов директоров, что говорит о понимании стратегического значения этих вопросов. У менеджеров есть такое правило: хорошо управляется то, что можно измерить. Компании сегодня все чаще включают показатели, которые отражают результаты в этих областях в годовые отчеты, публикуют отчеты в сфере КСО и устойчивого развития. В Национальном регистре таких отчетов, который ведет РСПП, сегодня их около 500. Еще пять лет назад цифра была на порядок меньше.

О том, что компании уделяют все больше внимания КСО, говорит и рост интереса к оценке эффективности управления в этой области. В ответ на многочисленные запросы компаний мы в РСПП разрабатываем методические инструменты в этой области. Можно назвать здесь инструмент самооценки компаний, построенный на принципах международного стандарта ISO 26000 — «Руководство по социальной ответственности». Рекомендации по самооценке были подготовлены в рамках работы Комитета РСПП по корпоративной социальной ответственности и демографической политике и Центра РСПП по КСО. Компании активно его тестируют и используют — можно здесь назвать, например, такие компании, как «Сахалин Энерджи», «Северсталь», «Газпром нефть». Сейчас мы в партнерстве с Европейским университетом в Санкт-Петербурге работаем над проблемами сравнительной оценки деятельности компаний в сфере КСО. Результатом этой работы станет создание индекса «Ответственность и открытость». Нужно сказать, что различных рейтингов КСО уже немало, но, чтобы всерьез говорить об оценке социального вклада бизнеса, еще предстоит поработать и над качеством информации, раскрываемой в публичной корпоративной отчетности, и над критериями ее оценки.

Беседовала Дарья Фоменко

## За что в ответе

— тенденции —

А вот корпорации должны доказать, что деньги акционеров потрачены с учетом их интересов, показать, как социальные инвестиции компании работают на устойчивое развитие территорий присутствия и в конечном счете на долгосрочную конкурентоспособность самой компании.

Однако «деловой подход» к благотворительности отнюдь не всегда встречает одобрение. Так, заявление компании АЛРОСА о переходе на новую модель социальной ответственности, предполагающую перемещение акцента с прямого финансирования социальных услуг на развитие собственного социального потенциала местного сообщества, вызвало дискуссию в интернете: кто-то заметил, что «халва кончилась», а кто-то требовал принять местные законы, чтобы «прищучить» компанию.

Один из актуальных вопросов, которые стоят сейчас на повестке дня российских компаний, — повышение эффективности социальных инвестиций. «Бизнес привносит свои управленческие технологии в реализацию программ социального развития на территориях присутствия», — рассказывает госпожа Феоктистова. — Этот вклад, возможно, не менее важен, чем оказываемая этим программам материальная и финансовая поддержка. Все больше компаний используют четко определенные организационные стандарты взаимодействия с заинтересованными сторонами — работниками и внешним сообществом, партнерские отношения с органами власти и НКО, общественными организациями, добавляет она.

В марте Всемирная федерация бирж, крупнейшая отраслевая ассоциация на рынке ценных бумаг и производных инструментов, объ-

явила о создании рабочей группы для выработки общих для мировых бирж требований к раскрытию информации о социально значимых аспектах деятельности компаний-эмитентов».

Неудивительно, что лидерами в области КСО оказываются крупные компании, чьи акции котируются на фондовом рынке, прежде всего на зарубежных площадках и/или связанные на западные рынки.

Все еще впереди

В развитых странах сложилась и быстро растет категория инвесторов, сфокусированных на «социально ответственных инвестициях»: количество финансовых институтов, подписавших Принципы ответственного инвестирования ООН, увеличилось со 100 в 2006 году до 1188 в 2013-м, а фонды, находящиеся в управлении у этих институтов, выросли — соответственно с \$4 млрд до \$34 млрд.

Есть спрос — есть предложение. Ведущие информационные агентства активно собирают сведения о социальной ответственности компаний. Эта информация представлена на терминалах агентства Bloomberg, недавно специальный портал запустило агентство Thomson-Reuters. Стимулируют конкуренцию в этой сфере и тематические рейтинги. Среди наиболее известных — Dow Jones Sustainability Indices, FTSE4Good, Bloomberg SRI, Carbon Disclosure Project's Leadership Indexes, Thomson Reuters Corporate Responsibility Indices.

Отчитываться о своей социальной ответственности компании заставляют не только рыночные механизмы. В апреле Европейский парламент принял директиву, в соответствии с которой все компании с численностью персонала более 500 человек будут обязаны с 2017 года ежегодно публиковать информацию о поли-

тиках, рисках и результатах в таких областях, как социальная политика, трудовые отношения, экология, права человека, предотвращение коррупции. Таким образом, более широкое распространение получит практика государственного регулирования раскрытия таких сведений, которая уже сложилась в ряде европейских государств: Франции, Дании, Швеции. Двигаются в этом направлении Индия, Китай, Бразилия.

Тема необходимости обязательной отчетности о вкладе компаний, прежде всего с государственным участием, в устойчивое развитие обсуждается и в России. Проект «Концепции развития публичной нефинансовой отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу» подготовлен Минэкономки. Зачем государству эта отчетность? Очевидный ответ — стимулировать повышение информационной открытости и ответственности компаний, особенно крупных, путем предоставления комплексной информации об экономических, социальных и экологических результатах деятельности, об оказываемом ими воздействии на общество и окружающую среду.

«При этом важно, чтобы по наиболее значимым параметрам показатели были сопоставимыми», — замечает Елена Феоктистова. На этой основе появляется возможность оценить реальный вклад бизнеса, в том числе социального, получая сведения для анализа и принятия управленческих решений. Но для обоснованных решений необходимо опираться на проработанный набор критериев и показателей вклада различных компаний в общественное развитие. Первым шагом к формированию такого комплекса показателей может служить совместный проект РСПП и ЕУСПБ «Ответственность и открытость».

Татьяна Рыбакова

## Индексация добрых дел

— открытость —

Национальные особенности

В результате исследования был выявлен круг тем, которые позволяют составить представление о приоритетах лидеров российского бизнеса в сфере корпоративной социальной ответственности, и набор показателей, которые они используют для отражения их воздействия на экономику, общество и природу. Составленный в ходе исследования «реестр» включает около 80 показателей. При этом 46 из них оказались сквозными: их применили компании разных отраслей (например, показатели энергосбережения, расходы на обучение персонала или на благотворительность). Ряд показателей отражает специфику отрасли — например, информация о разливах нефти имеет смысл только для организаций нефтяной отрасли, а сведения о мероприятиях по повышению финансовой грамотности населения — для финансового сектора.

Структура этого массива показателей достаточно отчетливо отражает модель КСО, которая задана международными стандартами и показывающая корпоративную социальную ответственность в нескольких измерениях — как вклад компаний в устойчивое развитие экономических, социальных и экологических систем, в которые они включены, качество управления в этой области.

При этом объем освещения тем КСО различен. Он зависит как от того, насколько очевидна важность той или иной темы для бизнеса компании, так и от того, насколько тема включена в периметр регулярно-

го менеджмента, требующего конкретных показателей для постановки целей и контроля их выполнения. Так, если для анализа и описания вопросов, связанных с отношениями с персоналом, в массиве сквозных показателей обнаружилось 12 индикаторов, то для отражения результатов внешней социальной деятельности, взаимодействия с местными сообществами таких показателей всего три.

Наиболее высок индекс раскрытия информации в области взаимоотношений с персоналом. Он составил около 40% при среднем значении индекса 29%. Наиболее низкий индекс — в области прав человека: всего 15%.

Сравнить данные по российским компаниям с зарубежными позволяет исследование СК Capital, проведенное недавно по заказу Мировой федерации бирж. В нем анализируется практика 4 тыс. компаний с капитализацией выше \$2 млрд из 40 стран. Сравнение показало, что перечни наиболее часто раскрываемых сквозных (кросс-отраслевых) показателей в мировой и российской корпоративной практике в значительной степени совпадают. Близки и показатели, отражающие активность их раскрытия.

При этом российские компании сравнительно более открыты в отношении работы с персоналом, его безопасности, а их зарубежные коллеги превосходят их в учете и раскрытии таких показателей, как выбросы парниковых газов или показатели использования водных ресурсов.

Что показывают показатели

КСО все более явно становится конкурентной сферой. Многочислен-

ные конкурсы, премии, рейтинги подталкивают стремление компаний получить звание «самой социально ответственной». Однако сравнить успешность в области КСО непросто. Исследование показало, что одну и ту же тему разные компании часто описывают разными показателями. Например, говоря о внимании к обучению персонала, одна компания может привести цифры расходов на обучающие программы, другая — показать долю сотрудников, прошедших обучение, а третья — использовать стандартный показатель международного руководства GRI: привести среднее количество часов обучения, приходящихся в год на одного сотрудника, и сообщить, как эта цифра варьируется в зависимости от категории работающих. Но самая большая проблема в том, что эти данные пока редко увязываются с целевыми показателями, которые отражали бы представление компании о своих перспективах, позволяли бы понять, что дает активность в сфере КСО для решения стратегических задач компании.

Даже приводя значительный объем данных, отчеты редко показывали, как они связаны между собой. Например, та же информация по обучению сотрудников сказала бы исследователям больше в связи с показателями по производительности труда. Однако такой анализ в отчетах топ-100 найти не удалось. Очевидно, что сегодня те свидетельства корпоративной социальной ответственности, которые публикуются компаниями, являются скорее сигналом, чем сообщением: они намечают контуры новой модели бизнеса, которую еще предстоит наполнить содержанием.

прямая речь

В чем значение КСО для вашей компании, власти и общества?

Андрей Варичев, генеральный директор УК «Металлоинвест»:

— Сегодня следование принципам корпоративной социальной ответственности — это конкурентное преимущество для компании: дополнительные возможности для привлечения инвестиций, сбыта продукции, повышения операционной эффективности и производительности. Внедрение данных принципов оказывает влияние и на снижение кадровых рисков, повышение мотивации персонала и многие другие аспекты.

«Металлоинвест», как и многие крупные российские компании, реализует корпоративные социальные программы в регионах присутствия. Поэтому прямой эффект для общества и государства — это вклад бизнеса в развитие регионов, в сохранение и преумножение социального экономического потенциала этих территорий,

повышение их устойчивости и конкурентоспособности в будущем. Достижение ощутимого результата возможно только в партнерстве с региональными и местными органами власти.

«Металлоинвест» активно участвует в обеспечении социально-экономической устойчивости территорий присутствия, формировании и развитии благоприятной для жизни и работы социально-культурной среды. Такой подход предполагает инвестиции в инфраструктуру, обеспечивающую это развитие, и создание ресурсов, которые поддержат качественные изменения. Мы убеждены, что действия бизнеса должны выходить за рамки только финансовой поддержки учреждений социальной сферы: необходимо обеспечивать интеллектуальную составляющую — предоставлять управленческие и экспертные возможности для комплексного решения социальных вопросов. Компания выступает не как спонсор, а как партнер, который совместно со всеми заинтересованными сторонами ищет наиболее эффективные пути решения тех или иных задач.

Алексей Мордашов, генеральный директор ОАО «Северсталь»:

— Конечно, бизнес в первую очередь должен быть эффективным и устойчивым, производить качественную продукцию, создавать рабочие места, обеспечивать достойную оплату и безопасные условия труда, развивать и об-

учать сотрудников, платить налоги. Но долгосрочный успех возможен только в благоприятной среде — не только экономической, но и социальной. Есть сферы жизни, за которые бизнес вроде бы, строго говоря, не отвечает, но где много проблем, требующих решения. Мы помогаем в решении этих проблем в регионах, в которых работаем, поскольку нам небезразлична среда, в которой живут наши сотрудники, работают наши предприятия.

Мы хотим, чтобы социальные инвестиции были не менее эффективными, чем вложения в развитие бизнеса, и стремимся выстраивать системный подход, который позволяет не расплющить ресурсы, нарабатывать опыт и методические решения конкретных вопросов и проблем.

Мы выбрали несколько направлений, поскольку видим, что они очень важны для здорового будущего. Это программа профилактики социального сиротства «Дорога к дому», грантовая конкурсная программа «Музеи Русского Севера», «Агентство городского развития» — поддержка развития малого и среднего бизнеса, образовательная профессиональная программа для менеджеров культуры «Культурный UPGRADE».