

К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ И МЕТОДИКЕ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ

© 2015

С.А. Каримова, старший преподаватель кафедры менеджмента, аспирант
Альметьевский государственный нефтяной институт, Альметьевск (Россия)
С.В. Юдина, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики машиностроения,
заместитель директора по научной работе
*Казанский национальный исследовательский технический университет имени А.Н. Туполева – КАИ
(Альметьевский филиал), Альметьевск (Россия)*

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; социальная политика компаний; социальные программы; социальный механизм работы; методология; оценка; социальные направления; заинтересованные стороны.

Аннотация: Побуждение к рассмотрению вопроса корпоративной социальной ответственности не может быть сведено к выявлению специфики работы каждой компании. Напротив, целью должна служить единая интерпретация разрозненных данных и определение универсальной методики оценки социальной политики компании. От того же, какова эта политика, зависит не только достижение общего баланса всех заинтересованных в корпоративном управлении сторон, но и дальнейшее стратегическое развитие компании. Под корпоративной социальной ответственностью в работе понимается разработка и реализация всех действующих программ компаний, направленных на удовлетворение общественных интересов. Правильно разработанный подход в определении параметров корпоративной социальной ответственности дает возможность определения приоритетов как для компании, так и для общества в целом, что является актуальным на сегодняшний день. Авторы статьи предлагают один из таких подходов.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Постановка проблемы корпоративной социальной ответственности бизнеса является актуальной. Концепция социальной ответственности – это относительно новое, еще до конца не исследованное и активно развивающееся направление, определяющее всю работу крупных компаний по взаимодействию как с персоналом, так и с обществом и внешней средой в целом. Огромное значение этого направления состоит также в проведении различного рода исследований, которые могут дать некую объективную неэкономическую оценку работы компании [1–3].

Анализ последних исследований и публикаций [4; 5], в которых рассматриваются аспекты этой проблемы и на которых основываются авторы, позволил сделать следующие выводы:

1. Внедряя и применяя основные социальные нормы, программы и правила, как компании, так и общество в целом могут быть уверенными в качестве своей социальной работы [6].

2. Для компаний под социальной ответственностью понимается и благотворительность, и социальные стандарты, и социально-маркетинговые программы, и спонсорство, и филантропия и т. д. [7].

3. Многие компании (как крупные, так и средние) предоставляют целый ряд различных услуг и возможностей для своих работников, что гарантирует им стабильность в будущем [8].

4. Зачастую многие компании инвестируют в те объекты, которые были ранее закреплены за муниципалитетом, говоря тем самым, что они могут помогать и необходимы обществу [9].

5. Особенно важно обеспечить обоюдную ответственность (как со стороны компании, так и со стороны всех стейкхолдеров) [10].

Формирование целей статьи (постановка задания). Возможна ли объективная оценка уровня корпоративной социальной ответственности (КСО)? В ходе такой оценки необходимо выявить и те позиции, которые являются универсальными, т. е. актуальными для всех компаний. Это могут быть относительные показатели, рассчитанные на основе абсолютных данных, они более иллюстративны с точки зрения оценки эффективности социальной политики. За последние десять лет добровольная активность по усвоению основных принципов КСО наблюдается в основном у крупных национальных компаний, таких как «Татнефть», «Норникель», «Сургутнефтеаз», «Северсталь», «Ростелеком» и других. Именно эти представите-

ли бизнеса, понимающие стратегическую необходимость и эффективность работы в сфере социальной и экологической поддержки общества, использующие в деятельности международные стандарты КСО и предоставляющие социальную отчетность, отличаются своей прозрачностью и общедоступностью. Насколько репрезентативна на сегодняшний день информация, представляемая корпорациями в рамках социальной отчетности? Нет ли противоречий между качественными и количественными параметрами этих отчетов? На эти вопросы может дать ответ только прикладное исследование.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Попытка более или менее объективно оценить уровень корпоративной социальной ответственности пяти российских компаний была предпринята в 2014 г. на основе официальной корпоративной отчетности за 2011–2013 гг. [11–15]. Прежде всего, мы посчитали необходимым проанализировать декларативную часть социальных отчетов, с тем чтобы понять основную направленность социальной политики этих компаний. Для этого были выявлены некоторые повторяющиеся из года в год позиции в соответствующих разделах отчетов. Сводные результаты анализа представлены в таблице 1.

Исследовательская корпоративная социальная отчетность позволяет сделать следующие выводы: компании в рамках общих требований стандартов в области корпоративной социальной отчетности стараются делать акцент на своих сильных сторонах и не затрагивать слабые; в социальной политике корпораций, как правило, хорошо прослеживается отраслевой аспект; приоритеты в реализации принципов социальной ответственности компаний прежде всего определяются государственным регулированием; в целом при взаимодействии с партнерами компании отмечают обеспечение прозрачности и честной конкуренции; социальная политика в отношении собственного персонала традиционно описывается стабильным ростом заработной платы, мерами по снижению текучести и развитию персонала; наличие комплексных программ сокращения вредного воздействия на экологию – важная составляющая проанализированных отчетов; интересы государства менее всего определены, и в отчетности можно встретить различные оттенки социальной политики компаний, связанной с взаимодействием с государством: от своевременной оплаты налогов до прямого диалога с государственной властью.

Качественная оценка позволяет нам выявить некоторые особенности социальной политики исследованных компаний, декларируемые, как правило, ими самими.

Таблица 1. Качественные характеристики КСО на основе социальной отчетности российских корпораций за 2011 – 2013 гг. (декларирование принципов КСО)¹

Параметры качественной оценки (группы-интересанты)	ОАО «Татнефть»	ОАО «Ростелеком»	ОАО «Северсталь»	ОАО «Сургутнефтегаз»	ОАО ГМК «Норильский Никель»
Партнеры	Поддержание надежности, стабильности и долговременности в отношениях, основанных на открытости и гибкости	Открытость и прозрачность взаимодействия с партнерами, предоставление каждому равных возможностей	Принцип клиентоориентированности, осуществление операций и сделок на высоком профессиональном уровне	Раскрытие информации в соответствии с требованиями законодательства, регулирующих органов и организаторов торгов	Тщательный отбор поставщиков, основанный на бесперебойности, прозрачности и эффективности
Клиенты	Обеспечение полного доступа к информации для клиентов с целью предупреждения споров и конфликтов с потребителями	Последовательное повышение качества продуктов и расширение ассортимента	Максимальное отслеживание оценки качества продуктов у клиентов, а также тщательное отслеживание и анализ брака	Модернизация техники, расширение ассортимента	Постоянное проведение мониторинга, отбор клиентов осуществляется на основе их репутации
Государство	Активное участие в диалоге с государственной властью, связанном с развитием топливно-энергетического комплекса, в работе по снижению таможенных пошлин и предоставления льгот	Честность при начислении и оплате налогов, участие в национальных проектах	Выполнение задач, связанных с обязательствами перед государством, создание программ, направленные на модернизацию производства	Формирование бюджета Ханты-Мансийского округа, весомый вклад в развитие инфраструктуры городов	Строгое соблюдение законодательства, принципы сотрудничества с государством
Персонал	Внедрение КСО осуществляется на основе автоматизированной системы управления (SAP), позволяющей проводить тщательную работу с персоналом	Оптимизация численности вследствие инновационной политики, индексация заработных плат, масштабные программы развития персонала	Строгое соответствие трудовому законодательству, активное проведение мероприятий и исследований для оценки степени удовлетворенности персонала, сотрудничество с независимыми профсоюзами промышленности	Постоянная переподготовка кадров, возможность принятия персонала с внешнего рынка, индексация заработных плат	Деятельность по работе с персоналом связана с переподготовкой кадров и подготовкой внутренних резервов компании
Акционеры	Взаимоотношения строятся на принципах доверия, уважения и ответственности	Так как 51 % акций принадлежит государству, то взаимоотношения с акционерами практически ограничиваются определением денежных сумм, направленных на выплату дивидендов	Принцип добросовестности и прозрачности в отношениях с акционерами, имеется возможность принятия участия акционеров (имеющих в совокупности 2 % акций) в работе компании	Работа с акционерами в рамках компании направлена на предоставление всей необходимой информации	Обеспечение акционеров всей информацией, предоставление интернет-услуги (личный кабинет), позволяющей увидеть стоимость пакета акции
Экология (общество)	Преобладание экологических мер, направленных на предупреждение негативных последствий неблагоприятного влияния компании на окружающую среду	Повышение энергоэффективности	Для компании [2013 год] – это год охраны окружающей среды, выделения сумм, направленных на разработку мероприятий, сокращающих негативное воздействие на экологию	Выделение отдельных направлений в области экологии и проведение экологической политики, направленной на обеспечение экологической безопасности	Разработка мероприятий, направленных на предотвращение негативного воздействия на окружающую среду, проведение различных дискуссий, а также поддержание экологической декларации

¹ Составлено автором.

Поскольку компании не являются сопоставимыми в силу разных региональной и отраслевой принадлежности, структуры акционерного капитала, размеров и пр., показатели динамики будут отражать усилия компании по совершенствованию социальной политики. В большинстве случаев все показатели являются измеримыми, а не рассчитываемыми, показывающими однозначно динамику параметров социальной политики. Так ли однозначно следует трактовать относительные показатели, которые могут быть рассчитаны на основе абсолютных и более иллюстративны с точки зрения оценки эффективности социальной политики? Мы предлагаем следующую методику определения типа социальной политики компаний.

Первый показатель отражает темп роста количества зарегистрированных на корпоративных торговых площадках участников, причем, как мы понимаем, к ним относятся и потенциальных поставщиков, и потенциальных заказчиков. С нашей точки зрения, более информативным был бы **относительный показатель уровня прозрачности контрактов (в процентах)**, представляющий собой удельный вес оборота торговых площадок в общей сумме контрактов, заключенных компанией за период²:

$$Z_{\Delta \text{торги}} = \frac{\Delta T}{\Delta(P_c + P_{ва})} \times 100\%$$

где P_c – платежи поставщикам за сырье и пр., тыс. руб.; $P_{ва}$ – платежи в связи с приобретением внеоборотных активов, тыс. руб.;

T – годовой оборот торговых площадок компании, тыс. руб.

Второй показатель – доля компании на рынке (в процентах) – традиционный показатель:

$$DP = \frac{Q_i}{\sum_1^n Q_i} \times 100\%$$

где Q_i – выручка компании, тыс. руб.;

$\sum_1^n Q_i$ – сумма выручки всех компаний отрасли³, тыс. руб.

Куда более иллюстративным показателем следует считать **относительный уровень охвата рынка компании**, который может быть рассчитан как отношение доли рынка компании к доле рынка компании-лидера:

$$DP_{отн} = \frac{DP}{DP_l}$$

где DP_l – доля рынка компании-лидера, ед.

Налоги и выплаты показательно в первую очередь относительно объемных показателей, прежде всего выручки. Поэтому предлагается рассчитывать **удельный вес основных отчислений в бюджет в выручке (в процентах)**, которая представляет собой следующее отношение:

$$\text{Доля}_{\text{бюдж}} = \frac{H_n + O_{\text{фот}}}{\text{Выручка}} \times 100\%$$

где H_n – выплаты по налогу на прибыль компании, тыс. руб.; $O_{\text{фот}}$ – сумма отчислений с фонда оплаты труда компании, тыс. руб.

Показатель **текучести персонала** сам по себе уже является синтетическим показателем, косвенно отражающим качество социальной политики предприятия. Его предлагается использовать в контексте общей методики.

Согласно классическим представлениям об эффективности функционирования экономических систем, средняя заработная плата должна расти чуть медленнее, чем производительность труда. При этом и первый, и второй показатели в своей динамике не должны отставать от темпов инфляции. С другой стороны, существенный рост производительности труда относительно доходов персонала свидетельствует о пассивной социальной политике, политике «выжимания» трудовых ресурсов. О продуманной социальной политике, скорее, говорит балансирование интересов групп. Поэтому предлагается рассчитывать **коэффициент опережения ростом среднегодовой выработки изменения среднегодового дохода одного работника компании**, определяемого по

формуле:

$$k_{пт/зп} = \frac{ПТ_0/ПТ_6}{ЗП_0/ЗП_6}$$

где $ПТ_0$ и $ПТ_6$ – среднегодовая выработка одного работника компании в отчетном и базисном периодах соответственно, тыс. руб./чел.;

$ЗП_0$ и $ЗП_6$ – средняя заработная плата одного работника компании в отчетном и базисном периодах соответственно, тыс. руб./чел.

Дивидендная политика может рассматриваться не только как механизм воздействия на финансовые рынки, но и как обязательный элемент социальной политики компании. Показатель **удельного веса дивидендов в чистой прибыли (в процентах)** компании может быть рассчитан следующим образом:

$$\text{Див}_{\text{чп}} = \frac{\text{Див}}{\text{ЧП}} \times 100\%$$

где Див – сумма выплаченных за год дивидендов, тыс. руб.;

ЧП – чистая прибыль компании, тыс. руб.

Абсолютное значение темпов прироста энергопотребления может быть пригодным в нашей ситуации только при условии неизменных объемов производства, в связи с чем предлагается использовать **коэффициент опережения ростом энергопотребления изменения себестоимости продукции компании**:

$$k_{эн} = \frac{Z_{эн0}/Z_{эн6}}{Z_0/Z_6}$$

где $Z_{эн0}$ и $Z_{эн6}$ – энергопотребление компании в отчетном и базисном периодах соответственно⁴, тыс. руб.;

Z_0 и Z_6 – себестоимость продукции компании в отчетном и базисном периодах соответственно⁵, тыс. руб.

Мы полагаем, что данная методика помогает выявить и определить как тип социальной политики, так и направление, в котором должна работать компания. В ходе работы мы получили следующие результаты (рисунок 1) [11–15].

Первый показатель, включенный в методику оценки уровня социальной ответственности, – это относительный показатель, характеризующий уровень прозрачности закупочной деятельности компании через открытость заключения контрактов, отражающий значимость заинтересованных сторон друг для друга.

Второй показатель, включенный в методику, – это доля компании на рынке, которая показывает ее основное целеполагание. Данный показатель важен и с точки зрения слияний-поглощений, и в качестве объективного критерия рискованности активов.

Третьим показателем, используемым для выявления позиции компании на рынке, является относительный показатель уровня охвата рынка, наглядно характеризующий уровень и характер конкуренции в отрасли.

Четвертый – это показатель удельного веса основных отчислений в бюджет в выручке, складывающийся с учетом выплат по налогу на прибыль и отчислений с фонда оплаты труда к отношению общей суммы выручки компании; он имеет определенные особенности налогообложения, и эти особенности должны обеспечивать социальную справедливость, а не нарушать ее принципы.

Пятым показателем является коэффициент опережения ростом среднегодовой выработки изменения среднегодового дохода одного работника компании. Критериальное значение коэффициента опережения вызывает множество споров, которые, скорее, сводятся к фундаментальному спору рационалистов и гуманистов. В нашем случае, т. е. с позиций концепции социальной ответственности, этот коэффициент должен быть близким к 1 (единице), но с большей стороны. Существенный отрыв от 1 в большую сторону может свидетельствовать об угрозе социальной политике, в меньшую – об угрозе экономической эффективности.

² В числителе формулы используются официальные данные «Отчета о движении денежных средств».

³ Рассчитывается по материалам государственной статистики.

⁴ Учитываются обязательно сопоставимые по тарифам на энергоснабжение значения.

⁵ Учитываются обязательно сопоставимые по инфляции значения.

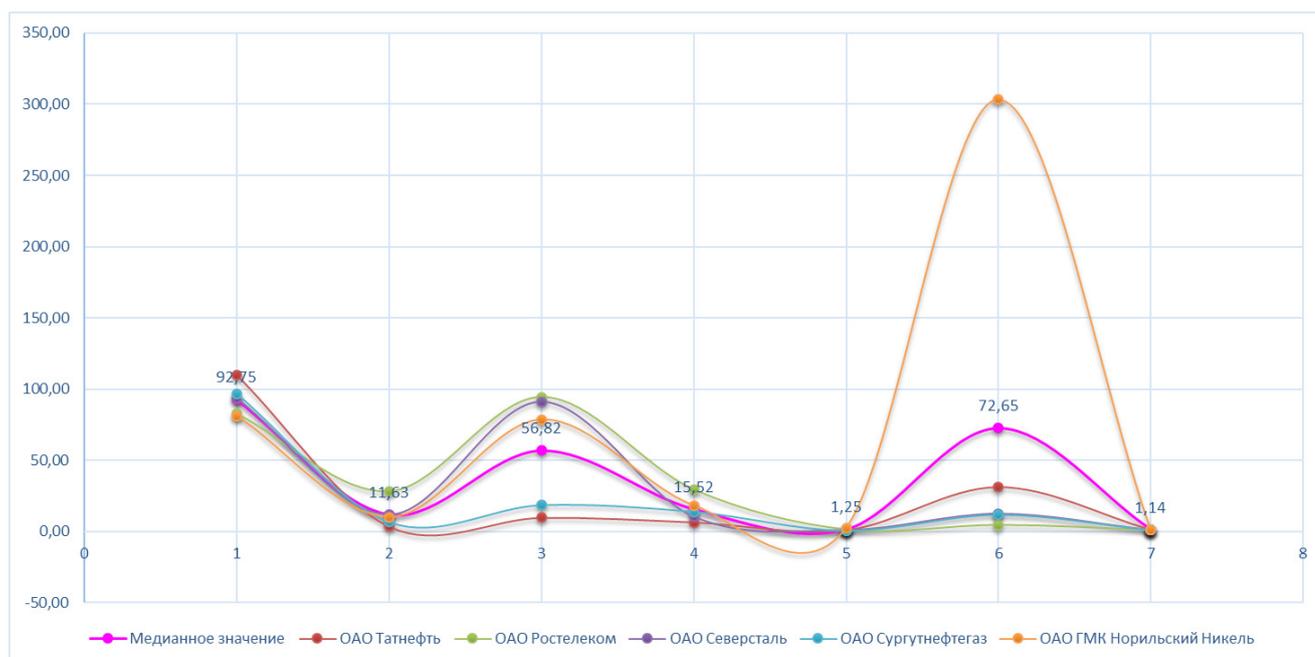


Рис. 1. Соотношение медианных значений показателей по выборке компаний и фактических значений по каждой компании

Шестым выступает показатель, характеризующий удельный вес дивидендов в чистой прибыли компаний. Он может характеризовать качество реализации дивидендной политики, позволяющей обеспечить равновесие (баланс) между потребностями бизнеса к дальнейшему развитию и стремлением акционеров вернуть часть денежных средств через дивиденды. За счет высокого значения показателя в ОАО ГМК «Норильский Никель» среднее значение никто из остальных 4 компаний превзойти не смог (рисунок 1).

Седьмым показателем является коэффициент опережения ростом энергопотребления изменения себестоимости продукции. Осуществляя контроль за энергопотреблением, а также за состоянием окружающей среды, все компании активно проводят и реализуют свои программы, направленные на эффективное использование ресурсов.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Таким образом, можно сказать, что исследование показывает синтетические показатели социальной работы каждой компании, что говорит о том, насколько компания придерживается основных регламентирующих правил ведения социальной работы. Предложенная методика позволяет обоснованно сравнивать социальную политику разных субъектов, выявлять ее приоритеты и узкие места, разрабатывать дальнейшие стратегические шаги и программы социального развития, наиболее важные для всех заинтересованных в деятельности компании сторон.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. М.: Ин-т экономики города, 2004. 133 с.
- Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2011. 271 с.
- Бакша Н.В., Данилюк А.А. Корпоративная социальная ответственность. Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета, 2012. 274 с.
- Юдина С.В., Каримова С.А. К вопросу об измерении отдельных показателей корпоративной социальной ответственности // Модернизация современного обще-

ства. Инновации, управление, совершенствование : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Ч. 3. Армавир, 2015. С. 121–123.

- Каримова С.А. Основы и перспективы исследования социальной ответственности компаний // Государственно-частное партнерство как фактор устойчивого развития экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. М., 2015. С. 15–17.
- Этика менеджмента и социальная ответственность организации. URL: socioline.ru.
- Социальная ответственность бизнеса. URL: ock.ru/ekonomika_i_ekonomicheskaya_teoriya.
- Социальная ответственность бизнеса. URL: revolution.allbest.ru/economy.
- Социальная ответственность бизнеса. URL: cstjournal.com.
- Корпоративная социальная ответственность. URL: portal-law.ru.
- ОАО «Норильский никель». Социальные отчеты за 2011–2013 гг. URL: norik.ru.
- ОАО «Северсталь». Социальные отчеты за 2011–2013 гг. URL: severstal.ru.
- ОАО «Татнефть». Социальные отчеты за 2011–2013 гг. URL: tatneft.ru.
- ОАО «Сургутнефтегаз». Социальные отчеты за 2011–2013 гг. URL: surgutneftegas.ru.
- ОАО «Ростелеком». Социальные отчеты за 2011–2013 гг. URL: kasan.rt.ru.
- Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. 279 с.
- Рагулина Ю.В., Федосова Р.Н. Особенности соотношения государственного, негосударственного и частного секторов в рамках корпоративной социальной ответственности // Вестник Академии. 2013. № 3. С. 78–83.

**TO THE ISSUE OF DEFINITION AND METHODOLOGY OF ASSESSMENT
OF THE COMPANIES SOCIAL RESPONSIBILITY LEVEL**

© 2015

S.A. Karimova, senior lecturer of Chair of management, postgraduate student
Almetyevsk State Oil Institute, Almetyevsk (Russia)

S.V. Yudina, Doctor of Sciences (Economics), Professor of Chair of manufacturing engineering economy,
deputy director for science

A.N. Tupolev Kazan National Research Technical University – KAI (Almetyevsk branch), Almetyevsk (Russia)

Keywords: corporate social responsibility; social policy of the companies; social programs; social mechanism of work; methodology; assessment; social trends; stakeholders.

Abstract: The motivation to consider the issue of corporate social responsibility cannot be reduced to the identification of the specific nature of each company. On the contrary, the common interpretation of separated data and the identification of the universal methodology for the company's social policy assessment should serve as a purpose of study. The policy nature influences not only the achievement of the total balance of all stakeholders of corporate management, but also the further strategic development of a company. To be the corporate social responsibility the authors consider the development and the implementation of all company's operating programs designed to meet public interests. Properly developed approach in defining the parameters of corporate social responsibility makes it possible to identify the priorities both for the company and for the society, what is relevant at the moment. The authors propose one of such approaches.