

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ: ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА ДЛЯ БИЗНЕСА

МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО



ВСЕРОССИЙСКАЯ ИНИЦИАТИВА
«СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА»

МОСКВА, 2002



АССОЦИАЦИЯ
МЕНЕДЖЕРОВ

Развитие
персонала

Охрана здоровья
и безопасные
условия труда

**Социально
ответственная**
реструктуризация

**Природоохранная
деятельность**
и ресурсосбережение

Развитие **МЕСТНОГО
сообщества**

Добросовестная
деловая практика

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ: ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА ДЛЯ БИЗНЕСА

МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

ВСЕРОССИЙСКАЯ ИНИЦИАТИВА
«СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА»

СОДЕРЖАНИЕ



2	СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА
3	ОПРЕДЕЛЕНИЯ
5	ПРЕИМУЩЕСТВА СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЙ КОМПАНИИ
6	УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
8	НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ
10	ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ
11	ОБЗОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ КОМПАНИИ
12	<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КОМПАНИЙ</i>
14	<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ВЕДУЩИЕ ИНИЦИАТИВЫ И СТАНДАРТЫ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ</i>



Социальная программа **российского бизнеса**

«Социальная программа российского бизнеса»-

всероссийская инициатива, направленная на представление и продвижение передовой роли, а также общественной значимости социально ответственных компаний в деловом сообществе, властных структурах и общественных кругах.

Основные цели «Социальной программы российского бизнеса»:

- Представление на независимой площадке социальных программ и инициатив ведущих российских компаний в соответствии с международными принципами социальной отчетности;
- Распространение передовых примеров управления социальными программами в российских компаниях;
- Формирование рекомендаций по приоритетам участия российского бизнеса в реализации социальной политики страны.

В данном Методическом руководстве рассматриваются основные определения, принципы и инструменты, которые может использовать компания в реализации своих социальных программ.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Социальная политика - приоритеты и принципы развития социальной сферы, устанавливаемые посредством трехстороннего договора между государством, бизнесом, общественными организациями и профессиональными объединениями работников.



Социальная ответственность бизнеса - 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.

Социально ответственная компания - компания, действующая по принципам социальной ответственности и осуществляющая комплекс социальных программ в приоритетных для нее направлениях.

Социальные программы компании - добровольно осуществляемая компанией деятельность в социальной, экономической и экологической сферах, которая носит системный характер, связана с ее миссией и стратегией развития бизнеса и направлена на удовлетворение запросов различных заинтересованных в деятельности компании сторон.

Заинтересованные в деятельности компании стороны - это индивидуумы, организации или сообщества, имеющие непосредственное отношение к деятельности компании или связанные с ее деятельностью косвенно.

ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ СТОРОНЫ



Основные заинтересованные стороны

Косвенные заинтересованные стороны

Основные заинтересованные стороны - это индивидуумы, организации и сообщества, которые имеют прямое отношение к деятельности компании. Среди них выделяют собственников, сотрудников, клиентов, поставщиков и бизнес-партнеров, а также местные сообщества.

Косвенные заинтересованные стороны - это индивидуумы и организации, имеющие косвенное отношение к деятельности компании. В их число входят: органы государственного управления, некоммерческие и общественные организации, профессиональные объединения, активисты, конкуренты и СМИ.

ПРЕИМУЩЕСТВА СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЙ КОМПАНИИ



■ Укрепление репутации и имиджа компании

Добросовестная и социально ответственная практика ведения бизнеса приводит к укреплению репутации и имиджа компании в глазах широкой общественности и делового сообщества. Социально ответственное поведение компании проявляется в сокращении издержек взаимодействия с органами власти, а также способствует привлечению и удержанию персонала компании.

■ Повышение эффективности ведения бизнеса

Социально ответственное ведение бизнеса находит непосредственное отражение в повышении эффективности компании. Компании, придерживающиеся социально ответственной практики ведения бизнеса, получают такие преимущества как повышение производительности труда персонала, сокращение операционных затрат, а также увеличение продаж и рост лояльности клиентов.



■ Повышение инвестиционной привлекательности компании

Следование принципам этической, социально и экологически ответственной практики ведения бизнеса приводит к повышению инвестиционной привлекательности компании. Что, в свою очередь, проявляется в улучшении финансовых показателей деятельности компании и открывает более свободный доступ к капиталу.



УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

Управление социальной ответственностью - это непрерывно протекающий в компании процесс, который состоит из следующих 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.

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ КОМПАНИИ



1

На начальном этапе процесса управления социальной ответственностью, высшим руководством компании определяются приоритеты ее социальной политики. **Приоритеты социальной политики компании** - это зафиксированные в документальном виде основные направления реализации социальных программ компании. Принципы социальной политики компании находят отражение в таких документах как миссия и кодекс поведения компании.

Миссия социально ответственной компании - это официально сформулированная позиция компании в отношении своей социальной политики.

Кодекс поведения - это формальное изложение ценностей и принципов деловых отношений компании, а иногда и ее поставщиков и бизнес-партнеров. В кодексе содержатся заявленные минимальные стандарты и поручительство компании их соблюдать, а также требовать соблюдения этих стандартов от своих поставщиков, подрядчиков, субподрядчиков и лицензиатов. Кодекс не является законом, поэтому носит обязательный характер только для тех, кто обязался его соблюдать.

2

Следующий этап процесса управления социальной ответственностью состоит в переносе заявленных приоритетов социальной политики на практику, т.е. осуществляется переход от формулирования стратегических целей к оперативному управлению. И здесь довольно сложно обойтись без создания специальной **структуры управления**, в чье ведение попадают вопросы социальной ответственности компании.

Получившей распространение практикой становится создание **комитетов по социальной ответственности и/или этике при Совете директоров**, основными задачами которых являются выработка приоритетов социальной политики, оценка проделанной работы и предоставление экспертных рекомендаций по существенным для компании вопросам социального характера. В компаниях, где нет таких профильных комитетов, вопросы социальной ответственности входят в сферу компетенции Совета директоров.

В некоторых компаниях специально создается **должность директора по социальной ответственности**. Его участие в принятии стратегических решений гарантирует то, что компания придает высокую значимость вопросам социальной политики. В случае, когда в компании не существует отдельного подразделения по вопросам социальной ответственности, соответствующие решения принимаются на уровне высшего управленческого звена.

3

В отдельный этап процесса управления социальной ответственностью входят **программы обучения сотрудников и бизнес-партнеров**. Такое пристальное внимание обучению уделяется потому, что на текущий момент все большее число компаний приходят к осознанию того, что выдвигаемое к сотрудникам требование придерживаться социально ответственного поведения не может быть выполнено без предоставления им необходимой информации о важности такого поведения и наделения их соответствующими инструментами для его соблюдения.

Информация о важности социальной ответственности распространяется по внутренним каналам коммуникации, а в ходе проведения программ обучения менеджерам и сотрудникам компании предоставляются необходимые для принятия социально ответственных решений инструменты. Для целей обучения компании используют различные подходы, среди них нужно особо выделить программы обучения в корпоративных университетах, предлагаемые как для сотрудников, так и для поставщиков и прочих деловых партнеров компании.

4

Центральный этап процесса управления социальной ответственностью компании - непосредственное проведение ее социальных программ.

Под **социальной программой** понимается добровольно осуществляемая компанией деятельность в социальной, экономической и экологической сферах, которая носит системный характер, связана с ее миссией и стратегией развития и направлена на удовлетворение запросов различных заинтересованных в ее деятельности сторон.

Подходы компаний к определению направлений социальных программ и инструментов их реализации различаются в зависимости от отраслевой и региональной специфики, размера компании, корпоративной культуры и позиции ее руководителей.

5

И, наконец, заключительный этап процесса управления социальной ответственностью состоит в проведении **оценки социальных программ** компаний и доведении достигнутых результатов до широкого круга заинтересованных лиц. С этой целью корпорации публикуют специальные **обзоры социальных программ**, в которых предают гласности результаты реализуемых компанией социальных программ.



НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

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.



- **Развитие персонала** - это направление социальных программ компании, которые проводятся в рамках стратегии развития персонала, с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников.

В число социальных программ по развитию персонала компании могут входить следующие направления деятельности: обучение и профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление сотрудникам социального пакета, создание условий для отдыха и досуга, поддержание внутренних коммуникаций в организации, участие сотрудников в принятии управленческих решений и т.п.



- **Охрана здоровья и безопасные условия труда** - это направление социальных программ компании, которые обеспечивают создание и поддержание дополнительных, по отношению к законодательно закрепленным, норм охраны здоровья и условий безопасности на рабочих местах.

Программы в рамках данного направления социальной активности компании, как правило, охватывают следующие сферы деятельности: охрана труда и техника безопасности, медицинское обслуживание персонала на предприятии, поддержание санитарно-гигиенических условий труда, поддержание материнства и детства, создание эргономичных рабочих мест, профилактика профессиональных заболеваний и т.п.



- **Социально ответственная реструктуризация** - это направление социальных программ компании, которые призваны обеспечить проведение реструктуризации социально ответственным обзором, прежде всего, в интересах персонала компании.

Распространенной практикой является проведение подобных программ в партнерстве с объединениями работодателей и местными, региональными, а в некоторых случаях и федеральными органами власти. В ходе программы социально ответственной реструктуризации обычно проводятся информационные кампании, освещающие предстоящие в компании структурные изменения, мероприятия по профессиональной переподготовке, содействию в трудоустройстве, осуществляются компенсационные выплаты сотрудникам, попавшим под сокращение и т.п.



■ **Природоохранная деятельность и ресурсосбережение** -

это направление социальных программ компании, которые осуществляются по инициативе компании с целью сокращения вредного воздействия на окружающую среду.

В рамках данного направления социальной активности компании проводятся программы по экономному потреблению природных ресурсов, повторному использованию и утилизации отходов, предотвращению загрязнения окружающей среды, организации экологически безопасного производственного процесса, организации экологически безопасных транспортных перевозок, проводятся акции по озеленению и «субботники», компании также проходят процедуру экологического аудита и т.п. мероприятия.



■ **Развитие местного сообщества** - это направление социальных программ компании, которые осуществляются на добровольной основе и призваны внести вклад в развитие местного сообщества.

Компании оказываются вовлеченными в жизнь местного сообщества путем осуществления различных социальных программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения, оказания поддержки детству и юношеству, поддержки сохранения и развития жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения, спонсирования местных культурных, образовательных и спортивных организаций и мероприятий, поддержки социально значимых исследований и кампаний, участия в благотворительных акциях и т.п.



■ **Добросовестная деловая практика** - это направление социальных программ компании, которые имеют целью содействовать принятию и распространению добросовестной деловой практики между поставщиками, бизнес-партнерами и клиентами компании.

Программы социальной активности компании, направленные на распространение добросовестной деловой практики, выражаются в проводимой компанией политике информационной открытости в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон, в организации крупными компаниями программ содействия малому бизнесу, в программах по добровольному ограничению сфер ведения бизнеса (например, введение запрета на курение на рейсах авиакомпаний или распространение табачными компаниями политики отказа от продажи сигарет несовершеннолетним), а также в программах сотрудничества с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и прочими общественными организациями.

ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Реализация социальных программ осуществляется как самими компаниями, так и при активном вовлечении различных заинтересованных сторон, выступающих в роли социальных партнеров компании. Можно выделить следующие типы социальных программ:

- ✓ собственные программы компаний;
- ✓ программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;
- ✓ программы партнерства с некоммерческими организациями;
- ✓ программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями;
- ✓ программы информационного сотрудничества со СМИ.

Среди основных инструментов реализации социальных программ компании выделяют следующие:



- **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.
- **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.).
- **Социально значимый маркетинг** - форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара на проведение социальных программ компании.
- **Эквивалентное финансирование** - форма адресной финансовой помощи, которая заключается в совместном финансировании социальных программ со стороны компании, органов государственного управления и некоммерческого сектора.
- **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.
- **Делегирование сотрудников компании** - добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников.
- **Административный / Социальный бюджет** - финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.

ОБЗОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ КОМПАНИИ



В настоящее время все большее число компаний по всему миру, наряду с годовыми отчетами, публикуют и обзоры своих социальных программ.

Обзор социальных программ - это ежегодно предпринимаемая компанией инициатива по публикации сводной информации о проводимых ей социальных программах и характеризующих их показателях.

При подготовке обзоров социальных программ многие компании следуют принципам и правилам, изложенным в международных стандартах составления обзоров.

Обзор социальных программ позволяет компаниям не только представить в консолидированном виде информацию о своих приоритетных социальных программах, но и довести ее до сведения широкого круга заинтересованных в деятельности компании сторон. Тем самым, обзор социальных программ представляет собой **инструмент коммуникации социальной ответственности компании**.

Практика показывает, что обзоры социальных программ компаний, как правило, размещаются на корпоративных веб-сайтах, публикуются в виде отдельных брошюр и экземпляров для свободного использования и распространяются через офисы компании всем заинтересованным в деятельности компании сторонам: органам государственного управления, объединениям потребителей, клиентам, бизнес-партнерам, общественным организациям и пр.

Ключевым аспектом создания обзора социальных программ компании является его **оценка и валидация на независимой площадке**, а также использование рекомендательных стандартов и участие в различных инициативах в области социальной ответственности. Прохождение таких процедур дает компании гарантию третьей стороны в том, что опубликованные в обзоре сведения достоверны и не носят исключительно рекламного характера.



ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КОМПАНИЙ

Учитывая, что содержание обзоров социальных программ компаний различается в зависимости от приоритетов каждой конкретной компании в социальной, экономической и экологических сферах, стратегии ее развития, а также региональной, отраслевой и культурной специфики, ниже приводятся лишь наиболее общие и часто используемые компаниями показатели, характеризующие их социальные программы.

Развитие персонала

- объем средств, выделенных организацией на обучение персонала
- объем средств, выделенных организацией на предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу
- средний уровень заработной платы персонала
- количество сотрудников, прошедших обучение
- количество часов обучения в расчете на одного сотрудника.



Социально ответственная реструктуризация

- объем средств, выделенных организацией на переобучение сотрудников
- объем средств, выделенных организацией на содействие трудоустройству высвобождаемых сотрудников
- объем средств, выделенных организацией на выходные пособия
- количество переподготовленных сотрудников.

Охрана здоровья и безопасные условия труда

- объем средств, выделенных организацией на охрану труда и технику безопасности
- объем средств, выделенных организацией на медицинское обслуживание сотрудников на предприятии
- объем средств, выделенных организацией на поддержку материнства и детства
- объем средств, выделенных организацией на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда
- количество сотрудников, получивших путевки в дома отдыха, санатории, профилактории и т.п. за счет организации.



Природоохранная деятельность и ресурсосбережение

- объем средств, выделенных организацией на организацию экологически безопасного производственного процесса
- объем средств, выделенных организацией на возведение очистных сооружений
- количество проведенных акций по озеленению, «субботников» и прочих аналогичных мероприятий.



Добросовестная деловая практика

- объем средств, выделенных организацией на обучение поставщиков, бизнес-партнеров и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон
- объем средств, выделенных организацией на проведение программ содействия малому бизнесу
- объем средств, выделенных организацией на публикацию информации об организации для бизнес-партнеров, клиентов и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон (корпоративный сайт, информационные брошюры и др.).



Развитие местного сообщества

- объем средств, выделенных организацией на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения
- объем средств, выделенных организацией на поддержку детства и юношества
- объем средств, выделенных организацией на поддержку жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения
- объем средств, выделенных организацией на спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий
- объем средств, выделенных организацией на поддержку социально значимых исследований и кампаний
- объем средств, выделенных организацией на участие в благотворительных акциях
- количество людей получивших в той или иной форме помощь от организации.



ВЕДУЩИЕ ИНИЦИАТИВЫ И СТАНДАРТЫ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Множество авторитетных международных организаций сегодня выступают с инициативами в области социальной ответственности и занимаются разработкой стандартов по составлению обзоров социальных программ компаний.

Инициатива в области социальной ответственности - это разрабатываемые авторитетными международными и национальными организациями и компаниями принципы социально ответственного ведения бизнеса.

Среди ведущих инициатив в области социальной ответственности следует выделить следующие.



- **Принципы ведения бизнеса, разработанные «Круглым столом» в Ко».** Круглый стол был впервые проведен в 1986 г. по инициативе бывшего Президента компании «Филипс» Фредерика Филиппа и Заместителя Председателя школы бизнеса «INSEAD» Оливье Д'Эстена, а сегодня его членами являются ведущие бизнесмены Европы, Японии и США. Основная задача Круглого стола - положить начало процессу выявления всеми разделяемых ценностей, а, следовательно, и формированию общего мнения относительно принципов делового поведения, приемлемых для каждого и уважаемых всеми. Принципы опираются на два основных этических идеала «кёсей» и «человеческого достоинства». Принципы охватывают такие сферы, как ответственность бизнеса перед заинтересованными сторонами, социально-экономическое значение бизнеса, деловое поведение, уважение к закону, поддержка многосторонней торговли, забота об окружающей среде и недопущение нелегальных действий.

www.cauxroundtable.org

- **Глобальный договор.** Инициированный Генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном в июле 2000 года, Глобальный договор объединяет компании с учреждениями ООН, трудовыми, неправительственными организациями и прочими деятелями гражданского общества в целях стимулирования действий и партнерства в поддержку девяти принципов в области прав человека, трудовых отношений и окружающей среды. С момента ее «запуска» несколько сот компаний объявили о своем участии в этой инициативе.

www.unglobalcompact.org

- **Хартия Кейданрен о достойном корпоративном поведении.** Первая версия Хартии была разработана в 1991 г. национальной бизнес-ассоциацией «Японская федерация предприятий», которая объединяет более 100 промышленных групп Японии. Хартия декларирует, что «корпорации, помимо выполнения роли хозяйствующего субъекта, преследующего получение прибыли через участие в честной конкурентной борьбе, должны также приносить пользу обществу». Присоединившиеся к Хартии компании выразили свое согласие следовать зафиксированным в ней принципам, соблюдать букву закона, будь то национальное или международное законодательство, и вести себя социально ответственным образом.

www.keidanren.or.jp

- **Инициатива «Корпоративная социальная ответственность - Европа».** Инициатива, образованная в 1995 г., объединяет ведущие компании Европейского союза и представляет социальную роль европейского бизнеса с помощью различных мероприятий и конференций, образовательных программ, распространения лучших примеров и продвижения социальной отчетности. В настоящее время насчитывает порядка 50 корпоративных членов.

www.csreurope.org

■ **Глобальные принципы Салливана.**

Принципы были приняты в 1999 г. и представляют собой дополненную версию разработанного в 1977 г. преподавателем Леоном Салливаном добровольного кодекса поведения для компаний, которые вели свой бизнес в Южной Африке во время апартеида. Глобальные принципы Салливана адресуют следующие цели: поддержка экономической, социальной и политической справедливости в регионах деятельности компаний, соблюдение прав человека и поощрение равных возможностей при найме персонала на всех уровнях управления, обучение и продвижение социально уязвимых

категорий работников, поддержание толерантности и межкультурного понимания. Таким образом, бизнес вносит свой вклад в повышение качества жизни местных сообществ.

www.globalsullivanprinciples.org

Международный стандарт по составлению обзора социальных программ компании - это разрабатываемые авторитетными международными организациями принципы, правила и показатели раскрытия информации о социальной активности компании, которые носят рекомендательный характер.

В числе основных международных стандартов, охватывающих весь спектр вопросов социальной ответственности бизнеса, следует назвать следующие.



■ **Глобальная инициатива по составлению отчетов (GRI).** Учреждена в 1997 г. Ее миссия - создание универсально применимых руководящих принципов подготовки отчетов по устойчивости компаний, включающих социальные индикаторы и индикаторы, относящиеся к внешней среде. GRI создана Коалицией экологически ответственных экономик (CERES) и работает при активном участии корпораций, негосударственных организаций, международных организаций / агентств ООН, консультантов, аудиторских компаний, бизнес ассоциаций, университетов и других лиц и организаций со всего мира. В 1999 г. GRI выпустила Проект руководящих принципов для широкого обсуждения и пилотного тестирования.

www.globalreporting.org

■ **Стандарты Саншайн по составлению корпоративных отчетов для заинтересованных сторон.**

Приняты в 1996 г. основанным в Вашингтоне (Округ Колумбия, США) Альянсом Стейкхолдеров - ассоциацией, объединяющей природоохранные и религиозные организации, а также организации по защите прав потребителей. В Стандартах Саншайн приводятся руководящие принципы относительно того, какую информацию корпорации должны регулярно представлять в ежегодном «Корпоративном отчете для заинтересованных сторон». Стандарты охватывают широкий спектр тематических направлений: «информация, предоставляемая клиентам» (информация о продукции и услугах), «информация, предназначенная для сотрудников» (гарантии занятости, безопасности и здравоохранения, равные возможности при найме), «информация, предназначенная для местного сообщества» (структура собственности, финансовые показатели, воздействие на внешнюю среду, объем налоговых выплат, количество созданных рабочих мест, инвестиции



и благотворительная деятельность), «информация для широких слоев общественности» (торговля с враждебными странами, выполняемые государственные заказы, штрафы, которые были взысканы с компании).

www.stakeholderalliance.org/sunstds.html

- **Социальная ответственность 8000.** Это стандарт, в котором уточняются необходимые условия соблюдения социальной ответственности компании. Требования этого стандарта применимы вне зависимости от географического расположения, принадлежности к определенной отрасли промышленности или размера компании. Стандарт был разработан Советом по экономическим приоритетам Аккредитационного агентства

www.cepa.org. Он охватывает стандарты и мониторинговые программы по таким тематическим направлениям, как детский труд, принудительный труд, дисциплинарная практика, недискриминация, зарплата и льготы, рабочее время, здравоохранение и безопасность, свобода объединения и заключения коллективного договора, а также системы управления.

- **AccountAbility 1000.** Это международный стандарт, который был разработан Институтом социальной и этической ответственности в 1999 г. Он предназначен для измерения результатов деятельности компаний с этических позиций. Данный стандарт предоставляет компаниям процедуру и набор критериев, при помощи которых может быть осуществлен социальный и этический аудит их деятельности. Этот стандарт охватывает такие направления социальной активности компаний как воздействие на окружающую среду и трудовые отношения.

www.accountability.org.uk

И, наконец, следует отметить, что финансовые институты также играют весомую роль в признании социальной ответственности корпораций. Так существующие этические фондовые индексы, например, американские Индекс Устойчивости Доу Джонса www.sustainability-index.com и Социальный Индекс Домини 400 www.domini.com, демонстрируют положительное влияние социальной активности на финансовые показатели деятельности компаний.

В России одной из ведущих общественных организаций, которая представляет социальную роль бизнеса, является Ассоциация менеджеров www.amr.ru. В число реализуемых ею инициатив в настоящее время входит «Социальная программа российского бизнеса». Данная программа направлена на публичное представление и продвижение социальной роли ведущих российских компаний в области развития персонала, создания достойных условий труда, социально ответственной реструктуризации, природоохранной деятельности, развития местного сообщества и добросовестной деловой практики.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: ADDED VALUE FOR BUSINESS

G u i d e l i n e s S u m m a r y



The Russian Managers' Association (AMR) is a non-profit membership-based organization. Our mission is to promote sustainable development of Russian businesses through building professional managers community.

Our goals are as follows:

- Generate new knowledge in key areas of interest for management leaders and business community in Russia.
- Ensure effective networking and best practices dissemination.
- Promote professional standards and codes of good conduct.

The Russian Business' Social Programme is our new nation-wide initiative. It has been publicly launched in September 2002.

The Russian Business' Social Programme aims to identify and promote the leading role and public value of socially responsible companies among business community members, public authorities and other stakeholders.

The key objectives of the Russian Business' Social Programme are as follows:

- Promote social programmes and initiatives of the leading Russian companies in accordance with the international social reporting principles through an independent body.
- Disseminate the leadership examples of social programmes' management in Russian companies.
- Develop recommendations on the principles of Russian business participation in the implementation of the national social policy.

These guidelines focus on the core definitions, principles and tools, which could be used by companies undertaking social programmes.



АССОЦИАЦИЯ
МЕНЕДЖЕРОВ

Россия, 123557, Москва,
Средний Тишинский пер., 28/1,
«Чайка-Плаза-2», офис 303
Тел. (095) 777 0370
E-mail: info@amr.ru
www.amr.ru