
СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ТЕХНОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ БИЗНЕСА

В.А. Симхович

УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Партизанский проспект, 26, 220670, Минск, Беларусь
simkhovich_V@mail.ru

Раскрывается понятие нефинансовой (социальной) отчетности как социальной технологии. Показаны причины внедрения социальной отчетности, описаны ее международные стандарты. Показано, что нефинансовая отчетность позволяет стейкхолдерам (партнерам, государству, потребителям и др.) в комплексе оценить результаты корпоративной социальной деятельности, выступая не только как коммуникативная технология, но и инструмент управления социальной ответственностью компании.

Ключевые слова: нефинансовая (социальная) отчетность; социальная технология; международные стандарты нефинансовой отчетности; социальный отчет; инструмент управления социальной ответственностью компании.

Практика корпоративной социальной ответственности (КСО) / социальной ответственности бизнеса (СОБ) давно не является инновационной, в том числе и в Беларуси. И хотя прошли времена дискуссий о содержании, направлениях и формах КСО, она по-прежнему остается предметом интереса научного и бизнес-сообщества. Сегодня в фокусе внимания вопросы ее обеспечения и измерения, т.е. технологий и инструментов. В частности, в России этому обучают студентов университетов [1]. Мы тоже писали о некоторых технологиях обеспечения внешних форм КСО белорусским бизнесом (консолидированном бюджете, спонсоринге, фандрайзинге и др.) [2], трактуя социальную технологию как способ активного воздействия на социальную систему с целью получения наилучшего социального результата при наименьших управленческих издержках. В то же время вопросы информирования считаем не менее актуальными, потому что отсутствие информации о социальных программах компании, ее добровольном вкладе в решение социальных проблем повышает для бизнеса риск попасть в ловушку завышенных ожиданий населения. Представление о том, что бизнес процветает за счет эксплуатации природных ресурсов, выплаты мизерной заработной платы работникам и обмана местных властей препятствует формированию образа социально ответственной компании, заботящейся о своих сотрудниках, партнерах и обществе.

Информирование общественности предполагает ряд коммуникативных технологий, например, конкурсы социальных проектов, маркетинговые программы по привлечению клиентов, вовлечение СМИ в обсуждение проблематики КСО, сотрудничество с общественными организациями и т.п. Образцом «простой, но очень шумной» технологии является благотворительная акция, которая проводится с целью оказания материальной помощи детям-сиротам, малообеспеченным, имеющим заболевания и т.п. Информация об акции размещается на специальных рекламных щитах, баннерах, видеоэкранах, в виде социальной рекламы. Получив должный информационный резонанс, такая акция дает ощутимый результат: узнаваемость компании, повышение ее рейтинга, увеличение объемов продаж и т.п.

К группе коммуникативных технологий мы относим социальную (нефинансовую) отчетность с внешним аудитом и рейтингами. Она охватывает экономические, экологические и социальные аспекты деятельности компании, раскрывает информацию об ее нефинансовых инициативах и социально значимых проектах, которые могут повлечь существенные последствия для самой компании и ее стейкхолдеров. Социальная отчетность позволяет стейкхолдерам (партнерам, государству, потребителям и др.) в комплексе оценить результаты корпоративной социальной деятельности (КСД), которые оформляются в виде социального отчета.

Чтобы оценить КСД, было разработано около 30 международных стандартов нефинансовой отчетности [3]. В соответствии с данными стандартами социальный отчет должен отражать цели социальной политики компании, систему координации и управления ее реализации, общие показатели в области трудовых отношений, безопасности труда, охраны окружающей среды, содержание социальных программ и т.п. Он предназначен для информирования стейкхолдеров о реализации социальных программ и вкладе компании в общественное развитие; формирования позитивного имиджа; привлечения квалифицированного персонала; повышения уровня корпоративного управления; выявления социальных проблем и оценке рисков в данной сфере; создания благоприятной социальной среды в регионе присутствия.

Каждый из международных стандартов нефинансовой отчетности разрабатывался с конкретной целью. Так, самый распространенный стандарт GRI «Руководство Глобальной инициативы по отчетности в области устойчивого развития» помогает компаниям оценить результаты их работы и управлять преобразованиями для устойчивого развития. Отчет GRI включает 46 основных и 33 вспомогательных показателя по экономике

и экологии производства, социальной политике, являясь инструментом анализа и контроля влияния изменений в области устойчивого развития на деятельность и стратегию организации. Стандарт SA 8000 создавался для решения социальных проблем компаний, разместивших основные производства в странах третьего мира. Он устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда (от занятости детей в производстве до стандартизации системы менеджмента), определяет этические критерии при производстве товаров и услуг, являясь универсальным средством для реализации этической и нравственной деятельности менеджмента. Среди других стандартов отметим стандарт AA 1000S, который устанавливает процедуры взаимодействия со стейкхолдерами, принципы оценки и верификации результатов КСД; фондовый Индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (DJSI), оценивающий устойчивость компаний; стандарт ISO 14000 по управлению окружающей средой; ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности», определяющее способы интеграции ответственного поведения в процессы и стратегии компании; стандарт Saub, устанавливающий принципы ведения социально ответственного бизнеса и др.

Таким образом, социальную (нефинансовую) отчетность можно трактовать не только как коммуникативную технологию, но и как инструмент управления социальной ответственностью компании. Нефинансовая отчетность не только обеспечивает информационную отдачу и диалог со стейкхолдерами, но и позволяет оптимизировать затраты, осуществлять комплексный анализ эффективности работы компании, соблюдать международные стандарты и др. И хотя подготовка социального отчета требует привлечения экспертов и дополнительной подготовки персонала, данные аспекты обеспечивают преимущества социальной отчетности по сравнению с традиционными технологиями (проведение конкурсов, финансирование фондов, стипендиальные программы и т.п.), которые требуют серьезных инвестиций.

Библиографические ссылки

1. Тульчинский Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 338 с.
2. Симхович В. А. Технологии обеспечения социальной ответственности белорусского бизнеса // Соціально-трудо́ві відносини: теорія та практика: сб. науч. тр. / Киев. нац. економ. ун-т. 2014. № 1(7). С. 55-60.
3. International CSR standards [Электронный ресурс]. URL: http://www.ic.gc.ca/eic/site/csr-rse.nsf/eng/h_rs00587.html (дата обращения 20.10.2020).