

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Majanduarvestuse instituut

Finantsarvestuse õppetool

Ekaterina Selezneva

**ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE ARUANDLUS
BALTI RIIKIDES 2014-2015 AASTATEL BÖRSI ETTEVÕTETE
NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2016

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Ekaterina Selezneva

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood:

Üliõpilase e-posti aadress: ekaterina.shevina@gmail.com

Juhendaja dotsent Natalja Gurvitš arvamus:

Töö vastab bakalaureusetööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОКРАЩЕНИЙ.....	4
АБСТРАКТ.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
1. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ВИДЫ	8
1.1. Понятие корпоративной социальной ответственности	8
1.2. Виды корпоративно социальной ответственности	9
1.3. Принципы формирования и управления КСО.....	11
1.4. Области социальной ответственности и примеры КСО.....	16
1.4.1. Отношения с партнерами.....	16
1.4.2. Отношения с сотрудниками и клиентами.....	17
1.4.3. Экологическая и общественная сферы	18
2. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В МИРЕ.....	21
2.1. Стандарты, используемые в международной практике	21
2.2. Тенденция развития и использования нефинансовой отчетности в мире	22
2.3. Развитие практики корпоративной социальной ответственности в Европейском Союзе.....	25
3. АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ НА ПРИМЕРЕ БАЛТИЙСКИХ СТРАН.....	28
3.1. Развитие использования корпоративной социальной отчетности в Эстонии	28
3.2. Развитие использования корпоративной социальной отчетности в Литве.....	30
3.3. Развитие использования корпоративной социальной отчетности в Латвии	32
3.4. Анализ раскрытия нефинансовой отчетности биржевых компаний Прибалтики за 2014-2015гг	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	39
КОKKUVÕTTE.....	42
SUMMARY	44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	46

ПРИЛОЖЕНИЯ 49

Приложение 1. Стандарт ISO 26000: структура и логика 49

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОКРАЩЕНИЙ

EBNSC - Европейское движение предпринимателей за социальную консолидацию (European Business Network for Social Cohesion)

GRI - Глобальная инициатива по отчетности (Global reporting initiative)

КСО – Корпоративная Социальная Ответственность

НКП - Национальные Контактные Пункты

НФО – Нефинансовая отчетность

ООС - Охрана Окружающей Среды

ОЭСР - Организация Экономического Сотрудничества и Развития в Эстонии

UNGC - Глобальный договор ООН (United Nations Global Compact)

WBCSD - Всемирный деловой Совет по устойчивому развитию (World Business Council for Sustainable Development)

АБСТРАКТ

Тема данной работы: Корпоративная социальная отчетность в странах Балтики за 2014-2015 гг на примере биржевых компаний.

Целью данной работы является определение уровня раскрытия информации о корпоративной социальной отчетности (КСО) на балтийском биржевом рынке. Основными задачами данной работы являлось изучение теории понятия, международного опыта и последних тенденций в развитии использования и законодательного регулирования принципов составления КСО. Был проведен анализ использования КСО среди крупнейших балтийских компаний, а также была дана оценка уровня корпоративной социальной отчетности биржевых компаний за 2014 - 2015 года.

Изучив опыт зарубежных стран, и ситуации по использованию КСО в балтийских странах, автор сделал выводы о том, что общий показатель использования КСО на фондовой бирже демонстрирует положительный результат. Среди выбранных биржевых компаний, ведущих бизнес в области телекоммуникации, электроэнергетики, производства, строительства, розничной торговли и финансов уровень отчетности довольно высок.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, КСО, нефинансовая отчетность, международный опыт.

ВВЕДЕНИЕ

Последние тенденции международного рынка требуют от современных компаний увеличения прозрачности бизнеса, раскрытия информации, удобной для использования всех заинтересованных сторон. При анализе деятельности компании также учитывают и риски, обусловленные социальным и экономическим влиянием компании на общество. Поскольку, финансовые годовые отчеты не дают всей необходимой информации о деятельности компании, возникла необходимость вести нефинансовый учёт и предоставлять нефинансовую отчетность.

На данный момент нет единого и однозначного определения корпоративной социальной ответственности, но все изученные подходы сходятся в том, что корпоративная социальная ответственность (КСО) – это ответственность бизнеса перед обществом в целом. Такое обозначение включает в себя ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами, в отношении потребителей, ответственную политику в отношении работников, окружающей среды и влиянии на экологию, содействии устойчивому развитию бизнеса. (Гареева 2014)

Основной проблемой балтийского сегмента КСО является отсутствие у большинства компаний верного понимания о необходимости социально ответственного бизнеса, поскольку они связывают ответственность перед обществом исключительно с соблюдением норм законодательства при осуществлении коммерческой деятельности.

29 сентября 2014 г. Совет Европы одобрил официальный статус Директивы по раскрытию нефинансовой информации, в соответствии с которой, Странам-членам ЕС даётся 2 года на то, чтобы привести национальные законодательства в соответствие с Директивой. Ожидается, что первые отчёты в соответствии с документом будут опубликованы в 2018 г. (за 2017–2018 финансовые годы). Директива обязывает около 6000 компаний из 28 стран-членов Европейского союза раскрывать нефинансовую информацию. К ним относятся компании, имеющие листинг на фондовых биржах, кредитные и страховые организации и другие организации, чья деятельность затрагивает общественные интересы.

Данная работа составлена автором с целью определить уровень отчётности крупнейших компаний, котируемых на балтийской бирже.

Для достижения цели автор поставил следующие задачи: анализ концептуальных подходов и основных моделей КСО; изучение опыта правового регулирования и внедрения Практик КСО в зарубежных странах; анализ текущего состояния балтийских компаний в использовании и публикации КСО.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью определить текущие тенденции функционирования общества. Внедрение практик КСО – это ответ на изменение ожиданий общества от бизнеса, возможность достижения экономической эффективности и общепризнанный фактор конкуренции.

Объектом исследования данной работы являются общественные отношения, связанные с регулированием внедрения практик КСО в деятельность компаний в зарубежных странах и в Прибалтике.

При написании исследования автор опирался на научную литературу, периодические издания и стандарты.

Для достижения целей настоящего исследования, автор разделил работу на три основные части.

В первой главе автор приводит основные определения КСО, рассматривает само понятие и его виды, приводит несколько существующих принципов формирования и управления КСО.

Во второй главе работы рассматривается международная практика КСО, как части нефинансовой отчетности. Автор проводит обзор стандартов, используемых в международной практике, тенденций развития нефинансовой отчетности в целом и основные факторы, повлиявшие на развитие использования КСО на международном уровне и в ряде европейских государств.

В третьей главе проводится анализ текущего состояния в раскрытии КСО в Эстонской, Латвийской и Литовской Республиках. Проведён анализ уровня отчетности крупнейших компаний котируемых на балтийской бирже и сделаны соответствующие выводы.

1. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ВИДЫ

1.1. Понятие корпоративной социальной ответственности

В международной практике не сложилось стойкого определения, что такое корпоративная социальная ответственность. Поэтому можно встретить разные определения у каждой организации на данное понятие.

Например, Всемирный деловой Совет по устойчивому развитию (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD) смог определить КСО, как ведение дел бизнеса на основах этики и взнос своего вклада в экономическое развитие, но в то же время, компания должна улучшать качество жизни своих работников, их семей, и общества в целом. (WBCSD 2005)

Организация Корпоративной социальной ответственности в Европе (CSR Europe) определяет КСО как теорию внедрения заботы о социальном и экологическом развитии компаний и во взаимодействии со своими акционерами и внешней средой. (CSR Europe 2013)

Институт исследований Мирового банка выразил более развернутое описание корпоративной социальной ответственности, которое звучит как:

- 1) комплекс направлений политики и действий, связанных с ключевыми стейкхолдерами (заинтересованные стороны), ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды;
- 2) нацеленность бизнеса на устойчивое развитие

Бизнес за социальную ответственность США (Business for Social Responsibility) описал понятие КСО как такое ведение бизнеса, которое соответствует этическим, законодательным нормам и общественным ожиданиям или даже превосходит их.

В разные годы предлагалось много определений социальной ответственности, однако после выхода в 2010 г. Международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» большинство экспертов сошлись во мнении, что определение, которое дает именно этот стандарт, является на сегодня наиболее точным и полным. Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации

Социальная ответственность применима ко всем организациям, однако наибольшее распространение она получила в бизнес-сообществе под названием «корпоративная социальная ответственность (КСО). (ISO 26000:2010; 2010)

1.2. Виды корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность можно отследить в реализации всевозможных социальных программ и мероприятий как во внутренней, так и во внешней среде. Сегодня все чаще обращают внимание на увеличении социальных расходов компаний, расширении социальных программ крупнейших корпораций, появлении именных благотворительных фондов. Опубликованные социальные отчеты известных компаний, посвящают преимуществу корпоративной социальной ответственности и увеличению прозрачного ведения бизнеса. Любая уважающая себя компания создает собственную социальную "миссию", в которой она описывает принципы корпоративной социальной ответственности. Во внутренней социальной политике особо популярны программы, нацеленные на медицинское и пенсионное страхование, и даже частные предприятия создают свои социальные пакеты. Вслучае, когда компания не может организовать достойную систему корпоративных льгот и услуг, оно пытается создать хотя бы видимость социального пакета.

Внутренняя корпоративная социальная ответственность - это социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании. (Котлер 2005)

Внутренняя корпоративная социальная политика основывается на мнении общества о том, что компания должна не только обеспечивать прибыль и платить налоги, но и заботиться о своих работниках. Однако, есть некоторые сложности в том, что общество дает бизнесу не совсем конкретные ожидания. Поэтому компания зачастую формирует социальную политику исходя из собственных представлений о данном процессе. (Гетьман 2006 и Гетьман 2008)

К внутренней социальной 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

Внешняя корпоративная социальная ответственность - социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании или ее отдельных предприятий. (Саприкова 2011)

Внешняя корпоративная социальная ответственность включает в себя:

1. спонсорство и корпоративную благотворительность;
2. содействие охране окружающей среды;
3. взаимодействие с местным сообществом и местными органами власти;
4. готовность участвовать в кризисных ситуациях;
5. ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров)

Проводя корпоративно социальную политику, компания достигает определенных целей, которые позитивно влияют на развитие предприятия, например (Симхович 2011):

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 товаров или услуг;
5. освещение деятельности компании в СМИ;
6. стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
7. возможность привлечения инвестиционного капитала у социально-ответственных компаний выше, чем у других компаний;
8. сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
9. налоговые льготы.

Социальная миссия современного делового сообщества заключается прежде всего, в достижении устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным интересам акционеров и соответствует социальным целям общества, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека.

Необходимость повышения социальной ответственности бизнеса отмечается сегодня на самом высоком деловом уровне. При этом особо важная роль в этом процессе отводится корпорациям и компаниям с государственным участием.

1.3. Принципы формирования и управления КСО

В научных работах Н.В. Генераловой (2008г) и Х. Грюнинга (2008г) приводится схожее представление о том, что принципы корпоративной социальной ответственности определяют основные положения, выражающие природу и сущность организации и деятельности по реализации корпоративной социальной ответственности в компании. Если считать, что принцип - это основа, отражающая сущность КСО, то можно сделать вывод, что несоблюдение требований одного принципа корпоративной социальной ответственности искажает сущность всего понятия.

Основные принципы социальной ответственности формируются за счёт ожиданий общества. На сегодняшний день общественные ожидания, адресованные бизнесу, значительно изменились. Обществу перестало быть безразличным, как

компания ведет свою деятельность, чем она при этом руководствуется и как она распоряжается своими доходами. Исходя из этого, возникла потребность разработать принципы деятельности компаний в рамках корпоративной социальной ответственности.

Для того чтобы компания осуществляла свою деятельность в соответствии с ожиданиями общества, она должна выработать программу действий, согласно которой будут соблюдены этические, правовые, благотворительные, природоохранные, коммерческие и общественные принципы. Иными словами, речь идет о том, как стать достойным корпоративным членом гражданского общества. И.Ю. Беляева (2008) в своих работах предлагает рассмотреть на что стоит обратить внимание компании, при выработке принципов корпоративной социальной ответственности. Ниже приведены этические нормы, на которые по мнению Беляевой (2008) следует обратить внимание.

1) Открытость

- а. Прозрачность. Принципы ведения социальной политики, социальные программы и механизмы их реализации должны быть четкими и понятными;
- б. Публичность. Любая информация о корпоративной социальной ответственности, за исключением конфиденциальной, должна быть доступна общественности;
- в. Достоверность. Недопустимо сокрытие или фальсификация данных о корпоративной социальной ответственности;
- г. Диалог. Социальная политика строится на основе ведения диалога со всеми заинтересованными сторонами, обязательно наличие обратной связи с адресатами социальных программ;

2) Системность

- а. Направленность. Наличие приоритетных направлений реализации социальных программ;
- б. Единство во времени (последовательность). Ответственность за текущую и прошлую деятельность, а также за будущее влияние деятельности Компании на внешний мир;
- в. Единство в пространстве. Универсальные принципы корпоративной социальной ответственности для всех региональных подразделений Компании;

- г. Регулярность. Отказ от единичных и фрагментарных акций в пользу планомерных программ и проектов в рамках в зафиксированных приоритетных направлений корпоративной социальной ответственности;
- д. Интегрированность. Проникновение принципов корпоративной социальной ответственности во все бизнес-процессы и процесс принятия решений на всех иерархических уровнях;

3) Значимость

- а. Актуальность. Реализуемые программы корпоративной социальной ответственности должны быть своевременны и востребованы;
- б. Масштабность. Программы корпоративной социальной ответственности должны охватывать значительную аудиторию и быть заметны для общества в целом;
- в. Эффективность. Затраченные на реализацию программ средства должны ощутимо помогать в решении проблем, при этом результаты программ подлежат регулярной оценке и учету;

4) Недопущение конфликтов

- а. Политическая не ангажированность. Неучастие в предвыборных гонках, поддержке политических партий или отдельных политических деятелей;
- б. Поддержание дистанции от церкви. Отказ от поддержки духовенства, церкви, отдельных конфессий или религиозных течений;
- в. Отказ от поддержки националистических движений;
- г. Отказ от поддержки фан-клубов. В том числе спортивных, музыкальных или иных молодежных течений, противопоставляющих себя остальным.

Компания имеет право называть себя социально ответственной, следовательно, компания действует по принципам социальной ответственности и осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для неё направлениях. Социальная активность компании выражается в проведении разнообразных социальных программ как внутренней, так и внешней направленности. (Воеводкин 2011). Отличительными особенностями программ социальной активности являются добровольность их проведения, системный характер и связанность с миссией и стратегией развития компании.

После того как приоритетные направления КСО определены, компании необходимо продумать, каким образом будет построена ее внутренняя система

управления КСО, начиная от механизмов принятия решений и их реализации и заканчивая мониторингом и оценкой эффективности. Как правило, большая часть процедур, регулирующих различные аспекты КСО, зафиксирована во внутренних документах компании (стратегиях, политиках, положениях и т.д.). Это так называемые организационные механизмы управления КСО, важность которых особенно велика для крупных компаний. Одновременно с этим существует целый ряд ценностно образующих механизмов, нацеленных на повышение приверженности принципам КСО руководства компании и сотрудников всех уровней (таблица 1).

Таблица 1. Механизмы управления КСО

Организационные механизмы	Ценностно образующие механизмы
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Разработка и внедрение стратегии КСО, определяющей позицию компании в отношении вопросов устойчивого развития и ее приоритеты в области КСО ➤ Разработка и внедрение положений и политик, регламентирующих деятельность по отдельным направлениям КСО (положения о взаимодействии с заинтересованными сторонами и нефинансовой отчетности, этический кодекс, экологическая политика и т.д.) ➤ Закрепление за одним из представителей высшего менеджмента компании функций по руководству и ответственности за направление КСО ➤ Формирование в компании специального подразделения (отдела, департамента и т.д.), занимающегося 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Интеграция принципов КСО в корпоративную культуру, в том числе на уровне неформальных ценностей, разделяемых руководством и большей частью сотрудников ➤ Демонстрация руководством компании приверженности идеи КСО, в том числе повышение открытости, подотчетности за результаты своих действий и решений, готовность к диалогу с сотрудниками ➤ Создание системы стимулов и поощрений для сотрудников всех уровней, которые активно продвигают и применяют принципы КСО в своей работе, достигают планируемых

<p>вопросами КСО</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Включение в должностные обязанности сотрудников иных подразделений положений, связанных с деятельностью в области КСО ➤ Создание рабочих групп в составе представителей различных подразделений компании по отдельным приоритетным направлениям КСО и т.д. 	<p>результатов и т.д.</p>
--	---------------------------

Источник: Составлено автором

Как показывает практика, наиболее заметных успехов удастся достичь тем компаниям, которые сочетают организационные и ценностно образующие механизмы управления КСО. И действительно, излишнее внимание к разработке различных положений и политик, которые не будут поняты и разделены сотрудниками, может привести к тому, что все благие намерения останутся на бумаге. С другой стороны, отсутствие четкого официально утвержденного плана действий и разграничения обязанностей по его выполнению, скорее всего, станет причиной того, что работа будет постоянно пробуксовывать.

1.4. Области социальной ответственности и примеры КСО

Политика корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятия включает несколько областей ответственности:

- перед партнерами;
- перед потребителями;
- перед работниками;
- экологическая;
- перед обществом в целом.

Подход к реализации политики корпоративной социальной ответственности зависит от размера организации, сектора бизнеса, сложившихся традиций, взглядов собственников и акционеров. Так, одни предприятия фокусируются только на одном компоненте КСО (экологическом, на социальных программах для местного сообщества и т.д.), другие стремятся сделать философию социальной ответственности неотъемлемой частью всей деятельности корпорации. Например, крупные западные компании включают принципы политики КСО в стратегический план, упоминают их в описаниях корпоративных миссии и ценностей, а также в ключевых внутренних документах (трудовых договорах, правилах распорядка, положении о совете директоров и др.). Данный подход к социальной ответственности объясняется ее тесной взаимосвязью с корпоративной этикой: организация, которая приветствует инновации и независимость мышления, не может позволить, чтобы работа ее сотрудников расходилась с положениями корпоративного этического кодекса или других стандартов деятельности.

1.4.1. Отношения с партнерами

В работах О. Алексеевой (2011) приведены несколько примеров о том, как компании внедряют корпоративную социальную ответственность в бизнес. Например, одна из крупнейших международных сетей кофеен "Старбакс" ("Starbucks Coffee Co. ") использует политику социальной ответственности во всех аспектах своей деятельности. Такой подход распространяется даже на поставщиков кофе (соблюдение прав человека,

норм охраны труда компаниями-производителями кофе), отношения к окружающей среде, к персоналу. С 1998г. "Старбакс" поддерживает организацию Conservation International, которая выступает за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия через изменения способов производства и обработки кофейных зерен. Результатами программы стало увеличение на 60% доходов фермеров, выращивающих кофе по новой технологии, а также увеличение на 220% - числа кофейных плантаций, находящихся в зоне тропических лесов, где сохранена местная флора и фауна.

Крупнейший банк Великобритании "Co-operative bank" - лидер в распространении принципов социальной ответственности среди банков. Банк использует внутренний документ под названием "Политика этических инвестиций". Документ состоит из 8 пунктов, в которых объясняется позиция компании в отношении социальных инвестиций. Согласно документу банк отказывается от участия в сделках по продаже оружия представителям диктаторского режима, от инвестирования в табачные компании и в пушной бизнес. "Co-operative bank" опубликовал свой первый ежегодный отчет (за 1997г.) о политике и программе социальной ответственности и, таким образом, стал первым среди английских банков. Банк регулярно проходит социальный аудит и развивает свою рекламную политику на этических принципах. Помимо внедрения КСО в деловую практику, публикации своей политики и отчетов, банк расходует более 3,2 млн. долл. США на разные значимые в обществе программы.

Компании, подобные банку, не останавливаются на внедрении принципов КСО в регламенты и, как правило, создают внутренние комитеты по этике. Такие комитеты готовят стратегические планы предприятия в области социальной ответственности, оценивают текущую работу компании, дают советы и наставления руководству по соблюдению принципов социальной ответственности. Если подобные комитеты отсутствуют, то их роль и функции выполняет совет директоров.

1.4.2. Отношения с сотрудниками и клиентами

Отношение организации к работникам занимает важное место в общей политике КСО. Социальная ответственность перед персоналом влияет на систему оценки качества работы людей, их продвижение по службе, политику начисления премий и

повышения оплаты труда. А также, социально ответственная компания всегда информирует персонал о принципах социальной ответственности (через корпоративные печатные издания, информационные стенды и т.п.), презентует эти вопросы вовремя внутреннего обучения работников.

Например, люди - главная ценность Coca-Cola HBC. Чтобы сотрудники могли развивать свой профессиональный и личностный потенциал, компания осуществляет программы реализации и создает комфортную рабочую атмосферу.

Coca-Cola HBC преследует такие цели, как:

1. Повышение ответственности работников и их квалификации.
2. Обучение охране труда и безопасности на производстве.
3. Анализ производственных несчастных случаев, выявление и предотвращение потенциальных рисков на производстве.
4. Регулярная проверка системы управления.

Ответственность перед потребителями и партнерами определяет отношение предприятия к качеству своей продукции. Стоит отметить, что предприятия на каждом этапе производства проводят четкий контроль качества сырья и готовой продукции. Ежегодно осуществляется добровольная сертификация товара независимыми организациями: производство имеет сертификаты ISO, а на выходе продукт дополнительно сертифицируется. Об успехе используемых мер говорит и тот факт, что компании активно сотрудничают с покупателями по всем каналам сбыта, любые жалобы и претензии рассматриваются в кратчайшие сроки. (Алексеева 2011)

1.4.3. Экологическая и общественная сферы

Рассматривая социальную ответственность крупных предприятий следует обратить внимание на сферы экологии и общества поскольку это иссекаемые ресурсы, требующие определенное время на восстановление. Любое производство должно, в первую очередь обращать внимание на последствия, которые происходят от её деятельности и стремиться к предотвращению негативного влияния на окружающую среду. Хороший пример подаёт компания Coca-Cola HBC, которая придерживается основ охраны окружающей среды во время производства, регулярно проверяя текущие показатели и определяя будущие задачи. Компания понимает, что каждый сотрудник

должен знать и понимать экологические ценности компании, так как все они оказывают воздействие на окружающую среду.

Логично, что в действующей системе оценки деятельности персонала эта позиция тоже находит своё отражение. Компания выделяет несколько важнейших направлений в области окружающей среды (далее - ООС) и защиты природных ресурсов, основываясь на общей стратегии развития и особенности бизнеса.

Этими направлениями являются:

- рациональное использование воды, охрана водных ресурсов и защита водных источников;
- эффективное использование энергоресурсов и сохранение климата;
- снижение объема упаковки продукции и количества образуемых отходов;
- увеличение переработки отходов.

Приоритетный аспект социальной ответственности компаний – это взаимодействие с обществом. Классическая практика благотворительности устаревает. Ведущие корпорации все более придерживаются "традиционной" модели благотворительности - денежной или товарной помощи.

Современный подход к социальному участию означает не только стандартную материальную помощь из прибыли компании, но и сотрудничество с другими компаниями для привлечения средств, а также создания возможностей для самих сотрудников оказывать помощь обществу. Одно из веяний последних лет - это увеличение инвестирования в проекты предприятий, касающиеся социальной ответственности. Такими вложениями можно назвать инвестиции в компании, которые не связаны с производством и продажей табака и алкоголя, а также в те, которые признаны социально ответственными, ведущими активную социальную политику.

Данного рода инвестиции включают:

- прямые вложения в социально значимые проекты, которые могут окупиться;
- денежные пожертвования;
- бесплатное предоставление фондам и общественным организациям времени своих сотрудников, включая топ-менеджеров;
- безвозмездная передача товаров или услуг;

- предоставление возможности работникам жертвовать деньги на социальные проекты из своей зарплаты (многие компании добавляют к ним корпоративные средства);

- использование влияния компании для продвижения той или иной социально значимой программы, решения общественной проблемы. (Алексеева 2011)

Также компании поддерживают исторические и культурные объекты в своем регионе..

Таким образом, становление бизнеса социально ответственным дает предпосылки к развитию по всему миру. Организации уже не воспринимают КСО как новое модное понятие, а осознают всю необходимость ведения бизнеса в рамках социальной ответственности. Популизация КСО стремительно набирает обороты и берет распространение в Европейском континенте.

2. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В МИРЕ

2.1. Стандарты, используемые в международной практике

В современной зарубежной практике нефинансовая отчётность (НФО) хозяйствующих субъектов формируется, ориентируясь на международные стандарты, определяющие содержание отчёта, его состав, структуру, порядок сбора данных и обработки НФО. Среди имеющихся (около двадцати стандартов) наиболее общеупотребительным руководством в практике формирования НФО является Глобальная инициатива по отчётности (Global reporting initiative (GRI)), которая включает три основных элемента: экономика предприятия, его социальная и экологическая политика (ISO 26000:2010, 2010). Это, как правило, объясняется связью внутренних нормативных требований к публикации отчётности в области устойчивого развития со стандартом GRI. Например, в Бразилии, Финляндии, Швеции, Испании и ЮАР требования к отчётности либо содержат ссылку на GRI, либо напрямую требуют или рекомендуют компаниям использовать при подготовке отчётности руководство GRI.

Хотелось бы отметить, что в последние годы не встаёт вопроса о необходимости нефинансовой отчётности, а наоборот, возникает ряд вопросов о систематизации данных, отражаемых в НФО и приведению их вида к общему стандарту. Так в конце 2010 года Международная организация по стандартизации (ISO) приняла новый стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности», направленный на повышение качества отчётности. Данный стандарт описывает нормы и границы социальной ответственности организаций, принципов, которые обозначают основные направления деятельности в этой области. ISO 26000:2010 должен объединить

принципы КСО, таких как прозрачность, подотчетность, этичность поведения и др., в бизнес-процессы, включая все уровни активности и управления (приложение 1).

В каталоге стандартов ISO «Руководство по социальной ответственности» включено в группу стандартов в области менеджмента, является добровольным и не предполагает сертификации. Руководство было рассчитано на то, что применять данный стандарт смогут организации разного вида собственности и деятельности.

2.2. Тенденция развития и использования нефинансовой отчетности в мире

Еще несколько лет назад в европейских странах почти все компании выступали за добровольную отчетность и негативно были настроены к любой форме обязательного регулирования. Сегодня компании-лидеры, которые уже давно выпускают такие отчеты, выступают за введение на государственном уровне минимума обязательной отчетности.

Первопроходцами в данной области стали Франция, Великобритания, скандинавские страны, Нидерланды и ряд других европейских стран. (Review of Economic Policy, University of Oxford 2005). Так, в 2011 году коалиция, состоящая из ряда общественных организаций, работающих в области устойчивого развития и повышения ответственности компаний за результаты своей деятельности, выдвинула предложение к правительствам разных стран об ужесточении обязательных требований к раскрытию нефинансовой информации. В ЮАР, например, все компании, акции которых котируются на Йоханнесбургской бирже, должны в обязательном порядке готовить интегрированную отчетность (финансовую и нефинансовую).

В Дании The Green Accounts Act, принятый правительством еще в 1995 году, предписал 1000 компаниям, чья деятельность была связана с существенным воздействием на окружающую среду, публиковать ежегодные экологические отчеты. (M.Ruzzier, V.Antoncic 2007). В 2009 году правительство ввело в Акт о финансовой отчетности требование, согласно которому компании обязаны раскрывать сведения в области устойчивого развития в отчете руководства компании и предоставлять эти сведения вместе с финансовым отчетом. Законодательное требование стало

обязательным для 800 крупнейших компаний, со штатом более 250 сотрудников, владеющие активами более 19 млн евро или получающие доход более 30 млн евро и чьи акции обращаются на финансовых площадках, и государственных акционерных обществ.

Во Франции компании со штатом более 300 сотрудников обязаны отчитываться по 100 индикаторам. Для ряда компаний такие требования оказались неподъемными, и со временем индикаторов осталось 40.

В Швеции начиная с 1999 года крупные компании были обязаны раскрывать данные об экологической результативности в финансовых отчетах – в тот момент это было одно из самых жестких требований по раскрытию информации в Европе. (Lichtenstein, Drumwright, Braig 2004). В 2007 году правительством были изданы методические рекомендации для компаний с государственным участием по составлению обязательной отчетности в области устойчивого развития, которая должна сопровождать отчетность финансовую и иметь заверение третьей стороной. Правительства этих стран, введя обязательную экологическую и социальную отчетность, тем самым выразили убеждение в том, что экономика может быть устойчивой только в том случае, если будут учитываться все затраты и потери, которые несет общество, в сравнении с произведенными благодаря этим затратам ценностями в процессе деятельности всех экономических субъектов.

Количество стран, в которых регуляторы принимают решение о включении ряда экологических и социальных показателей в обязательную отчетность, расширяется.

В Бразилии в 2007 году принят закон, обязывающий компании, присутствующие на финансовых рынках, раскрывать информацию о том, как создается и распределяется создаваемая ими экономическая стоимость. Через два года появился проект указа, согласно которому в финансовой отчетности компании должны отражать значимые с экологической точки зрения активы и обязательства; а еще один закон утвердил требование к компаниям, в которых работает более 100 работников, вести «социальный учет». (Berens, Riel, Rekom 2007)

В 2007 году в Китае введены требования по обязательной экологической отчетности; правительственная служба намерена публиковать «черный» список компаний, которые нарушают национальные стандарты по экологическим загрязнениям. Особенно жесткие требования к тем, по чьей вине произошли аварии,

вызвавшие экологические последствия. Компании, которые не предоставляют подобных отчетов, серьезно теряют в правах. (Н. Не, Y. Li 2007)

С 2010 года в Португалии вступил в силу Стандарт финансовой отчетности в новой редакции, согласно которому в отчетах компаний должны отражаться инвестиции и расходы, связанные с экологическими аспектами деятельности имеющихся активов.

С 2012 года государственные организации Испании обязаны выпускать отчеты в области устойчивого развития согласно закону, принятому 15 февраля 2011 года. На рисунке 1 показаны лидирующие страны по количеству опубликованных нефинансовых отчетов за 10 лет с 1991 по 2011 года.

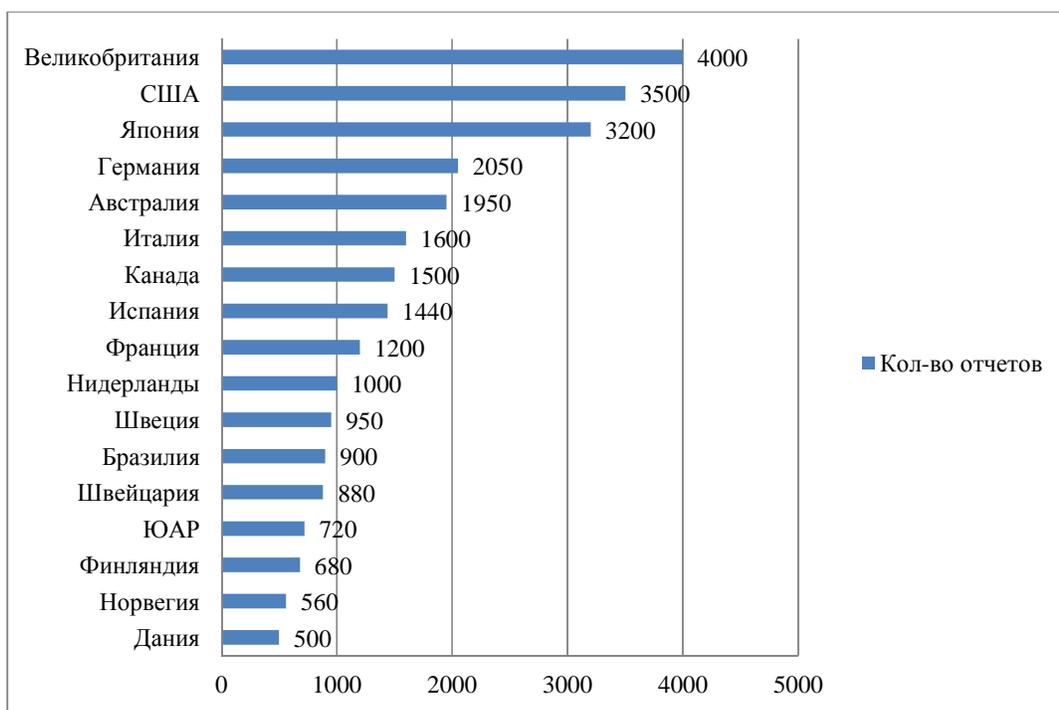


Рис 1. Лидирующие страны по количеству опубликованных Нефинансовых отчетов в 1991 - 2011 гг.

Источник: Corporateregister.com

По данным Регистра нефинансовых отчетов, который ведет Corporateregister.com, по состоянию на конец 2011 г. Регистр содержит 38 030 отчетов, опубликованных 8673 компаниями, начиная с 1991 г. (Рис 1).

Если изучить страновую принадлежность компаний, выпускающих отчеты, заметно преобладание компаний из Великобритании, США и Японии (более 3 тыс. отчетов). Среди остальных в основном активны европейские компании.

На конец 2014 года, в базе данных Corporateregister.com зарегистрировано более 12 тысяч предприятий, которые ежегодно выпускают такую отчетность. Данная тенденция имеет возрастающий характер и будет продолжать увеличиваться, поскольку в том же году, 29 сентября 2014 г. Совет Европы одобрил официальный статус Директивы по раскрытию нефинансовой информации (Directive of the European Parliament, 2014). Директива начала действовать с конца 2014 г. Странам-членам ЕС даётся 2 года на то, чтобы привести национальные законодательства в соответствие с Директивой. Ожидается, что первые отчёты в соответствии с документом будут опубликованы в 2018 г. (за 2017–2018 финансовые годы). Директива обязывает около 6 тыс. компаний из 28 стран-членов Европейского союза раскрывать нефинансовую информацию. К ним относятся компании, имеющие листинг на фондовых биржах, кредитные и страховые организации и другие организации, чья деятельность затрагивает общественные интересы (public-interest entities). Ожидается, что организации с численностью сотрудников более 500 человек должны будут публиковать информацию о применяемой политике, рисках и результатах в таких областях, как социальная политика, трудовые отношения, обеспечение целостности окружающей среды, права человека, предотвращение коррупции и др.

2.3. Развитие практики корпоративной социальной ответственности в Европейском Союзе

Содержание различных общеевропейских инициатив, директив, регламентов и проектов по стимулированию КСО во многом основано на положениях Международной организации труда, Всеобщей декларации прав человека, Организации экономического сотрудничества и развития, Всемирных саммитов и других организаций. В свою очередь документы, принятые на уровне ЕС, задают вектор

политики в сфере КСО в национальных государствах. При этом среди институтов власти ключевую роль играют комитеты Еврокомиссии. На континенте толчком к развитию КСО явилось учреждение в 1996 году Европейского движения предпринимателей за социальную консолидацию (EBNSC), созданного при поддержке Генерального директората по вопросам занятости, производственных отношений и социальных вопросов Еврокомиссии. Во время чрезвычайного саммита Евросоюза в марте 2000 года в Лиссабоне Европейский Совет впервые публично призвал компании к усилению чувства ответственности. Главы государств и правительств пятнадцати стран приняли Специальное обращение по вопросам КСО, в котором отмечалось, что расширение социальной ответственности бизнеса является важным элементом экономических и социальных реформ, фактором повышения конкурентоспособности компаний. (CR Perspectives 2013)

В 2001 году Еврокомиссия издала первичный вариант директив – «Зелёную книгу», – закрепляющую цели, идеи и принципы КСО. (Звягин 2006). В 2002 году Еврокомиссия дополнительно издала акт, определяющий направления взаимосвязи КСО и устойчивого развития. В 2002–2003 годах последовало принятие Европарламентом резолюций, содержащих уточнение принятых Еврокомиссией основных начал практик применения КСО. Вторым пиком, привлёкшим внимание институтов ЕС к практикам применения КСО, считается 2005 год, что связано, в первую очередь, с обновлением Лиссабонской стратегии. Так, в документе, раскрывающем перспективы роста экономики и занятости, Совет Европы рекомендовано государствам-членам ЕС всемерно поощрять развитие КСО компаниями. В 2005 году также была обновлена стратегия устойчивого развития ЕС, в которой, в том числе, сделан акцент на развитие КСО в средне- и долгосрочной перспективе. В 2006 году Еврокомиссия принимает акт, полностью посвящённый КСО, под названием Коммуникация 2006. Этот документ, в частности, содержит призыв к профсоюзам, потребителям, инвесторам, некоммерческим организациям (НКО) и другим стейкхолдерам не останавливаться на достигнутом и направить свои усилия на «укрепление вертикали КСО», а также начать играть более активную роль и поощрять лучшие практики. Цель Коммуникации 2006 – сделать практики КСО более заметными и признать, что европейский бизнес уже преуспел в развитии корпоративной социальной ответственности. В 2011 году Еврокомиссия приняла долгожданную

стратегию по КСО, основанную на новой Стратегии Европейского Союза «Европа 2020: выстраивая умное, устойчивое и всеобъемлющее в росте предприятие». Европейская стратегия КСО 2011 впечатляет амбициозными планами и широтой методов регулирования: от побуждения национальных правительств государств-членов ЕС к разработке национальных политик до планов рассмотреть возможность создания методики соответствия компаний критериям этичности и социальной ответственности. Стратегия 2011 была принята на четыре года, она основана на принципе партнёрства ради развития и создания рабочих мест потому, что таким образом Европа станет образцом КСО. (Сапрыкина 2011)

Подводя итог, можно отметить что КСО получило широкое распространение в Европе и было адаптировано согласно европейским ценностям, требованиям и последним тенденциям. Несомненно, вступая в Европейский Союз страны Балтии должны были принять все директивы и адаптировать их на локальном уровне.

3. АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ НА ПРИМЕРЕ БАЛТИЙСКИХ СТРАН

3.1. Развитие использования корпоративной социальной отчётности в Эстонии

Корпоративная социальная ответственность оказывает влияние на удовлетворенность работой, смысл работы, отношение к компании, политике руководства и способность фирмы к конкуренции. Неправительственные организации могут оказывать положительный пример, вдохновляя организации принимать участие в социальных и экологических вопросах, что касается Эстонии, то в этой стране КСО развивается быстрыми темпами поскольку Эстония имеет национальные политические структуры для продвижения КСО.

Деятельность по развитию КСО может быть прослежена с 2004 года, когда в Эстонии был создан Форум Ответственного Бизнеса. Однако, непосредственное участие органов государственного управления в области КСО началась в 2010 году через Проект Европейского фонда сплочения (European Cohesion Fund), который разработал национальную платформу КСО в Эстонии. В результате реализации проекта принятого Национальным Планом Действий по КСО (National Action Plan on CSR), были приняты следующие действия: внедрения передовых практик, модуль электронного обучения для бизнеса, разработка схемы премии КСО (индекс) и ряд информационно-просветительских мероприятий. План Действий по КСО был принят в 2012 году и он должен был быть реализован в период с 2012 по 2014 г. После присоединения Эстонии к принципам Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР) для многонациональных предприятий, страна имеет обязательство продвигать принципы ОЭСР и создать Национальные контактные пункты (НКП). Национальным Контактным Пунктом могут быть национальные структуры, созданные

и финансируемые Правительством. В рамках этой программы 28 государств-участников Европейского Союза, связанных с НКП дают предприятиям персональную поддержку в конкретной стране и на её языке. По странам эти пункты могут отличаться и иметь как высоко централизованную так и нецентрализованную систему, иметь разных участников: от министерств до университетов, от исследовательских центров до узкоспециализированных компаний. (Action Plan of CSR)

Тип и уровень предлагаемых услуг в национальных центрах также может отличаться в разных странах, однако, все они должны придерживаться основных правил и принципов НКП, таких как:

- Помощь в выборе соответствующих тем и типов действий;
- Консультации по вопросам административных процедур и договорных вопросов;
- Обучение и помощь по составлению отчётов;
- Распространение документации (формы, руководства, инструкции и тд);
- Содействие в поиске партнёров.

Эстонское правительство разработало свою систему поощрительных выплат. Была введена награда под названием «Социально ответственное предприятие 20xx». Эта марка признана как на национальном, так и на международном уровне, а разработал её Форум Ответственного Бизнеса в Эстонии.

3.2. Развитие использования корпоративной социальной отчётности в Литве

Прежде всего, в Литве, как и во многих европейских странах продвижение большей прозрачности бизнеса и раскрытия информации о своей социальной деятельности началось в государственных учреждениях и профессиональных организациях по собственной инициативе. Принятые законы и регулировки, были направлены на то, чтобы компании представляли обязательную финансовую информацию в финансовой отчетности и годовых отчетах. Закон о финансовой отчетности субъектов (статья 25, пункт 2) и Закон о консолидировании счетов субъектов (статья 9, пункт 2) устанавливает обязательства только о раскрытии финансовой информации, а также указывает на компании, которые должны в годовом отчете раскрывать информацию о финансовой и нефинансовой деятельности в области "влияния на окружающую среду и трудовой практики". Таким образом, ведение КСО в Литве было абсолютно добровольным. (Banyte, Brazioniene, Gadeikiene 2010)

Ситуация изменилась после вступления Литвы в состав Европейского Союза. Так в сентябре 2003 года литовское правительство утвердило Национальную стратегию устойчивого развития и создало правовую презумпцию инициатив в области КСО. В рамках этой стратегии и других инициатив в области КСО, литовские предприятия заявили о своей готовности взять на себя дополнительные обязанности по улучшению деловой практики, внедрению современных технологий по управлению человеческими ресурсами, реализации природных ресурсов и производственных процессов через более эффективные технологии, созданию стратегических бизнес-планов для ликвидации возможных негативных последствий на природу и окружающую среду, улучшении трудовых отношений и о готовности активно участвовать в социальном диалоге.

Крупнейшей добровольной инициативой КСО на международной арене является United Nations Global Compact (UNGC) - Глобальный договор ООН. Начиная с 2005 года Национальная Сеть Ответственного Бизнеса в Литве (National Network of Responsible Business) действует как участник инициативы Глобального договора. Компании, которые к ней присоединились заявили, что уже стали применять 10 принципов социальной ответственности, предоставляя информацию в ежегодных социальных отчетах для заинтересованных сторон. Распространение и пропаганда

инициатив КСО в сети распространялась каждый год. Согласно годовым отчетам о деятельности Национальной Сети Ответственного Бизнеса в Литве, эта сеть включает в себя 57 компаний и организаций в 2008 году, 61 – в 2009, 65 – в 2011. Самый быстрый рост наблюдался в 2011 году, когда с января 2011 по апрель 2011года к Сети Национальной Ответственности Бизнеса присоединилось сразу 10 новых компаний. Из-за строгих правил, в случаях прерывания делового сотрудничества и отсутствии обязательных социальных отчетов в течение некоторого периода, компании удаляются из Национальной Сети. По состоянию на 1-ое января 2015 года Национальная Сеть объединила 55 литовских компании и 13 организаций. На рисунке 2 показано соотношение опубликованных социальных отчетов и количества компаний, принадлежащих к Национальной Сети Ответственного Бизнеса в Литве.



Рис 2. Соотношение опубликованных социальных отчетов и количества компаний.

Источник: Составлено автором

Несмотря на то, что Национальная Сеть расширяется, было замечено, что участники часто задерживают публикацию социальных отчетов, или вовсе их не предоставляют (рис. 2): только 11 организаций из 57 предоставили свои социальные отчёты в 2008 году, 12 из 61 – в 2009, 16 – в 2010 и 21 – в 2011 году и тд, что, в среднем, составляет 24%. Это показывает отсутствие культуры социально-ответственного бизнеса и

понимания реального влияния корпоративной социальной отчетности на развитие бизнеса.

3.3. Развитие использования корпоративной социальной отчетности в Латвии

При развитии гражданского общества и растущей активности лидеров и жителей местных общин, предприятиям, которые действуют в отраслях этического и социального риска, оказывается наибольшее внимание со стороны общественности. Фактически они вынуждены создавать программы КСО и действовать с максимальной «прозрачностью», чтобы уверить общество в своей этической ответственности. Это соответствует новейшим теоретическим веяниям в менеджменте, а именно теории «прозрачности, корпоративного нудизма» (Tapscott, Tocill, 2005).

Развитие понятия социальной ответственности в Латвии удается проследить с 2010 года, когда впервые латвийские специалисты заговорили об Индексе устойчивости предприятий. Министерство экономики Латвии призвало компании принять участие в исследовании «корпоративного здоровья» фирм. Таким образом, в ходе исследования было проанализировано не устойчивость конкретного бизнеса как такового, а то, насколько хорошо предприятие выполняет морально-этические нормы, т. е. так называемые принципы социальной ответственности.

По данным министерства экономики Латвии в 2010 году участвовать в Индексе изъявило желание всего около 60 предприятий, но уже в 2011-м было принято свыше 110 заявок (до реальной проверки из них дошло 73). На участие в исследовании 2012 года согласилось уже 40 организаций, 6 из которых — государственные. В рамках этой инициативы предприятия получили уникальную возможность оценить свою деятельность, а также получить рекомендации экспертов по дальнейшему развитию. Оценки высококвалифицированных экспертов и присвоенный им в итоге индекс стал ощутимым подспорьем для их деловой репутации и при общении с новыми партнерами. (Latvian Sustainability Index)

Инициаторами создания в Латвии «Индекса устойчивости» выступили Конфедерация работодателей и Союз свободных профсоюзов. Методология

исследования основана на теории корпоративной социальной ответственности, а также международных индексах: индекс устойчивости (Sustainability Index) и разработанном организацией «Business in the Community» индексе корпоративной ответственности (Corporate Responsibility Index).

Уже в 2013 году в Латвии была официально основана некоммерческая организация по корпоративной социальной ответственности. Организация была создана частными, общественными предприятиями и консультантами по вопросам КСО с общей целью укрепления бизнеса в Латвии через ценности и принципы КСО. В деятельность организации входили такие функции как информационно-пропагандистские мероприятия, издание исследования и обзоров, взаимодействие с заинтересованными сторонами и распространение информации.

3.4. Анализ раскрытия нефинансовой отчетности биржевых компаний Прибалтики за 2014-2015гг

Как уже рассматривалось, принятый комплекс инициатив по созданию КСО является полностью добровольным, однако, компании, находящиеся в списке Балтийской фондовой биржи (NASDAQ OMX Baltic) должны соблюдать Кодекс Корпоративного управления (Code of Corporate Governance), который предписывает компаниям адекватно раскрывать информацию. Этот документ рекомендует компаниям придерживаться основных стандартов прозрачности и открытости бизнеса, чтобы обеспечить качество управления, улучшить раскрываемость информации для акционеров, с целью повышения доверия инвесторов и других заинтересованных групп. Также биржевые компании должны соблюдать требования Директивы по раскрытию нефинансовой информации, принятые Советом Европы в конце 2014 года. Эта директива сформулировала ряд мер, которые должны стимулировать компании к интеграции КСО и обозначила конкретные границы отчетности.

Для анализа КСО биржевых балтийских предприятий автор выбрал компании, принадлежащие основному списку регулируемого балтийского акционерного рынка. К основному рынку принадлежат 32 компании, которые следующим образом разделены по странам (рис. 3)



Рис. 3. Соотношение количества компаний по странам

Источник: Составлено автором

Данные для сравнения взяты с сайта балтийской биржи и официальных веб-страниц самих компаний. Для сравнения компаний между собой и выявления прозрачности в отчётах автор использовал скоринг (систему ранжирования). Уровень социальной корпоративной ответственности рассматривался как сумма между предоставленной информацией в отчётах по следующим пяти категориям: предоставление отчётов корпоративной социальной ответственности, влияние на социальную среду, влияние на окружающую среду, внутренняя социальная ответственность (информация о человеческих ресурсах и трудовых отношениях) и благотворительные проекты. Категории отчетов КСО были проранжированы и получали 1 балл, если компания публиковала отчёты КСО, как минимум, 1 раз и получали 2 балла, если компания публиковала отчеты 2 и более лет, что подразумевает что, вероятнее всего, кампания была социально ответственной на протяжении длительного периода. Остальные из категорий, исключая благотворительность, получали по 1 баллу за каждый вариант опубликованной инициативы. Отчеты о благотворительной деятельности, как и общие отчеты КСО, получали 1 балл, если была информация о какой-либо благотворительности и 2 балла, если было 2 и более проектов благотворительности. Причиной для такого распределения баллов является стремление к более объективному оцениванию и сравнению всех компаний между собой. Поскольку даже небольшая форма благотворительной деятельности, не имеющая реального влияния на окружающую среду, могла бы получить по баллу за каждый проект и это, в свою очередь, сделало бы итоговый результат оценки менее объективным.

Категории социальной ответственности, влиянии на окружающую среду и трудовых практик получали 1 балл за каждый проект, но были ограничены максимальным пределом в 10 баллов. Например, компания «N» опубликовала в отчете за 2014 год 5 инициатив по влиянию на окружающую среду, и 6 инициатив в 2015 – за каждую инициативу она получает по 1 баллу, но не более 10. Таким образом, компания «N» получает 5 баллов за отчёт в 2014 году и 6 за отчёт в 2015, что в сумме даёт 11 баллов, но поскольку максимальный балл ограничен условиями ранжирования и составляет 10, фирма «N» получит 10 баллов.

В таблице 2 представлен уровень раскрытия КСО в биржевых компаниях Балтии.

Таблица 2. Уровень КСО биржевых компаний Балтии в 2014-2015 гг.

Название компании	Отчеты КСО	Социальная ответственность	Влияние на окр. среду	Трудовые практики	Благотворительные проекты	Итого
Tallinna Kaubamaja Grupp	2	10	10	10	2	34
Linus Agro Group	2	10	10	10	2	34
Klaipėdos nafta	2	10	8	10	2	32
Šiaulių bankas	2	9	8	10	2	31
Merko Ehitus	2	10	6	10	2	30
Harju Elekter	2	8	10	8	2	30
Silvano Fashion Group	2	10	10	6	2	30
Energijos Skirstymo Operatorius	2	7	10	9	2	30
PRFoods	2	6	10	8	2	28
Tallinna Vesi	2	8	10	6	2	28
Olympic Entertainment Group	2	8	5	10	2	27
Nordecon	2	10	2	10	2	26
TEO LT	2	7	6	8	2	25
Tallink Grupp	0	6	10	6	2	24
Lietuvos energijos gamyba	2	5	10	5	2	24
Panevėžio statybos trestas	2	6	6	6	1	21
Arco Vara	2	4	6	6	2	20
Olainfarm	2	10	4	2	1	19
Ekspress Grupp	0	8	6	3	2	19
Vilkyškių pieninė	0	3	2	10	2	17
Rokiškio sūris	0	6	4	4	2	16
Utenos trikotažas	2	2	3	8	1	16
Baltika	0	5	3	5	1	14
Grindeks	0	2	4	5	1	12
Pieno žvaigždės	2	1	3	4	1	11
Skano Group	0	1	4	4	1	10
Apranga	0	1	5	1	1	8
Latvijas kuģniecība	0	1	2	2	1	6
HansaMatrix	0	1	2	2	1	6
Grigeo Grigiškės	0	1	2	2	1	6
SAF Tehnika	0	1	1	2	1	5

Источник: Составлено автором.

Таким образом, верхним пределом данной шкалы оценивания является 34 балла, а минимальным значением, - 1 балл, при условии, что компания опубликовала хотя бы один отчет из любой данной категории. Медианой в данной шкале является показатель в 17 баллов.

Следует отметить, что данные результаты могут не отражать 100% объективной картины, поскольку некоторые темы социальных отчетов были объединены в одну категорию, как например, отчетности о благотворительной деятельности. Разные подходы в отражении информации также вносят свое влияние на объективность анализа и реальное влияние компании на социальную и окружающую среду. Поскольку, возможно, некоторые компании учли уместным отразить только информацию о позитивном влиянии, которая дает малое представление о социальной деятельности, в то время как другие компании опубликовали только самые значимые факторы влияния или инициативы. Однако, в большей степени, данный анализ отражает реальную картину о состоянии отчетности компаний и отражении информации об их корпоративной социальной ответственности и инициативах.

По результатам оценки 19 из 32 компаний получили баллы выше медианы, что составляет 60% от общего числа. Автор находит этот показатель довольно высоким и подтверждающим соответствие фондовых фирм международным принципам социально ответственного бизнеса. На среднем уровне находятся 3 фирмы и остальные 10, что составляет около 30%, показали результат ниже среднего.

Максимальный показатель отчетности среди биржевых компаний, по итоговым оценкам, получили две компании Эстонская компания Tallinna Kaubamaja Grupp и Литовская компания Linas Agro Group. Хорошие показатели заработали также 8 предприятий, которые получили от 28 до 32 баллов по шкале автора, что составляет 80-95% от максимальной оценки.

По региональной принадлежности, среди 19 компаний-лидеров 10 компаний – эстонские предприятия, 8 – литовские и одна латвийская. Среди компаний, набравших количество баллов ниже среднего, в основном, преобладают компании Латвии. Их доля изначально была самой маленькой. Также анализ показал, что только одна из 5 компаний раскрывает информацию о своей социальной ответственности на должном уровне. Такое распределение наводит автора на предположение о том, что среди

балтийских стран Латвия самая молодая и ещё продолжает знакомиться с понятием корпоративной социальной ответственности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном исследовании была изучена и проанализирована тема корпоративной социальной отчетности. Целью данной работы было выяснение текущего уровня использования КСО в Прибалтике. Основными задачами работы являлись: анализ концептуальных подходов и основных моделей КСО; изучение опыта правового регулирования и внедрения Практик КСО в зарубежных странах; анализ текущего состояния литовских компаний в использовании и публикации КСО; анализ уровня раскрытия информации о социальной ответственности крупнейших компаний в сфере телекоммуникации, электроэнергетики, производства, строительства и финансов, котирующихся на балтийской фондовой бирже.

В ходе теоретического изучения темы корпоративной социальной отчетности, автор установил, что в мировой практике не существует устоявшегося определения, что такое корпоративная социальная ответственность. Однако, все рассмотренные в работе утверждения пересекаются в том, что КСО включает в себя ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами, в отношении потребителей, ответственную политику и отношении работников, окружающей среды и влиянии на экологию, содействии бизнеса устойчивому развитию. Более точное определение было определено и описано в 2010 г. в Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». Определение, которое дает именно этот стандарт, является на сегодня наиболее точным и полным. Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации (ISO 26000:2010, 2010)

Для того чтобы компания осуществляла свою деятельность в рамках КСО, и соответствовала ожиданиям общества, она должна выработать программу действий, связанную с соблюдением этических, правовых, благотворительных, природоохранных, коммерческих и общественных принципов. Таких как: открытость, системность, значимость, недопущение конфликтов.

Изучив тенденции зарубежных стран, автор пришел к выводу, что в настоящее время практика КСО набирает все нарастающую популярность. Особенно преуспели в этом вопросе такие страны, как Великобритания, США, Австралия, Италия и др., начавшие практику КСО уже с 1992 года. В Европейском Союзе отправной точкой развития КСО явилось учреждение в 1996 году Европейского движения предпринимателей за социальную консолидацию (EBNSC), учреждённого при поддержке Генерального директората по вопросам занятости, производственных отношений и социальных вопросов Еврокомиссии. И уже в 2011 году Еврокомиссия приняла Стратегию по КСО, которая была принята на четыре года, она основана на принципе партнёрства ради развития и создания рабочих мест потому, что таким образом Европа станет образцом КСО. (Сапрыкина 2011)

В данной работе автор рассмотрел развитие практики КСО и его внедрение в каждой из прибалтийских республик. Также в этой главе автор рассмотрел крупнейшие компании, котируемые на балтийской фондовой бирже, и, поскольку, для биржевых компаний раскрытие нефинансовой отчётности является обязательным, автор провел оценку уровня отчетности этих фирм. Анализ выявил довольно высокий уровень раскрытия информации о деятельности компаний: 19 из 32 компаний имеют средний или выше среднего уровень отчётности, что составило 60% от общего числа участников исследования, у трех предприятий уровень отчетности равен среднему, и у остальных 10 ниже среднего, однако, выше минимальной отметки. Например, с наибольшим уровнем отчетности оказались 2 фирмы: Tallinna Kaubamaja Grupp и компания Linas Agro Group, они набрали максимально 34 балла по шкале автора, а самый низкий результат показала фирма SAF Tehnika, -она получила всего 5 баллов, и заняла последнее место в рейтинге. Автор пришёл к выводу, что такая разница в уровне отчетности указывает на проблему отсутствия каких-либо чётких законодательных рамок и регламентов, по которым все компании могли бы предоставлять одинаковый объем информации и имели бы одинаковые подходы в отражении информации.

Подводя итог, можно сказать, что автор достиг поставленной цели данной работы, выяснив текущее состояние в области использования КСО в Прибалтике и оценив уровень раскрываемой информации на биржевом рынке.

KOKKUVÕTTE

ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE ARUANDLUS BALTI RIIKIDES 2014-2015 AASTATEL BÖRSI ETTEVÕTETE NÄITEL

Ekaterina Selezneva

Tänapäevane majanduskasv rahvusvahelisel turul nõuab kaasaegsest ettevõttest üha kasvav äri läbipaistvust ja aruandlust, mida võivad kasutada kõik huvigrupid. Majandustegevuse analüüsimisel kaasaegne ettevõtte peab võtta arvesse ka riske, mis on seotud sotsiaalse ja majandusliku mõjuga ühiskonnale. Kuna tavalised finantsilised aastaaruandeid ei esita kõiki vajalikke pildi ettevõtte tegevusest, tekkis vajadus koostama ja esitama mittefinantsilist aruandlust.

Uurides teoreetilised allikad ettevõtete sotsiaalse aruandluse teemal, autor leidis, et maailma praktikas ei ole veel loodud täpsema mõiste, mis on ettevõtte sotsiaalne vastutus ja kuidas võib kaaluda ettevõtete mõju ühiskonnale. Aga, siiski, kõik mõisted sisaldavad peamiselt sarnased tingimused ettevõtte vastutuse suhtes, need on: vastutus partnerite ja tarbijate ees, töötajate moraali, pühendumuse ja tootlikkuse säilimine, vastutustundliku poliitika keskkonna ees, mõju keskkonnale ja säästliku ärimise areng. Kõige täpsem määratus, millega ekspertid nõustusid oli kirjeldatud 2010 aastal, kui oli koostatud ja ilmunud rahvusvaheline standard ISO 26000 nimega „Sotsiaalse vastutuse juhised“. Mõiste, mis annab ISO 26000 standard, on praegu kõige täpne ja täielik. Standard kirjeldab ja annab nõu ettevõtetele järgmises põhiteemades:

- Inimõrgused
- Tööjõukasutus
- Keskkond
- Aus tegutsemine

Uurides rahvusvahelise praktikat, autor leidis, et ettevõtte vastutuse aruandluse populaarsus kasvab kiiresti tänapäeva elus. Eriti on selles teemas edasi läinud näiteks

järgmised riigid: Inglismaa, USA, Austraalia, Itaalia ja muud, kes alustasid koostama ja esitama esimesed sotsiaalse vastutuse aruanndeid juba 1992 aastal. Euroopa Liidus võib arvestada sotsiaalse vastutuse aluspunktina European Business Network for Social Cohesion (EBNSC) seltsi asutamist 1996 aastal. Pärast seda, 2011 aastal Eurokomisjon võttis kasutusele Sotsiaalse Vastutuse strateegiat, mis oli vastu võetud neljaks aastaks, ja tema põhimõtte oli idee, et kui Euroopas alustatakse partnerluse arendamist ja töökohtade loomist, siis Euroopast saab ettevõtte sotsiaalse vastutuse eeskuju. (Saprõkina 2011)

Viimases peatükis autor uuris sotsiaalse vastutuse arengut ja selle rakendamist Balti riikides. Siin ka toodud suurimad ettevõtted, mis on noteeritud Balti börsil, ja kuna börsiettevõtetele on mittefinantsiline aruandluse avalikustamine on kohustuslik, autor hindas nende poolt esitatud aruandluse tase. Analüüs näitas kõrge tase andmete avalikustamise äriühingu tegevusest. Uurimises oli kontrollitud 32 ettevõtet, ning 19 neist, millised moodustavad 60%, esitavad ammendava ülevaade sotsiaalse tegevusest. Nende aruandluse tase on kõrgem kui keskmine. Kolm ettevõtet avastavad aruandlust, mida võrdub keskmisega, ja ülejäänud 10 ettevõtete aruandluse tase on keskmise madalam.

Autor arvab, et selline erinev aruandluse tase näitab selge ja õigusliku eeskiri puudumise probleemi, mille järgi kõik ettevõtted avastaksid sama palju andmete kogust ja omandaksid sarnase lähenemisviisi informatsiooni avastamiseks.

Kokkuvõttes võib öelda, et autor on saavutanud püstitud eesmärgi, välja uuris sotsiaalse vastutuse aruandluse hetkeseisu ja andis hinangut aruandluse avastamise tasele Balti börsi ettevõtete näitel.

SUMMARY

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING IN BALTIC STATES IN 2014-2015 ON THE EXAMPLE OF COMPANIES LISTED ON BALTIC BOURSE

Ekaterina Selezneva

According to the growth on the international market for several last years and increasing of business transparency modern enterprises needed to disclosure more clear information about their activity. Companies worldwide have to disclose such clear reporting, which can be used by all stakehoders. Business analysis of the company must also take into account the risks associated with corporate social and economic impact on society. As usual financial accounting statements do not provide all the necessary picture of the company's activities, it was necessary to prepare and publish non-financial reporting.

Exploring the theoretical sources of corporate social responsibility, the author found, that in practice, a precise definition of corporate social responsibility (CSR) has not yet created, and how business can consider the impact on society and environment. However, all definitions contain essentially similar conditions for the liability of the company, such as: liability of partners and customers, employer morale, a responsible policy towards the environment and sustainable development of production. The most punctual determine was described in 2010, when was published the International Standard ISO 26000 called as "Guidance on social responsibility". That standard defines CSR as responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior and gives advice to the company in the following main topics:

- People
- Operating Personnel
- Environment
- Fair business (dealing)

Exploring the international practice, author had found that worldwide companies have been recognized the importance of socially responsible business and CSR is no longer just a new trendy concept. Especially such countries as England, USA, Australia, Italy and other, who began to issue their first social responsibility reports in 1992 are successful. The European Union took into account the SCR basis point from the founding the European Business Network for Social Cohesion (EBNSC) in 1996. After that, in 2011 the European Commission has adopted a CSR strategy for next four years, and its most important principle was the idea „Implementing the partnership for development and creation of job vacancies – we creating Europe as an example of CSR“. (Saprykina 2011)

In the last chapter the author research the development of CSR and its implementation in the Baltic States. The analysis of the companies listed on the Baltic stock exchange and their disclosure of CSR reports was made here. Author ranged all companies and evaluated the level of non-financial disclosure. The analysis showed a high level of disclosing CSR. Totally was controlled 32 companies, and 19 of them, which set up 60%, provide a comprehensive overview of the social activities. Their disclosing level was higher than average. Three companies disclosure their social activity on the average level, and the rest 10 companies reporting disclosure was lower than average but higher than minimal value.

The author assume that such different level of disclosure CSR demonstrates a problem of absence of clear and legal code of CSR disclosing, according to which all companies can publish the same amount of data and use equal rules for preparing CSR reports.

In the conclusion, author has achieved the goal of work, found out the current state of usage of CSR in the Baltic States and assessed the level of non-financial disclosure on the Baltic bourse.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Алексеева, О. (2011). Социальная ответственность компаний - опыт Запада и России. Журнал «Меценат», №4

Action Plan of Corporate Social Responsibility in Estonia 2012 – 2014.
https://www.mkm.ee/sites/default/files/action_plan_of_corporate_social_responsibility_in_estonia_2012-2014.pdf

Baltic bourse issuers financial reports.
<http://www.nasdaqbaltic.com/market/?pg=reports&lang=en>

Banyte, J., Brazioniene, L., Gadeikiene, A. (2010). Expression of green marketing developing the conception of corporate social responsibility. *Engineering Economics*, pp 550-560

Беляева, И.Ю. (2008). Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект. Под общ. ред. И.Ю. Беляевой. Москва: КноРус

Berens, G., Riel, C. B. M., Rekom, J. (2007). The CSR-quality trade-off: when can corporate social responsibility and corporate ability compensate each other? *Journal of Business Ethics*, pp 233–252.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9232-0>

Coca-Cola HBC sustainability approach.
<http://coca-colahellenic.com/en/sustainability/sustainability-approach-and-performance/sustainability-approach/>

CSR Europe's Toolbox - User Manual (2013)
<http://www.csreurope.org/csr-europes-toolbox-user-manual#.WGF5eVOLTIU>

CSR in Latvia. Official webpage.
<http://www.ksalatvija.lv/en>

CR Perspectives 2013: Global CR Reporting Trends and Stakeholders' Views.
<http://www.corporateregister.com/>

Гареева А. Р. (2014). Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития компании. *Инновационная экономика: материалы междунар. науч. конф.* Казань: Бук, с 147-150

Генералова, Н.В. (2008). *Международные стандарты финансовой отчетности: учебное пособие.* Москва: Проспект

Гетьман, В.Г. (2006). Об основах бухгалтерского учета и отчетности. Учебник. 2 изд. Москва: ИНФРА-М

Гетьман, В.Г. (2008). Показатели ответственности корпораций, отражаемые в отчетности. Учебник. 7 доп. изд. Москва: ИНФРА-М

Грюнинг, Х.(2008). Международные стандарты финансовой отчетности. Практическое руководство. Москва: Астра

He, H., Li, Y. (2007). CSR and service brand: the mediating effect of brand identification and moderating effect of service quality. *Journal of Business Ethics*, pp 673–688. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0703-y>

ISO 26000:2010 (2010). GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000»
<https://www.globalreporting.org/resource/library/How-To-Use-the-GRI-Guidelines-In-Conjunction-With-ISO26000.pdf>

Котлер, Ф. (2005). Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества. Перев. с англ. С. Яринич. Киев

Latvian Sustainability Index.
<http://www.ilgtspejasindekss.lv/>

Latvian economic.
<http://balticexport.com/?article=latvijasekonomika&lang=lv>

Lichtenstein, D. R., Drumwright, M. E., Braig, B. M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate supported, October 2004, pp 16–32

Non-Financial directive (2014). GRI welcomes the adoption of non-financial directive. https://www.globalreporting.org/information/news-and-press-center/Pages/GRI-WELCOMES-THE-ADOPTION-OF-NFR-DIRECTIVE.aspx?dm_i=1VZV

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), (2007). Guidelines for Multinational Enterprises.
<http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>

Ruzzier, M., Antoncic, B. (2007). Social Capital and SME Internationalization: An Empirical Examination. *Transformations in Business & Economics*. 1/6 ed. Poland

Саприкова, М.А. (2011). Корпоративная социальная ответственность: модели и управленческая практика. Под общ. ред. М.А. Саприкиной. Киев

Сапрыкина, М. (2011). Новая стратегия Европейской комиссии по КСО 2011-2014 напоминает Олимпийские игры: быстрее, выше, сильнее.
<https://delo.ua/opinions/novaja-strategija-evropejskoj-komissii-po-kso-2011-2014-napominaet-167770/>

Симхович, В.А. (2011). Корпоративная социальная ответственность: философско-управленческие аспекты современного бизнеса. Минск

Tapscott D., Ticoll D. (2005). The Naked Corporation: How the Age of Transparency Will Revolutionize Business. Digital Capital, 2/3 ed. Canada

The network of National Contact Points (NCP) is the main structure to provide guidance, practical information and assistance on all aspects of participation in Horizon 2020. http://ec.europa.eu/research/participants/data/support/20131125_NCP%20Minimum%20standards.pdf

University of Oxford (2005). Review of Economic Policy. What do Firms Disclose and Why? Enforcing Corporate Governance and Transparency in Central and Eastern Europe, pp 178-197. <http://ssrn.com/abstract=906397>

Воеводкин, Н.Ю. (2011). Социальная ответственность в системе корпоративного управления. Журнал «ARS ADMINISTRANDI», с. 53

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), (2005). CSI: Progress report <http://www.wbcsd.org/Projects/Cement-Sustainability-Initiative/Resources/CSI-Progress-Report>

Звягин В. (2006). Зеленая книга перемен. Журнал «ЭСКО» №8

Ülle Übius, Ruth Alas (2009). Corporate social responsibility and its influencing factors in Estonian and Japanese enterprises. Problems and Perspectives in Management, Volume 7, Issue1, http://businessperspectives.org/journals_free/ppm/2009/PPM_EN_2009_01_Ubius.pdf

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Стандарт ISO 26000: структура и логика

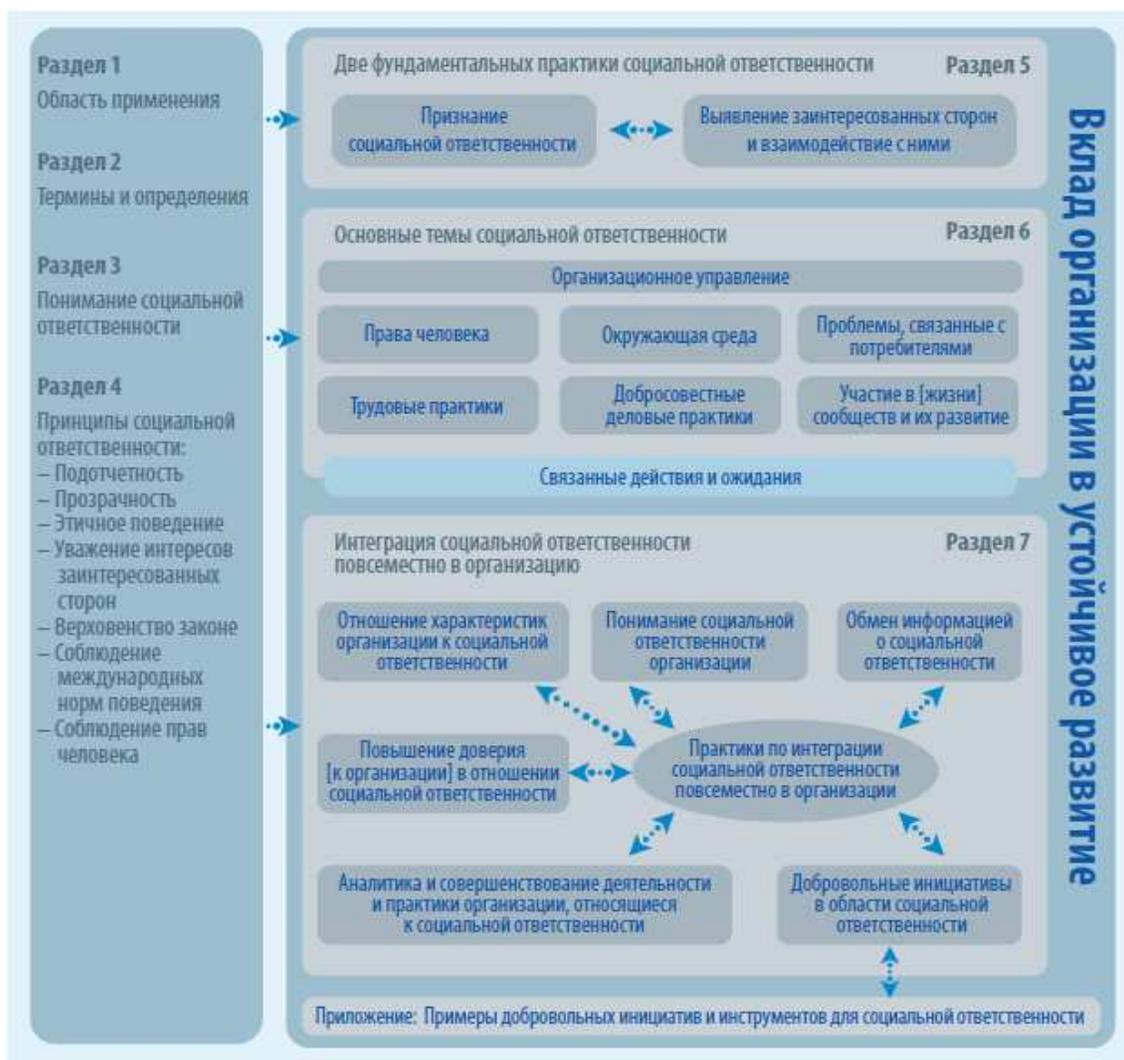


Рис. 4 Стандарт ISO 26000:2010
Источник: ISO 26000:2010 (2010)