

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра «Финансовые технологии»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, директор

\_\_\_\_\_ С.А. Щербо  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н., проф.

\_\_\_\_\_ И.А. Баев  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Исследование подходов оценки социальной ответственности бизнеса»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ – 38.04.02.2021.301/707.ВКР

Руководитель работы, к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_ Л.Ш. Морозова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Автор

студент группы ВШЭУ – 383

\_\_\_\_\_ А.А. Казачкова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Нормоконтролёр, ст. преподаватель

\_\_\_\_\_ Е.Ю. Куркина  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

## АННОТАЦИЯ

Казачкова А.А. Исследование подходов оценки социальной ответственности бизнеса. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-383, 135 с., 44 ил., 39 табл., библиогр. список – 41 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью исследования методов оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса в России.

В работе рассмотрены теоретические основы корпоративной социальной ответственности, ее подходы в различных странах, проведен анализ крупнейших компаний России с помощью двух методик рейтинговых агентств и даны рекомендации.

## ABSTRACT

Kazachkova A.A. Research of approaches to assessing the social responsibility of business. – Chelyabinsk: SUSU, EiU-383, 135 pages, 44 drawings, 39 tables, bibliography – 41 names.

The final qualifying work was carried out with the aim of researching methods for assessing corporate social responsibility of business in Russia.

The paper considers the theoretical foundations of corporate social responsibility, its approaches in various countries, analyzes the largest companies in Russia using two methods of rating agencies and gives recommendations.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА	
1.1 Понятие корпоративной социальной ответственности.....	9
1.2 Стандартизация и правовая основа КСО.....	18
1.3 Зарубежный опыт формирования концепции КСО.....	27
1.4 Анализ социальной политики западных компаний.....	38
2 МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ	
2.1 Корпоративная социальная ответственность рассматриваемых предприятий.....	50
2.2 Методология Национального рейтингового агентства.....	72
2.3 Методология рейтингового агентства АК&М.....	96
3 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ КСО В РФ	
3.1 Анализ взаимосвязи результатов деятельности российских компаний с показателями корпоративной социальной ответственности.....	108
3.2 Разработка рекомендаций по направлениям устойчивого развития российских компаний.....	121
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	131
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	133

## ВВЕДЕНИЕ

Корпоративная социальная ответственность является одной из популярнейших проблем в современном мире. Компании не только получают от этого какие-то материальные выгоды или дотации, но и решают проблемы общества, инвестируя в развитие науки, медицины, поддерживая незащищенные слои населения, а также сохраняя окружающую среду.

Отличительной чертой КСО в зарубежных странах является то, что социальная ответственность компаний имеет форму отдельного эффективного и устойчивого института.

В России КСО находится на начальном этапе, имеет добровольный характер и в большей степени принимает форму благотворительности и спонсорства.

Цель работы: исследование методов оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса.

Задачи работы:

- 1) рассмотреть подходы зарубежных и отечественных авторов к понятию и сущности корпоративной социальной ответственности;
- 2) рассмотреть виды корпоративной социальной ответственности;
- 3) выполнить обзор корпоративной социальной ответственности в мире;
- 4) выполнить обзор корпоративной социальной ответственности в России;
- 5) выполнить анализ методик рейтинговых агентств по крупнейшим компаниям России;
- 6) выполнить прогноз влияния социальной политики компании на ее важнейшие финансовые и рыночные показатели.

Объекты работы: ПАО «Аэрофлот»; ОАО «РЖД»; ПАО «Норникель»; ПАО «РусГидро».

ВКР содержит три главы. В работе описаны выявленные проблемы и предложены рекомендации по их решению.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

## 1.1 Понятие корпоративной социальной ответственности

Принято считать, что концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) в России появилась в 90-х годах XX века [1]. На самом деле данная теория возникла еще в 70-е годы на Западе и с ее помощью объясняли взаимоотношения бизнеса и общества. Компания считалась социально ответственной, если:

1. Платит налоги.
2. Дает сотрудникам достойную заработную плату.
3. Соблюдает условия безопасного труда.
4. Соблюдает условия по защите экологии.

Как взаимодействует компания и общество, а также как деятельность и решения компании влияют на общество представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Взаимосвязь между компанией, обществом и заинтересованными сторонами

Подобное взаимодействие является следствием действия основных принципов корпоративной социальной ответственности.

Как взаимодействует компания и заинтересованные стороны? Действия компаний могут влиять как на сторонние организации, так и на частных лиц. Это влияние и может быть почвой для заинтересованности.

Как взаимодействуют заинтересованные стороны и общество? Компаниям нужно иметь ввиду, что их взаимодействия с заинтересованными сторонами также влияют на общество, эти действия могут как оправдать ожидания общества, так и не оправдать. Данный факт тоже стоит учитывать руководителям.

Например, интерес поставщика в том, чтобы получать оплату, и интерес сообщества в соблюдении договорных условий могут быть различными сторонами одной проблемы (рисунок 2).



Рисунок 2 – Баланс КСО

Сегодня существует два базовых вида корпоративной социальной ответственности. Один из которых – это направленность бизнеса, то есть на кого больше ориентируется компания: на внешние заинтересованные стороны или же на внутренние.

Внешняя и внутренняя КСО находит свое отражение в соответствующих локальных актах и нефинансовых отчетах. Для последних характерен перекоп в сторону освещения вопросов, касающихся реализации внешней социальной ответственности бизнеса (рисунок 3).

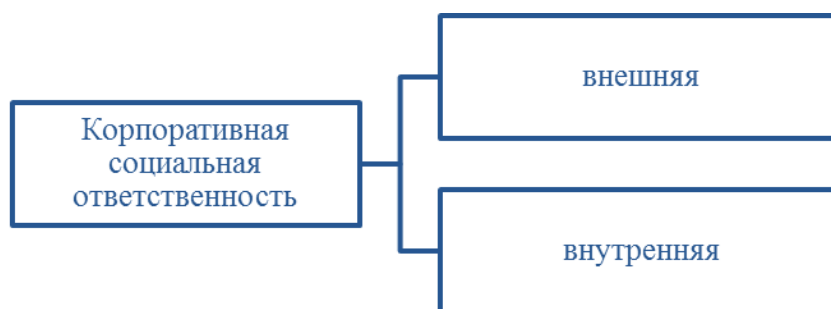


Рисунок 3 – Базовые виды КСО

Внутренняя корпоративная социальная ответственность ориентирована внутри компании и направлена на сотрудников.

Внутренняя корпоративная социальная ответственность основана на общественном мнении о том, что каждая компания должна заботиться не только о прибыли и уплате налогов, но и о своих сотрудниках. Согласно этому предопределенная роль в корпоративной социальной ответственности отводится формированию и реализации социальной политики в отношении персонала.

Основной смысл внутренней КСО определяется элементарным составом, в нем содержится:

1. Залог безопасных условий труда;
2. Обеспечение стабильной и справедливой заработной платы;
3. Гарантия дополнительного медицинского и социального страхования сотрудников и членов их семей;
4. Развитие потенциала сотрудников путем реализации обучающих программ, программ для подготовки и повышения квалификации.

Традиционно особой обязанностью является обеспечение безопасности и здоровья сотрудников и предотвращение любой дискриминации. Они считаются самыми важными. Второй – разработать политику стимулирования и обеспечить достойное и стабильное вознаграждение за труд. Предпосылка этого направления – необходимость определения уровня и условий оплаты труда, подходящих для рыночных условий. Развитие человеческого капитала также является необходимой частью внутренней корпоративной социальной ответственности. Общая эффективность компании во многом зависит от качества ее трудовых



ресурсов, ее профессионализма и уровня подготовки, а также от мотивации и удовлетворенности работой. Первоочередная роль в данном направлении отводится обучению сотрудников (как профессиональному, так и личностному) и организации эффективных внутренних коммуникаций.

Также внутри КСО уделяют особое внимание по оказанию помощи сотрудникам в чрезвычайных ситуациях (например, обеспечение жильем пострадавших от пожара или оказание материальной помощи в случае смерти их близких родственников).

К числу заинтересованных сторон относят:

1. Потребителей;
2. Поставщиков;
3. Государство;
4. Местные сообщества;
5. Общество в целом.

В противном случае внешнюю корпоративную социальную ответственность можно определить как корпоративную социальную политику, проводимую корпоративной организацией в отношении местного сообщества на своей территории. Свое отражение она находит в реализации различных социально значимых мероприятий и программ внешней направленности (рисунок 4).

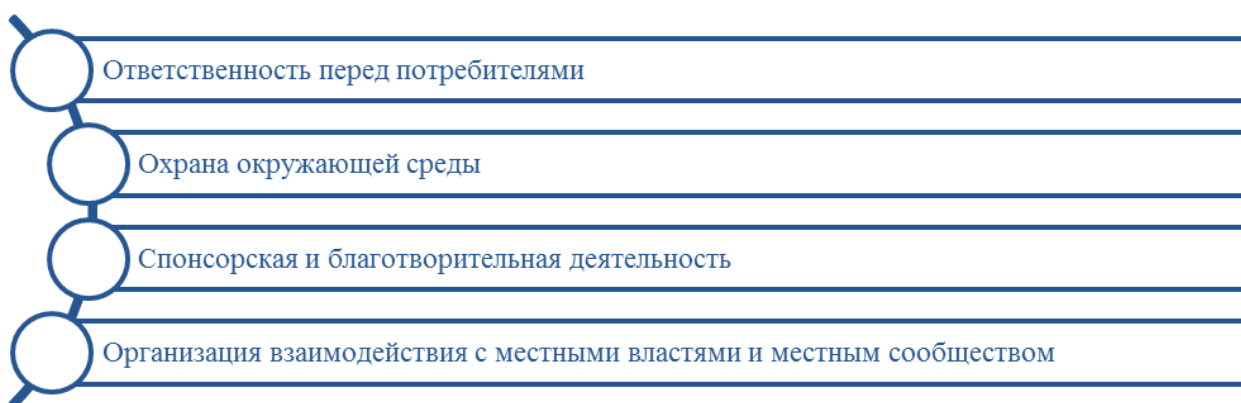


Рисунок 4 – Основные направления реализации внешней КСО

Гарантия перед потребителями создается из выпуска качественных товаров и услуг на рынок продаж. Она потенциально необходима в соблюдении

немаловажных стандартов, в том числе и внутрифирменных. Высокое качество продукции способно предрасполагать потребности покупателей и повышает уровень их удовлетворенности.

Качественная продукция – это залог долгосрочного успешного развития. Одним из основных показателей КСО считается экологическая деятельность, которая включает в себя следующие задачи:

1. Финансирование природоохранной деятельности;
2. Потребление энергии;
3. Сохранение ресурсов;
4. Контроль и минимизация вредных выбросов.

В последнее время набирает обороты переход компаний на альтернативные источники энергии. В концепции сотрудничества бизнеса с властью и местными сообществами пролегает через стремление развить сопутствующие инфраструктуры (транспортные, социальные, информационные и прочее).

Таким образом, бизнес участвует в развитии регионов своего присутствия.

Есть классическая схема построения программ КСО, она намечает пять основных этапов.

1. Руководители компании формируют направление в социальной политике компании, которые затем модифицируются в миссию и Кодекс поведения организации.

2. Выполняется преобразование от стратегии к оперативному управлению компанией, в том числе формируется специальная структура, которой передают все вопросы, связанные с социальной ответственностью.

3. Реализовываются программы для обучения сотрудников и бизнес-партнеров компании.

4. Разработка социальных программ и их внедрение.

5. Представление и оценка достигнутых результатов.

Следует принять во внимание, что корпоративная социальная ответственность – это не только помощь малообеспеченным слоям общества, не одноразовая акция благотворительности, это стиль и методология компании.

За последнее десятилетие понимание о корпоративной социальной ответственности и направлений ее развития значительно изменились.

В современных условиях даже такие тривиальные вещи, как своевременная оплата труда или уплата налогов, типичны для российского рынка и относятся к условиям КСО. Однако на Западе значение термина корпоративная социальная ответственность несколько иное, потому что для них корпоративная социальная ответственность – это не только участие в основной деятельности компании, но также возможность и добровольное желание участвовать в социальном благополучии страны, в которой расположена компания.

Сейчас среди зарубежных коллег широко используется концепция корпоративной социальной ответственности, которая показывает желание компании добровольно решать социальные проблемы. Таким образом, Европейская комиссия считает корпоративную социальную ответственность как мысль, которая отображает добровольные решения компаниями, то есть по собственному желанию помогать и улучшать общественную жизнь и защищать окружающую среду.

ЕС спонсирует Роттердамский Эразмус Университет (Нидерланды), который занимается международным исследовательским проектом по разработке основ и новых вычислений по КСО. Профессор данного университета М. Марревиик представляет корпоративную социальную ответственность, как вложение социально значимых и экологических вопросов в бизнес и его вовлеченность со сторонами [2].

Таким образом, в КСО рассматриваются две тенденции развития, это:

1. Прогрессирование социально-экономических и социально-трудовых отношений.
2. Экологическая безопасность и защита окружающей среды.

Корпоративная социальная ответственность не ограничивается социальными, трудовыми и экологическими проблемами, она также направлена на улучшение жизни сотрудников, что положительно сказывается на компании. Определение Всемирного совета по устойчивому развитию хорошо иллюстрирует эту тенденцию: «Корпоративная социальная ответственность – это обязательство компании, ее сотрудников, членов семьи, местных сообществ и общества в целом работать вместе для улучшения качества жизни» [3].

Российские исследователи из Ассоциации менеджеров России считают, что КСО – это добровольный вклад в развитие таких сфер, как экономическая, социальная и экологическая, зависит непосредственно от основной деятельности компании. Принципами являются:

1. Добровольность;
2. Открытость;
3. Направленность на решение проблем жизнедеятельности сотрудников внепроизводственными мероприятиями и связь КСО с основной деятельностью предприятия.

Элементом КСО считается организация, выполняющая разные роли, такие как:

1. Производитель;
2. Работодатель;
3. Инвестор;
4. Объект инвестиций;
5. Участник конкурентной борьбы;
6. Участник социального развития.

Соответственно роли социальной ответственности включают в себя:

1. Соблюдение законов;
2. Производство безопасных товаров, формирование справедливых цен, действенное использование ресурсов, гарантия безопасности и соблюдение экологии на производстве;
3. Внимание к материальному положению работников;

4. Учет социально-экономического эффекта инвестирования;
5. Сохранность интересов инвесторов, предоставление истинной информации;
6. Ответственное осознание за воздействие на качество жизни окружающей среды, стимулирование и поддержку инноваций.

Цели КСО имеют сложную структуру – компании несут ответственность за характер и результаты своей деятельности перед акционерами, сотрудниками, менеджерами, кредиторами, потребителями, поставщиками и деловыми партнерами, местными сообществами, правительственными ведомствами и компетентными органами.

На мой взгляд, КСО – это не субъективная социально-экономическая концепция, а реальные действия со стороны бизнеса, который реагирует на актуальные проблемы в коллективе и обществе.

Итак, дадим определение, что же такое КСО.

Корпоративная социальная ответственность бизнеса – это принцип добровольных трехсторонних взаимоотношений (компания, сотрудники и общество в целом), ориентированных на улучшение социально-трудовых отношений между компанией и сотрудниками, создание социальной стабильности, как внутри предприятия, так и в обществе, а также ее развитие, сохранение и защита природы и окружающей среды [1].

Социальная система как сеть взаимоотношений, где система КСО формирует свои собственные интересы, с кем они взаимодействуют.

Рассмотрим эти типы взаимодействия:

- 1) корпоративное;
- 2) конкурентное;
- 3) равноправное сотрудничество;
- 4) функциональное и структурное взаимодействие между элементами системы и подсистемы.

В КСО есть четыре типа взаимодействий при реализации, они выходят из органов управления и создается, как внутри организации, также и внешней среде, это связано с распределением ресурсов.

Существуют 4 опции социальной системы:

1. Сохранение образца.
2. Достижение цели.
3. Адаптация.
4. Интеграция.

КСО ограничивает негативное воздействие на окружающую среду, улучшает уровень жизни и условия труда (помогает повысить уровень жизни) и оказывает значительное влияние на общее развитие компаний в развитых странах.

КСО создает деятельность компаний более прозрачной, что положительно действует на взаимоотношения с обществом, с потребителями, сотрудниками и другими вовлеченными участниками. Так же и различные инициативы в сфере КСО приводят перед собой конечную цель перехода к схеме устойчивого развития, что представляет собой обширным шагом к прогрессу.

Отсутствие корпоративной социальной ответственности свидетельствует о низком уровне развития гражданского общества и страны. Потому что даже с точки зрения бизнеса тот факт, что повышение энергоэффективности производства сделает компанию более конкурентоспособной, не имеет сильной мотивации, такой как повышение налогов или принятие законов, заставляющих компании проводить более ответственную политику в отношении недостатков. Следует добавить, что социальная ответственность бизнеса не охватывает все отрасли экономики (изначально она характерна для тех отраслей, которые наносят большой вред окружающей среде или обществу) и страны (оно характерно для развитых государств, интегрированных в мировую торговлю и такие неформальные клубы и форумы как ВТО, ЕС, «большая восьмерка», ОЭСР и другие международные институты).

И наоборот, для слаборазвитых стран и стран с переходной экономикой коммерческая ответственность перед обществом и страной отсутствует или низкая. При этом осознанное стремление предприятий и большинства хозяйствующих субъектов к созданию стабильной корпоративной среды (в том числе путем решения социальных проблем), снижению операционных рисков, повышению производительности труда, расширению рынка является основой для дальнейшего развития практик корпоративной социальной ответственности.

КСО возникает в качестве бизнес-практики в ответ на такие парадоксальные условия, как:

1. В образование замысла социального государства, в процессе идей о социальной справедливости, социалистических идей;
2. Прогресс гражданского общества и самого бизнеса;
3. Демократизация форм собственности и участие;
4. Сотрудников компаний, рабочих, акционеров в управлении компанией;
5. Продвижение наук о коммуникациях (PR, GR, лоббизм, имиджеология).

## 1.2 Стандартизация и правовая основа КСО

Стандарты направлены контролировать деятельность компаний в сфере корпоративной социальной ответственности, используя их при планировке нефинансовой отчетности компаний и оценить реальный вклад компаний в экологическую, социальную и иные сферы жизнедеятельности общества.

Зарубежные страны сделали первый шаг в развитие стандартизации корпоративной социальной ответственности. Отсюда следует ряд международных стандартов КСО, которые все больше распространяются по миру, построенные, как при поддержке государств, так и неправительственными компаниями.

Сегодня стандартизация корпоративной социальной ответственности достигла высокого уровня управления. За последние десять лет Китай добился значительных успехов в области корпоративной социальной ответственности.

Сегодня Россия активно участвует в области стандартизации корпоративной социальной ответственности как внутри страны, так и на международном уровне.

Целесообразно привести определение стандартизации.

Стандартизация – это совокупность норм, правил, характеристик и образцов для определенных процессов, материалов, продуктов.

Стандарты КСО очень важны, потому что они представляют собой нормативную основу для оценки корпоративной социальной ответственности. Оценка уровня социальной ответственности компании основана на соблюдении определенных стандартов в данной сфере. Важно отметить, что существует множество международных стандартов, но мы охватываем только основные стандарты. Один из первых стандартов был разработан в 1997 году. Международной Организацией Труда и получил название Стандарт «SA 8000» [4]. В его основе заложена Всемирная декларация прав человека (ООН) и ряд конвенций по условию, охране и особенностям труда, сюда включают такие аспекты как права ребенка, дискриминация женщин и т.д. Это представляет собой систему социального и этнического менеджмента, который применяется на добровольной основе. Стандарт корректировался в 2001, 2004, 2008 и 2014 годах.

Стандарт «SA 8000:2001» ужесточает требования к системе менеджмента в плане условий труда, здоровья и безопасности, дискриминации, дисциплинарные взыскания.

Наличие стандартизированного сертификата «SA 8000» дает сотрудникам гарантию уважения прав человека, поскольку требования стандарта распространяются на весь персонал в организации. «Руководство по отчетности в области устойчивого развития» (Global Reporting Initiative, GRI) было создано в 1997 году, и по сей день оказывается одним из значимых стандартов в области КСО. Данный проект был предложен альянсом американских компаний, выступающих за экологически чистый и ответственный бизнес. Позже к проекту подключилась Организация Объединенных Наций.



Так на Всемирном экономическом форуме 31 января 1999 года, который проходил в Швейцарии, Генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном была выдвинута идея Глобального договора по социальной ответственности и предложены принципы его работы. Первая версия руководства была выпущена только в 2000 году.

GRI показывает методику внешней отчетности, а не методику проверки отчетов, что в эффективности помогает улучшать управление в сфере КСО и использовать его вместе со стандартом AA 1000.

С 2003 по 2005 годам были разработаны два стандарта серии AA 1000, это:

1. AA 1000 AS (AccountAbility 1000 AssuranceStandard) – это стандарт проверки социального отчета, который служит для проверки достоверности отчетов и взаимодействия с заинтересованными сторонами.

2. AA 1000 SES (AccountAbility 1000 StakeholderEngagementStandard) – это стандарт, способствующий выстраиванию взаимодействия с владельцами продукта.

Стандарты серии AA 1000 дополняют другие стандарты, взаимодействуя со сторонами в дальнейшем сотрудничестве, также является важным элементом.

BenchMarks – это система принципов и стандартов оценки (Bench Marks for Measuring Business Performance), подойдет социально ответственным организациям, которые придерживаются принципов масштабной корпоративной ответственности на основе UN Global Compact [5].

Разработана данная система благодаря международному сотрудничеству компаний США, Канады, Австралии и Филиппин.

В стандарт Bench Marks входят такие принципы как:

1. Ведения бизнеса.
2. Условия труда.
3. Охрана здоровья.
4. Права человека.
5. Использование женского и детского труда.

6. Отношения с потребителями, акционерами.

7. Корпоративная этика.

Для каждого из этих принципов есть детальный свод правил.

BSC (Balanced Scorecard) – стандарт сбалансированных показателей оценки бизнеса разработана на основе нового подхода к стратегическому менеджменту, предложенного в начале 1990-х годов Р. Капланом и Д. Нортон [5].

Он основан на систематической корреляции между показателями, целями и действиями по четырем направлениям для определения стратегии развития бизнеса:

1. Финансовом (ориентированном на акционеров, пайщиков).
2. Потребительском (ориентированном на потребителей).
3. Обучения и роста персонала (ориентированном на изменения и совершенствование).
4. Внешние бизнес-процессы (ориентированные на внешнюю рыночную и социальную среду).

CPI – это не фондовый индекс корпоративной ответственности (Corporate Philanthropy Index), используемый для сравнительного позиционирования. Признан более чем 350 компаниями США и Канады [5].

Оценка производится независимой экспертизой с привлечением стейкхолдеров. Компания, прошедшая оценку, получает информацию о результатах исследования и необходимые рекомендации.

CRA – стандарт интегрированной системы аудита корпоративной устойчивости (Corporate Responsibility Audit), разработана компанией SmithO'Brien, которая является лидером в оценке КСО [5].

CRA комплексно оценивает деятельность компаний по основным экономическим и социальным показателям:

1. Системы менеджмента качества.
2. Энергосбережение и охрана окружающей среды.
3. Отношения с персоналом.

4. Трудовые отношения и права человека.

5. Отношения с местным сообществом.

CRA дает возможность компаниям оценить эффективность всех социальных направлений ее деятельности, оптимизировать затраты и добиться от общества обратной связи.

CRT – стандарт конкретная и развернутая международная программа социальной ответственности бизнеса принята «Круглым столом в Ко» (The Saux Round Table (CRT) Principles for Business) [5].

Речь идет о Круглом столе ведущих бизнесменов из Европы, Японии, США, собирающихся в городе Ко (Саух), основанном в 1986 году Ф. Филипсом, в прошлом – президентом компании Philips и О. Жискара Д'Эстеном, вице-президентом Европейского института менеджмента, с целью урегулирования конфликтов в деловом мире.

Организация заинтересована в развитии плодотворных экономических и социальных отношений между странами-участницами и принятии мер по определению совместной ответственности перед остальным миром, а ее деятельность подчеркивает ведущую роль промышленности и торговли в инновациях и глобальных изменениях.

В основу международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» легли регулярные исследования в сфере КСО. В этом стандарте появилась новая формулировка понятия «социальная ответственность» – компания берет на себя ответственность за связь деятельности и решений перед обществом и окружающей средой, путем согласования с устойчивым развитием предприятия и благосостоянием общества, учитывая все факторы и ожидания сторон, обязуется соответствовать законодательству и международным нормам, а также распространяется на всю организацию в целом.

ISO 26000:2010 применяется также и с другими стандартами такими как:

1. GRI (Global Reporting Initiative).
2. EFQM и ISO:9001, 9004 – система управления качеством.

3. ISO:14001 – природопользование.

4. OHSAS:18001 – охрана труда и техника безопасности.

Этот стандарт не только применяется к организациям, которые оказывают влияние на общество и окружающую среду, но также способствует устойчивому развитию и повышению корпоративной социальной ответственности.

В 2012 году Россия утвердила для добровольного применения стандарт ГОСТ Р ИСО 26000:2012, который аналогичен международному стандарту ISO 26000.

Суть данного стандарта для российских компаний заключается в следующем:

1. Темы и проблемы в этой сфере;
2. Системы и процессы организации.

ИСО 26000 основывается на зарубежном опыте и используется в мировых организациях различных отраслей. Границы этого стандарта российские компании определяют сами.

Международный стандарт менеджмента качества ISO 9001 был разработан Международной организацией по стандартизации в Женеве, он объединил в себе международный опыт в области обеспечения высокого уровня качества продукции. Российский аналог – это стандарт ГОСТ Р ИСО 9001-2011 (ISO 9001-2008) – стандарт системы менеджмента качества.

Международный стандарт OHSAS:18000 был разработан для управления охраной, безопасностью труда, а также для организации здоровья персонала. В России за это отвечает стандарт ГОСТ Р 12.0.230-2007 «Система стандартов безопасности труда. Системы управления охраной труда. Общие требования».

Для системы энергетического менеджмента Международной организацией была разработана целая серия стандартов, но требования и руководство к нему были выпущены только в июне 2011 года. Стандарт ISO 50001:2011 получил широкое распространение среди стран, как развитых, так и развивающихся, однако России в их числе нет.

Зарубежные страны помимо международных стандартов используют национальные. Австрия, к примеру, ONORM S 2095-1:2003 – он отвечает за

здоровье и безопасность, окружающую среду и проверку качества в целом. А Австралия использует стандарт НВ 139-2003 – это руководство по контролю качества систем менеджмента, экологического менеджмента, профессионального здоровья и безопасности.

У Великобритании также есть свои национальные стандарты, это:

1. BS 8900:2006, отвечающий за устойчивое развитие менеджмента и за менеджмент лесопользования.

2. AS 3596:1992 – этот стандарт направлен на улучшение программы энергоменеджмента, дающей указания для эффективного использования и анализа энергии, а также экономии ресурсов [6].

Российский стандарт «Социальная отчетность предприятий и организаций», разработанный Торгово-Промышленной палатой РФ, не получил успеха и развития на международной арене.

При комплексной оценке работы в области корпоративной социальной ответственности используются несколько международных и национальных стандартов и руководств для конкретных сфер деятельности компании. Стоит отметить, что большинство из них носят рекомендательный, а не обязательный характер, поэтому компании вправе решать, что им соблюдать. Правовое регулирование КСО.

Большинство российских компаний имеют неверные представления о социальной ответственности и считают, что их ответственность перед обществом заключается в соблюдении законодательства РФ.

Однако по сравнению с зарубежными коллегами корпоративная социальная ответственность российских компаний носит добровольный характер и не нашла отражения в законодательстве.

Есть два метода регулирования КСО:

1. Компания сама определяет и устанавливает размер вложений и вид деятельности для поддержки общества.

2. Государство определяет острые социальные проблемы, которые в данный момент волнуют общество, и тем самым озвучивает определенные требования к бизнесу, которые необходимо исполнить и которые помогут решить эти острые проблемы.

В Российской Федерации существует ряд документов, характеризующих КСО, это:

1. Меморандум о принципах КСО – принят ассоциацией менеджеров в 2006 году, в нем дано определение корпоративной социальной ответственности, а также обозначены рекомендации компаниям по развитию КСО [7].

2. Кодекс предпринимательской этики «12 принципов ведения дел в России» – разработан Торгово-промышленной палатой в 1998 году, в нем прописаны моральные принципы ведения бизнеса [8].

3. Социальная хартия российского бизнеса – принята российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) в 2004 году, здесь показаны механизмы социальной ответственности и принципы участия [9].

4. Базовые индикаторы результативности – разработаны РСПП в 2008 году, в данном документе изложены рекомендации для нефинансовой отчетности, приведено определение и описание индексов и представлены сами индексы (всего их 48) [9].

5. Глобальный договор ООН – не является нормативной базой, а лишь добровольной международной инициативой, которая старается призвать компании разрабатывать как социальные, так и экологические мероприятия, вести чистую и прозрачную финансовую и нефинансовую отчетность.

Помимо этих документов КСО регулируется органами местного самоуправления, рассмотрим эти законы [10]:

1. Закон Владимирской области № 90-ОЗ от 07.10.2010 года «О развитии малого и среднего предпринимательства во Владимирской области» – в законе изложены не только основные направления сотрудничества власти и бизнеса, но и даны рекомендации по организации благотворительности и поддержки общества.

2. Закон Сахалинской области № 9-ОЗ от 16.02.2009 года «О поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в Сахалинской области» – показана необходимость осведомления граждан о принятии участия малого и среднего бизнеса в организации и реализации социальных, спортивных, экологических мероприятий и благотворительной деятельности.

3. Законопроект Республики Саха (Якутия) от 15.12.2010 года «О социальной ответственности бизнеса». Он должен был обеспечить правовое регулирование взаимодействия и взаимоотношений между властью, бизнесом и обществом в экономических, экологических и социальных вопросах. Но был отменен 15.06.2016, так как данный законопроект нецелесообразен в связи с принятием Федерального закона от 13.07.2015 года № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

4. Постановлением Правительства Саратовской области от 07.03.2008 года № 88-П «О добровольной корпоративной социальной ответственности организаций в Саратовской области» – включает в себя: методику оценки корпоративной социальной ответственности, направления оценки, определение параметров оценки, количественную оценку, сводные показатели и критерии оценок.

5. Приказ № 128-О Департамента экономического развития Воронежской области от 05.10.2012 года «Об утверждении стандартов корпоративной социальной ответственности организаций Воронежской области» – приказ показывает сущность КСО, а также призывает компании соответствовать вышеперечисленным стандартам международной ответственности, приказ относится ко всем формам бизнеса, но имеет добровольный характер.

6. «Кодекс социально ответственного бизнеса Ростовской области» – разработан союзом работодателей области с целью сохранения и защиты окружающей среды и соблюдения прав человека.

Зарубежные законы и постановления подлежат строгому надзору и надзору, поэтому компании должны соблюдать правовые нормы и социальные

обязательства. Франция и Великобритания являются лидерами в этом вопросе. Великобритания еще в 2000 году ввела должность министра по КСО, с тех пор данное направление активно развивается. Основная цель этой политики заключается в том, чтобы государство определяло минимальный уровень корпоративной социальной ответственности, уделяя особое внимание наиболее актуальным и важным вопросам, таким как здоровье, безопасность и мир.

Для Франции важным является открытость и прозрачность, именно поэтому в стране обязательное правило по публикации нефинансовой отчетности.

Таким образом, сравнивая Российский и зарубежный подход к регулированию КСО, можно сделать следующие выводы:

1. КСО регулируется как внутри компании, так и на государственном уровне.
2. Развитие социальной ответственности возможно только с помощью государства и соответствующими законами.

Сейчас для России основной задачей является привлечь больше компаний к корпоративной социальной ответственности, разработать собственные стандарты, а также закрепить все на законодательном уровне.

### 1.3 Зарубежный опыт формирования концепции КСО

Рассмотрим корпоративную социальную ответственность в Европе. В Европе КСО уже давно представляют неотъемлемой частью как наднациональной, так и национальной политики, важным субъектом поддержания социальной стабильности и эффективным инструментом продвижения политики объединения.

Развитие современного подхода КСО на наднациональном уровне проходило на рубеже XX–XXI вв. Социальная платформа – организация, была создана в 1995 году, она объединила в себе 40 европейских ИКО. Главной целью которой было выражено развитие социального измерения Европейского союза и построение развитого общества. А европейским бизнесом была создана сеть CSR Europe,



основанная в 1996 году, объединявшая около 60 транснациональных компаний [11].

Корпоративная социальная ответственность входит в список приоритетов в 2001 годов, тогда же Европейской комиссией была издана «Зеленая книга. Создание европейской системы КСО». В 2004 году на этой базе был опубликован первый отчет по развитию КСО. В 2006 году создается новая ассоциация – Европейский альянс по КСО, которая объединила в себе 32 предприятия и 26 ассоциаций бизнеса. Европейский альянс по КСО способствует и поддерживает уже существующие программы КСО и инициирует новые программы.

В ЕС с 2002 года ведутся международные форумы по КСО, с каждым годом интерес только возрастает. В первом форуме приняло участие 50 престижных стейкхолдеров в составе уполномоченных представителей бизнеса, некоммерческих организаций, потребителей, а в 2015 году – свыше 450 тысяч.

Традиционные инструменты КСО, поддерживаемым и пропагандируемым Еврокомиссией:

- 1) серьезные практики в отношении персонала;
- 2) ответственные практики в отношении потребителей;
- 3) развитие местных сообществ;
- 4) охрана окружающей среды;
- 5) исполнительные деловые практики.

Рассматривая европейский опыт КСО на национальном уровне, можно признать, что, не глядя на наличие этих общих черт, практика разных стран в значительной степени отличается. Единой классификации подходов нет, но можно попробовать выделить основные модели.

Если посмотреть на уровне компаний, то можно выделить германскую (или континентальную), англосаксонскую и шведскую (или семейную) модели.

Немецкая или континентальная модель (Германия, Австрия, Нидерланды, Франция, Скандинавские страны) носит характер социальным наивысшим взаимодействием - стороны заинтересованы в функционирование компании,

участвуют в процессе принятия решений и имеют на это право. Преимущество в данной модели представляет собой то, что учитываются интересы очень широкого круга причастных компаний и частных лиц в принятии решений, а главным недостатком является очень низкая прозрачность.

Более жесткой моделью является англосаксонская. Характеристика этого региона – непрямая поддержка заинтересованных сторон или перечень интересов стейкхолдеров, а также организация условий, при которых обеспечивается максимальная эффективность всех сторон. Компании, функционирующие в рамках данной модели, прежде всего уделяют внимание программам повышения квалификации и переподготовки кадров, строительству информационных сетей и поддержке каждой инициативы, что приводит к повышению эффективности и конкурентоспособности четкого адресата.

Главное достоинство данной модели – это особо высокая степень прозрачности и контроля над управлением компанией. В данном режиме пользуется популярностью форма социальной ответственности, как благотворительность. В процессе принимают участие все категории людей, от учеников начальной школы до членов королевской семьи.

Рассмотрим шведскую модель. Она отличается наибольшим уровнем социальной ответственности. Но и у этой модели есть обратная сторона. Большое количество компаний в Швеции, от крупных до малых представляют собой семейные предприятия, а значит выбор объектов социальной ответственности часто основан на личностных предпочтениях семьи. Семейная холдинговая компания как правило осуществляет надзор за рядом фирм, а они в свою очередь, контролируют следующую группу компаний, и, в таком порядке, все стейкхолдеры являются участниками одной вполне закрытой группы.

Следует отметить, что рассматриваемые модели не исключают друг друга. В пределах региона или даже страны можно комбинировать разные принципы реализации корпоративной социальной ответственности. Также стоит рассмотреть классификацию КСО, построенную на подходах государств к стабилизации и

поддержке программ КСО. Рассмотрим следующие модели Европейской ассоциации бизнеса:

1. Партнерская модель: стратегия партнерства во всех сферах, в том числе вопросы занятости (Дания, Финляндия, Нидерланды, Швеция).

2. Бизнес в обществе: политика лёгкого вмешательства с установки подтолкнуть компании к решению государственных проблем (Ирландия, Великобритания).

3. Устойчивость и гражданство: социальное соглашение с особым вниманием на стабильное развитие (Германия, Австрия, Бельгия, Франция, Люксембург).

Для поддержки социальной ответственности на национальном уровне присутствует набор инструментов, который успешно применяется:

- 1) налоговые льготы;
- 2) обязательная нефинансовая отчетность;
- 3) неэкономическое воздействие, другими словами, награды и поощрения.

И в то же время популярны и эффективны налоговые льготы. И нет налога на прибыль с средств, используемых на благотворительность. В Великобритании инвестиции, таким способом используют для важных социальных задач и освобождены от налогов. Нет налога на прибыль с средств, используемых на благотворительность. В Испании для поощрения инвестиций в некоммерческие социальные инициативы существуют стимулы.

Можно сделать вывод из вышесказанного, что для европейского подхода присущ комплексный подход к сотрудничеству общества и бизнеса, реализуемый в границах государственного регулирования.

Сотрудничество расценивается как равноправное взаимодействие стейкхолдеров: от местных сообществ до экологических, правозащитных и потребительских организаций.

Отличительная черта европейского подхода, практика корпоративной социальной ответственности, которая регулируется законом, а то есть в действительности является обязательной.

Лидерами в исполнении европейской модели КСО вошли компании, функционирующие в области, направленных на потребителя, компании пищевой и фармацевтической промышленности, розничной торговли и др.

Также стоит отметить, что социально ответственное поведение характерно для европейских компаний, чем компаний из других регионов мира.

Наднациональные институты исполняют основную роль в поддержании ответственного действия компаний, инициатива распространяется не только от различных стран, но и от различных компаний.

Инвестиционный престиж, как и престиж компании для клиентов в Европе, откровенно обусловлен от степени задействованности компании в практике КСО.

Корпоративная социальная ответственность Соединенных Штатов Америки. Для США вмешательство государства в разные области экономики, в том числе вопросы социальной поддержки, типично меньше, в сравнение с другими странами. США трактуется более либеральный рынок труда из этого следует, что сотрудник находятся под меньшей защитой, с низким уровнем социальной поддержки и мягким стандартами экологии. В это же время в обществе растет постоянно спрос на социальные проекты. Частные компании начинают восполнять этот пробел.

Также стоит отметить, что частные компании приносят основной вклад в социальную систему страны. Но американская модель все же недостаточно эффективна. Ведущие исследования и рейтинги указывают, что европейские компании в сфере КСО преуспели больше.

Есть ряд отличительных черт корпоративной социальной ответственности американских компаний с европейскими.

Первое, это колоссальная прозрачность. В этом примере преимущество стейкхолдеров уходит к акционерам и инвесторам. Акции рассеяны между огромным количеством официально установленных инвесторов и частных лиц, что подозревает полную отчетность по каждому аспекту финансовой деятельности предприятия. А менеджменту компании нужно объяснять своим

акционерам рациональность социально или экологически направленной программы.

К тому же можно рассмотреть преобладающее финансирование предприятий, в частности производственных, в тех регионах и штатах, где их присутствие чрезвычайно максимальное (штаб-квартира, производственные площади, перерабатывающие предприятия). В этом случае стимулирующими мотивами становится желание создать стабильность в регионе их присутствия, поддержку потребителей, а также работников, в стремлении создать благоприятный образ компании в ответ на акции антиглобалистов или экологических катастроф. Компании США во многих примерах работают самостоятельно и определяются на свои приоритеты, а не постановлениями от государства.

В США можно встретить взаимовыгодную деятельность компании и государства они финансируют социально важные проекты или же слаженно взаимодействуют в одной тенденции. Это взаимодействие реализуется с администрациями штатов, с федеральным правительством и неправительственными фондами.

Главная область КСО американских компаний это поддержка образования, защита сотрудников и медицинское обслуживание, защита окружающей среды. А за надежное качество продукции компании могут причислить к другим областям.

Посмотрим по пунктам на эти направления деятельность в сфере КСО

#### 1. Образование.

Между заинтересованностью бизнеса и государства в этой области можно увидеть взаимосвязь. С 1950-х годов правительство выявило проблему отставания в техническом образовании США. Взаимные усилия государства и бизнеса были ориентированы на финансирование инженерных и естественно-научных организаций.

Также стоит заметить, поддержку предоставляют на всех уровнях образования от школьного до университетского и системе профпереподготовки кадров. Например, Национальная инициатива в области физики и математики (National

Math and Science Initiative), которая призвана повысить качество американского образования в области физики и математики. Ценно, что программы мероприятий поддерживаются методикой оценки результатов.

Помимо этих способов поддержки, американские компании зачастую привлекают средства частных благотворителей для сотрудников на получение образования. Чаще всего схема служит на третьем уровне образования.

Другое преимущество КСО в сфере образования является собой гарантирование равных прав и равного подхода к образованию, а также предпринимательского участия женщин и национальных меньшинств. В США деятельность представляется в поддержке национальных общин и групп женщин и меньшинств, принятых в области науки и техники.

Наиболее эффективные средства КСО в области считаются стипендии, гранты и финансирование центров исследований. Если компания стремится развивать местное сообщество, то деньги направляются на финансирование образования детей и студентов из малообеспеченных семей. Также значительная часть грантов идет на поддержку талантливой молодежи для изучения профессий, актуальных для благотворительной компании.

## 2. Здравоохранение.

Финансирование здравоохранения будет считаться преобладанием доли бизнеса в данном процессе на десятилетия вперед. На сегодня этот частный сектор финансирует свыше половины всех медицинских затрат

Частный сектор на сегодня субсидирует в большинстве случаев половину всех расходов, в том числе оплату частного страхования в медицине и прямые затраты потребителей медицинских услуг.

Составная часть финансирования от компаний сосредоточена в системе частного страхования. В свою очередь, государство проводит политику стимулирования частного медицинского страхования: например, социальные льготы, предоставляемые работодателем работникам, не облагаются налогом.

Таким образом, можно говорить об основных разработках в виде гибридного субсидирования в области здравоохранения.

В этой области КСО часто встречаются программы по борьбе со СПИДом, многочисленными эпидемиями и предоставление помощи детям в США, а также в целом по миру.

### 3. Забота о качестве продукта и безопасность труда.

Безопасность труда находится в центре внимания в области КСО производственных компаний. Более распространенная задача - результат отсутствия смертности, устранение несчастных случаев и производственных травм. Популярные компании, как «Chevron» и «ExxonMobil» добились успеха и считаются лидерами в этом вопросе.

Есть компании, которые берут ответственность на себя за неэтичную манеру поведения и исход связанные с использованием этой продукции. Фирмы «Nike» и «Gap» признали ответственность за использование детского труда. «Segram», «Diageo» производители алкоголя, выступают за безопасность движения, из-за пагубного злоупотребления алкоголем.

### 4. Волонтерская и благотворительная деятельность.

Это также в области КСО популярное явление. В США огромная часть компаний содействует своим сотрудникам, активно участвуют в спонсорской, волонтерской или благотворительной деятельности компании.

Практика безвозмездной работы, когда сотрудники выступают в качестве волонтеров благотворительных организаций и участвуют в всевозможных корпоративных проектах.

### Корпоративная социальная ответственность в Азии

Хотя концепция корпоративной социальной ответственности для азиатских стран в новинку, она стала важным направлением в деятельности многих компаний.

В сравнении с Европой и США особенные реалии стран Азии в решающем значении в формировании местного подхода для достижения социально ответственного и основательного подхода.

Для характеристики азиатской модели КСО нужно учитывать такие обстоятельства:

1. Азия отличается от других стран многоликостью и многогранностью в экономическом, лингвистическом и культурном плане. Ошибочно будет выделить только одну модель в азиатской КСО, понятие от страны к стране и в пределах азиатского региона расходится.

2. Азия на сегодняшний день находится в стадии экономического роста, с каждым днем только набирая обороты. Повысит уровень жизнеобеспечения вот главная забота политиков и бизнесменов, что очень выделяется на фоне западных стран, у западных стран же все внимание направлено на поддержку уже существующего максимально высокого уровня жизни.

3. Азия демонстрирует активное смешение развитой и развивающейся экономики, в отличие от других регионов (наглядный пример Китая и Индии).

4. Растет и экономическая сила Азии под стать и политической власти. Политическое влияние Индии и Китая возрастет в скором времени и что азиатское видение КСО может дополнить или же изменить мировые определения корпоративной социальной ответственности.

5. Политики и бизнесмены в Азии не столь зависимы от зафиксированных интернациональных стандартов и принципов в плане социальных вопросов, чем компании с запада. Это связано с тем, что стандарты не универсальны и созданы они с преимуществом на интересы и решение проблем стран запада. А также это результаты с желанием произвести на первое место вопросы, тесно связанные с экономическим ростом, при этом стремление азиатов к достижению компромиссов, чем и отличается от западных способов, организованных на соблюдении законов.



КСО развивается в Азии в нескольких векторах и в каждом свои идеи и приоритеты.

Подлинная модель КСО была заимствована транснациональных компаний с запада. С 1990 года американские, а после и европейские компании стали использовать ряд принципов при сотрудничестве с азиатскими бизнес-партнерами и поставщиками. При появлении Кодекса корпоративной этики, нацеленного на сотрудников и охраны окружающей среды, можно назвать первой попыткой «мягкого закона» развития принципов глобализированной экономики. Кстати, такая внутренне позитивно ориентированная попытка часто отражает то, что взгляд Запада на Азию не всегда правильный. В сочетании с противоречивыми западными ресурсами первая концепция корпоративной социальной ответственности скрывала разработки в трех различных направлениях, связанных с азиатским мышлением.

Первый способ основывается на понятии совместного блага и включает в себя практики азиатских компаний в пределах своей страны. Данная тема очень обширна в рамках исследования, но фундаментальные предпосылки являются собой ситуацию, когда предприятия объединяют свои старания, склонности сильных бизнес-лидеров и общественных ожиданий к установлению общего блага.

Второй способ представляют транснациональные предприятия, работающие вне регионов Азии. Относительно развитой и развивающейся экономики есть два сценария развития данных событий. Возьмем в пример, в настоящее время увеличиваются дебаты по поводу новых транснациональных компаний и их роль, воплощающих свою активность, на развитых рынках (пример китайские компании в Африке). Эти компании имеют сходства и различия с западными компаниями одновременно, потому что они вышли на рынок до внедрения модели КСО, разработанной в их стране.

Принципы невмешательства – это одни из ключевых ориентиров иностранной политики Китая, в Африке китайские компании ведут принцип невмешательства в государственный суверенитет страны. Способ подхода берет свое начало из все

возможных культурных определений участия в жизни общества, как в прошлом иностранное вмешательство в дела Китая. Все же китайская политика невмешательства сталкивается с хаотичной реальностью. В Нигерии нефтяные компании Китая столкнулись с внутренними конфликтами, пример нарушение системы безопасности, которая свойственна даже таким компаниям как «Chevron» и знаменитой компании «SHELL», выполняющими свои функции на протяжении десятилетиями в Нигерии. Потребность азиатских нефтяных компаний в безопасности наталкивает их к участию в инициативах, сформированных на интересах Запада, такой пример как «Добровольные принципы по безопасности и правам человека», для того чтобы защитить и обезопасить своих сотрудников. Потребители так же переживают, что индийские, китайские и другие компании Азии, которые не просто выходят на рынки запада, но порой даже возглавляют их, будут продвигать свой бизнес, опираясь только на поведенческую политику, она не соответствует предпочтениям этих приоритетов среди потребителей. А также появится возможность для бизнес-лидеров стран Азии проявить свое желание стать добропорядочными корпоративными гражданами с увеличением их компаний на рынках Европы и США.

Это может быть соединяющим звеном по приведению к гармонии западных и азиатских перспектив корпоративной ответственности. Поэтому азиатская модель КСО, значительно отличается от европейской и американской модели. В странах Азии делают акцент на общность коллективные способности, долгосрочное развитие и на значение человека в коллективе, а в США преобладает индивидуализм, прагматизм, ориентирование на максимизацию дохода, результативность в успехе целей (зачастую недолговременных).

Исследования показывают, что бедующее управление будет демонстрировать сочетание двух моделей КСО восточной и западной. Предприниматели на западе выделяют превыше всего цель в достижении крупного успеха. А у предпринимателей на востоке это сочетание морального поведения и достижение успехов.

Управлению подобает заключать в себе мораль владельцев предприятий, взаимодействие сотрудников к вопросам этики и этику корпоративного управления. Применение этнических основ в корпоративной культуре становится основной тенденцией для наших дней. Процесс западных компаний по осуществлению корпоративных социальных обязательств тесно связан с воздействием этической точки зрения менеджмента в Азии, так считают исследователи.

#### 1.4 Анализ социальной политики западных компаний

Компанию Lego признали широкомасштабным лидером в области корпоративной социальной ответственности. По результатам исследований 2017 Global CSR RepTrak® 100 [12]. В том числе среди самых успешных компаний по направлению КСО вошли Microsoft, Google, Walt Disney Company и BMW. А в ТОП-10 входят такие компании как: Intel, Robert Bosch, Cisco Systems, Rolls-Royce Aerospace и Colgate-Palmolive (рисунок 5).

2017 Global CSR RepTrak® 100

Rank	Company	2017 CSR RepTrak®	Rank	Company	2017 CSR RepTrak®
1	LEGO Group	74.4	26	Siemens	68.0
2	Microsoft	74.1	27	Ferrero	68.0
3	Google	73.8	28	Caterpillar	68.0
4	The Walt Disney Company	73.5	29	Airbus	68.0
5	BMW Group	71.5	30	Virgin Group	68.0
6	Intel	71.1	31	HP Inc.	68.0
7	Robert Bosch	71.0	32	Pirelli	68.0
8	Cisco Systems	71.0	33	Philips Electronics	68.0
9	Rolls-Royce Aerospace	70.7	34	Johnson & Johnson	68.0
10	Colgate-Palmolive	70.4	35	Daimler	68.0
11	Barilla	70.0	36	The Estée Lauder Companies	68.0
12	SAP	68.8	37	Honda Motor	68.0
13	IKEA Group	69.7	38	Whirlpool	68.0
14	Rolex	69.7	39	Oracle	68.0
15	Michelin	69.7	40	Emirates	68.0
16	Sony	69.6	41	British Airways	68.0
17	IBM	69.4	42	Goodyear	68.0
18	adidas	69.3	43	FedEx	68.0
19	3M	69.1	44	Boeing	68.0
20	BBC	69.1	45	DHL	68.0
21	Campbell Soup Company	69.2	46	The Kraft Heinz Company	68.0
22	Anheuser-Busch InBev	69.2	47	Bridgestone	68.0
23	Canon	69.2	48	Nintendo	68.0
24	Toyota	69.1	49	Apple	67.9
25	Danone	69.0	50	Procter & Gamble	67.9

Рисунок 5 – Рейтинг Global SCR RepTrak® 100 за 2017 год

В конце списка (рисунок 6) можно встретить большое количество известных компаний таких как: American Express, The Coca-Cola Company, Hyundai, Sharp, Bacardi, Starbucks Coffee Company, PepsiCo, General Motors, Fiat Chrysler Automobiles, Zara и Volkswagen.

Rank	Company	2017 CSR RepTrak®	Rank	Company	2017 CSR RepTrak®
51	Kellogg's	67.9	76	LG Corporation	65.9
52	Hershey Company	67.9	77	eBay	65.9
53	Mastercard	67.4	78	Delta Air Lines	65.8
54	Heineken	67.3	79	PSA Peugeot-Citroën	65.7
55	Netflix	67.3	80	ING	65.6
56	Dell	67.1	81	Nestlé	65.6
57	Amazon.com	67.1	82	UPS	65.6
58	Fujifilm	67.1	83	Ericsson	65.5
59	Hugo Boss	67.0	84	Groupe Renault	65.3
60	Unilever	67.0	85	Toshiba	65.3
61	Panasonic	66.9	86	Fujitsu	65.2
62	Levi Strauss & Co.	66.9	87	Nike, Inc.	65.2
63	Visa	66.8	88	Nokia	65.1
64	L'Oréal	66.8	89	Samsung Electronics	64.5
65	Hitachi	66.8	90	American Express	64.2
66	Air France-KLM	66.8	91	The Coca-Cola Company	64.2
67	Hilton Worldwide	66.8	92	Hyundai	63.9
68	LinkedIn	66.6	93	Sharp	63.9
69	Giorgio Armani	66.5	94	Bacardi	63.9
70	General Electric	66.4	95	Starbucks Coffee Company	63.6
71	Xerox	66.4	96	PepsiCo	63.4
72	Electrolux	66.4	97	General Motors	63.3
73	Nissan Motor	66.3	98	Fiat Chrysler Automobiles	63.2
74	Ford	66.1	99	Zara	62.4
75	Ralph Lauren Corporation	66.0	100	Volkswagen	58.7

Рисунок 6 – Продолжение рейтинга Global SCR RepTrak® 100 за 2017 год

В каждой стране есть свой лидер в области КСО. Безоговорочными лидерами также являются Lego и Google (рисунок 7).



Рисунок 7 – Лидеры КСО в отдельных странах.

Различается оценка социальной активности и по отраслям. Лидером в рейтинге с 68,8 баллами стала технологическая область. На 3,6 пункта меньше оценили усилия в КСО финансового сектора (рисунок 8).

### Индекс КСО по отраслям

Industry	Global CSR Index
Technology	68.8
Hospitality	68.7
Pharmaceuticals	68.7
Industrial	68.2
Consumer	67.7
Information	67.6
Airlines	67.5
Transport	67.2
Retail	66.7
Automotive	66.4
Food & Beverage	66.3
Financial	65.2

Рисунок 8 – Индекс КСО по отраслям.

Устойчиво высоким остается авторитетность КСО на корпоративную репутацию. Корпоративное гражданство, управление и условия труда составляют 41% в общей группе репутационных драйверов (рисунок 9).

## Влияние факторов КСО на репутацию компаний

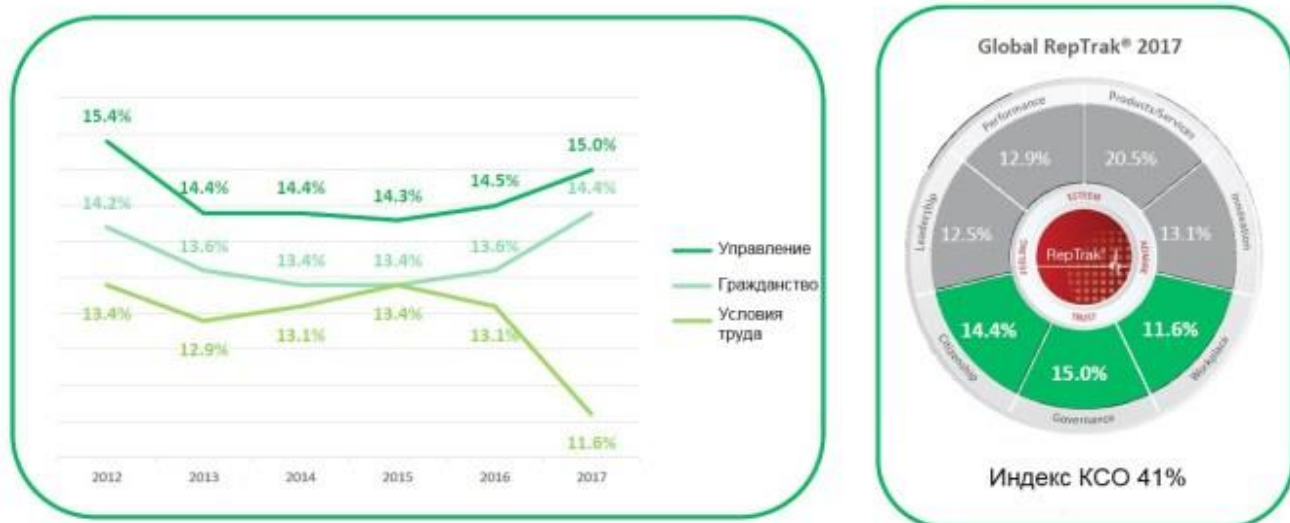


Рисунок 9 – Влияние факторов КСО на репутацию компаний.

Высокая деятельность в области социальной активности формирует убедительные преимущества в повседневной деловой активности. Компании, получившие самые низкие оценки в области КСО, могут надеяться на стремление к покупке ее товаров у 11,9% потребителей. Средние показатели могут рассчитывать на поддержку 46,9% клиентов. Компании, наиболее преуспевшие в социальных инициативах, поддерживают 91,4% потребителей, готовых купить предположительную продукцию [13].

## Влияние индекса КСО на поддержку потребителей

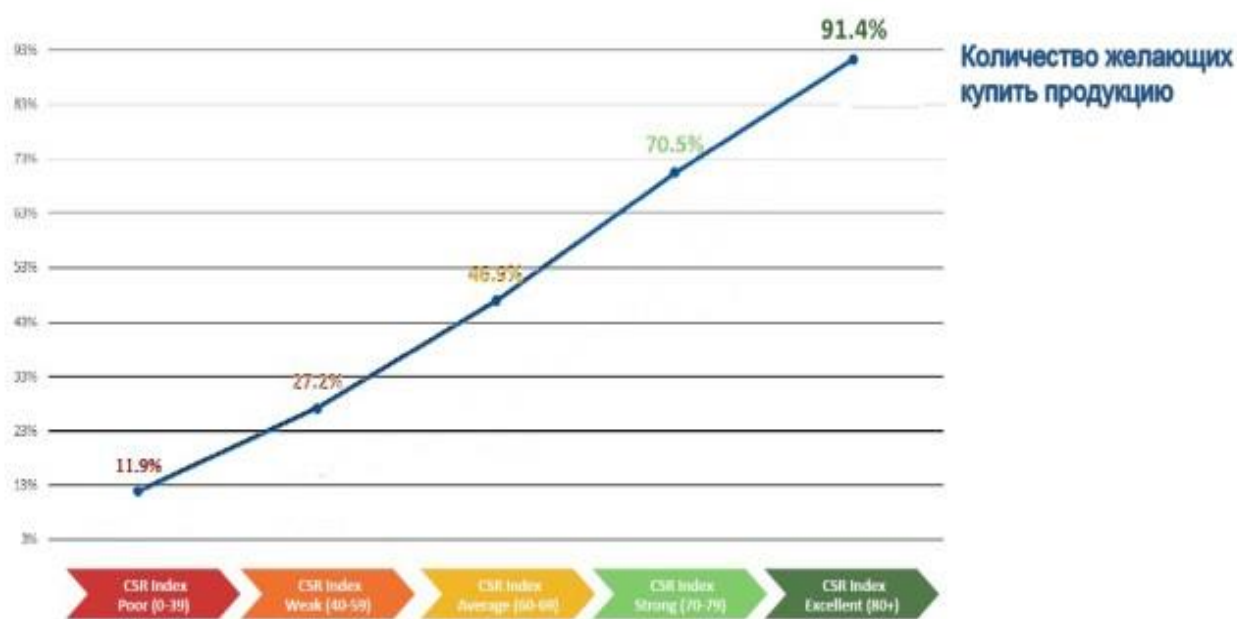


Рисунок 10 – Влияние индекса КСО на поддержку потребителей.

Организатор исследования Global CSR RepTrak® 100 является Reputation Institute, крупнейшая международная консалтинговая компания в области репутационного менеджмента. Помимо RI реализовывает исследовательские проекты по оценке репутации компаний, отраслей, городов и бизнес-лидеров.

Google был объявлен всемирным лидером в области корпоративной социальной ответственности. На первом месте они заменили известную компанию по производству конструкторов The LEGO Group.

По данным исследований 2018 Global CR RepTrak®, осуществленного консалтинговой компанией Reputation Institute, ключевые позиции в области КСО также заняли Walt Disney Company, The LEGO Group, Natura, Novo Nordisk, Microsoft, Bosch, Canon, Michelin и IKEA (рисунок 11).

## 2018 Global CR RepTrak® Top 10 Companies

Rank	Home	2018	Score
1	United States		71.9 ↑
2	United States		69.5 ↑
3	Denmark		69.4 ↓
4	Brazil		69.4
5	Denmark		68.7
6	United States		68.1 ↓
7	Germany		68.1
8	Japan		67.6 ↑
9	France		67.6 ↑
10	Sweden		67.2 ↑


Рисунок 11 – Рейтинг Global SCR RepTrak® 100 за 2018 год.

Новичками рейтинга стали Natura, Novo Nordisk, Canon, Michelin и IKEA. В ТОП-10 они сменили BMW, Intel, Cisco, Rolls Royce Aerospace и Colgate-Palmolive.

Google, Walt Disney Company, The LEGO Group, Microsoft, Bosch и Canon вошли в ТОП-10 рейтинга компаний с самой высокой репутацией в мире 2018 Global RepTrak® 100.

С целью достигнуть высочайшего уровня репутации вследствие создания корпоративной ответственности, важно на практике осуществлять задекларированные цели корпоративного бренда и следовать своим заявлениям и действиям. Компании, добившиеся самых больших успехов, сами инициируют открытый диалог с обществом.

По результатам исследований 2018 Global CR RepTrak® 100 показали актуальное значение ответственного управления в эффективной реализации КСО. Руководители всех компаний, состоящих в ТОП-10 рейтинга, известны как



добросовестные топ-менеджеры, сторонники этических методов ведения бизнеса и эффективной социальной активности.

Яркий пример генеральный директор Google Сундара Пичаи, его деятельность является одним из ключевых элементов создания высокого уровня репутации компании и достижении лидерских позиций в области социальной ответственности. Исследования 2018 года также показали большие успехи Google в обеспечении перспективных условий труда. Эксперты также отметили достижения компаний в обеспечении равных возможностей и высокого уровня благосостояния персонала, кроме того в создании успешной системы стимулов. Причем, Google удалось добиться лидерства в взаимодействии с общественностью.

Результаты 2018 года демонстрируют важную особенность. Компаниям необходимо уделять большее внимание в области экологических программ по сохранению и защите окружающей среды, корпоративной и предпринимательской этики, а также ответственно подходить к вопросам финансовых требований.

Достижения Google более примечательны в контексте актуальных репутационных вызовов, с которыми соприкоснулся технологический сектор в 2018 году. Именно в этой отрасли испытали основное снижение показателей в направлении корпоративной социальной ответственности. На 3,1 балла снизился общий индекс CR, на 3,9 балла – оценка условия труда, на 2,9 балла — связью с общественностью, на 2,7 балла – управления.

В исследованиях 2018 года Global RepTrak® 100 было отмечено серьезное снижение общего уровня корпоративной репутации (-1,4 балла). Исследование продемонстрировало еще более значительное падение показателей в области КСО – на 2,1 балла (рисунок 12).



Рисунок 12 – Уровень корпоративной репутации.

Существенная роль факторов управления и связью с общественностью в формировании корпоративной репутации остается постоянной и составляет 15,0% и 14,1% соответственно.

Воздействие фактора условий труда снизилась на 0,8% и сейчас составляет 10,8% корпоративной репутации.

Из чего можно заключить, основной «вклад» трех факторов КСО в сформирование репутации компании исчисляет 39.9%. А значимость этих трех факторов увеличивается соразмерно снижению общего уровня репутации бизнеса (рисунок 13).

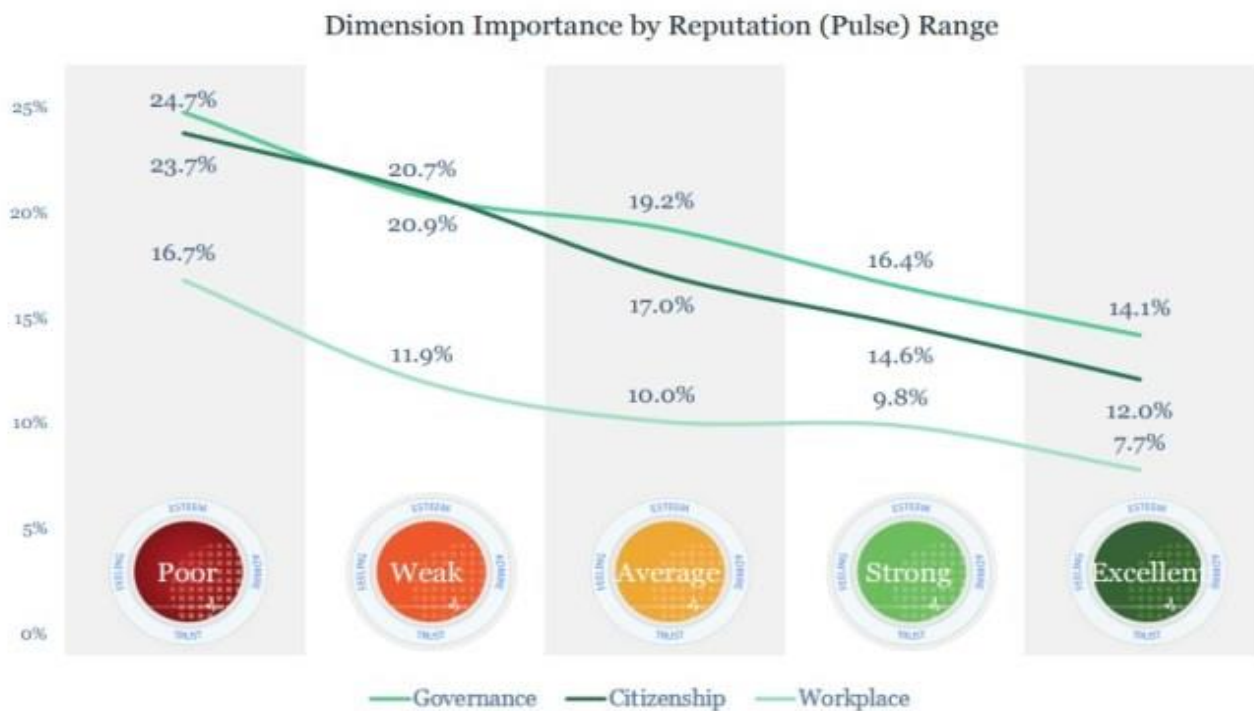


Рисунок 13 – Корпоративная репутация.

Наиболее высокая оценка КСО-активности компании «трансформируется» в 80,8% потребителей, доверяющих компании, и 83,9% стремящихся приобрести ее продукцию.

Увеличение показателя активности в области КСО на 5 баллов (Global RepTrak®) приводит к росту стремления инвестировать в компанию на 7,7% (рисунок 14).



Рисунок 14 – Взаимосвязь КСО и инвестиций.

Global CR RepTrak является крупнейшим исследованием корпоративной социальной активности, основанным на мнениях более чем 230 000 потребителей во всем мире. Опрос дает количественную оценку восприятию общественностью корпоративной ответственности на основе эмоциональных связей заинтересованных сторон с компаниями. Исследование также демонстрирует, как эти связи могут стимулировать поддерживающее поведение — намерение купить, желание рекомендовать продукцию и стремление работать для компании.

#### Выводы по разделу один

Таким образом, на основе приведенного нами обзора практики КСО европейских компаний можно сказать, о непосредственно тесной связи бизнеса и общества, исполняемого в рамках государственного управления. Характерной

особенностью подхода в Европе представляет собой то, что практика КСО управляется законом, а то есть на деле обязательна. Благодаря этому содействию развития компаний в Европе, сделало их лидерами в мировых рейтингах. Что касается Соединенных Штатов Америки, то, что именно в Америке образовались и продолжают развиваться принципы социальной опорой общества с бизнесом, например корпоративные фонды для разрешения социальных задач.

Профессиональное образование в Америке поддерживается частным сектором. Ни в одной стране мира такого не наблюдается (исключением можно считать те страны, где образование, здравоохранение и другое, поддерживает государство).

Это не только благотворительность: у предприятий есть интерес в инвестирование образовании, пенсионные и страховые планы и другие социальные проекты, за это компании получают вознаграждение в виде налоговых льгот или же законодательными компенсациями.

Идея КСО в Азии поддерживается в конфуцианстве, опорой служит человеколюбие, гуманность, уважении к людям и коллективизме. В Азии продвижение КСО является добровольным. Конкретные затруднения при внедрении КСО связаны, с неосновательно действенным корпоративным руководством, скованные с иерархичностью экономических отношений и семейного контроля. В различных регионах Азии разнится распространенность и особенности концепции корпоративной социальной ответственности. А все потому, что в странах присутствуют свои геополитические и социальные трудности. И в результате чего получается, что ответственность перемещается в руки бизнеса как в Японии, государство в Китае, а в Гонконге ответственность за поддержание социальной стабильности перемещается к общественным организациям.

Модель КСО в Сингапуре взаимодействует с правительством, бизнесом и профсоюзами. Система корпоративной социальной отчетности очень популярна в таких странах как Южная Корея и Япония. В итоге можно сказать, что компании стран Азии перенимают у Запада разнообразные инициативы КСО. А все для

того, чтобы сохранять конкурентоспособность мировом рынке и быть в центре всемирных тенденций.

Согласно исследованиям Global CR RepTrak – социально-активная компания имеет более лояльных покупателей, а ответственное лидерство обеспечивает высокие показатели в области КСО.

## 2 МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

### 2.1 Корпоративная социальная ответственность рассматриваемых предприятий

Для исследования уровня корпоративной социальной ответственности бизнеса в выпускной квалификационной работе рассмотрены следующие компании:

- I. ПАО «Аэрофлот»;
- II. ПАО «Норникель»;
- III. ОАО «РЖД»;
- IV. ПАО «РусГидро».

Рассмотрим более подробно каждую из компаний.

#### 1. ПАО «Аэрофлот»

Аэрофлот – крупнейшая и известная российская авиакомпания.

Миссия компании: мобильная и успешная работа для быстрого и комфортного перевоза клиентов.

Стратегическая цель: быть в числе лидеров, как на российском, так и на международном рынке авиаперевозок.

Компания уделяет большое внимание корпоративной социальной ответственности [14]. Рассмотрим некоторые направления:

#### 1. Экология

ПАО «Аэрофлот» является лидером Отечественной гражданской авиации, именно поэтому стремится обеспечить защиту окружающей среды от негативных факторов воздействия, что является масштабной программой социальной ответственности, которая является одним из принципов деятельности организации.

Политика авиакомпании в сфере экологии и защиты окружающей среды ориентирована на повышение эффективности топлива самолетов, это позволит сократить нагрузку на окружающую среду и статью производительных расходов.

Цели по снижению уровня нагрузки на окружающую среду ПАО «Аэрофлот»:

- 1) сокращение потребления энергоносителей;
- 2) снижение массы выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух при осуществлении полетов;
- 3) снижение массы выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух при наземном обслуживании воздушных судов;
- 4) снижение загрязнения окружающей среды вследствие образования и размещения отходов.

Для достижения этих целей Аэрофлот решает следующие задачи:

1. Поддержание функционала системы экологического менеджмента, который помогает в области защиты окружающей среды в соответствии с международными стандартами.
2. Снижение операционной деятельности за счет введения новых берегающих ресурсов, процессов и технологий, а именно:
  - провести модернизацию парка воздушных судов, через замену устаревших энергоемких моделей на топливоэффективные;
  - оптимизировать маршрутизацию авиаперевозок, применяя новые техники пилотирования, которые помогут снизить шум и загрязняющие выбросы двигателей в атмосферу;
  - постоянно проводить мероприятия, направленные на улучшение эффективности производственной деятельности.
3. Минимизация воздействия отходов на окружающую среду, путем вторичной переработки сырья;
4. Проведение регулярного анализа операционной и технологической деятельности компании для выявления новых возможностей повышения экологических показателей;
5. Тщательный подбор поставщиков и подрядчиков;



б. Проведение информирования работников ПАО «Аэрофлот» в области защиты и охраны окружающей среды, повышение мотивации и воспитание культуры к бережному отношению природы.

Данный комплекс мероприятий позволит компании сэкономить до 1,5 тонн авиатоплива и снизить его расход на 43,6%.

Руководство Аэрофлота берет на себя гарантии соблюдать законодательные и иные требования в сфере экологии и обеспечивать ресурсами реализацию экологической политики путем улучшения системы экологического менеджмента.

Расходы, связанные с экологией представлены на рисунках 15 и 16.

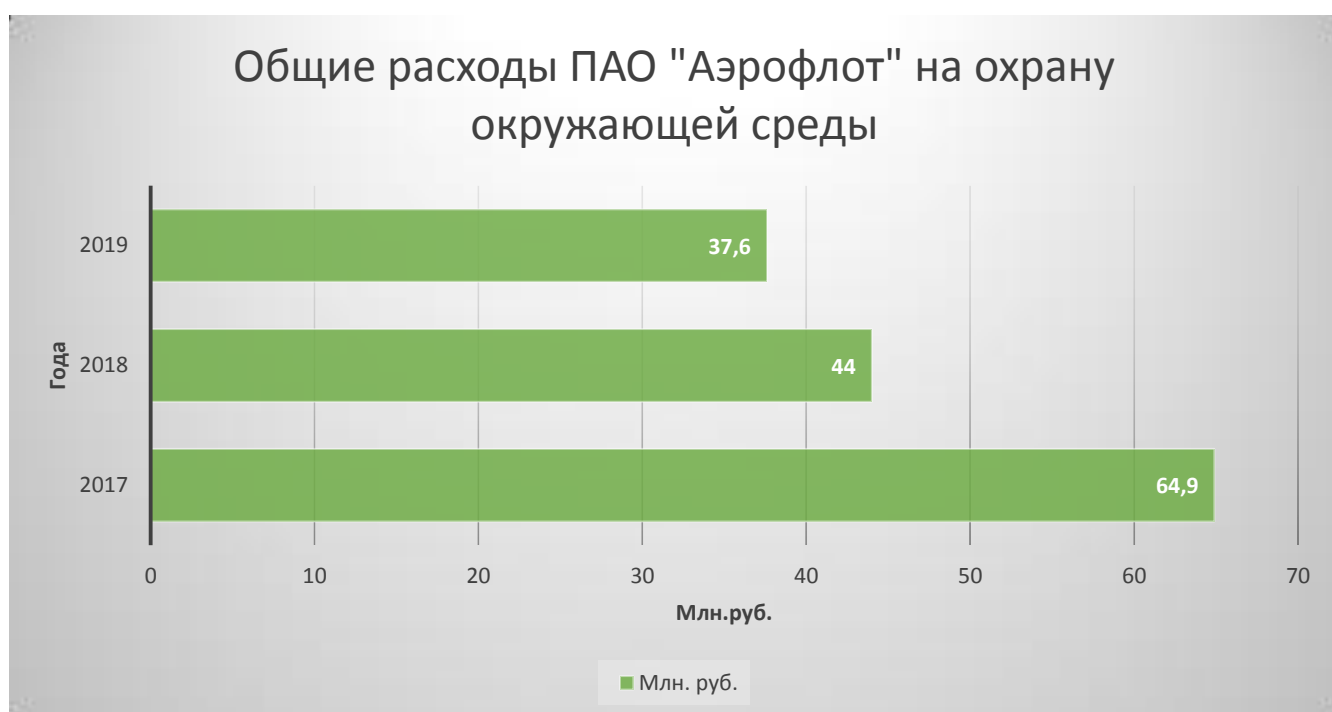


Рисунок 15 – Общие расходы ПАО «Аэрофлот» на охрану окружающей среды

## Плата ПАО "Аэрофлот" за негативное воздействие на окружающую среду

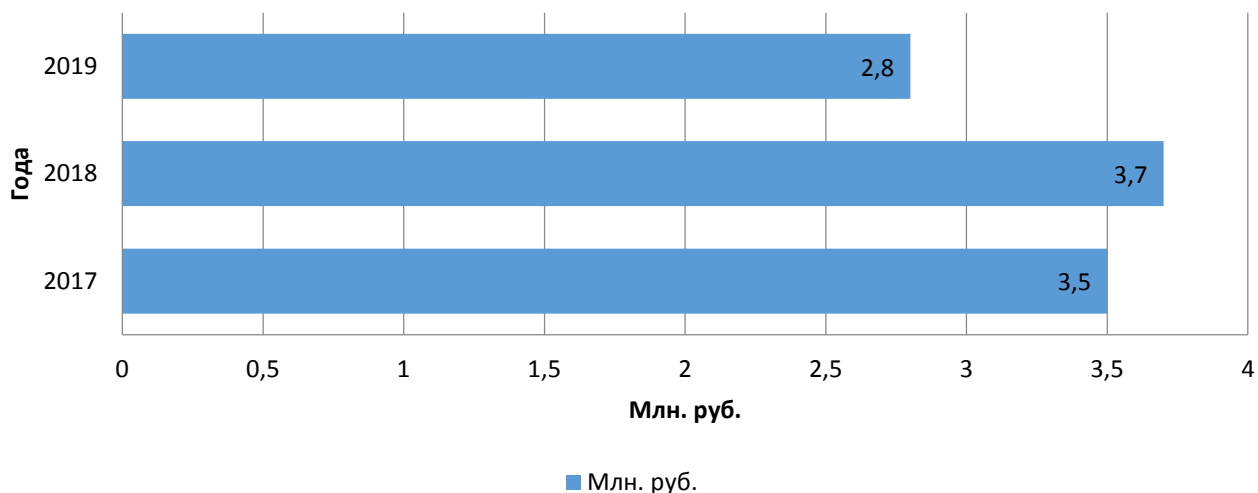


Рисунок 16 – Плата ПАО «Аэрофлот» за негативное воздействие на окружающую среду

### 2. Социальная роль

ПАО «Аэрофлот» принимает активное участие в жизни общества, оказывая постоянную поддержку благотворительным организациям, ветеранам, спорту и помогает проводить социально значимые акции.

Рассмотрим подробнее социальную помощь компании:

1. Обеспечение транспортной доступности – заключается в перевозке пассажиров в отдаленные регионы Российской Федерации такие, как Дальний Восток, Калининград, Симферополь. Для данных направлений используется программа «плоских тарифов», которая предполагает низкие цены на билеты эконом класса. В 2019 году рейсами авиакомпаний «Аэрофлот» и «Россия» по программе «плоских» тарифов перевезено 2,3 млн пассажиров (в 2018 году – 2,2 млн).

2. Поддержка благотворительных организаций:

– проект «Мили милосердия» – участники программы «аэрофлот бонус» могут перевести накопленные мили в благотворительные организации такие, как «Подари жизнь», «Линия жизни», «Русфонд», на эти бонусы покупаются билеты

для тяжелобольных детей, нуждающихся в лечении за рубежом. За 2019 год переведено 93 млн. миль и оформлено 3 068 авиабилетов;

– помощь детским домам – компания активно оказывает благотворительную помощь подшефным детским домам. В этих учреждениях проведен ремонт, оборудованы детские и спортивные площадки, организуется оздоровительный отдых, спортивные и культурные мероприятия. В 2019 году на помощь детям, оставшимся без попечения родителей, было выделено 10 млн. рублей;

– помощь ветеранам ВОВ – в честь годовщины в Великой Отечественной Войне ветераны могут воспользоваться бесплатным перевозом, за 2019 год в данной акции поучаствовали более 90 тыс. человек. Также компания ежемесячно поставляет ветеранам продуктовые наборы, на них в 2019 году было выделено 6,8 млн. рублей;

– адресная помощь – ПАО «Аэрофлот» быстро реагирует на проблемы общества. Так в начале 2019 года компания организовала бесплатный перелет в Магнитогорск для родственников и пострадавших от взрыва в жилом доме. Совместно с ПАО «Сбербанк» организован отдых во Всероссийском детском центре «Орленок» в Краснодарском крае для 154 детей из семей, пострадавших в результате наводнения в Иркутской области.

3. Спонсорство – В 2019 году Аэрофлот продолжил оказывать спонсорскую поддержку спортивным организациям и культурным проектам. Расходы на поддержку составили 2,3 млрд руб. Структура спонсорства представлена на рисунке 17.

### Структура расходов в процентном соотношении на спонсорские проекты в 2019 году

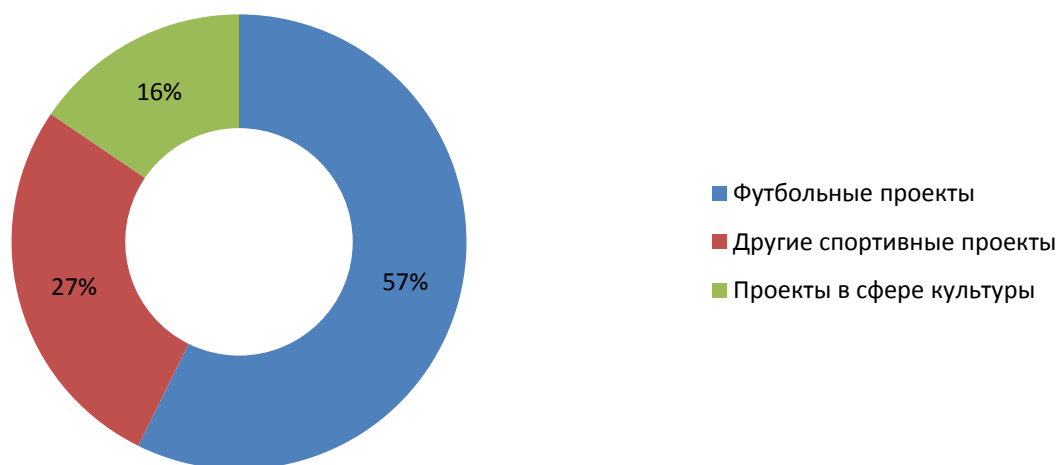


Рисунок 17 – Структура расходов в процентном соотношении на спонсорские проекты в 2019 году.

### 3. Охрана труда

ПАО «Аэрофлот» принимает эффективные меры по охране труда. Компания старается исключить случаи производственного травматизма и профессиональных заболеваний, работает над предупреждением опасных ситуаций.

На рисунке 18 наглядно показана динамика среднесписочной численности персонала.

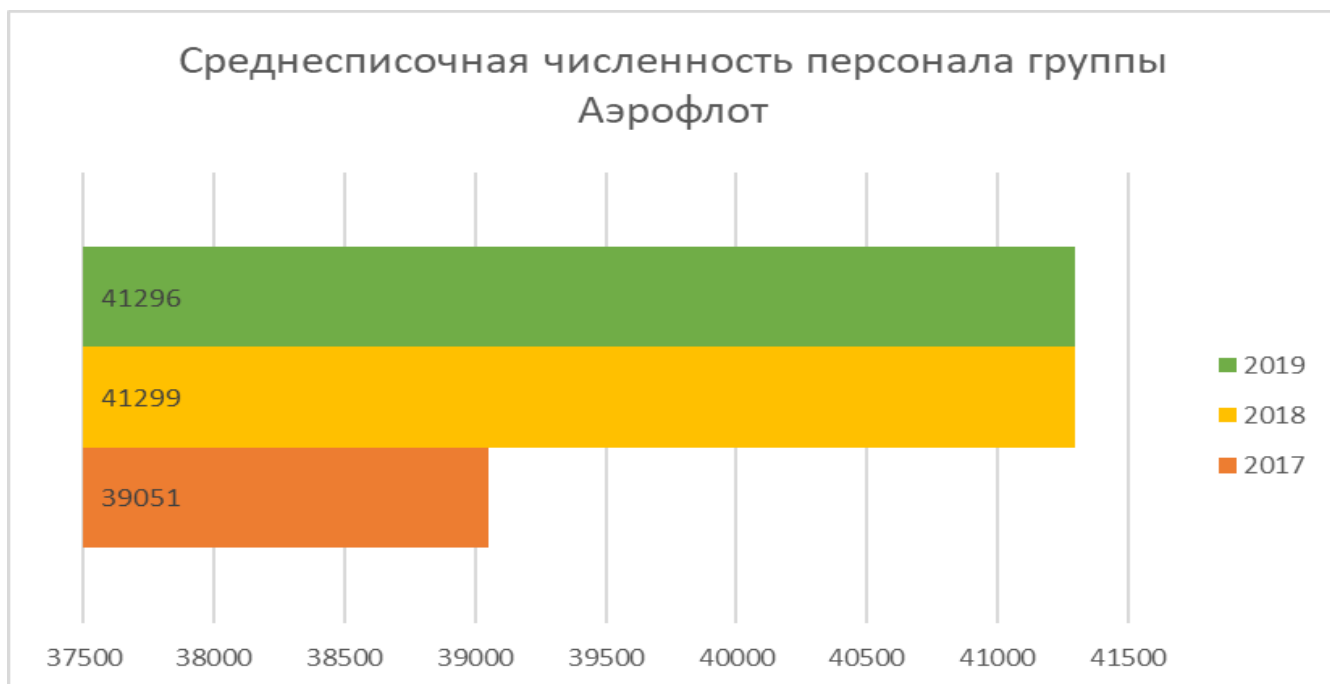


Рисунок 18 – среднесписочная численность персонала за 3 года.

На рисунке 19 показана гендерная разбивка персонала. В компании присутствует корпоративная этика, тем самым не допускается какая-либо дискриминация сотрудников.

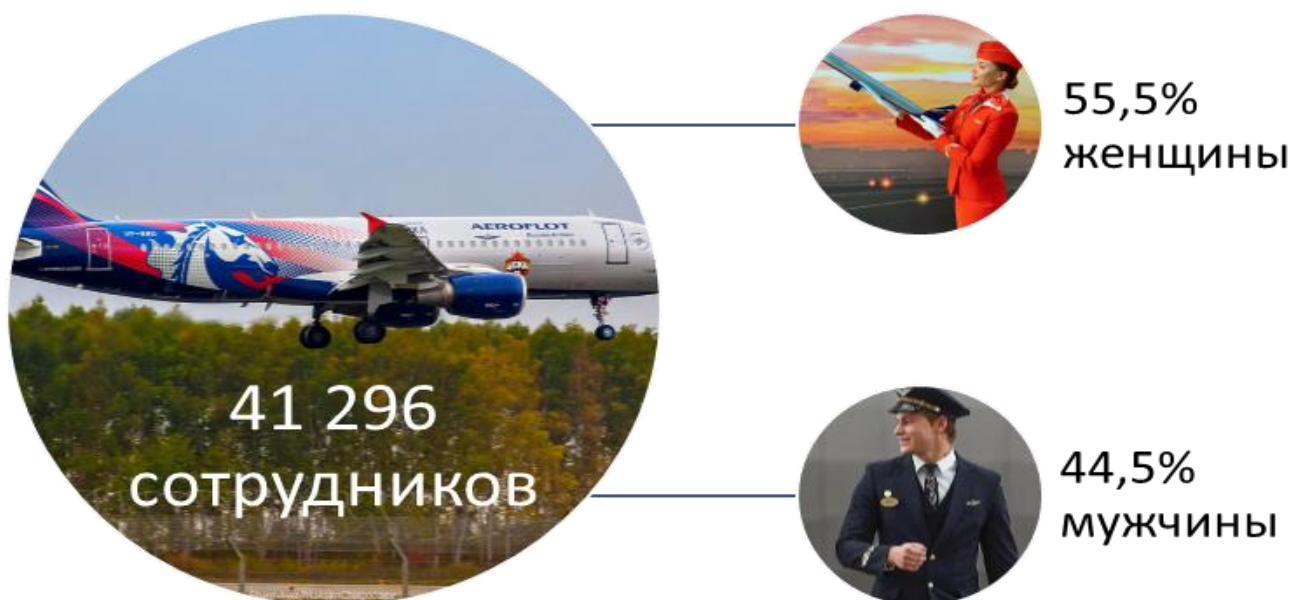


Рисунок 19 – Гендерная структура персонала группы ПАО «Аэрофлот» за 2019 год.

Также большое внимание уделяется обучению персонала. Ежегодно компанией проводится переобучение сотрудников и курсы по повышению квалификации (рисунок 20).

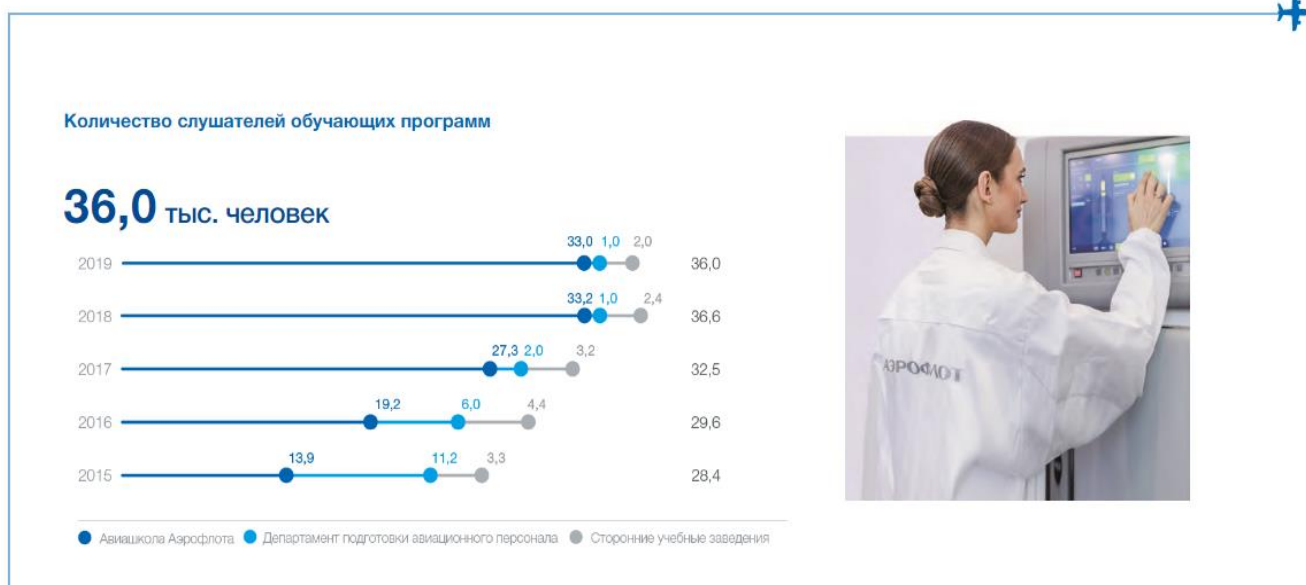


Рисунок 20 – Количество слушателей обучающих программ

## 2. ПАО «Норникель»

ПАО «Норникель» (прежнее название «Норильский никель» до 2016 года) – российская горно-металлургическая компания, являющаяся мировым лидером по производству никеля и палладия.

Миссия компании заключается в продуктивном использовании природных ресурсов, технологического процесса и акционерного капитала для обеспечения мира цветным металлом [15].

Стратегическая цель сфокусирована на четырех принципах:

- 1) рост на базе первоклассных активов России;
- 2) оптимизация и модернизация цепочки создания стоимости;
- 3) ответственность за капитал и возврат на инвестиции;
- 4) социальная ответственность, экология и безопасность труда.

На 4 пункте остановимся подробнее.

### 1. Экология

Экологическая политика Норникеля заключается в минимизации вредного воздействия на окружающую среду и сохранении хрупкой арктической экосистемы. Для этого проводятся следующие мероприятия:

1. Охрана атмосферного воздуха проводится путем снижения выбросов вредных веществ таких как, диоксид серы и твердых веществ, модернизации оборудования, реконструкцию и строительство новых очистительных сооружений.

2. В охране водных ресурсов приоритетом является очищение водных ресурсов, снижение выбросов сточных вод в водоемы за счет строительства локальных очистительных сооружений.

3. Обращение с отходами. Производственные и отходы потребления предприятия относятся к 1-4 классам опасности (опасны для окружающей среды) и составляют 3%, остальные отходы связаны с добычей ресурсов и относятся к 5 классу (неопасны для окружающей среды). Более 50% отходов проходит вторичную обработку. А при строительстве новых хранилищ для отходов все проекты проходят государственную экологическую экспертизу.

4. Изменение климата. Для того чтобы минимизировать воздействие на климатические изменения, компания уже сегодня в технологических процессах при производстве продукции и электроэнергии использует низкоуглеродное топливо – природный газ (около 90%), тем самым снижает выбросы парниковых газов в атмосферу.

5. Компания также участвует в сохранении биологического разнообразия путем спонсорства международных экологических фондов, изучения биологических видов совместно с заповедниками, которые расположены близ производственных площадок. Также ежегодно в водоемы выпускаются сотни тысяч мальков ценных видов рыб.

Расходы, связанные с окружающей средой, а также выбросы загрязняющих веществ показаны на рисунках 21-23.



Рисунок 21 – Общие расходы на охрану окружающей среды.



Рисунок 22 – Плата за негативное воздействие на окружающую среду.



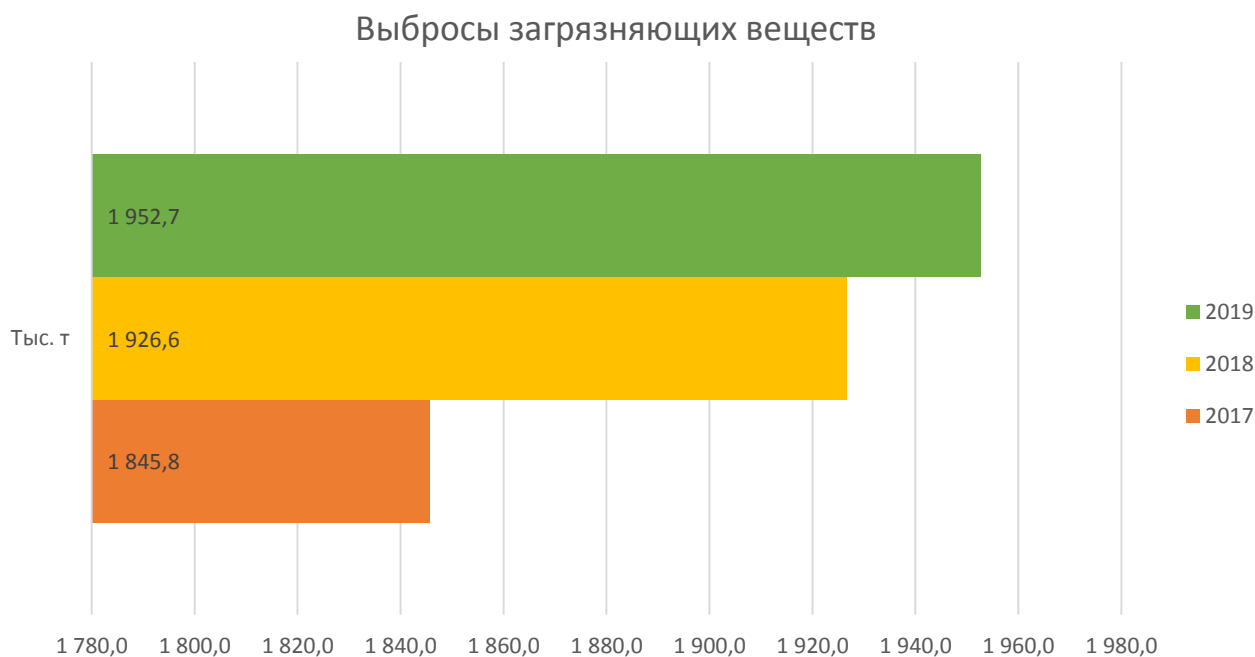


Рисунок 23 – Выбросы загрязняющих веществ ПАО «Норникель».

## 2. Охрана труда

Норникель в охране труда подразумевает следующие направления:

1. Формирование кадрового резерва, как реализация стратегии по управлению персоналом, это обеспечивает кадровую защищенность ключевых вакансий.

2. Развитие руководителей и система корпоративного обучения – компания проводит эффективную программу корпоративного обучения путем разработки и реализации современных программ обучения для руководителей, применяя технологии повышения квалификации для различных групп персонала, внедряя новые форматы обучения.

3. Развитие профессиональных и управленческих компетенций – действует программа по переподготовки персонала, специальные профессиональные тесты помогают определить и развивать профессиональные компетенции.

На рисунках 24-26 показана численность персонала ПАО «Норникель», разбивка по возрастному и гендерному признаку, а также уровень травматизма на предприятии.

### Среднесписочная численность персонала ПАО "Норникель"

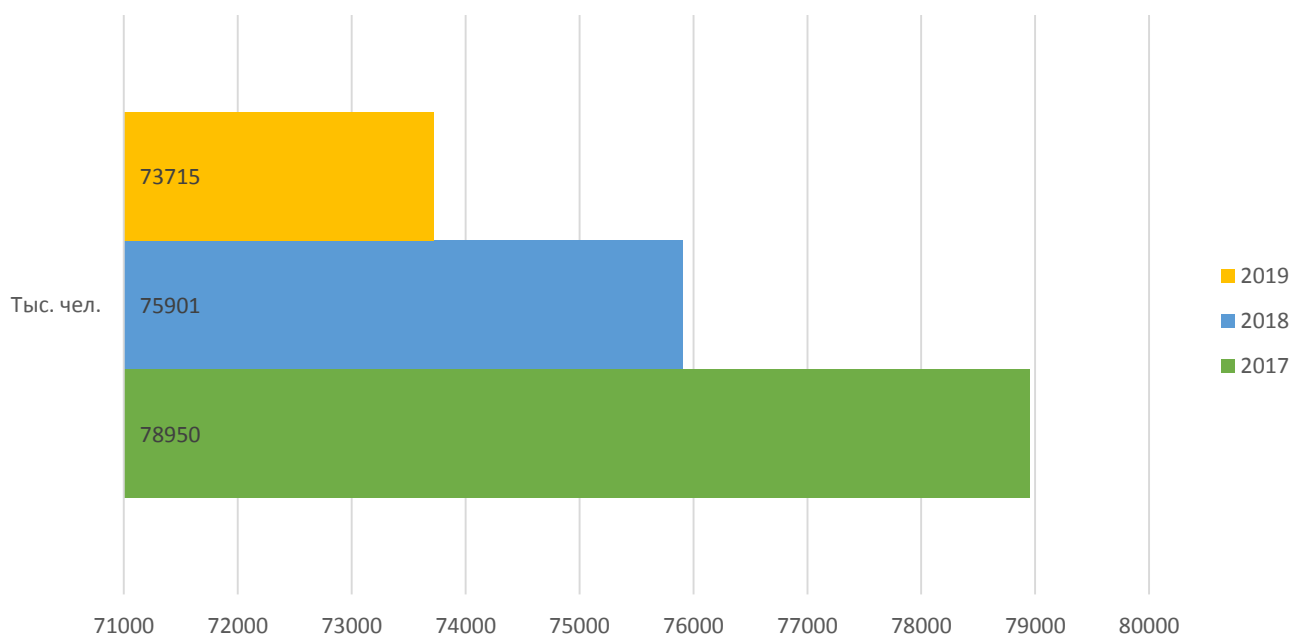


Рисунок 24 – Среднесписочная численность персонала ПАО «Норникель».

### Возрастной и гендерный состав

%

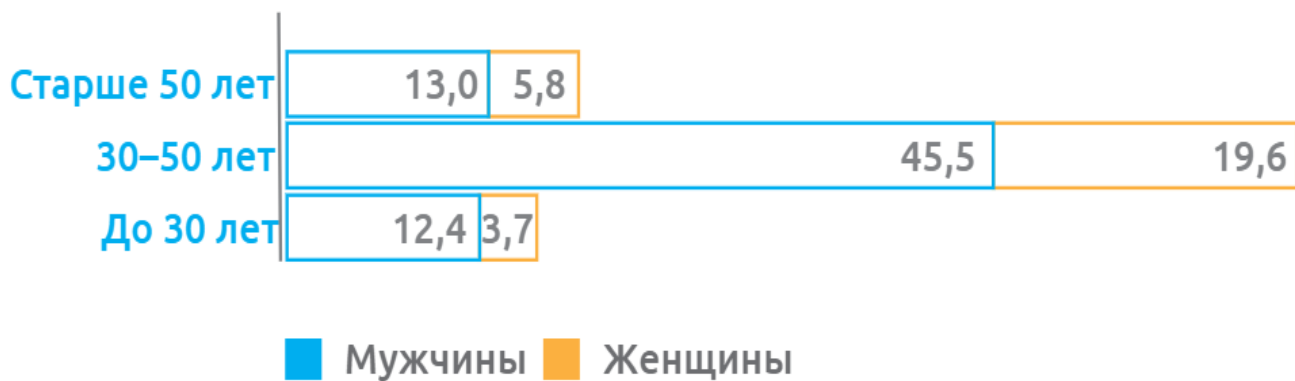


Рисунок 25 – Возрастной и гендерный состав персонала.

Несчастные случаи на производстве  
человек

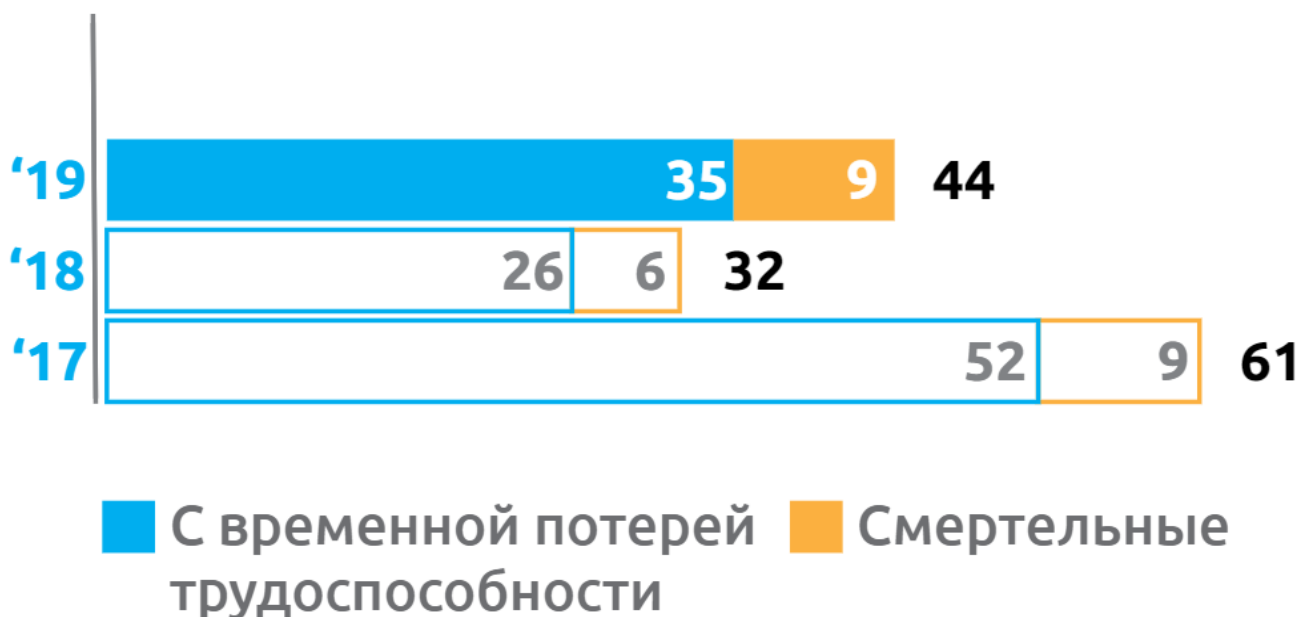


Рисунок 26 – Несчастные случаи на производстве.

### 3. Социальная роль

Норникель стремится создать устойчивые условия развития инфраструктуры в тех регионах, где присутствует компания. Основные направления этого развития:

1. Развитие в партнерстве с региональными и местными органами власти социальной инфраструктуры, необходимой для безопасной и комфортной жизни населения территории

2. Содействие профессиональному и культурному развитию работников и формирование кадрового потенциала регионов деятельности компании

3. Реализация системных благотворительных программ и проектов

4. «Норникель» активно поддерживает развитие спорта, оказывая спонсорскую помощь крупным российским и международным спортивным организациям, а также направляя средства на реконструкцию и строительство спортивных сооружений, спортивных школ и площадок.

На рисунке 27 показаны расходы на социальную деятельность.

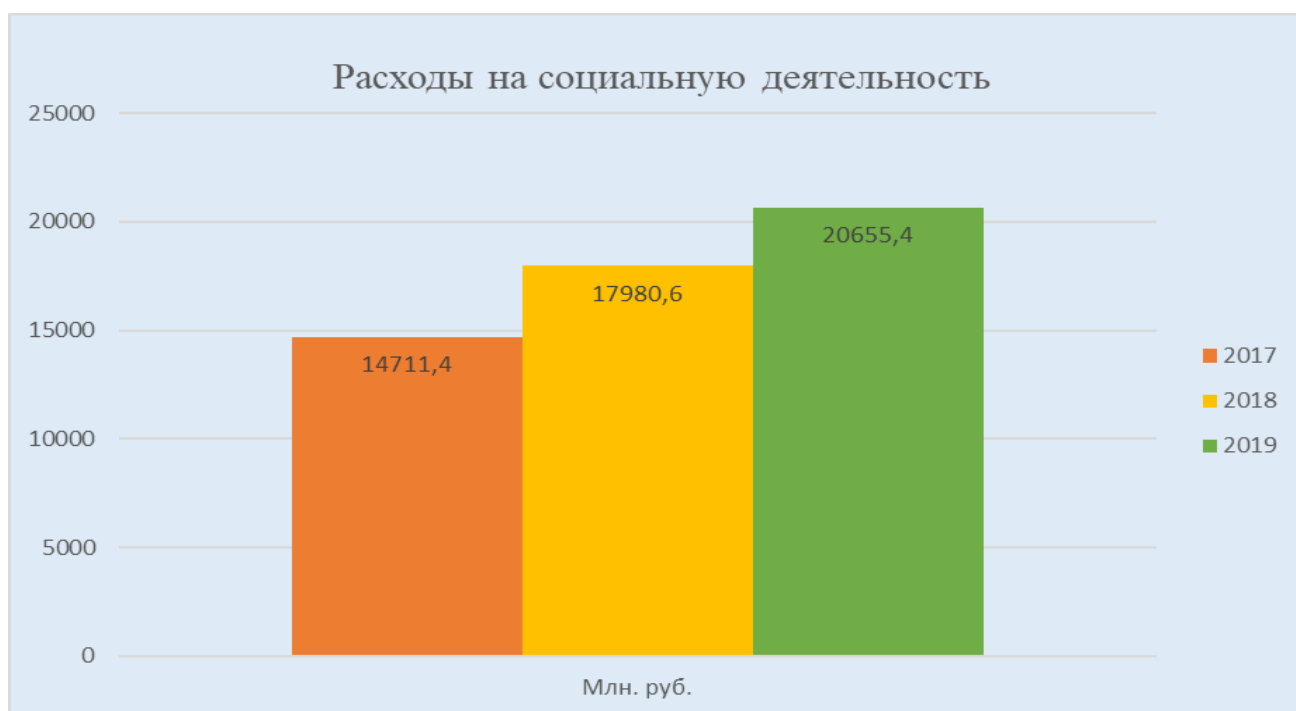


Рисунок 27 – Расходы на социальную деятельность.

### 3. ОАО «Российские железные дороги»

Российские железные дороги (ОАО «РЖД») – государственная монополярная компания, которая владеет всей инфраструктурой всероссийского пользования и является масштабным перевозчиком российской сети железных дорог.

Миссия компании: эффективное выполнение задач национального железнодорожного перевозчика грузов и пассажиров и владельца железнодорожной инфраструктуры общего пользования.

Стратегические цели компании:

1. увеличение масштаба транспортного бизнеса;
2. повышение производственно-экономической эффективности;
3. повышение качества работы и безопасности перевозок;
4. глубокая интеграция в евро-азиатскую транспортную систему;
5. повышение финансовой устойчивости и эффективности.

РЖД уделяет пристальное внимание корпоративной социальной ответственности [16]. Рассмотрим основные направления.

1. Экология

Железнодорожный транспорт – это экологический вид транспорта, компания прилагает постоянные усилия для повышения эффективности природоохранной деятельности.

Экологические риски компании связаны с негативным воздействием на окружающую среду. ОАО «РЖД» является экологически ответственной компанией, способствует развитию природоохранной деятельности, применяет механизмы добровольной экологической ответственности.

Экологическая политика компании заключается в повышении экологической безопасности, рационального использования природных ресурсов и заботе о здоровье людей.

Для достижения данных целей, РЖД решает следующие задачи:

1. Охрана атмосферы заключается в сокращении вредных выбросов в атмосферу за счет строительства и реконструкцию старых котельных, перевод котельных на более эффективные и экологические виды топлива, внедрения электроотопления и устранение малодейственных котельных.

2. Акустическое воздействие – РЖД поставило задачу обеспечить норму уровня акустического воздействия на окружающую среду, установленную регламентом. Для этого проводится установка шумозащитных экранов, лесонасаждение, укладка бесстыковых путей, замена чугунных колодок и другое.

3. Обращение с отходами – 80% всех отходов компании проходит вторичный оборот, также отходы используются повторно внутри компании. Применяются меры по снижению объема отходов и увеличение их переработки.

4. Помимо этого, РЖД активно участвует в снижении антропогенного воздействия на окружающую среду и сохранении биоразнообразия.

На рисунке 28 отображены выбросы вредных веществ в атмосферу от стационарных источников филиалов ОАО «РЖД».



Рисунок 28 – Выбросы вредных веществ в атмосферу от стационарных источников филиалов ОАО «РЖД».

## 2. Социальная роль

Компания оказывает влияние на жизнь общества путем благотворительных программ таких, как:

1. Адресная помощь ветеранам-железнодорожникам, заслуженным работникам железнодорожного транспорта, ветеранам Великой Отечественной войны;

2. Оказание помощи детям с ограниченными возможностями здоровья и детям, оставшимся без попечения родителей, людям с ограниченными возможностями здоровья (АНО «Детский хоспис», Благотворительный фонд «Фонд поддержки слепоглухих «Со единение», Благотворительный фонд помощи детям, больным ДЦП «ШАГ ВМЕСТЕ»);

3. Оказание помощи в ликвидации последствий стихийных бедствий и благотворительная помощь пострадавшим от стихийных бедствий (организация проезда и отдыха в детских оздоровительных лагерях для детей из пострадавших регионов; безвозмездная помощь муниципалитетам областей, пострадавших от стихийных бедствий);

4. Поддержка благотворительных программ, имеющих культурно-историческое значение, направленных на духовное совершенствование личности, содействующих восстановлению историко-архитектурных памятников России (оказание помощи Благотворительному фонду преподобного Серафима

Саровского; помощь в проведении реконструкции таких объектов как Спасо-Преображенский Валаамский ставропигиальный мужской монастырь, приход Святого Праведного Иоанна Кронштадтского п. Беркакит).

РЖД также оказывает поддержку в таких сферах, как:

1. Поддержка профессионального образования, в первую очередь оказание помощи профильным университетам и колледжам;

2. Оказание помощи муниципальным образовательным учреждениям, расположенным в районе БАМа;

3. Поддержка в области развития физкультуры, детского и массового спорта, в том числе поддержка профессиональных спортивных клубов, выступающих под брендом «Локомотив».

4. Поддержка ежегодных культурных программ и фестивалей (Московский Пасхальный фестиваль Валерия Гергиева, Зимний международный фестиваль искусств в г. Сочи Юрия Башмета, Транссибирский Арт фестиваль, Международный Платоновский фестиваль искусств).

Все затраты на социальную деятельность отображены на рисунке 29.

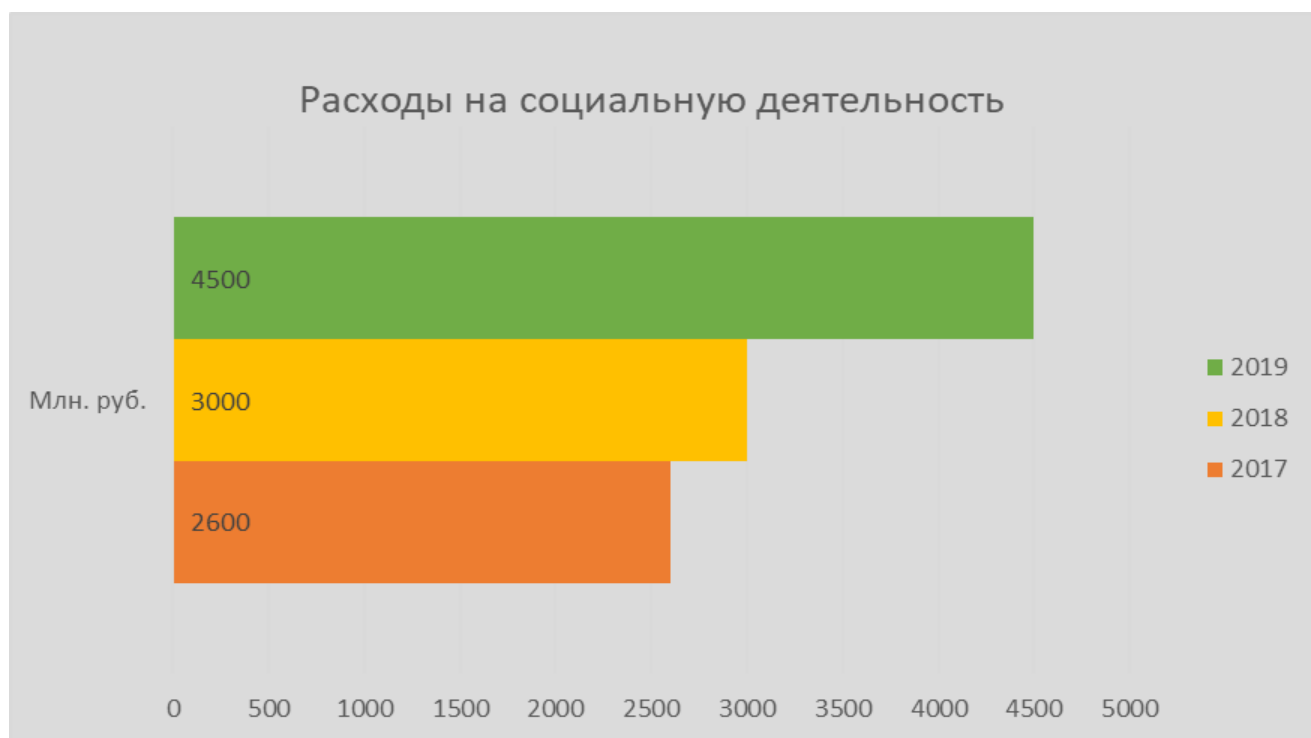


Рисунок 29 – Расходы ОАО «РЖД» на социальную деятельность.

### 3. Охрана труда

ОАО «РЖД» уделяет большое внимание персоналу, принимает эффективные меры по охране труда. Компания старается исключить случаи производственного травматизма и профессиональных заболеваний, работает над предупреждением опасных ситуаций.

По итогам работы за 2019 год уровень производственного травматизма в целом по ОАО «РЖД» снизился по сравнению с уровнем 2018 годом:

1. общий травматизм (количество травмированных всего) – на 10 %, со 168 человек в 2018 году до 152 человек в 2019 году;

2. травматизм со смертельным исходом (количество погибших) – на 5 %, с 21 до 20 человек;

3. тяжелый травматизм (количество травмированных с тяжелым исходом) – на 16% с 51 до 43 человек.

Также большое внимание уделяется обучению персонала. Ежегодно компанией проводится переобучение сотрудников и курсы по повышению квалификации.

Среднесписочная численность персонала по итогам 2019 года уменьшилась на 1,2% (рисунок 30).

#### Динамика списочной численности, тыс. человек



Рисунок 30 – Среднесписочная численность персонала.

Структура персонала сбалансирована по возрастному критерию, компания дает больше возможностей молодым специалистам (рисунок 31).



## Возрастной состав, %

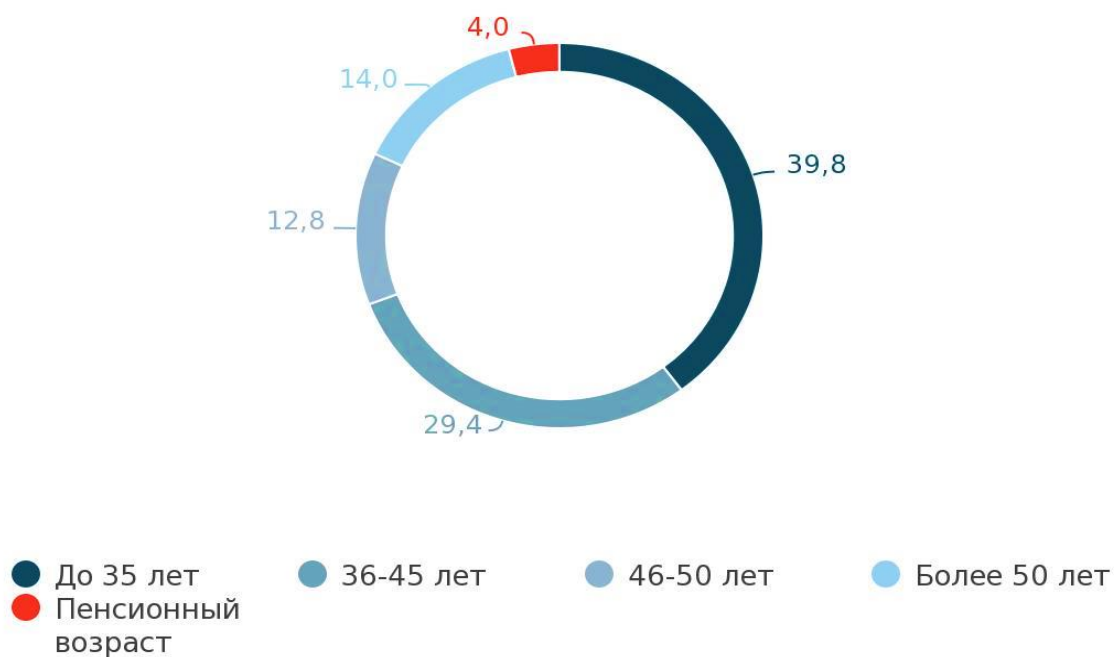


Рисунок 31 – Возрастной состав персонала ОАО «РЖД».

Уровень высшего образования сотрудников вырос на 0,6% по сравнению с 2018 годом (рисунок 32).

## Уровень образования, %



Рисунок 32 – Уровень образования персонала ОАО «РЖД».

### 4. РусГидро

РусГидро – российская энергетическая компания.

Миссия: действенное эксплуатирование гидроэнергоресурсов, построение прочных условий обеспечения Единой энергетической системы России.

Стратегия: безопасность в эксплуатации объектов, развитие ценности Компании и возврат инвестиций держателям акций. Стремление организации к максимизации свободного денежного потока с целью повысить финансовую стойкость и свободу от сторонних источников финансирования, увеличение результативности деятельности

РусГидро также активно поддерживает корпоративную социальную политику [16].

#### 1. Экология

Экологическая политика компании заключается в преобразовании водных ресурсов в энергию, путем минимизации негативного воздействия на окружающую среду и поддержание биоразнообразия в регионах присутствия. Что

поможет обеспечить сохранение окружающей среды для настоящего и будущего поколения.

Общие расходы, направленные на охрану окружающей среды показаны на рисунке 33.

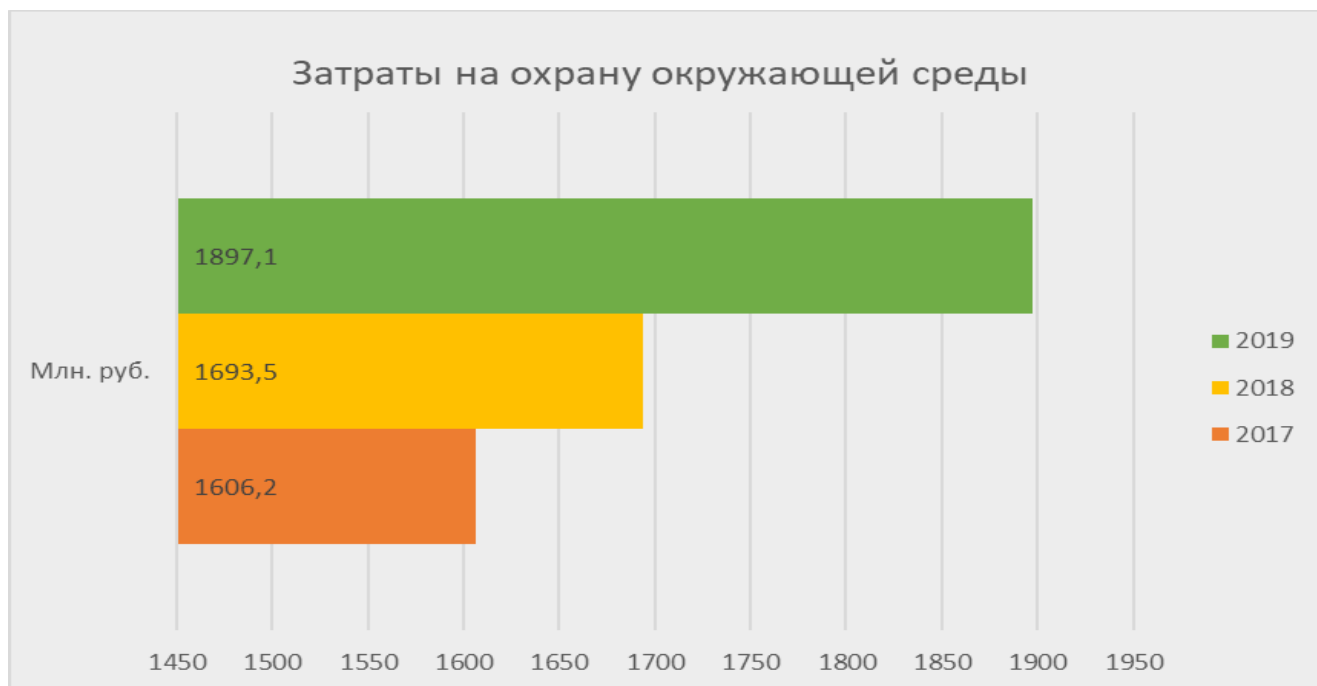


Рисунок 33 – Затраты на охрану окружающей среды.

## 2. Охрана труда

- Создание безопасных условий труда;
- Политика мотивации и оплаты труда Группы РусГидро нацелена на поддержание конкурентного уровня заработной платы;
- Концепция системы обучение кадров дает возможность расширить компетенции сотрудников в соответствии с требованиями к занимаемым должностям, а также в целях их перемещения в рамках подготовки кадрового резерва.

Динамика численности персонала отображена на рисунке 34.

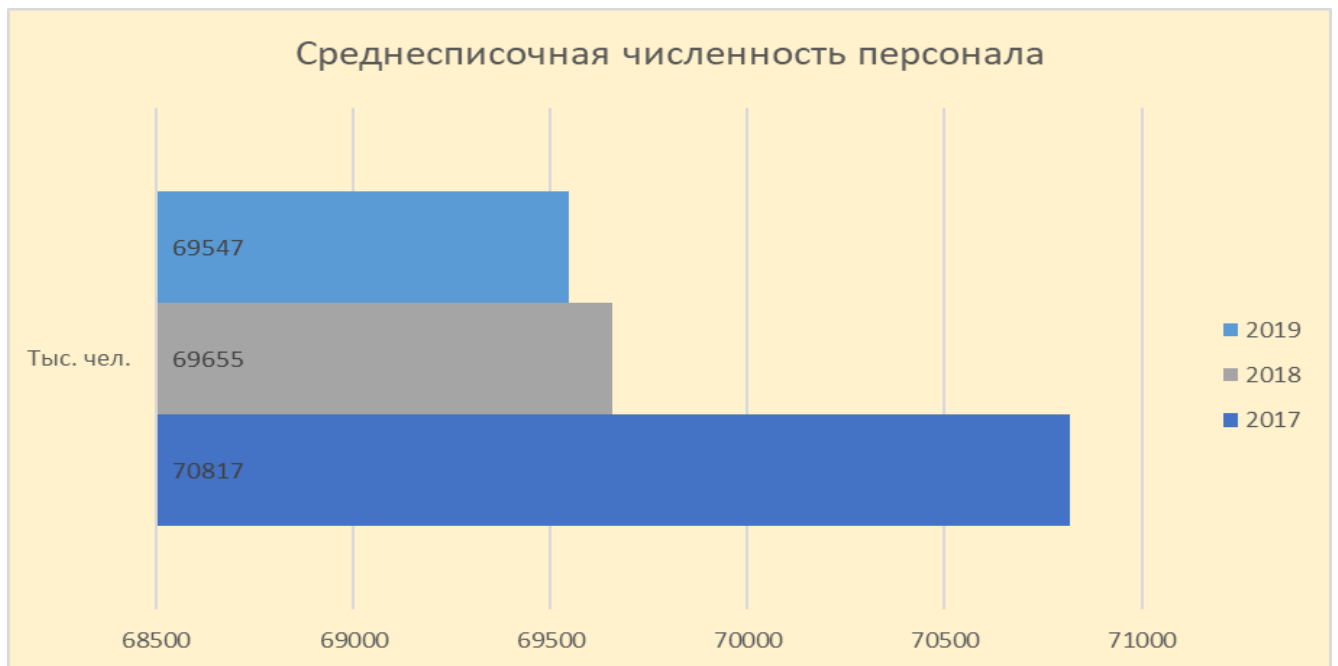


Рисунок 34 – Среднесписочная численность персонала.

### 3. Социальная политика

- в привлечение и сохранение молодых кадров формируется институциональная сфера;
- для сотрудников образовывается максимальная степень приверженности к целям и основным принципам компании;
- совершенствование системы трудовых отношений с учетом интересов работодателя, работников, акционеров, крупнейшим из которых является государство.

Затраты на социальную деятельность отображены на рисунке 35. Хочу отметить, что данные за 2018 год отсутствуют.

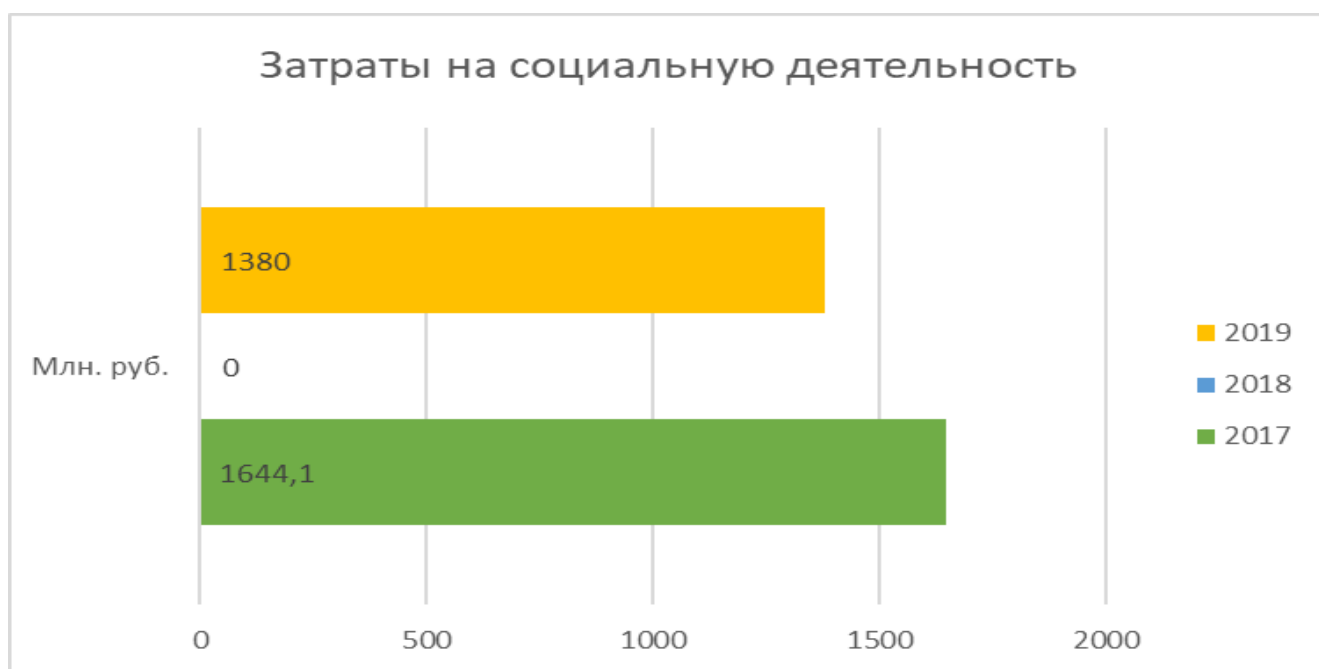


Рисунок 35 – Затраты на социальную деятельность.

## 2.2 Методология Национального рейтингового агентства

Рейтинг ESG (Environmental, Social and Governance) – экспертное мнение Национального рейтингового агентства, сформулированное на основе оценки финансовой и нефинансовой отчетности, по трем основным блокам [17]:

1. E – Environmental (экология);
2. S – Social (социальная политика);
3. G – Governance (корпоративное управление).

Рейтинг имеет буквенное выражение, три уровня, два из которых делятся на категории. Оценка компании по каждому блоку происходит по определенным критериям, по каждому из которых компании присваиваются баллы: 0, 0,5 или 1.

Достижение в выполнении комплексного (качественного и количественного) анализа представляет определение итогового ESG рейтинга. Итоговый балл оценки рассчитывается, как среднеарифметическое значение баллов оценки по всем блокам.

Блок E состоит из 8 групп показателей, которые оценивают такие аспекты как:

1. Система экологического менеджмента – здесь оценивается экологическая политика компании и качество управления в области охраны окружающей среды;
2. Водопользование – здесь оценивается водопотребление и водоотведение сточных вод, а также оборотное водопользование компании;
3. Атмосферное загрязнение – здесь оцениваются выбросы парниковых газов CO<sub>2</sub> и выбросы загрязняющих веществ в атмосферу;
4. Землепользование – здесь оценивается программа рекультивации земель для тех компаний, которые в силу отраслевой специфики загрязняют землю;
5. Отходы и упаковка – здесь оценивается доля переработанных и утилизированных отходов, а также программа и политика компании по утилизации промышленных отходов и бытового мусора;
6. Энергоэффективность – здесь оценивается энергоемкость, наличие программы по повышению энергоэффективности и качество управления энергопотреблением;
7. Биоразнообразие – здесь оцениваются меры, которые компания принимает для сохранения биоразнообразия;
8. Изменение климата – здесь оценивается наличие программы компании по предотвращению изменения климата.

Группы показателей и критерии оценки блока E:

1. Система экологического менеджмента;
2. Водопользование;
3. Атмосферное загрязнение;
4. Землепользование;
5. Отходы и упаковка;
6. Энергоэффективность;
7. Биоразнообразие;
8. Изменение климата.

Блок S состоит из 5 показателей, которые оценивают такие аспекты как:

1. Условия труда и безопасность на производстве – здесь оценивается травматизм на предприятие за предыдущие три года;

2. Кадровая политика – здесь оценивается средний уровень заработной платы в компании, текучесть кадров и другие условия труда;

3. Социальная поддержка – здесь оценивается компенсация работникам в виде льгот, медицинского обслуживания, пенсионного страхования и присутствие программ по социальной помощи;

4. Права человека и дискриминация – здесь оценивается политика и стандарты компании в соблюдении прав человека, гендерного равновесия и доступность информации по данным вопросам;

5. Взаимодействие с местными сообществами – здесь оценивается благотворительная активность, взаимосвязь с местным или коренным населением и инвестиции в социальную сферу направлены в те субъекты РФ, где компания осуществляет свою деятельность.

Группы показателей и критерии оценки блока S:

1. Условия труда и безопасность на производстве;

2. Кадровая политика;

3. Социальная поддержка;

4. Права человека и дискриминация;

5. Взаимодействие с местными сообществами.

Блок G состоит из 9 показателей, которые оценивают такие аспекты как:

1. Структура собственности – здесь оценивается структура прозрачность владения бизнесом, структуры собственности и бенефициарных собственников и репутация бенефициарных владельцев;

2. Стратегия – здесь оценивается опубликованная стратегия организации на длительный срок, образ центральных воздействий, рисков, а также интеграция ESG обстоятельств в длительную стратегию;

3. Влияние акционеров/участников – здесь оценивается структура собственности, сбалансированное воздействие разнообразных групп

собственников, факты пренебрежения вниманием акционеров/участников, владеющих не большой долей, или фактов влияния, наносящего ущерб другим заинтересованным лицам, вследствие чего могут иметь место корпоративные конфликты. Сбалансированное воздействие разнообразных групп собственников, факты пренебрежения вниманием акционеров/участников, владеющих не большой долей;

4. Взаимодействие со стейкхолдерами – здесь оценивается использование и состояние в компании системы стейкхолдер-менеджмента, уровни взаимодействия и раскрытие информации в интересах стейкхолдеров;

5. Соблюдение интересов акционеров/участников – здесь оцениваются процедуры проведения общих собраний акционеров/участников, дивидендная политика и практика дивидендных выплат, состав, роль и активность совета директоров, наличие и эффективность работы ключевых комитетов, наличие корпоративного секретаря, система оценки и вознаграждения совета директоров и исполнительных органов;

6. Система управления рисками и внутреннего контроля – здесь оценивается наличие и задачи системы управления рисками и внутреннего контроля, закрепление обязанностей и задачи внутреннего аудита, наличие соответствующей утвержденной нормативно-методологической базы;

7. Уровень раскрытия и качество нефинансовой информации – здесь оценивается соответствие содержания раскрываемой информации национальным и международным требованиям и лучшим практикам, своевременность раскрытия и равнодоступность информации, наличие внешних заверений нефинансовой отчетности;

8. Уровень раскрытия и качество финансовой информации – здесь оценивается соответствие содержания раскрываемой информации национальным и международным стандартам, периодичность раскрытия, своевременность раскрытия и равнодоступность информации, деловая репутация аудитора;



9. Управление в области устойчивого развития – здесь оценивается интеграция повестки ESG в деятельность компании через Совет Директоров, наличие в компании подразделения или директора по устойчивому развитию, система выявления и управления рисками в области устойчивого развития, выполнение рекомендаций по раскрытию финансовой информации, связанной с изменением климата Task Force on Climate related Financial Disclosures (TCFD).

Таблица 1 – оценка ПАО «Аэрофлот»

Блок Е	
1. Система экологического менеджмента	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	0
1,3	1
1,4	0,5
1,5	1
1,6	1
2. Водопользование	
Критерий	Оценка
2,1	0,5
2,2	1
2,3	0
3. Атмосферное загрязнение	
Критерий	Оценка
3,1	0
3,2	0
4. Землепользование	
Критерий	Оценка
4,1	0,5
4,2	0,5
5. Отходы и упаковка	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	-
5,4	0
5,5	0,5

Окончание таблицы 1

Блок Е	
6. Энергоэффективность	
Критерий	Оценка
6,1	1
6,2	0
6,3	0
7. Биоразнообразие	
Критерий	Оценка
7,1	0
7,2	0,5
7,3	1
8. Изменение климата	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	1
Итого	0,234

Среднеарифметическое значение рейтинга по блоку Е у компании ПАО «Аэрофлот» составил 0,234, что говорит о развивающемся уровне экологической политики. Для улучшения данного показателя требуется обратить внимание на:

1. пункт 3 – атмосферное загрязнение, путем уменьшения выбросов в атмосферу;
2. пункт 6 – энергоэффективность.

Критерий 5.3 не учитывается, так как есть разбивка по классам отходов.

Таблица 2 – оценка ПАО «Аэрофлот»

Блок S	
1. Условия труда и безопасность на производстве	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	1
1,3	0,5
1,4	0,5

## Окончание таблицы 2

Блок S	
2. Кадровая политика	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
2,4	1
3. Социальная поддержка	
Критерий	Оценка
3,1	1
3,2	1
3,3	1
3,4	1
3,5	1
4. Права человека и дискриминация	
Критерий	Оценка
4,1	0
4,2	0
4,3	0
4,4	1
4,5	0,5
5. Взаимодействие с местными сообществами	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	0,5
5,3	0
5,4	0
Итог	0,6

Итоговый показатель по блоку S составил 0,6. Компании нужно уделять больше внимания местным сообществам и правам женщин.

Таблица 3 – оценка ПАО «Аэрофлот»

Блок G	
1. Структура собственности	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	1
1,3	0,5
2. Стратегия	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	0
2,3	1
3. Влияние акционеров/участников	
Критерий	Оценка
3,1	0,5
3,2	1
3,3	1
4. Взаимодействие со стейкхолдерами	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	1
4,3	1
4,4	1
5. Соблюдение интересов акционеров/участников	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	1
5,4	0,5
5,5	1
5,6	1
5,7	1
6. Система управления рисками и внутреннего контроля	
Критерий	Оценка
6,1	0
6,2	1
6,3	1

Окончание таблицы 3

Блок G	
7. Уровень раскрытия и качество нефинансовой информации	
Критерий	Оценка
7,1	1
7,2	1
7,3	1
8. Уровень раскрытия и качество финансовой информации	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	1
8,4	0,5
9. Управление в области устойчивого развития	
Критерий	Оценка
9,1	0
9,2	0
9,3	0
9,4	0,5
Итого	0,368

Показатель блока G составил 0,368. Стоит обратить внимание на пункт 9 – управление в области устойчивого развития: интеграция методологии ESG в совет директоров, ввести должность топ-менеджера по устойчивом развитию, а также выявлять и управлять рисками в области устойчивого развития.

На рисунке 36 наглядно показаны результаты проведенной оценки компании.

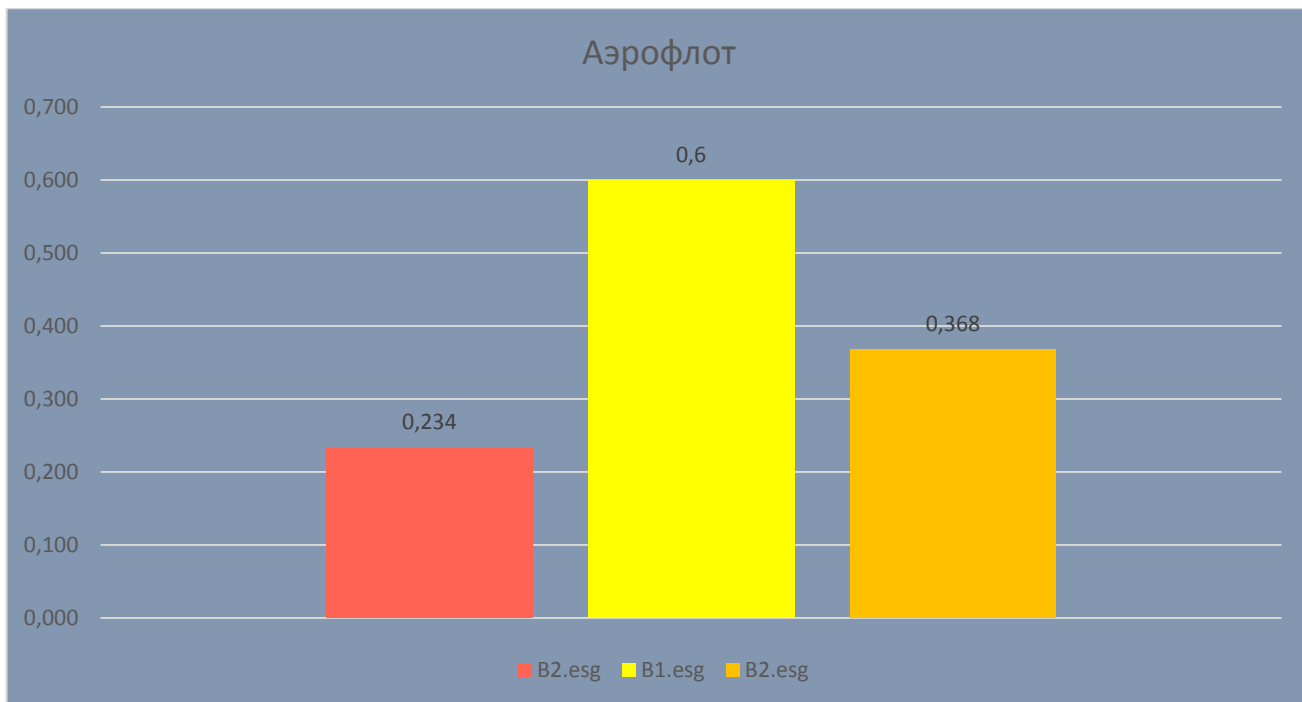


Рисунок 36 – Результаты ПАО «Аэрофлот».

Таблица 4 – оценка ОАО «РЖД»

Блок Е	
1. Система экологического менеджмента	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	0,5
1,3	1
1,4	0,5
1,5	0,5
1,6	1
2. Водопользование	
Критерий	Оценка
2,1	0,5
2,2	1
2,3	0,5
3. Атмосферное загрязнение	
Критерий	Оценка
3,1	1
3,2	1

## Окончание таблицы 4

Блок Е	
4. Землепользование	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	0,5
5. Отходы и упаковка	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	-
5,4	0,5
5,5	0
6. Энергоэффективность	
Критерий	Оценка
6,1	1
6,2	1
6,3	0
7. Биоразнообразие	
Критерий	Оценка
7,1	0,5
7,2	0,5
7,3	0,5
8. Изменение климата	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	0
Итого	0,281

Среднеарифметическое значение рейтинга по блоку Е у компании ОАО «РЖД» составил 0,281, показатель немного выше, чем у ПАО «Аэрофлот», но также говорит о развивающемся уровне экологической политики. Для улучшения данного показателя следует уделить внимание пункту 7 – биоразнообразию. Критерий 5.3 не учитывается, так как есть классификация отходов.

Таблица 5 – оценка ОАО «РЖД»

Блок S	
1. Условия труда и безопасность на производстве	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	0,5
1,3	0,5
1,4	0,5
2. Кадровая политика	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
2,4	1
3. Социальная поддержка	
Критерий	Оценка
3,1	1
3,2	1
3,3	1
3,4	1
3,5	1
4. Права человека и дискриминация	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	0
4,3	1
4,4	1
4,5	1
5. Взаимодействие с местными сообществами	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	0
5,4	0
Итого	0,7

Итоговый показатель по блоку S составил 0,7. Социальная сфера компании находится на развитом уровне.



Таблица 6 – оценка ОАО «РЖД»

Блок G	
1. Структура собственности	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	1
1,3	1
2. Стратегия	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
3. Влияние акционеров/участников	
Критерий	Оценка
3,1	1
3,2	1
3,3	1
4. Взаимодействие со стейкхолдерами	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	1
4,3	1
4,4	1
5. Соблюдение интересов акционеров/участников	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	1
5,4	0,5
5,5	1
5,6	1
5,7	1
6. Система управления рисками и внутреннего контроля	
Критерий	Оценка
6,1	1
6,2	1
6,3	0,5

Окончание таблицы 6

Блок G	
7. Уровень раскрытия и качество нефинансовой информации	
Критерий	Оценка
7,1	1
7,2	1
7,3	0,5
8. Уровень раскрытия и качество финансовой информации	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	1
8,4	0,5
9. Управление в области устойчивого развития	
Критерий	Оценка
9,1	0
9,2	0
9,3	0,5
9,4	0
Итого	0,352

Показатель блока G составил 0,352. Стоит обратить внимание на пункт 9 – управление в области устойчивого развития: интеграция методологии ESG в совет директоров, ввести должность топ-менеджера по устойчивому развитию, а также выявлять и управлять рисками в области устойчивого развития.

На рисунке 37 наглядно показаны результаты проведенной оценки компании.

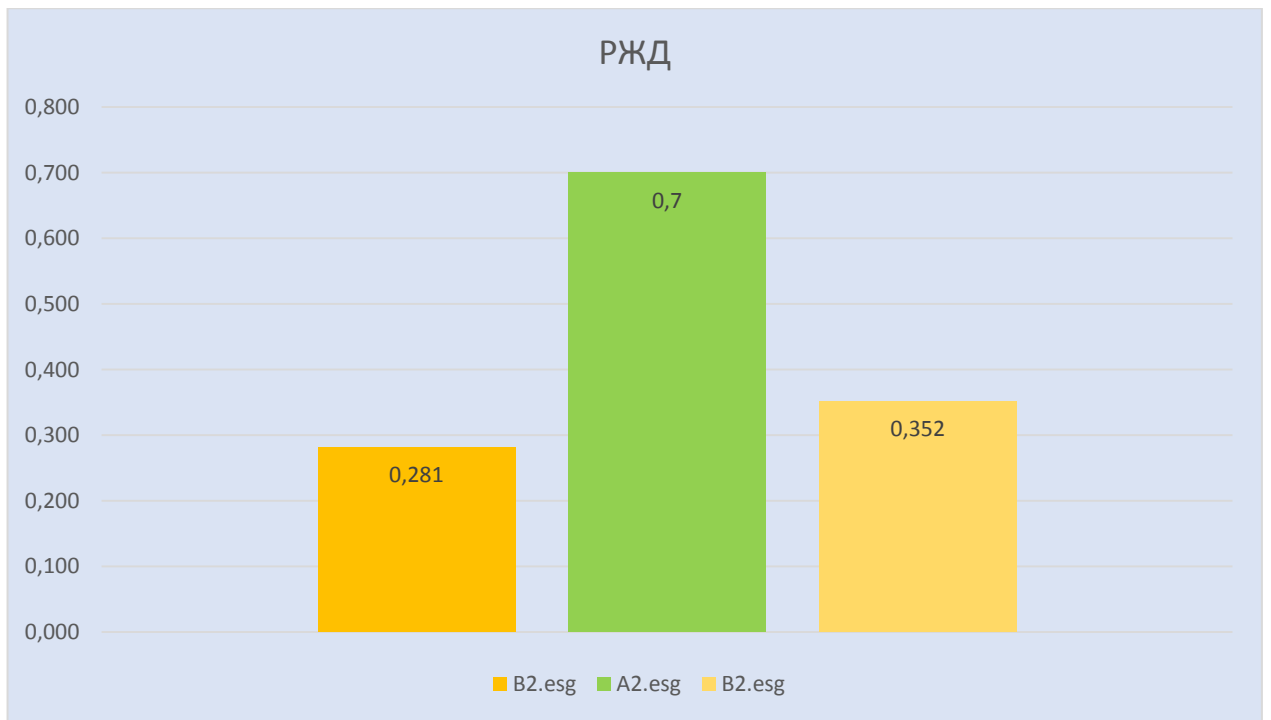


Рисунок 37 – Результаты ОАО «РЖД».

Таблица 7 – Оценка ПАО «Норникель»

Блок Е	
1. Система экологического менеджмента	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	0
1,3	1
1,4	0,5
1,5	0,5
1,6	0,5
2. Водопользование	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
3. Атмосферное загрязнение	
Критерий	Оценка
3,1	1
3,2	1

## Окончание таблицы 7

Блок Е	
4. Землепользование	
Критерий	Оценка
4,1	0
4,2	0,5
5. Отходы и упаковка	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	
5,4	0
5,5	0
6. Энергоэффективность	
Критерий	Оценка
6,1	0,5
6,2	1
6,3	0
7. Биоразнообразие	
Критерий	Оценка
7,1	0,5
7,2	0,5
7,3	-
8. Изменение климата	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	0,5
Итого	0,25

Среднеарифметическое значение рейтинга по блоку Е у компании ПАО «Норникель» составил 0,25. Для улучшения данного показателя следует уделить внимание пункту 4 – землепользование, пункту 5 – отходы и упаковка. Критерий 5.3 не учитывается, так как есть классификация отходов. В критерии 7.3 отсутствуют данные.

Таблица 8 – оценка ПАО «Норникель»

Блок S	
1. Условия труда и безопасность на производстве	
Критерий	Оценка
1,1	0
1,2	0
1,3	0
1,4	0
2. Кадровая политика	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
2,4	0,5
3. Социальная поддержка	
Критерий	Оценка
3,1	0
3,2	1
3,3	0,5
3,4	1
3,5	1
4. Права человека и дискриминация	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	0
4,3	1
4,4	0,5
4,5	0,5
5. Взаимодействие с местными сообществами	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	1
5,4	1
Итого	0,56

Итоговый показатель по блоку S составил 0,56. Норникелю следует улучшить условия и безопасность труда.

Таблица 9 – оценка ПАО «Норникель»

Блок G	
1. Структура собственности	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	1
1,3	1
2. Стратегия	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
3. Влияние акционеров/участников	
Критерий	Оценка
3,1	1
3,2	0,5
3,3	0,5
4. Взаимодействие со стейкхолдерами	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	1
4,3	1
4,4	1
5. Соблюдение интересов акционеров/участников	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	1
5,4	1
5,5	1
5,6	1
5,7	1
6. Система управления рисками и внутреннего контроля	
Критерий	Оценка
6,1	1
6,2	1
6,3	1

Окончание таблицы 9

Блок G	
7. Уровень раскрытия и качество нефинансовой информации	
Критерий	Оценка
7,1	1
7,2	1
7,3	1
8. Уровень раскрытия и качество финансовой информации	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	1
8,4	1
9. Управление в области устойчивого развития	
Критерий	Оценка
9,1	0,5
9,2	0,5
9,3	0,5
9,4	0,5
Итого	0,38

Показатель блока G составил 0,352 – стоит улучшить пункт 9 – управление в области устойчивого развития.

На рисунке 38 наглядно показаны результаты проведенной оценки компании.

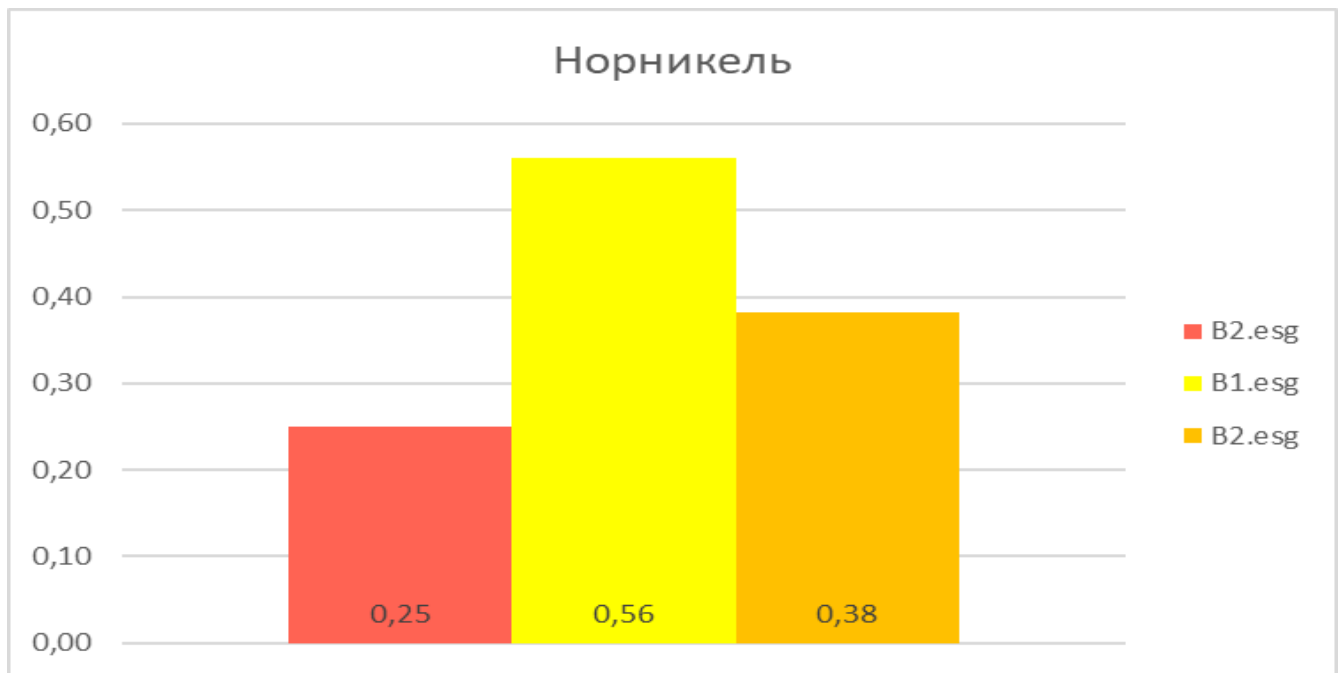


Рисунок 38 – Результаты ПАО «Норникель».

Таблица 10 – оценка ПАО «РусГидро»

Блок Е	
1. Система экологического менеджмента	
Критерий	Оценка
1,1	0,5
1,2	1
1,3	1
1,4	0
1,5	0,5
1,6	0
2. Водопользование	
Критерий	Оценка
2,1	0,5
2,2	0
2,3	0
3. Атмосферное загрязнение	
Критерий	Оценка
3,1	0,5
3,2	0
4. Землепользование	
Критерий	Оценка
4,1	-
4,2	-



## Окончание таблицы 10

Блок Е	
5. Отходы и упаковка	
Критерий	Оценка
5,1	-
5,2	-
5,3	
5,4	0
5,5	0
6. Энергоэффективность	
Критерий	Оценка
6,1	1
6,2	0,5
6,3	0
7. Биоразнообразие	
Критерий	Оценка
7,1	1
7,2	0,5
7,3	0,5
8. Изменение климата	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	1
Итого	0,214

Среднеарифметическое значение рейтинга по блоку Е у компании ПАО «РусГидро» составил 0,214. Отсутствуют данные по пункту 4 – землепользование и по критериям 5.1,5.2,5.3 – отходы и упаковка. Данные критерии не учитывались при подсчете рейтинга. Отсюда следует, что компании нужно уделить особое внимание на это, как путем утилизации и рекультивации отходов, так и раскрытием информации.

Таблица 11 – оценка ПАО «РусГидро»

Блок S	
1. Условия труда и безопасность на производстве	
Критерий	Оценка
1,1	0
1,2	0
1,3	0,5
1,4	0,5
2. Кадровая политика	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
2,4	0,5
3. Социальная поддержка	
Критерий	Оценка
3,1	0
3,2	0
3,3	0,5
3,4	1
3,5	1
4. Права человека и дискриминация	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	0
4,3	0,5
4,4	1
4,5	0,5
5. Взаимодействие с местными сообществами	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	1
5,4	0
Итого	0,52

Итоговый показатель по блоку S составил 0,52. РусГидро следует улучшить условия и безопасность труда, а также социальную поддержку.

Таблица 12 – оценка ПАО «РусГидро»

Блок G	
1. Структура собственности	
Критерий	Оценка
1,1	1
1,2	1
1,3	0,5
2. Стратегия	
Критерий	Оценка
2,1	1
2,2	1
2,3	1
3. Влияние акционеров/участников	
Критерий	Оценка
3,1	0,5
3,2	1
3,3	1
4. Взаимодействие со стейкхолдерами	
Критерий	Оценка
4,1	1
4,2	1
4,3	1
4,4	1
5. Соблюдение интересов акционеров/участников	
Критерий	Оценка
5,1	1
5,2	1
5,3	1
5,4	0
5,5	1
5,6	1
5,7	1
6. Система управления рисками и внутреннего контроля	
Критерий	Оценка
6,1	1
6,2	1
6,3	1

Продолжение таблицы 12

7. Уровень раскрытия и качество нефинансовой информации	
Критерий	Оценка
7,1	1
7,2	1
7,3	1
8. Уровень раскрытия и качество финансовой информации	
Критерий	Оценка
8,1	1
8,2	1
8,3	1
8,4	1
9. Управление в области устойчивого развития	
Критерий	Оценка
9,1	1
9,2	-
9,3	0,5
9,4	1
Итого	0,38

Показатель блока G составил 0,38. Отсутствуют данные по критерию 9.2.

На рисунке 39 наглядно показаны результаты проведенной оценки компании.

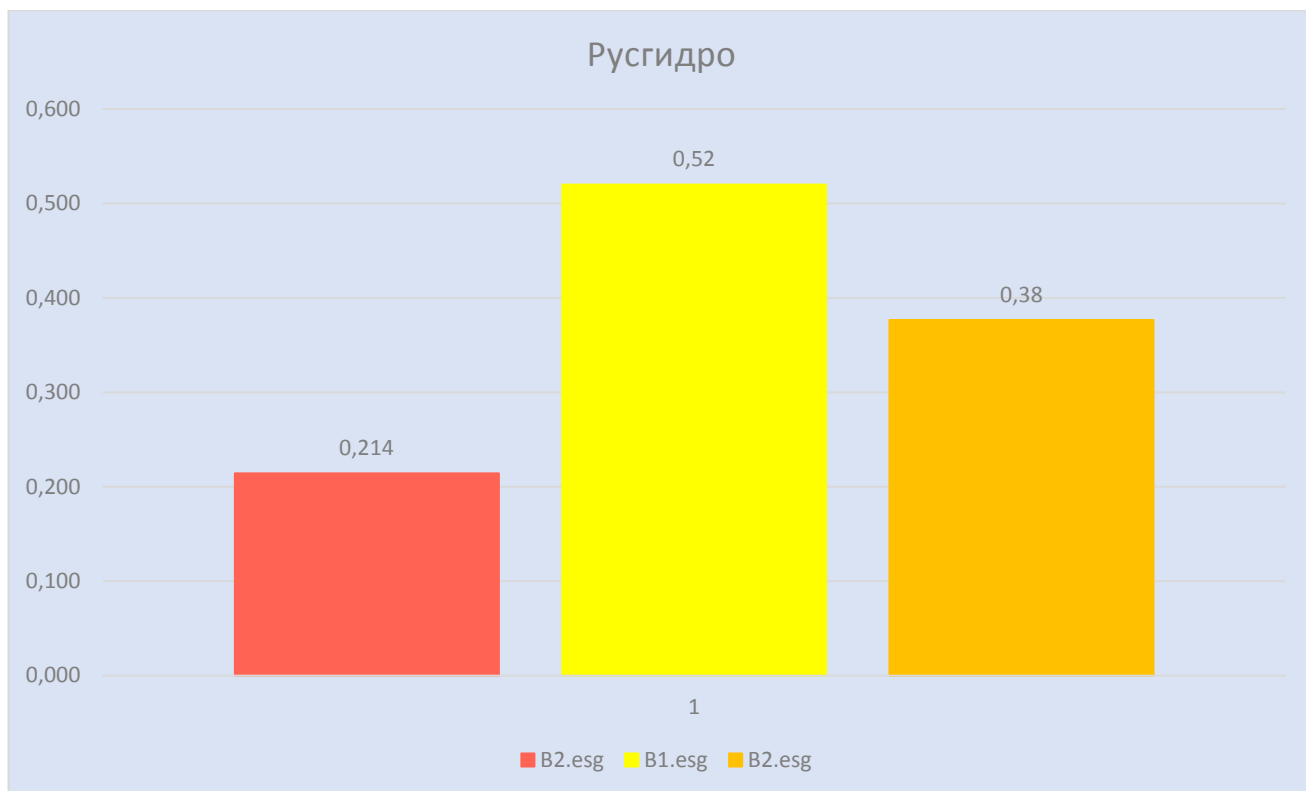


Рисунок 39 – Результаты ПАО «РусГидро»

### 2.3 Методология рейтингового агентства АК&М

Рейтинг рассчитывается на основе двух групп показателей:

1. Нагрузка на экологию
2. Социальный эффект деятельности.

Итогом расчётов является показатель - социальная эффективность деятельности компании.

Результатом рейтинга станет проранжированный список компаний, построенный на основе оценки социальной эффективности деятельности компании.

Показатели нагрузки на экологию представлены в таблицах 13, 14.

Таблица 13 – Исходные данные

Показатель	Пояснение и единицы измерения
Атм	Валовые выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, тыс.т
Вотв	Водоотведение в поверхностные водные объекты, тыс. куб.м
ТвОтх	Образование твёрдых отходов, тыс.т
Зем	Площадь нарушенных земель в течение года, га
Взаб	Водозабор, тыс. куб. м
ПлНег	Плата за негативное воздействие на окружающую среду, млн.руб.

Таблица 14 – Расчётные показатели

Показатель	Пояснение	Формула
Уровень загрязнения (УЗ)	Единица измерения — усл.т Исходные данные приводятся к условным тоннам. 1 усл.т.=1 т загрязнений (выбросы в атмосферу, твёрдые отходы) = 1 куб.м сбрасываемой воды.	$УЗ = Атм + Вотв + ТвОтх$
Уровень токсичности загрязнений (УТЗ)	Единица измерения — руб.на усл.т	$УТЗ = ПлНег / УЗ$
Коэффициент токсичности загрязнения (КТЗ)	Единица измерения, ед. Показатель КТЗ определяет положение компании n на нормированной линейке значений. Таким образом, определяется относительное значение показателя КТЗn в линейке от 0 до 1, где 0 — лучший показатель: где УТЗ best — лучший показатель, УТЗ worst — худший показатель, УТЗ n — показатель данной компании.	$КТЗn = (УТЗ n - УТЗ best) / (УТЗ worst - УТЗ best)$

## Окончание таблицы 14

Показатель	Пояснение	Формула
Загрязнение, скорректированное на коэффициент токсичности (ЗКТЗ)	Единица измерения — усл.т	$ЗКТЗ = УЗ \times (КТЗ + 1)$
Суммарная нагрузка на экологию (НЭ)	Итоговый показатель «Суммарная нагрузка на экологию» характеризует условный объем негативного воздействия деятельности компании на окружающую среду. Единица измерения — усл.т Исходные данные Зем приводятся к условным единицам. 1 усл.ед. = 0,067 га нарушенных земель.	$НЭ = ЗКТЗ + Зем / 0,067$

Показатели социального эффекта деятельности компании представлены в таблица 15, 16.

Таблица 15 – Исходные данные

Показатель	Пояснение и единицы измерения
СЧП	Списочная численность персонала, тыс.чел.
ФЗП	Фонд заработной платы и фонд выплат социального характера, млн.руб.
НнП	Налог на прибыль, млн.руб.
СПиБ	Расходы на социальные программы, финансирование социальной сферы регионов и благотворительность, млн.руб.
МСП	Объем закупок у субъектов МСП, млн.руб.
ООС	Затраты на охрану окружающей среды, млн.руб.

Таблица 16 – Расчётные показатели

Показатель	Пояснение	Формула
Коэффициент вовлечения рабочей силы (КВРС)	Показатель КВРС определяет положение компании n на нормированной линейке значений. Таким образом, определяется относительное значение показателя КВРС <sub>n</sub> в линейке от 0 до 1, где 1 — максимальный показатель: где СЧП <sub>min</sub> — минимальное значение показателя в списке компаний, СЧП <sub>max</sub> — максимальный показатель, СЧП <sub>n</sub> — показатель данной компании. Единица измерения, ед.	$\text{КВРС } n = (\text{СЧП } n - \text{СЧП } \min) / (\text{СЧП } \max - \text{СЧП } \min),$
Фонд заработной платы и фонд выплат социального характера, скорректированные на коэффициент вовлечения рабочей силы (ФЗПК)	Единица измерения — млн. усл. руб..	$\text{ФЗПК} = \text{ФЗП} \times (\text{КВРС} + 1)$
Объем поддержки людей, занятых в малом бизнесе (ПМСП)	Единица измерения — млн. руб. Где КМСП <sub>t</sub> - доля отгруженных товаров собственного производства субъектами МСП в РФ в год t (Росстат). В 2017 год он равнялся 0,416.	$\text{ПМСП} = \text{МСП} \times \text{КМСП}_t$
Суммарный социальный эффект (СЭ)	Итоговый показатель «Суммарный социальный эффект» характеризует эффект деятельности компании для общества. Он показывает результат деятельности для граждан страны, учитывая обеспечение занятости, выплаты зарплаты, налогов, благотворительную деятельность, поддержку занятости в МСП и деятельность по охране окружающей среды.	$\text{СЭ} = \text{ФЗПК} + \text{НП} + \text{СПиБ} + \text{ПМСП} + \text{ООС}$
Показатель социальной эффективности деятельности компании (ИСЭ)	Единица измерения — тыс.руб./усл.т. ИСЭ показывает, какой эффект от каждой компании получает общество за каждую условную тонну загрязнения окружающей среды.	$\text{ИСЭ} = \text{СЭ} / \text{НЭ}$



Исходные данные компании ПАО «Аэрофлот» представлены в таблицах 17, 18.

Таблица 17 – исходные данные ПАО «Аэрофлот» для расчета нагрузки на экологию

Наименование	2017	2018	2019
Атм	8152515	8806136	9332190
Вотв	1,4	3,1	4,7
ТвОтх	8365,7	9949,2	8791
Зем	0	0	0
Взаб	135,4	154,1	126,3
ПлНег	3500000	3700000	2800000

Таблица 18 – исходные данные ПАО «Аэрофлот» для расчета социального эффекта

Показатель	2017	2018	2019
УЗ	8160882,1	8816088,3	9340985,7
УТЗ	0,42887521	0,41968727	0,29975423
КТЗ	1	0,97857666	0,69893113
ЗКТЗ	16321764,2	17443306,5	15869691,4
НЭ	16321764,2	17443306,5	15869691,4

Несмотря на стратегию компании по уменьшению выбросов вредных веществ в атмосферу, уровень загрязнения от ПАО «Аэрофлот» увеличивается с каждым годом, прирост составил 14,46%.

Уровень токсичных загрязнений, как и коэффициент токсичных загрязнений снижается, предприятие старается снижать токсичные продукты, путем замены топлива на более экологичное.

Загрязнение, скорректированное на коэффициент токсичности имеет разнонаправленный тренд.

Результаты расчетов представлены в таблицах 19, 20.



Таблица 19 – расчеты нагрузки на экологию ПАО «Аэрофлот»

Наименование	2017	2018	2019
СЧП	39051	41299	41296
ФЗП	41470,222	45165,275	44295,618
НП	10666	4221	291
СПиБ	2016,7	1808,7	2816,8
МСП	403021,6	585361	499973
ООС	64,9	44	37,6

Таблица 20 – расчеты социального эффекта ПАО «Аэрофлот»

Показатель	2017	2018	2019
КВРС	0	1	0,99866548
ФЗПК	41470,222	90330,55	88532,12263
ПМСП	167656,9856	243510,176	207988,768
СЭ	457239,422	681765,25	591650,5226
ИСЭ	0,028014093	0,039084634	0,037281791

Коэффициент вовлеченности рабочей силы также имеет разнонаправленный тренд. За рассматриваемый период, в 2017 году было меньше всего персонала, за год среднесписочная численность персонала выросла на 5,6%, что позволило компании улучшить свой показатель. В 2019 году численность персонала почти не изменилось, поэтому коэффициент близок к 1.

ПАО «Аэрофлот» активно поддерживает малый и средний бизнес, большую часть закупок производит именно у них.

В таблицах 21, 22 представлены исходные данные ОАО «РЖД»

Таблица 21 – исходные данные ОАО «РЖД»

Наименование	2017	2018	2019
Атм	63,8	59,6	53,7
Вотв	6360	0	0
ТвОтх	1450	1468	1486
Зем	0	0,0011	0
Взаб	0	0	0
ПлНег	0	0	0

Таблица 22 – исходные данные ОАО «РЖД»

Показатель	2017	2018	2019
УЗ	7873,8	1527,6	1539,7
УТЗ	0	0	0
КТЗ	0	0	0
ЗКТЗ	7873,8	1527,6	1539,7
НЭ	7873,8	1527,61642	1539,7

Расчет по экологической сфере невозможен, так как отсутствуют многие исходные данные, что говорит о неполном раскрытии информации. Компании стоит уделить этому особое внимание.

В таблицах 23-24 представлены расчеты компании ОАО «РЖД»

Таблица 23 – расчет ОАО «РЖД»

Наименование	2017	2018	2019
СЧП	755	752,2	743,1
ФЗП	472662	499737	522589,745
НП	27130	34895,239	41784,346
СПиБ	2600	3000	4500
МСП	148500	0	0
ООС	5000	8000	0

Таблица 24 – расчет ОАО «РЖД»

Показатель	2017	2018	2019
КВРС	1	0,76470588	0
ФЗПК	945324	881888,824	522589,745
ПМСП	61776	0	0
СЭ	1128554	927784,063	568874,091
ИСЭ	143,330285	607,340987	369,470735

РЖД демонстрирует тщательный и качественный подход к социальной сфере, а также к персоналу. В этой области РЖД более открыты, отсутствуют данные только по закупочной деятельности за 2018 и 2019 год, а также информация о общих расходах на защиту окружающей среды за 2019 год.

В целом компания имеет устойчивое положение в ходе оценки корпоративной социальной ответственности.

В таблицах 24, 25 представлены исходные данные ПАО «Норникель»

Таблица 24 – исходные данные ПАО «Норникель»

Наименование	2017	2018	2019
Атм	1 845,8	1 926,6	1 952,7
Вотв	148000	165000	142000
ТвОтх	31 926	30 725	36 420
Зем	167,54	0	0
Взаб	1342000	1412000	1344000
ПлНег	1114,5	817,3	1042,44

Таблица 25 – исходные данные ПАО «Норникель»

Показатель	2017	2018	2019
УЗ	181771,8	197651,6	180372,7
УТЗ	0,00613131	0,00413505	0,00577937
КТЗ	1	0,67441559	0,9425984
ЗКТЗ	363543,6	330950,92	350391,718
НЭ	366044,197	330950,92	350391,718

ПАО «Норникель» является одним из загрязнителей окружающей среды нашей страны. Компания публикует достаточно открытый и развернутый отчет, но отсутствуют данные по загрязнению земель за 2018, 2019 годы.

Основной особенностью предприятия является то, что выбросы в атмосферу растут, а плата за негативное воздействие на природу уменьшается, отсюда уровень загрязнения имеет разнонаправленный тренд.

По итоговому показателю видно, что нагрузка на экологию снижается, но показатель является неточным, так как отсутствует информация о загрязнении земель.

В таблицах 26, 27 представлены расчеты ПАО «Норникель»

Таблица 24 – расчеты ПАО «Норникель»

Наименование	2017	2018	2019
СЧП	78950	75901	73715
ФЗП	97861	104711	52557,312
НП	53501,9	62554,9	115611,7
СПиБ	14711,4	17980,6	20655,4
МСП	0	0	0
ООС	33063,5	37670,1	44282,8

Таблица 24 – исходные данные ПАО «Норникель»

Показатель	2017	2018	2019
КВРС	1	0,41757402	0
ФЗПК	195722	148435,593	52557,312
ПМСП	0	0	0
СЭ	296998,8	266641,193	233107,212
ИСЭ	0,81137415	0,80568198	0,66527603

В социальной сфере отсутствует информация о малом и среднем предпринимательстве, скорей всего Норникель производит закупочную деятельность исключительно у крупных компаний.

Показатель итоговый социальный эффект демонстрирует динамику снижения, также как идет снижение фонда оплаты труда и среднесписочной численности персонала.

В таблицах 25, 26 представлены исходные данные ПАО «РусГидро»

Таблица 25 – исходные данные ПАО «РусГидро»

Наименование	2017	2018	2019
Атм	226,1	236,8	231,7
Вотв	580848	601506	594900
ТвОтх	26599,568	29620,19	23828,465
Зем	0	0	0
Взаб	743289,6	758582	758582
ПлНег	0	98,9	91,8

Таблица 26 – исходные данные ПАО «РусГидро»

Показатель	2017	2018	2019
УЗ	607673,668	631362,99	618960,165
УТЗ	0	0,00015665	0,00014831
КТЗ	0	1	0,94680994
ЗКТЗ	607673,668	1262725,98	1204997,8
НЭ	607673,668	1262725,98	1204997,8

РусГидро демонстрирует равномерный уровень загрязнения. Информация по загрязнению земельных площадей отсутствует.

В таблицах 27, 28 представлены расчеты ПАО «РусГидро»

Таблица 27 – исходные данные ПАО «РусГидро»

Наименование	2017	2018	2019
СЧП	70817	69655	69547
ФЗП	6855	7435	7905,598
НП	9868	13239	17000
СПиБ	1644,1	0	1380
МСП	0	210770	66100
ООС	1606,2	1693,5	1897,1

Таблица 28 – исходные данные ПАО «РусГидро»

Показатель	2017	2018	2019
КВРС	1	0,08503937	0
ФЗПК	13710	8067,26772	7905,598
ПМСП	0	87680,32	27497,6
СЭ	26828,3	233769,768	94282,698
ИСЭ	0,04414919	0,18513104	0,07824305

В социальной сфере отсутствует информация о расходах на социальную деятельность за 2018 год, а также о закупках у малого или среднего бизнеса за 2017 год.

Показатель итоговый социальный эффект демонстрирует разнонаправленный тренд.

## Выводы по разделу два

В ходе анализа корпоративной социальной ответственности в работе использованы методики двух рейтинговых агентств. Проведенный анализ показал, что компании, работающие в транспортной сфере более социально ответственны (Аэрофлот и РЖД), чем Русгидро и Норникель. Это вызывает удивление, так как, например, Норникель в силу своей основной деятельности наносит огромный вред экологии и при этом, можно сделать такой вывод, не компенсирует ответственным отношением к экологическим проблемам, социальной политике и проблемам общества.

Стоит отметить, что компания Аэрофлот портит себе репутацию регулярными скандалами с клиентами, что конечно же влияет на полученные результаты проведенного анализа.

По рейтингу ESG РЖД является лидером, РусГидро же занимает последнюю строчку.

Результаты исследования ОАО «РЖД» по методике рейтингового агентства АК&М некорректны, так как отсутствуют некоторые данные.



### 3 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ КСО В РФ

#### 3.1 Анализ взаимосвязи результатов деятельности российских компаний с показателями корпоративной социальной ответственности

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы были использованы методологии оценки корпоративной социальной ответственности двух разных рейтинговых агентств. Это:

1. Национальное рейтинговое агентство;
2. Рейтинговое агентство АК&М.

Выбранные методики неслучайны, так как данные агентства и объекты исследования не сотрудничают. Именно поэтому было интересно на практике посмотреть и оценить по их методологии деятельность крупнейших компаний в сфере КСО.

Национальное рейтинговое агентство получило аккредитацию только в 2019 году, а рейтинговое агентство АК&М кредитной аккредитации лишилась решением Банка России в 2017 году. Сейчас агентство АК&М специализируется на присвоении некредитных рейтингов, в том числе по устойчивому развитию, методика которой разработана в 2019 году.

Объектами исследования выступили крупнейшие компании Российской Федерации. Аэрофлот и РЖД были выбраны как представители двух компаний по перевозке людей, отличаясь путями (воздушный и наземный), их деятельность находится в одной сфере. Именно поэтому корректно сравнивать результаты анализа этих организаций. Стоит отметить, что Аэрофлот является публичным акционерным обществом, а РЖД – нет. Необходимо также проанализировать степень открытости информации по РЖД в сравнении с Аэрофлотом, в том числе в области корпоративной социальной ответственности.

Норникель и РусГидро являются гигантами цветной металлургии и энергетики, о них часто говорят, упоминаются в различных СМИ. Норникель

также является частым и большим загрязнителем окружающей среды, следовательно, большой интерес представляет их политика в сфере защиты окружающей среды и минимизации вреда от их деятельности. Русгидро интересен тем, что с одной стороны, на первый взгляд, не так очевиден их вред окружающей среде, но, с другой стороны, при этом сайт компании содержит огромное количество информации и отчетов по устойчивому развитию и корпоративной социальной ответственности. Кроме того, Норникель и Русгидро являются публичными акционерными обществами, что дает надежду на более полное раскрытие информации по итогам своей деятельности.

По итогам проведенного анализа были составлены рейтинги корпоративной социальной ответственности на основе годовых отчетов компаний. Годовые отчеты, чаще всего, однотипны по структуре, в основном состоят из таких разделов как:

1. О компании – здесь дается характеристика организации;
2. Стратегический отчет – опубликованы обращения совета директоров, стратегии и задачи компании;
3. Обзор результатов – представлены финансовые и производственные результаты деятельности, также включает обзор рынка;
4. Устойчивое развитие – здесь описаны подходы к корпоративной социальной ответственности, результаты их деятельности;
5. Корпоративное управление – подробно раскрывается состав совета директоров, система управления компанией и их вознаграждения;
6. Приложения – как правило, представлена бухгалтерская отчетность по РСБУ и МСФО, заключения независимых аудиторов и рейтинговых агентств.

Отчеты организаций большие – от 150 до 250 страниц. При этом отметим, что раскрытие информации идет неполное, например, у компании РусГидро отсутствовали данные за 2018 год о поддержке социальной сферы в числовом выражении, была описана только сама программа мероприятий в отличие от 2017 или 2019 годов. Таких примеров множество у каждой компании. Дело в том, что в

нашем законодательстве нет закона о раскрытии информации, а делиться информацией отечественные предприниматели, как правило, не горят желанием.

На основании методологии Национального рейтингового агентства нами были получены следующие результаты (рисунок 40).

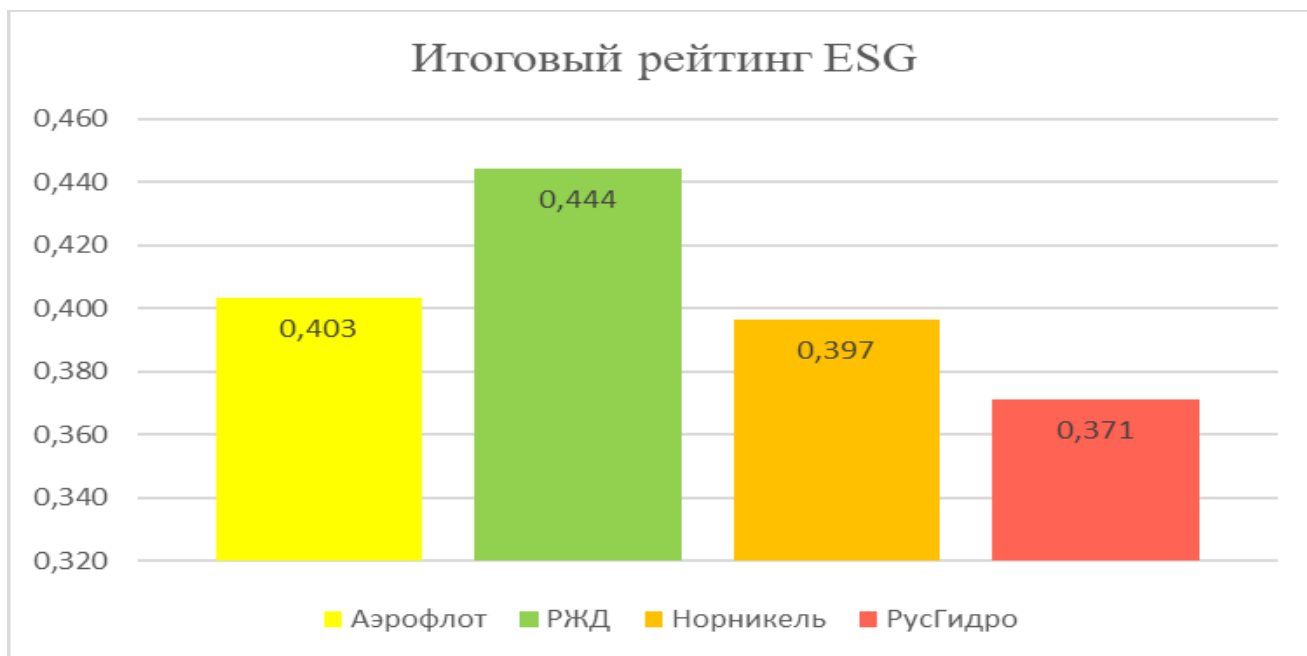


Рисунок 40 – итоговый рейтинг ESG.

Согласно результатам нашей оценки всем четырем компаниям был присвоен уровень В развивающийся. Это значит, что компании уже внесли ESG в свою деятельность и показывают динамику развития.

РЖД и Аэрофлот получают категорию В1.esg – имеют достаточный уровень интеграции повестки ESG в деятельность компании и качества соблюдения соответствующих практик.

Норникелю и РусГидро присваивается категория В2.esg – как средний уровень интеграции повестки ESG в деятельность компании.

Таким образом, проранжированный рейтинг рассматриваемых в работе компаний выглядит следующим образом: РЖД – 1, Аэрофлот – 2, Норникель – 3, РусГидро – 4.

Проранжированные результаты по методологии рейтингового агентства АК&М выглядят следующим образом (таблица 29):

Таблица 29 – Рейтинг по методике АК&М

Компания	2017	Место в рейтинге	2018	Место в рейтинге	2019	Место в рейтинге
ПАО "Аэрофлот"	0,03	3	0,04	3	0,04	3
ОАО "РЖД"	143,3	-	607,4	-	369,5	-
ПАО "Норникель"	0,8	1	0,81	1	0,7	1
ПАО "РусГидро"	0,04	2	0,19	2	0,08	2

Оценить и присвоить рейтинг РЖД невозможно, так как расчеты считаем некорректными из-за отсутствия многих данных.

Посмотрим, основные финансовые показатели компаний в таблицах 30-33.

Таблица 30 – финансовые показатели компании Аэрофлот

Наименование	2017	2018	2019
Уставный капитал, млн. руб.	1 111	1 111	1 111
Выручка, млн. руб.	446 649	504 697	551 767
Чистая прибыль, млн. руб.	28 443	2 796	5 287
Среднегодовой курс акций	175,4605059	122,823063	101,999447

Причиной падения чистой прибыли при увеличении выручки в 2018 году стал рост цен на топливо, которые подскочили в 3-4 кварталах. Однако компании удалось не уйти в минус, так как компания подняла цены на билеты, а также продала несколько самолетов.

Курс акций значительно падает с каждым годом, и это скорее всего связано со скандалами Аэрофлота с пассажирами.

Таблица 31 – финансовые показатели компании РЖД

Наименование	2017	2018	2019
Уставный капитал, млн. руб.	2 212 239	2 254 029	2 379 421
Выручка, млн. руб.	1 697 553	1 798 396	1 848 122
Чистая прибыль, млн. руб.	17 500	18 363	53 457
Среднегодовой курс облигаций	0	0	104,1043865

На основе данных таблицы заметна динамика увеличения выручки и чистой прибыли.

Отсутствуют данные по котировкам облигаций за 2017 и 2018 год.

На протяжении трех лет меняется уставный капитал.

Таблица 32 – финансовые показатели компании Норникель

Наименование	2017	2018	2019
Уставный капитал, млн. руб.	158	158	158
Выручка, млн. руб.	455 921	609 062	878 144
Чистая прибыль, млн. руб.	130 039	164 956	514 676
Среднегодовой курс акций	9345,833812	11289,27184	15037,64033

Показатели имеют положительную динамику роста. Несмотря на значительное загрязнение воздуха и окружающей среды, компания является успешной и финансово устойчивой.

Таблица 33 – финансовые показатели компании РусГидро

Наименование	2017	2018	2019
Уставный капитал, млн. руб.	426 289	426 289	426 289
Выручка, млн. руб.	144 697	162 813	155 180
Чистая прибыль, млн. руб.	36 149	36 726	38 645
Среднегодовой курс акций	0,859124891	0,652851071	0,534293454

Компания показывает стабильные финансовые показатели, что говорит о ее устойчивости.

Среднегодовой курс акций имеет разнонаправленный тренд.

Проведем корреляцию финансовых показателей и результатов рейтинга АК&М. При проведении анализа использовались статистические функции, это:

1. Корреляция, коэффициент корреляции классический, который показывает наличие линейной связи между факторами. Коэффициент варьируется от 0 до 1, критерием оценки является значение 0,7 и выше, что показывает наличие прямой связи и такую связь стоит учитывать. А значение от 0 до -1 показывает обратную связь.

2. Коэффициент Пирсона показывает нелинейную связь между факторами. Критерием оценки является значение 0,5 и выше. Коэффициент всегда является положительным.

Таблица 34 – коэффициент корреляции компании Аэрофлот

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Выручка	Среднегодовой курс акций	-0,983	0,966
Выручка	НЭ	-0,221	0,049
Выручка	СЭ	0,642	0,412
Выручка	ИСЭ	0,816	0,666
Среднегодовой курс акций	НЭ	0,038	0,001
Среднегодовой курс акций	СЭ	-0,772	0,596
Среднегодовой курс акций	ИСЭ	-0,909	0,826
Чистая прибыль	Среднегодовой курс акций	0,933	0,871
Чистая прибыль	НЭ	-0,323	0,104
Чистая прибыль	СЭ	-0,949	0,900
Чистая прибыль	ИСЭ	-0,998	0,996

Почти все показатели имеют связь, так как при вложениях в социальную ответственность компания смотрится в глазах стейкхолдеров более ответственной.

Являясь крупнейшим перевозчиком страны, большой вес представляет именно социальный эффект. Аэрофлот не раз был участником различных скандалов с пассажирами, это влияет на его репутацию авиаперевозчика, и как следствие на спрос на билеты. Именно поэтому компании важно более внимательно относиться как к пассажирам, так и в целом к обществу.

Таблица 35 – коэффициент корреляции компании РЖД

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Выручка	Среднегодовой курс акций	0,754	0,568
Выручка	НЭ	-0,945	0,894
Выручка	СЭ	-0,938	0,879
Выручка	ИСЭ	0,646	0,418
Среднегодовой курс акций	НЭ	-0,499	0,249
Среднегодовой курс акций	СЭ	-0,935	0,875
Среднегодовой курс акций	ИСЭ	-0,015	0,000
Чистая прибыль	Среднегодовой курс акций	1,000	1,000
Чистая прибыль	НЭ	-0,517	0,267
Чистая прибыль	СЭ	-0,942	0,888
Чистая прибыль	ИСЭ	0,006	0,000

Сложно коррелировать некорректные данные. Но все же если посмотреть на расчеты, то сразу бросается в глаза прямая связь чистой прибыли и среднегодового курса акций.

Таблица 36 – коэффициент корреляции компании Норникель

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Выручка	Среднегодовой курс акций	1,000	0,999
Выручка	НЭ	-0,299	0,090
Выручка	СЭ	-0,992	0,984
Выручка	ИСЭ	-0,945	0,894
Среднегодовой курс акций	НЭ	-0,277	0,077
Среднегодовой курс акций	СЭ	-0,988	0,977
Среднегодовой курс акций	ИСЭ	-0,953	0,908
Чистая прибыль	Среднегодовой курс акций	0,966	0,934
Чистая прибыль	НЭ	-0,020	0,000
Чистая прибыль	СЭ	-0,916	0,839
Чистая прибыль	ИСЭ	-0,999	0,998

Почти все показатели имеют связь, так как при вложениях в социальную ответственность компания смотрится в глазах стейкхолдеров более ответственной.

Однако при большом загрязнении Норникелем странно, что отсутствует взаимосвязь финансовых показателей и нагрузки на экологию.



Таблица 37 – коэффициент корреляции компании РусГидро

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Выручка	Среднегодовой курс акций	-0,695	0,483
Выручка	НЭ	0,938	0,880
Выручка	СЭ	0,959	0,919
Выручка	ИСЭ	0,929	0,862
Среднегодовой курс акций	НЭ	-0,901	0,812
Среднегодовой курс акций	СЭ	-0,462	0,213
Среднегодовой курс акций	ИСЭ	-0,379	0,144
Чистая прибыль	Среднегодовой курс акций	-0,898	0,806
Чистая прибыль	НЭ	0,618	0,382
Чистая прибыль	СЭ	0,024	0,001
Чистая прибыль	ИСЭ	-0,067	0,004

Результаты посчитанных коэффициентов показывают, что есть связь между такими показателями как:

1. Выручка и среднегодовой курс акций – чем выше выручка, тем выше курс акций;

2. Среднегодовой курс акций и нагрузка на экологию – экологическая политика и выбросы влияют на курс акций, также как затраты на охрану окружающей среды;

3. Чистая прибыль и среднегодовой курс акций – наличие такой связи говорит о том, что чем выше показатель чистой прибыли, тем выше курс акций компании, тем больше их покупают.

4. Среднегодовой курс акций и социальный эффект – у трех компаний из четырех рассмотренных в работе имеется высокий уровень связи. Это говорит о том, что эти компании могут управлять своим рыночным курсом акций в том числе и за счет грамотной социальной политики, показывая обществу активное социально ответственное поведение.

5. Чистая прибыль и социальный эффект (и/или итоговый социальный эффект) – у большинства рассмотренных компаний (кроме Русгидро) наблюдается или взаимосвязь размера чистой прибыли с одним из показателей КСО или с двумя сразу. Это говорит о том, что чем больше размер чистой прибыли компании, тем больше у нее финансовых возможностей для проведения социальных и экологических мероприятий.

На основе данных четырех компаний и двух методик оценки проведем анализ корреляции показателей за 2019 год.

Таблица 38 – коэффициент корреляции компаний

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Выручка	Среднегодовой курс акций	0,032	0,001
Выручка	НЭ	-0,367	0,135
Выручка	СЭ	0,575	0,331
Выручка	ИСЭ	0,915	0,837
Выручка	Е	0,973	0,946
Выручка	S	0,913	0,833
Выручка	G	-0,825	0,681
Выручка	ESG	0,951	0,905
Среднегодовой курс акций	НЭ	-0,345	0,119
Среднегодовой курс акций	СЭ	-0,368	0,136
Среднегодовой курс акций	ИСЭ	-0,329	0,108
Среднегодовой курс акций	Е	0,084	0,007

## Окончание таблицы 38

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Среднегодовой курс акций	S	-0,297	0,088
Среднегодовой курс акций	G	0,498	0,248
Среднегодовой курс акций	ESG	-0,154	0,024
Чистая прибыль	Среднегодовой курс акций	0,997	0,993
Чистая прибыль	НЭ	-0,419	0,119
Чистая прибыль	СЭ	-0,387	0,296
Чистая прибыль	ИСЭ	-0,271	0,281
Чистая прибыль	E	0,115	0,687
Чистая прибыль	S	-0,268	0,858
Чистая прибыль	G	0,470	0,952
Чистая прибыль	ESG	-0,125	0,872
E	НЭ	-0,179	0,032
E	СЭ	0,702	0,492
E	ИСЭ	0,829	0,687
S	НЭ	-0,013	0,000
S	СЭ	0,828	0,686
S	ИСЭ	0,906	0,821
G	НЭ	-0,053	0,003
G	СЭ	-0,828	0,686
G	ИСЭ	-0,904	0,818
ESG	НЭ	-0,073	0,005
ESG	СЭ	0,797	0,635
ESG	ИСЭ	0,890	0,793

Из расчетов мы видим, что выручка коррелируется с итоговым показателем социальной деятельности компании (методика АК&М) и полностью коррелируется с методикой ESG, хотя имеет обратную связь с блоком G.

Чистая прибыль коррелирует с среднегодовым курсом акций почти на 100%, с методикой ESG имеет нелинейный характер.

Обратим внимание на то, что несмотря на разный характер двух рассмотренных методик, их результаты между собой коррелируют.

Методика ESG имеет связь с такими показателями методологии АК&М как социальный эффект и итоговой социальной эффективности компании, не коррелируют с показателем нагрузка на экологию. Объясняется это тем, что разные подходы и разные данные учитываются при оценке. Блок G имеет обратную связь.

Посмотрим, как изменится корреляция, если взять результаты данных за 2018 год по методики АК&М. Идея такого анализа заключается в том, чтобы выяснить, влияют ли ранее опубликованные данные по КСО и опубликованные рейтинги КСО на рейтинги и показатели компании в следующем году.

Таблица 39 – коэффициент корреляции компаний с учетом 2018 года

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Выручка	Среднегодовой курс акций	0,032	0,001
Выручка	НЭ	-0,364	0,133
Выручка	СЭ	0,740	0,548
Выручка	ИСЭ	0,915	0,837
Выручка	Е	0,973	0,946
Выручка	S	0,913	0,833
Выручка	G	-0,825	0,681
Выручка	ESG	0,951	0,905
Среднегодовой курс акций	НЭ	-0,346	0,120
Среднегодовой курс акций	СЭ	-0,513	0,263

Среднегодовой курс акций	ИСЭ	-0,329	0,108
--------------------------	-----	--------	-------

Окончание таблицы 39

Фактор 1	Фактор 2	Коэффициент корреляции	Коэффициент Пирсона
Среднегодовой курс акций	E	0,084	0,007
Среднегодовой курс акций	S	-0,297	0,088
Среднегодовой курс акций	G	0,498	0,248
Среднегодовой курс акций	ESG	-0,154	0,024
Чистая прибыль	Среднегодовой курс акций	0,997	0,993
Чистая прибыль	НЭ	-0,420	0,120
Чистая прибыль	СЭ	-0,502	0,069
Чистая прибыль	ИСЭ	-0,271	0,631
Чистая прибыль	E	0,115	0,687
Чистая прибыль	S	-0,268	0,858
Чистая прибыль	G	0,470	0,952
Чистая прибыль	ESG	-0,125	0,872
E	НЭ	-0,176	0,031
E	СЭ	0,783	0,613
E	ИСЭ	0,829	0,687
S	НЭ	-0,010	0,000
S	СЭ	0,950	0,903
S	ИСЭ	0,906	0,821
G	НЭ	-0,056	0,003
G	СЭ	-0,977	0,955
G	ИСЭ	-0,904	0,818
ESG	НЭ	-0,070	0,005
ESG	СЭ	0,903	0,816
ESG	ИСЭ	0,890	0,793

Результаты анализа получились почти похожие с анализом корреляции показателей 2019 года. Однако, выручка стала коррелировать с социальным эффектом, при этом связь является прямой.

Чистая прибыль коррелирует с социальной эффективностью деятельности компании и имеет нелинейный характер. Таким образом мы можем сделать вывод, что компании, имеющие более высокие показатели по КСО и устойчивому развитию обладают большим доверием у потребителей, партнеров, государства, и как следствие, имеют больше возможностей для получения большей выручки и соответственно прибыли. Верно и обратное, компания, которая получила хорошие финансовые результаты в прошлом отчетном году и вложила часть своей прибыли в мероприятия КСО, будет иметь более высокие показатели по своей основной деятельности в следующем отчетном году и также более высокие рейтинги устойчивого развития.

### 3.2 Разработка рекомендаций по направлениям устойчивого развития российских компаний

Параметр устойчивого развития – это умение управлять компанией в быстро меняющейся среде. Основной управляющей силой является компетентный менеджмент, который быстро реагирует и оказывает воздействие на стабильность компании в период изменчивости внешней среды. Устойчивость компании положительно влияет на ее репутацию.

Для получения данного результата компании, которые заинтересованы в устойчивом развитии внедряют в свою деятельность корпоративную социальную ответственность. Так как социальная ответственность является источником повышения эффективности.

Улучшить отношение и вызвать доверие можно только опираясь на ожидания стейкхолдеров и ведение честной деловой практики. Это приведет к стабильности компании, а также к повышению уровня репутации.

Следовательно, построение ответственного бизнеса – это такая стратегия, при которой улучшается операционная деятельность компании, снижаются риски, укрепляются отношения с заинтересованными сторонами, а также создается конкурентное преимущество.

В начале нашего исследования мы разобрали, что такое КСО и историю возникновения. Далее рассмотрели стандартизацию и правовую основу социальной ответственности. В заключении раздела один познакомились с моделями КСО зарубежных стран, а также с их статистикой.

Итак, исследуя модели КСО разных стран, можно выделить проблемы российской модели такие как:

1. Коррупционные действия – коррупция в России процветает в любой отрасли и на любом уровне, это является главной проблемой нашей страны;

2. Недостаток в целеустремлённой политики государства в области КСО – так как нет четких законов, программы, субсидий хотя бы для тех компаний, которые внесли в свою деятельность корпоративную социальную ответственность;

3. Нежелание российских предпринимателей демонстрировать свою финансовую деятельность перед налоговыми органами – сокрытие информации, уклонение от уплаты налогов, а также переводы активов в офшорные зоны – все это говорит, по сути, о жадности владельцев, к тому же часто КСО путают с благотворительностью и компаниям попросту не хочется платить лишние налоги;

4. Отсутствие оценки результатов и эффекта реализуемых компанией социальных программ – социальная деятельность компаний остается в большинстве случаев одним из инструментов пиара, а не ассоциируется у потребителей с политикой устойчивого развития.

Применение КСО на макроэкономическом уровне дает организации положительный имидж, что улучшает общественное мнение о компании и увеличивает лояльность потребителей.

Примечательно, что в России КСО занимаются в основном только крупные компании, частью из которых в большей мере владеет государство. Малый и

средний бизнес почти не вносит корпоративную социальную ответственность в свою деятельность. А если и вносят, то их процент очень маленький и чаще всего деятельность КСО направлена на проблемы, которые связанные непосредственно с их организацией.

В разделе два дана краткая характеристика компаний и их подходы в области КСО, далее мы рассмотрели методологию оценки двух рейтинговых агентств, причем одна методика является экспертной, а вторая – количественной и провели по этим методикам анализ наших организаций.

Сравнивая крупнейшие российские компании, были выявлены три основные проблемы:

1. Неуважение к клиентам и нежелание прислушиваться к ним;
2. Нераскрытие информации, а также преувеличение некоторых факторов;
3. Растрата ресурсов и желание экономить почти на всем начиная от оборудования и заканчивая заработной платой для специалистов.

Также можно сделать выводы конкретно по компаниям:

1. ОАО «РЖД» – самая устойчивая компания, так как вред для окружающей среды очень маленький. Нужно лишь обращать внимание на предложения общества и стараться реализовывать эти предложения.

2. ПАО «Аэрофлот» – постоянные скандалы с клиентами, нежелание идти на контакт с ними. Хотя компания и старается перейти на экологическое топливо, вред пока окружающей среде они все равно наносят.

3. ПАО «Норникель» – проблемное предприятие, так как выбросами наносят большой вред окружающей среде и людям, живущим в городах присутствия, аварии на производстве происходят достаточно часто;

4. ПАО «РусГидро» – аварии на гидроэлектростанциях, видимо, связано с экономией на материалах для строительства и обслуживания дамб. Численность персонала снижается с каждым годом, можно сделать вывод, что условия труда не соответствуют действительности, описанные в годовых отчетах.



Рекомендации для российских компаний, вводящих практику КСО по усовершенствованию и росту ее результативности:

1. Воспринимать корпоративную социальную ответственность, как целую систему инноваций, которая не только позволит результативно решить общественные трудности, но также обеспечить крепкое конкурентное превосходство.

2. Взаимосвязь на стабильной основе с внешними стейкхолдерами – это ресурс для совершенствования компаний на устойчивом равновесии взаимно обоюдных отношений.

3. Для прогресса в России социальной ответственности не обойтись без агитации социальной практики. Таким образом, компании на рынке будут совершенствовать свой имидж.

4. Продолжать обозначать компании свое место на рынке как серьезного игрока, не устремленного к непродолжительной выгоде, а стремящегося на долговременные перспективы, привести риски своих клиентов к минимуму и распространение ответственных деловых практик.

5. Инициативно сохранять интернациональный обмен опытом в сфере КСО, как вид немаловажного социального сотрудничества, заинтересовывать в этом опыте разнообразные фирмы.

6. Поддерживать баланс между экономической выгодой для компании и неэкономическими ожиданиями общества – к примеру взять Аэрофлот, их скандал с перевозкой животных. Для потребителя главным будет являться комфорт его домашнего любимца, и он будет готов заплатить чуть больше. Для компании это финансово будет выгодно, а для потребителя – это спокойствие, лояльность по отношению к компании;

7. Вводить современные проекты, цель которых решение основных проблем не только в России, но и во всем мире целом – например, глобальное изменение климата;

8. Создание общенациональной методики оценки внешней КСО, сообща с государственными органами и экспертами, а также с другими компаниями, опираясь на опыт интернациональной работы и принятие данной методики оценки КСО.

9. Организация подразделения по устойчивому развитию – создание менеджмента КСО позволит компаниям навести порядок в отчетности. Чаще всего компании публикуют отчет о устойчивом развитии в годовом отчете. Мне, как пользователю, было бы удобнее посмотреть полный отчет о социальной ответственности, где все будет подробно описано, на какую программу и сколько было выделено, динамику изменения затрат на эту программу. Это важная составляющая, чтобы все заинтересованные стороны могли оценить деятельность, программы, результаты компании, сравнить с отраслью и конкурентами.

На последней рекомендации остановимся подробнее, так как анализ организационной структуры компаний показал, что наличие такого подразделения особенно важно. Данный отдел будет отвечать на всю сферу КСО от разработки программ до публикации полных и информативных отчетов.

На рисунке 41 показана организационная структура ПАО «Аэрофлот», отсюда мы видим, что имеется отдел охраны труда и окружающей среды. В данный отдел можно добавить разработку социальных программ, благотворительность и спонсорство. Таким образом, получится полноценный отдел по корпоративной социальной ответственности.





Рисунок 42 – Организационная структура ОАО «РЖД».

На рисунке 43 организационная структура ПАО «Норникель». Предприятие имеет комитет по устойчивому развитию, данные публикуются более-менее в полном объеме, но также имеются неточности.

# СТРУКТУРА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

< Принципы и подходы | Совет директоров >

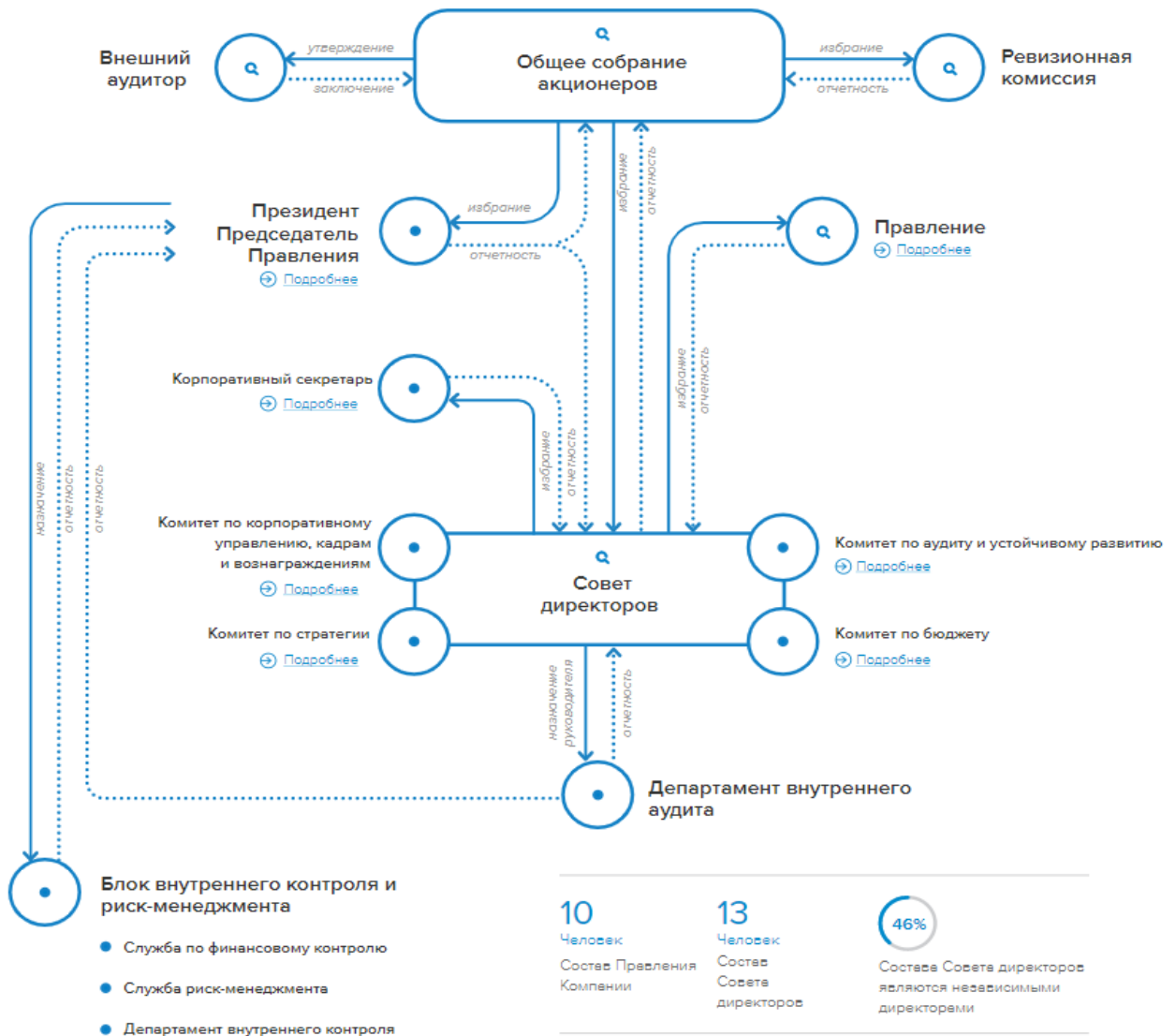


Рисунок 43 – Организационная структура ПАО «Норникель».

На рисунке 44 отражена организационная структура ПАО «РусГидро». Отсутствует даже приблизительно какой-либо отдел по устойчивому развитию. Информация в годовых отчетах публикуется в большей степени формально.



### Выводы по разделу три

Весь вышеизложенный материал говорит нам о том, как важна корпоративная социальная ответственность, как важна здесь роль государства. Ведь таким образом государство и бизнес будут ближе взаимодействовать с обществом, решая острые проблемы. А взаимодействие этих трех групп поможет улучшить экологическую обстановку, сохранить и расширить биоразнообразие. Тем самым сохранить и защитить нашу прекрасную природу на долгие годы.

Невзирая на имеющиеся проблемы и опираясь на относительно недолгую историю существования КСО в России, можно оценить эту деятельность, как развивающуюся. По сравнению с западными коллегами мы сильно отстаем, но, если проработать и закрепить все на законодательном уровне или хотя бы просто задуматься об этом, то это послужит существенным толчком для следующего этапа развития.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе рассмотрены теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности.

В разделе 1.1 приведено понятие корпоративной социальной ответственности, в разделе 1.2 рассмотрена стандартизация и правовая основа КСО, в разделе 1.3 приведены подходы зарубежных стран в сфере КСО, в разделе 1.4 проведен анализ социальной политики западных стран.

Рассмотрены методики оценки корпоративной социальной ответственности.

В разделе 2.1 дается характеристика исследуемых предприятий, в разделе 2.2 описывается и проводится расчет по методологии Национального рейтингового агентства, в разделе 2.3 рассматривается методология рейтингового агентства АК&М.

Рассмотрены основные направления использования концепции КСО в РФ.

В разделе 3.1 проведен анализ взаимосвязи результатов деятельности российских компаний с показателями корпоративной социальной ответственности, в разделе 3.2 проводится разработка рекомендаций по направлениям устойчивого развития российских компаний.

Таким образом, на основе приведенного нами обзора практики КСО европейских компаний можно сказать, о непосредственно тесной связи бизнеса и общества, исполняемого в рамках государственного управления.

Характерной особенностью подхода в Европе представляет собой то, что практика КСО управляется законом, а то есть на деле обязательна. Благодаря этому содействию развития компаний в Европе, сделало их лидерами в мировых рейтингах.

Именно в Америке образовались и продолжают развиваться принципы социальной опорой общества с бизнесом, например корпоративные фонды для разрешения социальных задач.



Идея КСО в Азии поддерживается в конфуцианстве, опорой служит человеколюбие, гуманность, уважении к людям и коллективизме.

В России же корпоративная социальная ответственность носит добровольный характер и чаще всего ее путают с благотворительностью. Отсутствие в законодательстве нормативно-правовых актов в сфере КСО, а также о раскрытие информации.

Согласно исследованиям Global CR RepTrak – социально-активная компания имеет более лояльных покупателей, а ответственное лидерство обеспечивает высокие показатели в области КСО.

Рассмотрены методики двух агентств из чего можно сделать вывод, что компании в сфере транспорта более ответственны, чем предприятия.

Однако, аэрофлот портит себе репутацию регулярными скандалами с клиентами.

По рейтингу ESG РЖД является лидером, РусГидро же занимает последнюю строчку.

Результаты исследования ОАО «РЖД» по методики рейтингового агентства АК&М некорректны, так как отсутствуют данные.

В ходе исследования был выявлен ряд проблем российской модели корпоративной социальной ответственности. Исходя из этих проблем были сформированы рекомендации как для государства в целом, так и для компаний в частности.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Бурчакова М.А. Становление системы социальной корпоративной отчетности: международный опыт и Россия // Экономический анализ: теория и практика. - 2012. - № 8(137). – С. 32–44
- 2 Зарецкий А.Д. Корпоративная социальная ответственность: от благотворительности к имиджу // Экономика: теория и практика. - 2011.(231) – С. 89–95.
- 3 Курбатова М.В. Социальная ответственность российского бизнеса/Курбатова М.В., Левин С.Н.// ЭКО.-2011.(576) – С. 276–277.
- 4 Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие/В.В.Бондаренко - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.(313) – С. 41–50.
- 5 Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции.-2011.(140) – С. 28–35.
- 6 Новичков, А. В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночных отношений – 2010. – № 2 (56). – С. 25–28.
- 7 Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, 2014.(243) – С. 63–73.
- 8 Корпоративное управление: вопросы практики и оценки российских компаний монография / О.В. Бандалюк, И.В. Березинец, А.В. Бухвалов, Д.Л. Волков, Т.А. Гаранина, Ю.Б. Ильина.-2015(242) – С 23–31.
- 9 Основы корпоративного управления: Учебное пособие / А.Г. Дементьева;- 2013(194) – С. 372–377.
- 10 Корпоративное управление: / И.Ю. Бочарова. - М.: ИНФРА-М, 2012.(270) – С. 304–309.
- 11 Курьянова С.С. Регулирование корпоративной социальной ответственности на федеральном и региональном уровнях // Журнал «Теория и практика общественного развития». 2012. № 8. С. 338–340.

12 Баранов Г.В. Критерий корпоративной социальной ответственности в социальной политике // Журнал «Инновационная наука». 2015. № 5(5). Том 3. С. 184–186.

13 Бадюкина, Е.А. Формирование корпоративной социальной ответственности и рост рыночной капитализации компаний / Е.А.Бадюкина, Н.В.Кучерина // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. - 2007. - № 13. - С.22.

14 Данилова, Е. КСО как благотворительность – это прошлое. Аналитика / Е.Данилова // ЗАО ПАКК. - 2008. - №9. - С.18.

15 Шапочка, Е. Стратегии социальной ответственности в маркетинге компаний / Е.Шапочка // Журнал управление компанией. - 2005. - №9. - С.8.

16 Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/)

17 Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая // Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

18 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.07.2016) // Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

19 Федеральный закон № 135-ФЗ от 11.08.1995 «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» // Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

20 Московская биржа [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.moex.com/>

21 Сайт про инвестиции и фондовые рынки [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://investfunds.ru/>

22 Сайт проверки контрагентов [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.spark-interfax.ru/>

23 Сайт раскрытия информации [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://e-disclosure.ru/>

24 Финансовый портал [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.finam.ru/>

25 Глобальные лидеры КСО [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://reputationcapital.blog/2018/10/nazvany-globalnye-lidery-v-oblasti-kso-2018-goda/>

26 Годовой отчет ПАО «Аэрофлот» за 2017 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user\\_upload/files/rus/common\\_info/gosa\\_doc\\_2018/ar2017\\_rus.pdf](https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user_upload/files/rus/common_info/gosa_doc_2018/ar2017_rus.pdf)

27 Годовой отчет ПАО «Аэрофлот» за 2018 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user\\_upload/files/rus/reports/annual\\_reports/aeroflot\\_ar18\\_rus.pdf](https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user_upload/files/rus/reports/annual_reports/aeroflot_ar18_rus.pdf)

28 Годовой отчет ПАО «Аэрофлот» за 2019 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user\\_upload/files/rus/common\\_info/gosa\\_doc\\_2020/AFLT-ar19-ru\\_\\_1\\_.pdf](https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user_upload/files/rus/common_info/gosa_doc_2020/AFLT-ar19-ru__1_.pdf)

29 Официальный сайт ПАО «Аэрофлот» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru>

30 Официальный сайт ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://company.rzd.ru/>

31 Годовой отчет ОАО «РЖД» за 2017 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ar2017.rzd.ru/ru#expanding-horizons>

32 Годовой отчет ОАО «РЖД» за 2018 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ar2018.rzd.ru/ru>

33 Годовой отчет ОАО «РЖД» за 2019 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ar2019.rzd.ru/ru>

34 Официальный сайт ПАО «Норникель» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.nornickel.ru/>

35 Годовой отчет ПАО «Норникель» за 2017 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ar2017.nornickel.ru/#about>

36 Годовой отчет ПАО «Норникель» за 2018 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ar2018.nornickel.ru/>

37 Годовой отчет ПАО «Норникель» за 2019 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ar2019.nornickel.ru/>

38 Официальный сайт ПАО «РусГидро» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rushydro.ru/>

39 Годовой отчет ПАО «РусГидро» за 2017 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rushydro.ru/upload/iblock/940/Godovoj-otchet-RusGidro-za-2017-god-rus.pdf>

40 Годовой отчет ПАО «РусГидро» за 2018 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rushydro.ru/upload/iblock/7d9/GO-za-2018-god.pdf>

41 Годовой отчет ПАО «РусГидро» за 2019 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rushydro.ru/upload/iblock/108/Godovoj-otchet-2019-01.pdf>