

СТАНДАРТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ РОССИЙСКИМИ КОМПАНИЯМИ

По оценкам специалистов, подавляющее большинство граждан (до 85%) ничего не знают о социальных программах российских компаний и считают, что отсутствуют источники для получения этой информации. А те, кто осведомлен, не сильно отличает социальный отчет от обыкновенных рекламных объявлений.

По этой причине журналисты не пишут о социальной деятельности компании, так как нет возможности проверить достоверность информации. А компании не могут печатать результаты своей работы на правах рекламы, поскольку это не вызовет одобрения со стороны общественности. Возможный вариант для бизнеса – это создание структурированного, полного социального отчета. Только такой документ может быть серьезно обсуждаться.

В настоящее время не существует единого мнения о том, каким должен быть социальный отчет. До сих пор поступают рекомендации по социальной отчетности. Существует множество стандартов социальной отчетности. Наибольшее распространение получили два стандарта. Первый - Global Reporting Initiative, или GRI («Глобальная инициатива по отчетности», или ГИО). Этот стандарт был создан в 1997 году и предназначен для компаний, которые только начинают вводить в практику социальную отчетность. ГИО напоминает финансовый отчет и составляется по тем же принципам. Второй стандарт - AA1000 (AccountAbility 1000, или по-русски «Подотчетность 1000»). Стандарт AA1000 был разработан в Великобритании в 1997 году. Этот стандарт хорош тем, что он указывает на недостатки в социальной стратегии компании и может служить дополнением к ГИО.

Что касается самого Стандарта AA1000, он имеет свои определенные требования. Они касаются планирования, отчетности, подготовки отчета и проведения аудита, внедрения социальной отчетности в повседневную практику организации. Использование стандарта AA1000 продолжает расти. Стандарт AA1000 является наиболее используемым стандартом. Стандарт применим компании, ведущей любой бизнес. Серия стандартов AA1000 включает в себя:

- AA1000 Framework, 1999

Этот стандарт был разработан, чтобы помочь организациям построить социальную ответственность через качественный социальный и этический отчет, аудит. Стандарт адресован необходимости для компаний вводить работу их заинтересованных сторон в ежедневные дела компании.

- AA1000 Assurance Standard

AA1000 Assurance Standard является первым незапатентованным стандартом, который включает все о деятельности компании. Этот стандарт оценивает правильность отчета, определяет те процессы, которые предоставляют информацию о деятельности компании.

- AA1000 Stakeholder Engagement Standard

Этот стандарт дает возможность заинтересованным сторонам быть услышанными. И обязанность компании заключается в том, чтобы в полной мере ответить заинтересованным сторонам. Стандарт предоставляет широкую базу для внедрения и оценки деятельности заинтересованных сторон.

Первой компанией в России, составившей социальную отчетность, стала компания «ВАТ» (British American Tobacco). Компания начала разработку социального отчета в 2001 году и к настоящему моменту выпустила уже два социальных отчета. Отчет представляет собой буклет на двух языках: русском и английском. В своем первом социальном отчете компания Бритиш Американ Тобакко следовала стандарту AA1000. ЗАО «Бюро Веритас

Русь», верифицирующая компания, проводила всесторонний анализ процесса социальной отчетности компании «Бритиш Американ Тобакко». Одной из целей проведения аудита было установление степени соответствия процесса социальной отчетности, внедряемого компанией, требованиям стандарта AA1000.

Для «Бритиш Американ Тобакко» программа социальной отчетности – это еще один способ усовершенствовать работу и рассказать общественности о своих достижениях и о том, насколько они соотносятся с признанными в мировом сообществе стандартами. Основное преимущество социальной отчетности – внедрение в повседневную практику компании системы постоянного диалога с представителями групп или организаций, на которых деятельность компании может оказывать влияние или которые сами влияют на деятельность компании. Программа социальной отчетности дает компании возможность узнать, что ожидают современные люди от табачных компаний, и начать действовать в соответствии с этими ожиданиями. Компания намерена и дальше продолжать конструктивный диалог, касающийся всех вопросов, связанных с их деятельностью, постоянно расширяя круг своих собеседников.

Не все российские компании еще осознают всех преимуществ, которые дает социальная отчетность, и того факта, что только прозрачные компании, ведущие постоянный диалог со своими ключевыми аудиториями, могут рассчитывать на устойчивость в будущем.