

УДК 334.021

Корабейников И.Н.,
кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры менеджмент
Оренбургский государственный университет
Россия, г. Оренбург
Учкина В.А.,
студент магистратуры
2 курс, направление подготовки: менеджмент
Оренбургский государственный университет
Россия, г. Оренбург

ОБЗОР МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Аннотация: *Статья посвящена обзору методического инструментария анализа социальной ответственности бизнеса. Освещена классификация существующего методического инструментария анализа социальной ответственности бизнеса. Рассмотрены авторские методики оценки социальной ответственности бизнеса Н.А. Кричевского, С.Ф. Гончарова, Г.Л. Тульчинского, РА «Репутация», консалтинговая компания «Евроменеджмент», В.А. Бахметьева, Г.Л. Тульчинский. Анализ проводится путем сравнения методик, выявления их достоинств и недостатков.*

Ключевые слова: *методика, бизнес, корпорация, корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, институциональная среда*

Annotation: *The article is devoted to a review of the methodological tools for analyzing the social responsibility of business. The classification of the existing methodological tools for analyzing the social responsibility of business is highlighted. The author's methods of assessing the social responsibility of business*

by N.A. Krichevsky, S.F. Goncharova, G.L. Tulchinsky, RA "Reputation", consulting company "Euromanagement", V.A. Bakhmetyeva, G.L. Tulchinsky. The analysis is carried out by comparing techniques, identifying their advantages and disadvantages.

***Key words:** methodology, business, corporation, corporate social responsibility, business social responsibility, institutional environment.*

На сегодняшний день проблеме социальной ответственности бизнеса уделяется большое внимание со стороны как зарубежных, так и отечественных ученых. Большое количество методик анализа социальной ответственности бизнеса разработано и широко применяется как собственниками бизнеса, так и для составления общего рейтинга социально ориентированных компаний. Однако ученые предпринимают дальнейшие попытки поиска новых методов и подходов, которые позволили бы оценить социальную ответственность компании в рамках принятой оценочной системы, и совершенствования уже существующих.

Оценка социальной ответственности позволяет проверить деятельность предприятия на исполнение экологического, налогового и трудового законодательства, стандартов, кодекса корпоративного управления.

Классификация существующего методического инструментария анализа социальной ответственности бизнеса представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Классификация существующего методического инструментария анализа социальной ответственности бизнеса

Компаниям, которые находятся на первых этапах интеграции принципов социальной ответственности в свою деятельность, целесообразно использовать поэтапные методики оценки с использованием количественных данных. Для компаний, чей уровень развития социальной ответственности стремится к эталону, следует использовать более сложные интегральные методики с использованием опросов персонала, акционеров, поставщиков.

Надо сказать, что одной универсальной методики для оценки социальной ответственности бизнеса нет. Мы рассмотрим методики оценки социальных инвестиций; методику, учитывающую взаимоотношения с группами заинтересованных сторон; методику, основывающуюся на подходе использования социального аудита; методику оценки уровня социальных инвестиций; комплексную методику.

Методика, предложенная Н.А. Кричевским, С.Ф. Гончаровым содержит количественные и качественные показатели оценки эффективности социальной ответственности бизнеса. Авторы выделяют три группы

показателей, оценивающих уровень социальной ответственности бизнеса предприятия: показатели перед работниками, обществом и показатели экологической ответственности. Кроме количественных показателей авторами методики предложены показатели качественной оценки социальной ответственности бизнеса предприятия: наличие коллективного договора; публикация ежегодных отчетов в области социальной ответственности. Качественные показатели оцениваются с помощью интегрального показателя, представляющего собой сумму качественных показателей, в которой значение показателя равняется 1, если данный показатель присутствует, либо 0, если показатель отсутствует [1]. Практическая ценность предложенной методики заключается в выявлении наиболее слабых мест социальной политики предприятия.

Рассмотрим методику социальной ответственности рейтингового агентства «Репутация». Методика РА «Репутация» состоит из следующих элементов: взаимодействие с обществом; взаимодействие с потребителем; права персонала; охрана окружающей среды и экология; экономическая результативность организации. В учете рейтинга принимаются во внимание комплекс воздействий на окружающую среду и местное сообщество, а не разовые программы и мероприятия. По итогам оценки уровня социальной ответственности организации используется рейтинговая шкала, названная «российской национальной шкалой».

Консалтинговая компания «Евроменеджмент» предлагает в два этапа оценивать социальную ответственность. На первом этапе проводится социальный аудит и подготовка корпоративной отчетности в стандарте GRI. На втором этапе осуществляется верификация отчетности компании [2].

Методика В.А. Бахметьева позволяет формировать рейтинг предприятий на основе индекса социальных инвестиций. Данные, необходимые для оценки социальной ответственности организации, включает в себя такие разделы, как общая информация об организации, общеэкономическая информация, затраты на персонал, условия и охрана

труда, реестр социальных программ. Затем определяются критерии оценки по следующим направлениям: оплата труда и социальные выплаты; реализация социальных проектов; развитие персонала; организация условий и охраны труда [2]. Методику предполагается использовать для формирования рейтинга промышленных предприятий.

Комплексная методика оценки социальной ответственности предложена Г. Л. Тульчинским. Автор оценивает социальную ответственность с позиции заботы, добросовестности, сопричастности и успеха. Для каждого направления выделяют основные показатели, количество которых может варьироваться. Каждой группе присваивают баллы, их распределение осуществляется экспертной оценкой, учитывающая ситуацию в регионе, целенаправленность социальных инвестиции [3]. Данная методика позволяет оценить ключевые направления реализации корпоративной социальной политики фирмы.

Рассмотрев некоторые из существующих методик оценки анализа социальной ответственности бизнеса выдели их достоинства и недостатки в таблице 1.

Таблица 1.

Достоинства и недостатки методик анализа социальной ответственности бизнеса

Название методики/Авторы	Достоинства	Недостатки
С.Ф. Гончаров, Н.А. Кричевский	простота проведения оценки уровня социальной ответственности и универсальность (предложенные показатели присутствуют практически в любой организации, во всех сферах предпринимательской деятельности)	поверхностная оценка качественного уровня социальной ответственности, который предложено определять в зависимости от наличия определенных критериев либо их отсутствия, а не от степени проявления.
Методика «Репутация» РА	для определения итоговой рейтинговой оценки социальной ответственности	рассматриваются только 2 группы: взаимодействие с

	организации используется «стресс-факторы» и «факторы поддержки», включающие оценку деловой репутации и вида деятельности компании	обществом и взаимодействие с потребителем
Компания «Евроменеджмент»	для определения уровня социальной ответственности включаются данные, публикуемые в открытой доступе самой организацией	использование только количественных показателей
В. А. Бахметьев	оценку предполагается использовать для формирования рейтинга промышленных предприятий	отсутствие универсальности оценки, сложность её применения для непромышленных организаций
Г.Л. Тульчинский	возможность сравнения компаний независимо от сектора экономики, специализации и прочих параметров	достаточно сложна в использовании

Таким образом, был проведен обзор методического инструментария анализа социальной ответственности бизнеса. Рассмотрена классификация методик оценки социальной ответственности бизнеса. Выявлены достоинства и недостатки некоторых из существующих методик.

Использованные источники:

1. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность/ Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров.–М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008– 195 с.

2. Гулло, А.А., Филимонова Н.Г. Анализ методик оценки эффективности корпоративной социальной ответственности предприятий // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2018. №1 (7). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/ /analiz-metodik-otsenki-effektivnosti-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-predpriyatiy> - 25.12.2021.

3. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. Пособие. – СПб: Изд-во НИУ ВШЭ, 2012. – 236 с.

4. Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / Ж.А. Ермакова, И.Н. Корабейников, Р.М. Прытков: Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: Огу. 2016. – 255 с.

5. Корабейников И.Н., Штудент К.В. Социально-экономическое партнерство: понятие, принципы, проявления //Казанская наука. – 2015. – № 11. – С. 79-81.

6. Корабейников И.Н., Корабейникова О.А. Развитие социального партнерства при реализации проектов на рынке информационных услуг //Труды VII Всероссийского симпозиума по экономической теории. – 2016. – С. 25-26.