

Журнал «Экономические стратегии» представляет рейтинг российских социально ответственных компаний.

В составлении рейтинга использовалась методика оценки состояния организации в области социальной и духовной ответственности, разработанная экспертами Института экономических стратегий и Клуба православных предпринимателей с учетом требований проекта Международного стандарта ISO 26000. Рейтинг раскрывает принципы, лежащие в основе социальной ответственности, основные темы и проблемы, касающиеся социальной ответственности, способы интеграции социально ответственного поведения в стратегии, системы, практики и процессы организации.

**Н**еобходимость составления такого рейтинга сегодня очевидна как для отечественного бизнеса и иностранных партнеров, для ответственности, так и для властных структур всех уровней. Современные модернизационные процессы в России в первую очередь направлены на улучшение жизни людей, рост их благосостояния, повышение социального комфорта вообще и создание благо-



## На пути к достижению открытости и прозрачности российского бизнеса

приятной среды для осуществления бизнес-деятельности в частности.

Выступая на открытии Петербургского международного экономического форума, Президент РФ Д.А. Медведев обозначил цели модернизации: она должна сделать Россию страной, куда будут стремиться люди со всего мира в поисках мечты и лучших возможностей. Надо отметить, что акцент делается на «социаль-

ном измерении модернизации»: в первую очередь важно, что модернизация может дать каждому гражданину России. Реализация этой задачи предполагает мобилизацию социальной ответственности частного бизнеса, в сфере которого ныне работает значительное число трудоспособного населения страны.

В определенном смысле катализатором активизации социальной ответственности отечест-

---

Материал подготовлен Центром рейтингов и сертификации Института экономических стратегий при участии Т.А. Ивановой, Ю.С. Леоновой, Л.В. Полковниковой.

венного бизнеса послужил мировой кризис. Премьер-министр РФ В.В. Путин на встрече с представителями Федерации независимых профсоюзов заявил, что у многих российских бизнесменов во время кризиса повысился уровень социальной ответственности: «Я говорю совершенно искренне. Я смотрел, как в 2009 году некоторые компании реально находились на грани кризиса и банкротства. В отличие от прошлых лет собственники — не все, но многие — реально вытаскивали из карманов уже личное имущество, чтобы сохранить предприятия и коллективы».

Данный комментарий премьер-министра РФ к ситуации в российском бизнесе только подчеркивает особое внимание руководства страны к усилиям российских бизнесменов, направленным на улучшение социального климата, сохранение социальной стабильности в стране и развитие солидарности в обществе, что само по себе формирует благоприятную среду для деловой активности. Подтверждением этому служат и слова Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла: «Духовное окормление предпринимательского сообщества является одной из важных забот Церкви, так как деловые люди составляют очень важный костяк... общества, от их жизненной позиции, мировоззрения, этики зависит самочувствие и поведение огромного количества людей. Предпринимательство имеет сильное нравственное измерение».

5 апреля 2010 г. Президент РФ Д.А. Медведев подписал Закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», который позволит улучшить механизмы поддержки НКО, благотворительности и добровольчества. Федеральный закон направлен на реализацию положений Послания

Президента РФ Федеральному Собранию, касающихся введения института социально ориентированных некоммерческих организаций, и на поддержку некоммерческих организаций, осуществляющих общественно полезную деятельность. Этот закон предоставляет прямые полномочия субъектам Федерации и органам местного самоуправления по поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций (к которым в том числе относятся благотворительные ор-

## Социальная ответственность и благотворительность заслуживают государственного поощрения и стимулирования.

ганизации), благотворительности и добровольчества. Иначе говоря, это теперь не только рекомендации Концепции по поддержке некоммерческой деятельности, а полномочия — фактически обязанность. Власти демонстрируют, что социальная ответственность и благотворительность заслуживают государственного поощрения и стимулирования.

Русская Православная Церковь, от века проповедующая любовь к ближнему, справедливость и терпимость, ответственность за судьбы мира, в который мы приходим, также сегодня реализует инициативы, направленные на установление в обществе согласия, солидарности и взаимопомощи. Корни русской благотворительности уходят к тем временам, когда Православная Церковь стала основой государственности. Забота о людях, лишенных средств к существованию, в силу каких-либо обстоятельств ущемленных или не имеющих возможности самообеспечения, изначально была среди важнейших задач Русской Православной Церкви.

Со времени крещения Руси до петровских реформ дело «об-

щественного призрения» находилось исключительно в руках Церкви — уже древнейшие правовые акты определяли благотворительность как составную часть ее жизни и деятельности. Об этом свидетельствуют уставы первых русских православных монастырей, жития святых и праведников, исторические повести, древнейшие летописные своды. Церковь решала многие социальные проблемы: давала приют осиротевшим и больным, организовывала больни-

цы, бедные крестьяне получали здесь зерно для посевов, Русская Православная Церковь выделяла на социальные цели десятину из своих доходов и являлась средоточием социальной помощи старым, убогим и больным. При монастырях строились первые богадельни и больницы.

Еще киевский князь Владимир, который являлся для народа образцом сострадания, специальным уставом вменил в обязанность духовенству заниматься общественным призрением, определив десятину на содержание монастырей, церквей, богаделен и больниц. В Средние века появились братства, которые сделали благотворительность одним из основных направлений своей деятельности. Шпитали (братские приюты) создавались для тех, кто не имел возможности жить своим трудом.

Русские правители рассматривали благотворительность, заботу о людях, обделенных судьбой, не как каприз, но как обязанность власти. Так, князь Александр Невский из средств собственной казны выкупал русичей из плена. Князь Дмитрий Донской помогал погорельцам построить новое жилье, активно жертвовал средст-

ва неимущим. Смоленский князь Роман Ростиславич и вовсе раздал бедным все свое имущество. Вдова одного из русских князей после смерти супруга также раздала имущество бедным, приняла иноческий сан и, зарабатывая на жизнь рукоделием, все-таки продолжала помогать нищим.

Петр I инициировал преследование профессионального нищества, и это стало своего рода знаком эпохи. Однако одновременно законодательство того времени

заведений Российской империи. На каждые 100 тыс. жителей европейской части России приходилось шесть благотворительных учреждений. Большим влиянием стали пользоваться Общество Красного Креста (с 1867 г.) и Попечительство о домах трудолюбия и работных домах (с 1895 г.), позже переименованное в Попечительство трудовой помощи. Наиболее массовыми организациями, где оказывалась социальная помощь, стали Министерство внутренних дел (подведомствен-

тельность. Правда, некоторые формы организованного проявления благотворительности все-таки остались — к этому вынуждали острые социальные проблемы, связанные с разрухой, например массовая детская беспризорность. Надо отметить, что советское государство приняло на себя ответственность за решение всех социальных проблем, что, по идее, исключило необходимость в благотворительных организациях. Возрождение индивидуальной благотворительности (в виде массовых добровольных пожертвований на нужды обороны) произошло в годы Великой Отечественной войны.

## **Русская Православная Церковь выделяла на социальные цели десятину из своих доходов и являлась средоточием социальной помощи старым, убогим и больным.**

постановило помещать истинно нуждающихся в госпитали, богадельни, раздавать так называемые кормовые престарелым и больным, заботиться о незаконнорожденных и призрании воинских чинов. В 1775 г. по распоряжению Екатерины II были созданы специальные приказы общественного призрения. На эти приказы возлагалась обязанность по устройству и содержанию больниц, богаделен, сиротских и работных домов, а также домов для душевнобольных.

Своеобразными вехами на пути развития благотворительности в России стало создание Ведомства учреждений императрицы Марии (1797 г.) и Императорского человеколюбивого общества (1802 г.). В начале XX в. это общество имело 225 заведений, а на благотворительность в 1900 г. было израсходовано 2,5 млн руб. — огромная по тем временам сумма.

Вторая половина XIX в. стала временем активизации благотворительности в России — именно тогда было основано 95% всех благотворительных обществ и 82% всех благотворительных

ны 6895 благотворительных учреждений) и Ведомство православного исповедания (3358 учреждений).

В России появились яркие примеры индивидуальной благотворительности. Знатные аристократические семьи (Шереметевы), купцы и заводчики (Третьяков, Бахрушин, Солдатенков и др.) считали долгом и честью немало времени и средств отдавать на дело помощи нуждающимся. Так, на средства московского купечества в конце XIX в. были построены больничные здания клиник Московской медицинской академии — по тем временам лучшие больницы в Европе. Члены императорской семьи инициировали создание обществ, взявших на себя консолидацию пожертвований любого размера. Иногда эти общества решали локальные задачи (например, Общество помощи детям врачей для получения высшего образования), но они также вносили важный вклад в дело благотворительности.

После Октябрьской революции многие благотворительные организации прекратили свою дея-

90-е годы XX столетия стали временем возрождения благотворительности в России. Это было связано со становлением рыночных отношений в стране. Как известно, рыночные отношения не просто не исключают, а практически с необходимостью предполагают имущественное неравенство. Государство освободило себя от многих социальных расходов (иногда намеренно, иногда из-за того, что не располагало соответствующими ресурсами), и для многих слоев населения благотворительность стала не только существенной помощью в жизни, но и единственным спасением в некоторых случаях.

В 1995 г. вступил в силу Закон о благотворительности, который определил, что финансовую поддержку нуждающимся могут оказывать общественные организации, бизнес-структуры, российские и иностранные граждане. Было создано несколько фондов, чья деятельность распространилась на всю территорию государства, а иногда и за его пределы. По смыслу уставов и Фонд культуры, и Детский фонд, и Фонд милосердия и здоровья являются благотворительными организациями.

Представители крупного российского бизнеса также стали со-



здавать свои благотворительные фонды, причем мотивация была разной — от искреннего желания помочь до заботы о позитивном имидже компании, что, как известно, является значимым нематериальным активом. Впрочем, иногда крупные компании шли на социально ответственные действия под давлением государства — и это было своего рода платой за быстрое обогащение, то есть так частично решалась проблема перераспределения доходов в стране, где сразу сложился чудовищный разрыв между самыми богатыми и самыми бедными. Назвать это социально ответственным поведением, видимо, нельзя. Скорее речь идет о своеобразной сделке между государством и бизнесом.

Между тем утверждение социальной ответственности бизнеса — отличительная черта современных развитых стран. Социальная ответственность бизнеса — это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах. Этот вклад,

как правило, напрямую связан с основной деятельностью компании и выходит за рамки определенного законом минимума. Социальная ответственность бизнеса есть своего рода этический принцип, который становится ведущим при принятии всех управленческих решений. Социальная ответственность частного капитала и благотворительность призваны уравновесить известную жестокость общества, где имущественное расслоение является неизбежностью.

В развитых странах целые направления культуры и искусства, образования, науки, множество значимых социальных проектов существуют только на средства индивидуальных благотворителей и пожертвований корпораций. Создана благоприятная законодательная среда для развития благотворительности, например, существенно снижены налоги для компаний, ведущих активную благотворительную деятельность. Более того, выраженная социальная ответственность компаний становится показателем уровня цивилизованности ее бизне-

са, важной составной частью ее репутации и репутации ее продукции и услуг. Сегодня компания или корпорация имеет мало шансов вести уважаемый бизнес и рассчитывать на высокое место в деловой иерархии, не будучи социально ответственной.

При этом высокий уровень благотворительности в современных развитых странах — это результат политики и церкви, и государства, слияние в действиях благотворителей религиозных, духовных традиций и гражданской ответственности, баланс этического отношения к окружающему миру и выгоды. Благотворительность активно стимулируют те государства, где невысок уровень социальной защиты. Известна такая шутка: там, где Европа собирает налоги, Америка собирает пожертвования.

И все же число благотворителей в мире увеличивается, а социальная ответственность становится неотъемлемой частью репутации. Возникают новые формы благотворительности. Так, получают распространение инвестиции в схемы и проекты, создающие «новую социальную стоимость», когда по аналогии с бизнесом добиваются максимальной социальной отдачи.

Бизнес-деятельность компании и ее социальная ответственность тесно связаны. Едва ли не все сферы бизнес-активности так или иначе включают социально значимые компоненты. Социальная ответственность бизнеса — многогранное явление. Она может быть интегрирована в деятельность корпорации на совершенно разных уровнях и в разных объемах — на уровне общей политики и стратегии, организации труда и производственных процессов, развития человеческих ресурсов и трудовых отношений, финансового управления и отношений с властями, с инвесторами, общественностью, на уровне экологической ответственности ком-



Текст рескрипта императора Александра I от 1802 г. о создании Императорского человеколюбивого общества



Воспитанники приюта Императорского человеколюбивого общества за завтраком на даче. Начало 1900-х годов

пании и даже на уровне управления поставками и продажами. На всех указанных уровнях есть свои аспекты, связанные с соблюдением компанией стандартов социальной ответственности.

Компания также может соблюдать принципы социальной ответственности ради обеспечения оптимизации социальных взаимодействий со значимыми для нее сегментами среды либо рассматривать их гораздо шире — на уровне осознания собственной социальной миссии в обществе, вклада компании в развитие социума. Компании могут реализовать социальную ответственность в виде гарантий высокого качества продуктов и услуг, в честном и прозрачном ведении бизнеса, в заботе о безопасности клиентов, о развитии собственных сотрудников, в честных отношениях с партнерами и собственными наемными работниками, в корректных и этически чистых отношениях с властью и общественностью, в охране окружающей среды, поддержке науки, здравоохранения, образования, искусства, спорта, инициатив, направленных на развитие

**Во второй половине XIX в. на каждые 100 тыс. жителей европейской части России приходилось шесть благотворительных учреждений. На благотворительность в 1900 г. было израсходовано 2,5 млн руб. — огромная по тем временам сумма.**

социума, духовности в обществе и рост благосостояния граждан.

Надо признать, что, несмотря на множество масштабных благотворительных проектов и социальных инициатив, отечественный бизнес в настоящий момент находится на стадии становления социально ответственного подхода к осознанию своей роли и миссии в обществе и развитии России. Представители российского бизнеса только начинают осознавать ответственность перед обществом за свои действия, связанные с вложением капитала, в том числе в сферу благотворительности. Социально ответственное поведение либо вовсе отсутствует, либо вписано в деятельность

компаний эпизодически, а благотворительность — по сути своей действие бескорыстное, духовно необходимое — часто трактуется как спонсорство и рассчитана на рекламный эффект. При этом определенная часть продвинутых компаний все-таки осознает и реализует на практике корпоративную социальную ответственность, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, их влияние на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные социумы и другие заинтересованные стороны.

Более 500 компаний в России придерживаются кодекса корпоративного поведения. Все торгующие на внешнем рынке компании приняли кодексы корпоративного поведения, и по большей части такие кодексы совпадают. Частич-

но это связано с тем, что при составлении кодексов корпоративного поведения ведущим является формальный подход, превалирует скорее желание соответствовать стандартам цивилизованного бизнеса, что очень важно при установлении партнерских отношений на мировых рынках, а не искреннее желание реализовать принципы социальной ответственности в своей деятельности.

Известно, что корпоративная социальная ответственность предполагает выход за рамки установленных законом обязательств и имеет в виду некие дополнительные обязательства, которые компания принимает на себя в сфере улучшения качества жизни своих

работников и их семей, местного сообщества и общества в целом. В проведении политики корпоративной социальной ответственности заинтересованы компании и корпорации, которые рассчитывают на долгую жизнь своего бизнеса на рынке и потому считают приоритетом не краткосрочную прибыль любой ценой, а формирование вокруг своих капиталов благоприятного, надежного и комфортного социального мира.

Получили распространение региональные социальные проекты, учитывающие интересы местного сообщества, например повышение квалификации и уровня жизни местных жителей, благоустройство регионов, решение местных экологических проблем, поощрение местных культурных проектов. Немногие компании могут позволить себе корпоративную социальную ответственность в национальных или даже в наднациональных масштабах. Лидеры отечественного бизне-

са стали регулярно составлять социальные отчеты в соответствии с современными международными стандартами.

В условиях, когда существуют различия в трактовке содержания и смысла благотворительности и корпоративной социальной ответственности, появление рейтинга социально ответственных

### Возрождение индивидуальной благотворительности произошло в годы Великой Отечественной войны.

компаний, составленного на основе целой системы научно обоснованных критериев, является своевременным и необходимым в целях формирования верных корпоративных и нравственных ориентиров для компаний, стремящихся занять лидирующие позиции в деловой сфере и утвердить свою миссию в обществе.

Используемая в представленном рейтинге Методика оценки со-

стояния организации в области социальной и духовной ответственности разработана Центром рейтингов и сертификации ИНЭС в целях унификации информации о социальной направленности деятельности организаций для проведения анализа внешним окружением: органами власти, инвесторами, партнерами по бизнесу, сотрудниками

и потенциальными работниками организаций. Рейтинг состоит из трех сегментов — крупнейший, крупный и средний (в зависимости от объема реализации и отчислений на благотворительность).

Авторы методики под социальной ответственностью организации понимают уплату налогов, создание рабочих мест, выплату заработной платы, реализацию социальных программ для персонала, спонсорство и благотворительность, а также реализацию мероприятий по охране труда и экологических программ.

По замыслу Клуба православных предпринимателей, по инициативе которого разрабатывалась данная методика, «внедрение стандартных форм социальной отчетности направлено на становление корпоративной социальной ответственности бизнеса, повышение социальной направленности деятельности организаций». Клуб православных предпринимателей исходит из того, что распространение практики социальной отчетности должно стать важнейшей задачей государства и общества на пути к достижению открытости и прозрачности российского бизнеса. Только так можно будет обеспечить успех модернизационных процессов в стране.

■

ПЭС 11050/20.04.2011





## 50 крупнейших социально ориентированных компаний России

№ п/п	Компания	Рейтин- говый статус	Регион	Отрасль
<b>КРУПНЕЙШИЕ</b>				
1	ОАО «Газпром»	A	Москва	Нефтяная и нефтегазовая промышленность
2	АФК «Система»	A	Москва	Многоотраслевые холдинги
3	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	A	Москва	Нефтяная и нефтегазовая промышленность
4	ОАО «ГМК «Норильский никель»	A	Москва	Цветная металлургия
5	ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат» <sup>1</sup>	A	Липецк, Липецкая обл.	Цветная металлургия
6	ОАО «Сургутнефтегаз»	A	Сургут, ХМАО	Черная металлургия
7	ОАО «СУЭК»	A	Москва	Угольная промышленность
8	ОАО «Сбербанк России»	A	Москва	Банковская деятельность
9	ОАО «Концерн «Росэнергоатом»	A	Москва	Электроэнергетика
10	ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии»	A	Москва	Транспорт
11	ООО «X5 Ритейл групп»	A	Москва	Розничная торговля
12	ООО «УК «Металлоинвест»	B	Москва	Черная металлургия
13	Группа «Газпромбанк»	B	Москва	Банковская деятельность
14	ООО «Евраз Групп С.А.» <sup>2</sup>	B	Москва	Черная металлургия
15	ОАО «НК «Роснефть»	B	Москва	Нефтяная и нефтегазовая промышленность
16	ОАО «Северсталь»	B	Москва	Черная металлургия
17	ООО «УК «Мечел»	B	Москва	Черная металлургия
18	ОАО «Связьинвест»	C	Москва	Телекоммуникации и связь
19	ОАО НК «Руснефть»	C	Москва	Нефтяная и нефтегазовая промышленность
20	ОАО «ОК «Русал»	C	Москва	Цветная металлургия
<b>КРУПНЫЕ</b>				
21	ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга»	A	Санкт-Петербург	Жилищно-коммунальное хозяйство
22	ОАО «Ростелеком»	A	Москва	Телекоммуникации и связь
23	ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания»	A	Москва	Пищевая промышленность
24	ОАО «НоваТЭК»	A	Москва	Нефтяная и нефтегазовая промышленность
25	ЗАО АК «Алроса»	A	Москва	Промышленность драгоценных металлов и алмазов
26	ОАО «Группа «„Илим“»	A	Москва	Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность
27	ООО «Нестле Россия»	A	Москва	Пищевая промышленность
28	ОАО «ТВЭЛ»	A	Москва	Машиностроение
29	Группа компаний «Протек»	A	Москва	Оптовая торговля
30	ОАО «Минерально-химическая компания «Еврохим»	A	Москва	Химическая и нефтехимическая промышленность
31	Группа компаний «Волга-Днепр»	B	Москва	Транспорт
32	ЗАО «СУ-155»	B	Москва	Строительство
33	ОАО «АК «Трансаэро»	B	Москва	Транспорт
34	ОАО «Компания Юнимилк»	B	Москва	Пищевая промышленность
35	ФГУП «Космическая связь»	B	Москва	Телекоммуникации и связь
36	ОАО «Уралкалий»	B	Березники, Пермский край	Химическая и нефтехимическая промышленность
37	ОАО «Комстар – Объединенные ТелеСистемы»	B	Москва	Телекоммуникации и связь
38	ОАО «Россельхозбанк»	B	Москва	Банковская деятельность
39	«СИА Интернешнл Лтд»	C	Москва	Оптовая торговля
40	ЗАО «Атомстройэкспорт»	C	Москва	Оптовая торговля
<b>СРЕДНИЕ</b>				
41	ОАО «МРСК Волги»	A	Саратов, Саратовская обл.	Электроэнергетика
42	«Бритиш Американ Табакко Россия»	A	Москва	Табачная промышленность
43	ОАО «Сибуглесбыт»	A	Новокузнецк, Кемеровская обл.	Угольная промышленность
44	Московская международная высшая школа «МИРБИС»	A	Москва	Бизнес-образование
45	ОАО «Тихорецкий машиностроительный завод им. В.В. Воровского»	A	Москва	Машиностроение
46	ОАО Группа «Разгуляй»	A	Москва	Агропромышленный комплекс
47	ОАО «Российские коммунальные системы»	A	Москва	Жилищно-коммунальное хозяйство
48	ОАО «Минеральные удобрения»	B	Россошь, Воронежская обл.	Химическая и нефтехимическая промышленность
49	ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком»	B	Москва	Телекоммуникации и связь
50	ОАО «МРСК Сибири»	B	Красноярск, Красноярский край	Электроэнергетика

<sup>1</sup> В том числе ОАО «Морской порт Санкт-Петербурга».

<sup>2</sup> В том числе Нижнетальгильский металлургический комбинат, Западно-Сибирский металлургический комбинат, Кузнецкий металлургический комбинат, Качканынский ГОК «Ванадий».