

Рабочие материалы к семинару

**Новые представления о ценности компаний и будущем рынков:**

**роль рейтингов устойчивого развития**

30 сентября 2013г., 17.00,

Москва, РСПП, зал «Котельнический»

**Глобальная инициатива по рейтингам устойчивого развития (*GISR*)**

**Этап 1. Базовые принципы**

 **(сокращенное изложение версии для обсуждения: Global Initiative For Sustainability Ratings (GISR)Standard and Accreditation Process. Component 1: Principles. Beta Version for Public Consultation, 2013. PP.8-21)**

**Принципы в структуре стандарта**

Стандарт GISR будет включать три компонента – принципы, темы, индикаторы. На первом этапе предлагается определить комплекс базовых принципов, которые задавали бы основу для построения доверия к рейтингам со стороны стейкхолдеров.

Бета-Версия 12-ти базовых принципов, представленных ниже, учитывает публичные комментарии к ранее опубликованному предварительному варианту первого компонента Стандарта *GISR* по рейтингам корпоративной устойчивости.

**Роль принципов**

В ходе разработки рейтингов устойчивости разработчики сталкиваются со множеством разных точек зрения и должны четко определить свою позицию, которая задаст характер и содержание их продукта, а также, в конечном счете, его убедительность и влиятельность. Предлагая комплекс принципов, на которых может базироваться выбор этой позиции, *GISR* опирается на богатый опыт организаций, которые разрабатывали принципы деятельности по сбору, систематизации, анализу и представлению информации в сфере устойчивого развития. Это такие организации, как Глобальная инициатива по отчетности (*GRI*), Совет по стандартам учета в сфере устойчивого развития (*SASB*), Международный совет по интегрированной отчетности (*IIRC*), Принципы ответственного инвестирования ООН (*UNPRI*), а также *ARISTA*, стандарт исследования в сфере ответственного инвестирования. Главный урок этих инициатив состоит в том, что действенные принципы должны быть численно ограниченными, иметь четкую формулировку, а также быть доступными и удобными для ключевых заинтересованных сторон. Принципы должны определять основные признаки системы рейтингов, необходимые для достижения высокого уровня доверия и полезности для потребителей.

**Дефиниции**

**1. Рейтинг:** Набор методологий, правил и методик, включающих, но не ограничивающихся, принципами, вопросами и индикаторами, используемыми для оценки одного и более аспектов деятельности компаний в области устойчивого развития.

**2. Рейтингующая организация:** Любая организация, которая составляет рейтинг, предполагающий оценку компаний. Рейтинг может быть исключительной, основной или второстепенной деятельностью такой организации и может охватывать как один, так и множество аспектов деятельности. Рейтинги также осуществляют как отдельные, так и многоаспектные классификации и индексирования, разработанные коммерческими и некоммерческими предприятиями, каждое их которых может быть признано соответствующим официальным нормам по трем составным частям этого стандарта.

**3. Корпоративная устойчивость:** Управление всеми формами капитала и их обогащение в ходе деятельности компаний, на основе подходов и механизмов, повышающих уровень социального и экологического благополучия людей нынешнего и будущих поколений.

**Применимость**

1. Принципы применяются к любому рейтингу, классификации или индексированию компаний относительно их деятельности в сфере устойчивого развития.

2. Принципы применяются к любому рейтингу, существующему или будущему, независимо от того, какой организацией он разработан (коммерческой, некоммерческой, или какой-либо иной).

3. Принципы предназначены служить ориентиром при разработке рейтингов, а также для принятия решений относительно использования рейтингов их пользователями и организациями, включенными в рейтинги.

4. Принципы применяются как к многоаспектным рейтингам, ранжированию и индексированию, так и к одноаспектным и отраслевым рейтингам в сфере устойчивого развития.

**Принципы**

Принципы инициативы *GISR* относятся к процессу подготовки и к содержанию рейтингов.

|  |  |
| --- | --- |
| **ПРОЦЕСС: Принципы, относящиеся к разработке, применению и поддержанию рейтинга для обеспечения высоких стандартов деятельности, доверия и целостности** | **СОДЕРЖАНИЕ: Принципы, относящиеся к охвату, качеству и технике измерений рейтинга** |
| * **Прозрачность**
* **Беспристрастность**
* **Постоянное совершенствование**
* **Инклюзивность – охват всех заинтересованных сторон**
* **Возможность независимого подтверждения**
 | * **Существенность**
* **Полнота**
* **Контекст устойчивости**
* **Долгосрочная перспектива**
* **Цепочка создания стоимости**
* **Сбалансированность**
* **Сопоставимость**
 |

Ниже приведены пояснения относительно каждого принципа.

**ПРОЦЕСС**

**1. Прозрачность:** Любой рейтинг должен быть прозрачным для тех, на чьи решения влияют приведенные в нем информация и оценки.

Заинтересованные стороны должны иметь информацию об источниках данных, использованных для рейтинга, допущениях, экстраполяциях (в тех случаях, когда существуют пробелы в данных) и о методологии количественной оценки. Прозрачность важна для того, чтобы пользователи могли принять информированное решение в отношении того, какие рейтинги в наибольшей мере соответствуют их потребностям.

С точки зрения компаний, адекватное понимание методов, алгоритмов, проблем, индикаторов, а также аналитических моделей, воплощенных в рейтинге, дает «линзу», через которую можно увидеть, как складывается оценка и какие изменения в деятельности компаний могут на нее наиболее ощутимо повлиять. Следует, однако, заметить, что полная прозрачность может подтолкнуть компании поставить на первое место задачу улучшить рейтинг, а не задачу улучшить деятельность. Теоретически, расхождения между этими приоритетами быть не должно, но в реальном мире такой риск существует.

С точки зрения инвестора, прозрачность должна быть достаточной, чтобы они могли понять основополагающую структуру и ключевые переменные рейтинга на уровне, необходимом для того, чтобы осуществить разумный выбор и применить рейтинг к своим решениям относительно инвестиций. Все источники информации, на основании которых составлен рейтинг – данные компании, средств массовой информации, неправительственных организаций (НПО) - должны быть раскрыты. Инвесторы приобретают рейтинги у внешних продавцов, так как предпочитают отдавать сбор и обработку информации на аутсорсинг. При этом может обсуждаться раскрытие источников данных и методики работы с ними на конфиденциальной основе (соглашение о неразглашении информации).

С точки зрения рейтингующей организации, индикаторы и аналитические модели обычно рассматриваются как интеллектуальная собственность, которая должна быть защищена в первую очередь от конкуренции. В то же время среди некоторых тематических и отраслевых рейтингов, особенно тех, которые не являются коммерческими, возрастающей тенденцией становится полная открытость для всех сторон, ожидающих от них такой прозрачности. Раскрытие методологий рейтингов, выбора индикаторов и моделей оценки осуществляется разными организациями по-разному. Это часто вызывает разочарование и несогласие у тех, кто рассматривает непрозрачность как признак недостаточной честности.

Принцип Прозрачности должен быть направлен на то, чтобы примирить различные взгляды. Суть заключается в той идее, что прозрачность должна быть приспособлена к: (a) законным потребностям компаний и инвесторов понять внутренние механизмы рейтинга; и (b) законной потребности экспертов защитить интеллектуальную собственность от присвоения конкурентами. Соглашения о конфиденциальности представляют собой эффективные средства защиты интеллектуальной собственности. Когда обстоятельства таковы, что эксперт полагает, что конфиденциальное раскрытие неблагоприятно повлияет на его интересы, следует объяснить, на каком основании базируется подобное суждение, в соответствии с требованием “Раскрой или объясни”. Все рейтинги должны подлежать действию общедоступной Политики Прозрачности, которая детализирует, что раскрыто, для кого и почему.

Общее наблюдение: все предприятия всего мира сталкиваются с неизменно все более высоким стандартом прозрачности. Если эта тенденция сохранится, есть вероятность, что даже коммерческие эксперты, ориентированные на инвесторов, почувствуют возрастающее давление, направленное на то, чтобы они постепенно расширяли степень своей прозрачности.

**2. Беспристрастность:** разработка и применение рейтинга, основные потребители которого являются внешними для оцениваемой компании, должны быть защищены от неподобающего влияния со стороны этой компании.

Принцип Беспристрастности обращен к потребности экспертов оставаться независимыми, чтобы избежать конфликта интересов, который может оказать сильное влияние на структуру и применение рейтинга. Сохранение такой беспристрастности представляет собой компромисс. Эксперты получают выгоду от систематического взаимодействия с компаниями в процессе сбора информации. Аналогично, контакт с инвесторами и другими заинтересованными сторонами обогащает качество рейтинга. Однако взаимодействие между экспертом и оцениваемой организацией не должно давать оснований для того, чтобы результаты оценки могли быть подвергнуты сомнению. Случаи, когда эксперт оказывает консультативные услуги или имеет другие коммерческие взаимоотношения с оцениваемой компанией, требуют особого уровня прозрачности.

Эксперты, которые продают свою продукцию третьим сторонам (инвесторам, потребителям, НПО), должны создать и публично обнародовать кодекс поведения, который полностью описывает характер таких взаимоотношений и связанных с этим стратегий и методик, даже если названия конкретных компаний не раскрываются. Однако даже при такой открытости заинтересованные стороны, которые стремятся к однозначной отчужденности между экспертом и компанией, могут рассматривать взаимоотношения между этими двумя сторонами как сомнительные. Поэтому, экспертные организации должны исключать конфликты интересов, возводя “китайскую стену” между экспертным отделом, который занимается рейтингом, и отделами, деятельность которых сосредоточена на коммерческих взаимоотношениях с оцениваемой компанией. Признавая компромиссы, необходимые для выполнения этого принципа, эксперты должны раскрывать любые материальные коммерческие взаимоотношения с аттестованными компаниями, а также меры для сохранения беспристрастности рейтингов.

**3. Постоянное совершенствование:** Посредством периодического пересмотра рейтинг должен интегрировать лучшие из имеющихся методик, измерительных техник, обновлять состав тем и индикаторов.

Принцип Постоянного совершенствования поддерживает необходимость периодического пересмотра рейтинга с учетом методологических и научных нововведений, а также появления новых вопросов и связанных с ними индикаторов. Ответ на эти изменения подразумевает компромиссы. Слишком значительные изменения обостряют проблему несравнимости, тогда как слишком мелкие изменения подвергают рейтинг риску стагнации.

Решающие правила постоянного совершенствования состоят их двух частей: (1) кластеризация, и (2) раскрытие. Кластеризация предполагает одновременно осуществление существенных изменений, которое происходит регулярно, через предсказуемые интервалы. Это смягчает проблему, возникающую, когда инвесторы, компании и другие заинтересованные стороны сталкиваются с частыми изменениями в содержании и механике рейтинга, что подрывает его полезность и доверие к нему.

Эксперты должны информировать компании, инвесторов и других потребителей, вовремя и в понятной форме, в отношении того, почему какое-либо изменение в рейтинге будет (самый предпочтительный вариант) или было (второй по предпочтительности вариант) осуществлено, а также о предполагаемой частоте будущих изменений, методологии, вопросах и выборе индикаторов. Заблаговременное оповещение заинтересованных сторон о важных предполагаемых изменениях – например, о новом вопросе в рейтинге или о важной поправке в оценках в числе индикаторов – служит важным инструментом их вовлечённости.

**4. Инклюзивность – охват всех заинтересованных сторон:** В ходе разработки и управления рейтингом должны быть идентифицированы и систематически вовлечены заинтересованные стороны – те, на чьи решения влияет этот рейтинг.

Принцип Инклюзивности является общим для многих стандартов, таких как *GRI*, *IIRC* и *ARISTA*. Он означает, что заинтересованные стороны и эксперты должны быть идентифицированы и привлечены на постоянной основе к разработке и развитию исследований, которые лежат в основе рейтинга. Вовлечение заинтересованных сторон следует рассматривать как инструмент усиления релевантности и применимости рейтинга. Вовлечённость предполагает активную и постоянную роль заинтересованных сторон в поддержке процесса развития рейтинга. К заинтересованным сторонам могут относиться те, для кого рейтинг имеет непосредственный смысл в связи с их финансовыми интересами (например, инвесторы и компании), а также те, кого так или иначе волнует устойчивость оцениваемых компаний (например, работники, потребители, сообщества). Деятельное участие заинтересованных сторон принимает разные формы, в том числе анкетирование, специализированные семинары и постоянные консультативные комитеты. Для поддержания сбалансированного и беспристрастного развития и применения рейтингов должны быть введены правила участия заинтересованных сторон.

Вовлечение заинтересованных сторон влечет за собой компромиссы. Принятие решения относительно оптимальной степени участия при ограниченности финансовых и человеческих ресурсов неизбежно влечет за собой компромиссы. Документация и сообщения об этих компромиссах помогают при этом поддерживать доверие к рейтингам на высоком уровне.

**5. Возможность независимого подтверждения:** Рейтинг должен быть разработан так, чтобы его применение (и в будущем – соответствие стандарту *GISR)* могло быть подвергнуто независимой оценке с привлечением третьей стороны.

Возможность независимого подтверждения необходима, чтобы убедить пользователей рейтинга, в том, что результаты рейтингов основаны на информации и анализе, которые подверглись тщательной процедуре обеспечения качества, а его методология соответствует требованиям стандарта *GISR*. Это определяет использование объективных и проверяемых критериев оценки соответствия практики конкретному стандарту. Инвесторы, которые делают такой выбор и полагаются на *GISR*-аккредитованные рейтинги, могут искать гарантию того, что такие рейтинги фактически соответствует Принципам, Вопросам и Индикаторам стандарта *GISR*.

Независимое подтверждение может охватывать информацию о соответствующем управлении и контроле процесса разработки рейтинга, включая качество информации, процедуры документирования, а также квалификацию и беспристрастность тех, кто составляет рейтинг.

**СОДЕРЖАНИЕ**

**6. Существенность**: рейтинг должен оценивать работу на основании вопросов и индикаторов устойчивости, существенных для принятия решений инвесторами, компаниями, потребителями и прочими заинтересованными сторонами.

Понимание существенности варьируется в зависимости от заинтересованных сторон и временных рамок. Очевидно, что в краткосрочной перспективе может иметь смысл различать существенность с финансовой точки зрения и существенность с точки зрения устойчивого развития. В долгосрочной перспективе различие это будет все менее значимым. Процветание бизнеса в долгосрочной перспективе неотделимо от здоровья и эффективности работников, сообществ, общества и экологии.

Оценка существенности начинается с идентификации круга вопросов устойчивости, тесно связанных с основными видами деятельности компании и охватывающего многообразие капиталов – финансового, человеческого, природного, социального. Информацию на этот счет можно найти во многих источниках, включая академическую литературу, отчеты компаний, СМИ. За этой оценкой следует приоритизация вопросов.

Для целей рейтинга отправной точкой идентификации универсальных существенных вопросов являются “аспекты”, содержащиеся в рамках G4 *GRI*. Для определения отраслевой существенности ценной отправной точкой могут служить разработки в рамках работы *SASB.* В конечном счете, наилучшим тестом на существенность является понимание и обратная связь с сообществом потребителей.

**7. Полнота:** Рейтинг компании в сфере устойчивого развития предполагает анализ результатов ее деятельности с точки зрения ее влияния на весь комплекс форм капитала.

Концепция многообразия форм капитала все чаще используется в ведущих инициативах в сфере корпоративной отчетности, таких как *IIRC* и *SASB*. Преимущества языка “капиталов” заключаются в том, что идея капиталов, несмотря на сложности измерения, обеспечивает общий знаменатель для выражения различных форм ценности, которые создают компании; а также облегчает перевод факторов устойчивости развития на язык финансовых рынков. Разделение на категории капитала обеспечивает перспективную основу для систематизации данных. На практике представление о комплексе капиталов представляет следующий этап в развитии структуры *ESG*, которая доминирует в современных рейтингах.

В ходе ведения своего бизнеса компания неизбежно сохраняет, расширяет или уменьшает различные формы капитала. Любой тщательный рейтинг, комплексный или тематический, должен уделять внимание этим формам и быть сосредоточен на более узком вопросе. Принцип Полноты способствует тому, чтобы эксперты отстаивали холистический подход, взаимодействуя с потребителями. В отсутствие всестороннего подхода пользователь рейтинга не сможет определить, происходит ли прирост одной формы капитала за счет других форм капитала. Тщательный рейтинг будет, в сущности, обеспечивать “бухгалтерский” баланс различных форм капитала.

Осуществление Принципа полноты, опирающегося на концепцию комплекса капиталов, должно быть постепенным. Оно потребует пилотных программ, экспериментирования, исследований, а также консультаций со всеми заинтересованными сторонами. Инициатива *GISR* посредством разработки своего стандарта обязуется поддерживать этот переходный период, который, как она полагает, принесет долгосрочные суммарные выгоды – как компаниям, так и пользователям рейтингов.

**8. Контекст устойчивости:** Рейтинг должен оценивать результаты деятельности компании в более широком контексте ее влияния в различных географических масштабах, включая научно обоснованные и/или общепринятые нормы.

Оценка работы может быть дана по различным направлениям, в том числе: (1) оценка качества управления вопросами *ESG*; (2) оценка эффективности за какие-то периоды времени; (3) оценка результатов деятельности в рамках относительно однородной по составу группы, например, выявление “лучшего в категории”; и (4) оценка результатов относительно внешне или внутренне определенных целей в сфере устойчивого развития.

Первые три подхода (в настоящее время доминирующие) предлагают ценные, но неполные точки зрения на устойчивость. Четвертый встречается редко, но он желателен, если рейтинг нацелен на отражение основных принципов устойчивости.

**9. Долгосрочная перспектива:** По определению, устойчивость может измеряться только с использованием долгосрочной перспективы. Рейтинг должен дать возможность оценить долгосрочные перспективы оцениваемой компании, одновременно обеспечивая понимание краткосрочных и среднесрочных результатов, которые находятся на пути к долгосрочным результатам. Этот принцип противостоит обычным кратковременным мерам финансового успеха, которые доминируют на финансовых рынках, – например, ежедневные/еженедельные колебания курса акций, квартальная прибыль, ежегодный рост доходов, – при этом привлекая внимание к взаимозависимости устойчивости и финансового успеха в долгосрочной перспективе.

Ежегодные затраты на научные исследования, сосредоточенные на устойчивых продуктах и услугах, процентное содержание продуктов и услуг, соответствующих стандартам устойчивости, инвестиции в подготовку кадров, повышающие квалификацию служащих в сфере информационных технологий, а также разработка современных систем обработки данных, отслеживающих факторы, относящихся к окружающей среде – всё это служит примером деятельности, сигнализирующей об ориентации компании на длительную перспективу. Такие инвестиции, хотя они и являются краткосрочными в контексте бюджетного цикла, являются долгосрочными по своим последствиям в том смысле, что сохраняют и обогащают различные капиталы.

Принцип Долгосрочной перспективы стремится привнести анализ устойчивости в оценку риска и потенциальных возможностей роста стоимости компании. Он сигнализирует владельцам активов, управляющих активами и компаниям о том, что внимание к мероприятиям, ориентированным на долгосрочную перспективу в плане стратегии, управления, научных исследований, а также продукции и услуг, будет вознаграждено, даже если не даст выигрыша в отношении краткосрочных финансовых показателей.

**10. Цепочка создания стоимости:** Рейтинг должен применяться ко всем частям цепочки создания стоимости оцениваемой компании, в рамках которой компания осуществляет контроль или имеет существенное влияние.

Принцип учета Цепочки создания стоимости относится к вопросу определения границ ответственности оцениваемой компании. Из-за сложности современных цепочек создания стоимости этот вопрос приобретает особую актуальность. Систематическая оценка сферы контроля и влияния оцениваемой компании, на основе информации относительно масштаба влияния и его существенности для заинтересованных сторон, является важной составляющей надежного рейтинга. Такая оценка представляет новую сферу для большинства экспертов. Существуют значительные препятствия в плане данных и издержек, однако, несмотря на это, есть основания ожидать, что со временем рейтинги будут учитывать себе полный набор характеристик аутсорсинговой и закупочной деятельности компании на всех рынках, где она присутствует.

**11. Сбалансированность:** Рейтинг должен использовать различные источники и индикаторы, которые описывают как прошлую работу компании относительно внутренне и внешне определенных целей, так и перспективы будущей работы на основе перспективных индикаторов. Принцип сбалансированности касается использования различных типов источников данных, вопросов и индикаторов, которые вместе характеризуют работу компании. В целом современные рейтинги излишне используют запаздывающие исторические критерии работы и недостаточно представляют перспективные индикаторы. Корректировка этого дисбаланса затрудняется внутренней сложностью «квантификации будущего». Какие индикаторы наиболее точно предскажут работу компании через 3-5 лет в будущем и далее? Тщательные рейтинги устойчивости должны внести свой вклад в разработку этой важной проблемы.

К Принципу сбалансированности имеет отношение ряд аспектов, которые определяют взвешенность измерений:

**– Запаздывание – опережение:** Запаздывающие индикаторы описывают прошлую работу в любой момент времени или в течение временного ряда; напр., водопотребление или сумма, израсходованная на лоббистскую деятельность в предшествующие один, два года, или 5 лет. В отличие от них, перспективные индикаторы предвидят будущую работу и ее эффекты в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

**–** **Процесс – результат:** Индикаторы процесса включают в себя формулировки устойчивой стратегии, политики и методик компании. Индикаторы результатов обеспечивают критерии фактического воздействия.

**– Количественные характеристики – качественные характеристики:** Количественные индикаторы выражены в числовой форме. Качественные индикаторы передают характер или природу аспекта деятельности без числового выражения.

**– Абсолютные показатели – относительные показатели:** Абсолютные индикаторы сообщают о результате без ссылок на внутренние или внешние исходные показатели. Относительные индикаторы сообщают о результате относительно собственного прошлого компании или будущей работы, относительно однородной по составу группы, или физической пороговой величины/предела, или социальной цели, установленной внешними сторонами.

Рейтинг, который включает в себя баланс индикаторов, с большой вероятностью будет востребован рынком.

**12. Сопоставимость:** Рейтинг должен дать возможность потребителям сравнивать работу одной и той же компании во времени и разные компании, действующие в одной и той же отрасли, в пределах одного и того же периода времени.

Принцип Сопоставимости стремится привнести в рейтинг достаточную согласованность, так чтобы потребители могли легко сравнивать результаты по прошествии длительного времени для одной и той же компании и между равными компаниями в течение одного и того же промежутка времени. Сопоставимость может иметь решающее значение для принятия инвестиционных и иных решений. Выбор со стороны владельцев активов и управляющих активами, например, требует анализа временного ряда, перспектив одной компании, а также сопоставлений между компаниями внутри конкретных отраслей. Полезность рейтинга ставится под сомнение, когда не соблюдается любое из этих условий.

Достижение сопоставимости – многогранная проблема. Так, для отслеживания работы одной компании рейтинг должен быть достаточно стабильным, чтобы избежать избыточной изменчивости год от года, вызванной в большей степени изменениями в методологии рейтинга, чем в реальной работе компании. Если в компании происходят существенные изменения, например, посредством приобретения, слияния, или отчуждения собственности, это, вероятно, отрицательно скажется на сопоставимости во времени. В таких случаях рейтинг должен признавать компромисс между сопоставимостью и актуальностью данных и стремиться к соответствующему балансу между ними.

Кроме того, сопоставимость рейтингов компаний в пределах единичного промежутка времени требует высокого уровня единообразия и качества данных по этим компаниям. Когда налицо нерегулярные и/или неполные данные, надежные сравнения невозможны.

Сопоставимость по рейтингам (по компаниям или внутри равных групп) – это отдельная, но равным образом важная проблема. Понятно, что потребители часто ищут различные рейтинги, чтобы руководствоваться ими в своем принятии решений. Разнообразие – это сила, обеспечивающая множество перспектив. В то же время, когда оценка работы той же самой компании за отдельный период времени резко варьируется по рейтингам, потребителям остается удивляться причинам таких несоответствий. Очевидно, что соответствие Принципу Прозрачности, рассмотренному выше, будет значительно способствовать реализации Принципа Сопоставимости.

**Следующие этапы**

После завершения периода публичного обсуждения *GISR* осуществит сбор, оценку и объединение комментариев в Версию 1.0 Принципов, которые планируется выпустить в III квартале 2013 г. Затем *GISR* продолжит работу и выпуск Бета-Версии программы аккредитации Принципов для публичных комментариев к IV кварталу 2013 г., за чем последуют Предварительные варианты документов, посвященных Темам и Индикаторам, Бета-Версий и Версий 1.0 в 2014-2015 гг. III квартал 2015 г. – планируемая дата завершения подготовки первой полной Версии 1.0 этого стандарта, включающего в себя все три компонента.