

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

У статті досліджено стан та визначено основні тенденції розвитку та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності

In the article investigational the state and certainly basic progress and evaluation of corporate social responsibility trends

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, «зелена» економіка, форми корпоративної соціальної відповідальності.

Keywords: corporate social responsibility, «green» economy, forms of corporate social responsibility.

В умовах підвищення динамізму конкуренції та глобалізації, поглиблення кризових явищ, удосконалення корпоративного управління можливе шляхом реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління дозволяє ефективно узгоджувати внутрішні та зовнішні інтереси сторін, використовуючи програми соціального інвестування, інститути партнерств та соціального діалогу, механізми корпоративних комунікацій та інструменти нефінансової звітності.

У розвинутих країнах в останні роки активно розвиваються процеси корпоративної соціальної відповідальності, які інтегровані у бізнес-процеси компаній. З цього приводу корпорації використовують ініціативи ООН (2000 р.), в основі яких лежить ідея розвитку соціально та екологічно відповідального бізнесу (2009 р.). Останній спрямований на формування «зеленої економіки», яка може характеризуватися ефективною охороною навколишнього природного середовища, скороченням об'ємів викидів вуглецю, застосуванням безпечних технологій, енергозбереженням та створенням нових робочих місць.

За останні п'ять років більше 165 вітчизняних компаній та організацій, які виконують різні види економічної діяльності, приєдналися до Глобальної мережі ООН та оголосили про те, що вони дотримуватимуться стандартів та принципів корпоративного громадянства [1, с.7].

Цей документ закликає компанії керуватися у своїй діяльності десятима основоположними принципами у сферах дотримання прав людини, трудових відносин та охорони довкілля. Крім того, Україна ще у листопаді 2007 року приєдналася до розробки міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26 000. У даний час соціальна відповідальність підприємств викликає зростаючий інтерес органів влади, партнерів бізнесу та громадськості. Стандарт ISO 26000, який затверджений у 2010 році носить рекомендаційний характер, але нині існує добровільна система

сертифікації та міжнародного аудиту, яка дозволяє підтвердити відповідність ділових практик даному стандарту.

У науковій літературі проблемам корпоративної соціальної відповідальності присвячено багато праць. Різнобічним аспектам дослідження розвитку корпоративної соціальної відповідальності присвячені фундаментальні праці вчених та практиків Ф.Котлера, М.Портера, Ненсі Лі Фрімена Р., Керолла А., Ю. Благова, Грішнкової О.А., Ушакової Н., Іванової І., Петрое О., Саприкіної М., Супрун Н., Щербініної Ю. та інших.

Це пов'язано з висвітленням положень теорій сталого розвитку, конс'юмеризму (необхідність обізнаності громадськості щодо вирішення соціальних та екологічних проблем, у сфері захисту прав споживачів), корпоративізму (суспільне самоврядування та партнерські відносини), стейкхолдерів (вплив на діяльність компаній заінтересованих осіб). У зв'язку з поширенням процесів глобалізації в останній час з'явилися нові концепції корпоративної підзвітності компаній перед суспільством та заінтересованими особами. Існує багато трактувань економічної категорії "корпоративна соціальна відповідальність". Однак розуміння сутності даної категорії в економічній науковій літературі не завжди однозначне. У західній літературі дана категорія досить часто трактується через призму сталого (поступального) розвитку компаній. Так, наприклад в документах Європейської Комісії наголошується на тому, що корпоративна соціальна відповідальність являється концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь в покращенні життя суспільства та захисті навколишнього середовища. Багато фахівців ототожнюють поняття „корпоративна соціальна відповідальність” та „соціальна відповідальність бізнесу”. Для того щоб більш однозначно розуміти сутність категорії „соціальна відповідальність” можливо керуватися визначенням Керівництва із соціальної відповідальності ISO 26 000 в якому пропонується наступний підхід: „соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка: допомагає сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки; поширена в усій організації і практикується у її відносинах (діяльність організації в рамках сфери свого впливу)” [2, с. 8].

Окремі автори віддають перевагу терміну "соціальна корпоративна відповідальність" і пропонують таке його визначення: "соціальна корпоративна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів" [3, с.3]. У даній статті використовується термін "корпоративна соціальна відповідальність" (corporate social responsibility), який передбачає положення щодо певних зобов'язань бізнесу не лише у сприянні сталому розвитку, але й його відповідальність перед працівниками, державою, акціонерами та іншими заінтересованими особами (стейкхолдерами).

Неоднозначність у трактуванні поняття “корпоративна соціальна відповідальність” пояснюється тим, що в світовій практиці існують різні її рівні, моделі та форми прояву. Їх, як правило, поділяють на відкриті (компанії самостійно беруть на себе відповідальність) та ті, функціонування яких регулюються державою. Відкриті форми пов’язані з тим, що корпорації самостійно приймають відповідальність за вирішення тих проблем, в яких зацікавлене суспільство. Відкрита форма корпоративної соціальної відповідальності чітко представлена в стратегії розвитку компанії. Форми, які передбачають державне регулювання корпоративної соціальної відповідальності відображають наявність в країні офіційних та неофіційних інститутів, через які реалізується корпоративна соціальна відповідальність компаній. Ця форма означає наявність обов’язкових цінностей, норм та правил, які повинні дотримуватися компанії в ході реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Європейська модель корпоративної соціальної відповідальності в більшій мірі являє собою систему механізмів державного регулювання. Британська модель корпоративної соціальної відповідальності, як показують наші дослідження, поєднує окремі елементи моделі США та Європи і в більшій мірі тяжіє до відкритої. Держава та громадські інститути теж залучаються в процес погодження суспільних інтересів, а також популяризації та поширення кращої практики.

Сучасна практика корпоративної соціальної відповідальності найбільш розвинута в США. В цій країні існує велика кількість різного роду інституцій, які займаються вирішенням соціальних проблем. Наприклад, корпоративні інвестиційні фонди, які функціонують за рахунок внесків корпорацій. Підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності американських корпорацій стимулюється відповідним законодавством, яке передбачає відповідні податкові пільги. Прикладом може бути відомий корпоративний фонд Білла Гейтса, який активно займається покращенням систем освіти та охорони здоров’я в різних країнах світу. В 2008 році Білл Гейтс залишив посаду голови ради директорів компанії Microsoft і безпосередньо зайнявся управлінням фонду. Загальна вартість активів фонду перевищують \$54 млрд. Значний внесок при створенні фонду здійснив Уоррен Баффет.

У Європі в більшій мірі корпоративна соціальна відповідальність визначається прибутковістю бізнесу та відповідальністю компаній перед її акціонерами, працівниками та профспілками. Філантропія серед компаній не так популярна й поширена в Європі, як в США. У Великобританії розвитку корпоративної соціальної відповідальності компанії почали приділяти особливу увагу після успішно проведених реформ Маргарет Тетчер. В даний час широко розвинутий консалтинг у сфері корпоративної соціальної відповідальності. З року в рік зростає кількість корпоративно соціальних відповідальних інвестиційних компаній. Слід підкреслити що в цій країні особлива увага приділяється прозорості компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, щотижня газета «Таймс» друкує Індекс соціальної відповідальності. В університетах та бізнес-школах викладаються спеціальні курси, які присвячені тематиці корпоративної соціальної відповідальності.

Останні дослідження вітчизняного Центру „Розвиток корпоративної соціальної відповідальності” щодо обізнаності представників усіх груп стейкхолдерів із сутністю, принципами та основними компонентами соціальної відповідальності засвідчило що „найбільш наближене до прийнятого у світовому співтоваристві розуміння соціальної відповідальності у представників бізнес-організацій та дослідницьких інституцій. Представники органів державної влади, профспілок та громадських організацій здебільшого не розглядають соціальну відповідальність із внутрішньої сторони організації, а розуміють її як вплив діяльності своїх організацій виключно на зовнішнє (оточуюче середовище)” [2, с.55-56]. У зв'язку з тим, що в останні два роки окремі вітчизняні компанії активно інтегрують розвиток форм корпоративної соціальної відповідальності в загальну корпоративну стратегію, на наш погляд, необхідно більше уваги приділяти питанням розвитку та оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності.

З цього приводу провідний спеціаліст світу з питань маркетингу Філіп Котлер та президент компанії Social Marketing Services Inc. зазначають, що порівняно з оцінюванням фінансових інвестицій, “наука визначення ефективності інвестицій у соціальні ініціативи, навпаки, дуже молода, їй бракує історичних даних і досвіду” [3, с.22]. Багато інших зарубіжних та вітчизняних науковців пояснюють це тим, що вигоди для компаній, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю безпосередньо неможливо виміряти і тому важко оцінити окупність соціальних інвестицій. В Україні цей процес ще більш ускладнюється в силу закритості ведення бізнесу переважної більшості вітчизняних компаній.

Разом з тим, в останні роки є певні позитивні зрушення в цьому напрямку. Так, вітчизняні компанії почали готувати не лише Річні звіти для акціонерів та інших заінтересованих осіб, які передбачають розкриття інформації про господарську діяльність, але й Звіти про реалізацію соціальних ініціатив компанії (соціальні або нефінансові). Наприклад, розвиваючи напрям корпоративної соціальної відповідальності відповідно до світових стандартів, компанія “Київстар” ще у 2006 році приєдналася до Глобального договору ООН, а в 2008 році одна із перших в Україні презентувала Звіт “Корпоративна соціальна відповідальність 2007 рік” [4, с.8-9]. У даному звіті чітко структуровані форми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) компанії, зокрема: перед державою (два роки поспіль “Київстар” офіційно визнається найбільшим платником податків серед столичних підприємств); перед споживачами (прагнення до високої якості в усіх сферах діяльності компанії); перед співробітниками (оплата праці та соціальний захист, освітні та мотиваційні програми, відкритий діалог із співробітниками); у сприянні соціальному розвитку суспільства (Всеукраїнська соціальна ініціатива “Для людей, для країни!”); екологічні аспекти (використання передових технологій переробки та утилізації відходів, економія водних та енергоресурсів).

Загалом наш аналіз діяльності більше як 50 корпоративно соціально-відповідальних компаній України показав, що до числа найбільш виражених напрямків

їх соціальної активності відносяться такі як: охорона навколишнього середовища, програми розвитку персоналу, підтримка соціально незахищених верств населення, розвиток соціальної інфраструктури та місцевих громад, розвиток освіти, спонсорська допомога, молодіжні програми, надання медичних та рекреаційних послуг своїм працівникам, тощо. В той же час, як показує практика європейських компаній в сфері корпоративної соціальної відповідальності, ефективність зазначених проектів може бути значно вищою при відповідному законодавчому регулюванні та використанні науково-обґрунтованих регулюючих механізмів та інструментів.

До основних чинників, які спонукають вітчизняні та зарубіжні компанії ставати більш корпоративно соціально відповідальними відносяться такі як:

- вихід на міжнародні ринки цінних паперів;
- підвищення ринкової капіталізації;
- залучення кредитних ресурсів;
- підвищення репутації та іміджу компаній;
- розвиток персоналу компанії, що запобігає не лише плинності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів з ринку праці;
- зростання продуктивності праці в компанії;
- просування товарів та послуг;
- сталий розвиток компанії в довгостроковій перспективі;

Не дивлячись на те, що більшість підприємств в Україні не розкривають інформацію про витрати на корпоративну соціальну відповідальність, вже з'явилися перші великі компанії, керівництво яких зрозуміло необхідність підвищення інформаційної прозорості своєї діяльності в даній сфері. Дослідження показують, що з кожним роком в Україні зростає в корпоративному секторі обсяг соціальних інвестицій, а також якість організації процесу соціального інвестування. Наприклад, група СКМ, на підприємствах якої працює понад 160 тисяч співробітників і внесок якої у національний ВВП складає близько 10%, впроваджує сучасні методи управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Як свідчать положення звіту з корпоративної соціальної відповідальності цієї компанії (див. офіційний сайт групи: www.scm.com.ua) - бути відповідальним "корпоративним громадянином" для групи СКМ значить:

1) дотримуватися всіх юридичних зобов'язань перед державою, вчасно й прозоро сплачувати податки, наповнювати державний бюджет;

2) чесно й прозоро працювати з усіма заінтересованими сторонами (клієнтами, бізнес-партнерами, акціонерами, інвесторами, постачальниками, урядовими структурами);

3) дотримуватися сучасних стандартів корпоративного управління, відкритості та прозорості.

Бути соціально відповідальним роботодавцем для групи компаній СКМ значить:

1) створювати співробітникам гідні умови праці, включно з рівнем заробітної плати;

2) впроваджувати сучасні методи організації праці та розвивати корпоративну культуру, дотримуватися високих стандартів безпеки праці; надавати співробітникам рівні можливості, справедливо оцінювати внесок кожного в успішність бізнесу;

3) інвестувати в людські ресурси, навчати співробітників і надавати їм можливості розвитку, щоб кожен міг повністю реалізувати свій потенціал.

У сфері екологічної відповідальності компанія декларує наступні принципи корпоративної соціальної відповідальності, а саме: 1) працювати над зменшенням негативного впливу виробничих циклів на довкілля (землю, повітря, воду й екосистеми), інвестувати в екологічно чисті виробничі технології; працювати над поліпшенням екологічних характеристик бізнесу й прагнути та прагнути до більш раціонального використання природних ресурсів. Взаємини з місцевими громадами групи СКМ будуються на партнерських взаєминах з усіма заінтересованими сторонами та місцевими органами влади над поліпшенням якості життя громад у довгостроковій перспективі.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність виступає не лише базою для трансформації системи корпоративного управління, але, й за словами засновника та голови Давоського форуму Клауса Шваба: «капіталізм в його нинішній формі вже не відповідає світу навколо нас. Терміново необхідна глобальна трансформація, і вона повинна розпочатися із відновлення почуття соціальної відповідальності у всьому світі» [9, с. 4].

Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних компаній дасть змогу значно покращити практику соціального інвестування в Україні та сприятиме її масовому поширенню. Позитивні результати оцінки корпоративної соціальної відповідальності сприятимуть підвищенню ділової репутації компаній. У даний час в Україні формуються перспективні форми соціального інвестування на основі реалізації спільних корпоративних соціальних програм.

Література

1. Огляд діяльності мережі Глобального договору ООН 2010// Представництво ООН в Україні, К., 2010 р., 23 с.
2. Зінченко А.Г.Саприкіна М.А. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект. – К.,2008. – 60 с.
3. Котлер Ф., Ненсі Л. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства/Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
4. Корпоративна соціальна відповідальність 2007 рік// Київстар, м. Київ, 2008 р., - 24 с.
5. Керівництво із соціальної відповідальності (ISO 26 000), версія 4,2; <http://www.dssu.gov.ua>.

6. Баюра Д.А. Ответственное будущее // Всеукраинская рейтинговая программа «Гвардия» - 2008. Рейтинг социально ответственных компаний, К.: «Новый Друк», 2008, с. 11-16.
7. Баюра Д.А. Пора делиться. Практика КСО // Рейтинг социально ответственных компаний - 2011. Всеукраинский рейтинговый журнал «Гвардия», К.: «Літера-Друк», 2011, с.42-45.
8. Баюра Д.О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць (за заг. ред. проф. Єханурова Ю.І., Шегди А.В.). К.: ВПЦ «Київський університет», Випуск 24, 2011, с.212-219.
9. Леонтьев А. Маргинализация Давоса/А.Леонтьев//Еженедельник 2000 №5, 3-9 февраля 2012 , с. 4-5.