

**Л.П.Петрашко**, доцент кафедри міжнародного менеджменту, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## **СУЧАСНИЙ ФОРМАТ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ**

*Анотація. Розглянуто трансформація змісту і значення КСВ компаній, сформульовано пріоритетні напрямки та основні рекомендації щодо забезпечення її розвитку в посткризових умовах.*

*Annotation. A review of the transformation of content and meaning of CSR (the Corporate Social Responsibility); definition of the priority areas and general recommendations concerning its development support in post-crisis environment.*

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), добродійна діяльність, соціальний проект, соціальна звітність, суспільна верифікація, програми pro bono, волонтерство

Актуальність дослідження. Економічна криза 2008—2009 рр. стала важким випробуванням як фінансової стійкості компаній, так і індикатором життєстійкості концепцій, політик, моделей та інструментів їх корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

КСВ — це концепція відповідального бізнесу, у відповідності з якою компанія враховує інтереси суспільства та бере на себе добровільну відповідальність за вплив своєї діяльності на стейкхолдерів (зацікавлені сторони: замовників, постачальників, клієнтів, співробітників, акціонерів, партнерів, місцеві громади, суспільство, оточуюче середовище). Межами КСВ є норми та правила, які неявно визначені або ж зовсім невизначені законодавством у сферах екології та захисту оточуючого середовища, ділової етики, милосердя та співчуття, соціальних інвестицій, тощо і впливають на якість життя суспільства в цілому, певних регіонів чи окремих соціальних груп.

*Мета дослідження.* Сучасний етап розвитку компаній у сфері КСВ демонструє трансформацію її змісту та значення, що потребує вивчення, оцінки та розробки рекомендацій щодо розвитку пріоритетних напрямків КСВ у посткризових умовах.

*Основний зміст дослідження.* Економісти розглядають КСВ компанії як управління соціальними, економічними, екологічними аспектами її діяльності. Багато з них включає в це поняття і

благодійну діяльність компаній. Практика КСВ знайшла широке втілення в міжнародній корпоративній діяльності в докризовий період. Економічна криза 2008—2009 рр. трансформувала зміст та значення КСВ у першу чергу в аспектах її благодійності. В умовах реструктуризації бізнесу, необхідності значних скорочень персоналу, фінансових проблем багато міжнародних компаній значно скоротили або ж зовсім відмовились від своїх благодійних проєктів. Це доводять результати дослідження російського бізнес середовища «Благодійність в умовах кризи», проведеного весною 2009 року дослідницькою групою «Циркон», компанією PricewaterhouseCoopers, Форуму донорів і САФ Росії. Згідно даних названого дослідження, 65 % від 400 опитаних респондентів заявили про скорочення фінансування соціальних проєктів [1]. Приклади оцінки сфери КСВ українського бізнес середовища демонструють серйозне зменшення бюджетів соціальних програм групи компаній «Фокстрот», «Інтерпайп». Це одна з найважливіших змін змісту КСВ, який раніше переважав та формував імідж компанії у бізнес-реаліях.

Розглядаючи благодійність як категорію, що є складовою КСВ і спирається на загально людські цінності та економічні можливості благодійників, зазначимо, що це не основний зміст КСВ компаній. КСВ — це в ідеалі складова частина стратегії розвитку компанії, основними принципами якої є довго строковість, ціленаправленість, зобов'язання, діалог тощо.

Виявлення загальних тенденцій змін напрямків розвитку КСВ компаній та формування списку її пріоритетних напрямків у посткризових умовах стало можливим за рахунок використання відкритої корпоративної інформації, експертним оцінкам КСВ та висловлюванням практиків [2—4] (табл. 1).

У період кризи з'явилась нова тенденція розвитку КСВ компаній, а саме — заміна традиційних соціальних програм на волонтерську діяльність, програми *pro bono*. Волонтерська діяльність — це об'єднання співробітників компанії для спільної роботи над соціально необхідними проєктами. Головною рушійною силою волонтерської допомоги є саме співробітники компаній, їх ініціативи, що виникають завдяки їх особистим цінностям і корпоративній культурі компанії. Програми *pro bono* — це можливість отримання безкоштовної професійної консультативної допомоги. Більша частина таких програм направлена на допомогу незахищеним верствам населення та підтримку інститутів соціального захисту.

Складні кризові роки визначили, що одним з затратних і важливих елементів КСВ є щорічна публікація соціальних звітів для розкриття діяльності компанії в сфері КСВ. Тенденції у соціаль-

ній звітності наглядно продемонстровані на сайті Секретаріату ООН — і це тенденції до зниження [5]. Хоча саме соціальна звітність давала шанс компаніям продемонструвати своє «людське обличчя» зацікавленим сторонам, що так відрізняє її від фінансової звітності.

*Таблиця 1*

**ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ КСВ В ПОСТКРИЗОВИХ УМОВАХ**

Основний зміст	Конкретні програми КСВ
Забезпечення збереження людського потенціалу	Програми підтримки дітей: профілактика сирітства. Програми підтримки місцевих громад
Забезпечення безпеки життєдіяльності та здоров'я співробітників і жителів бізнес регіону	Програми промислової безпеки, охорони праці, збереження оточуючого середовища, дотримання екологічних стандартів праці
Збереження культурної спадщини	Міжнародні і національні програми по збереженню культурної спадщини
Розширення і трансформація внутрішніх соціальних програм	Програми соціальних гарантій Програми мотивації співробітників
Впровадження нових форматів соціальних проектів	Програми і ініціативи підтримки і координації волонтерства Програми pro bono
Забезпечення щорічної публікації якісних соціальних звітів	Соціальна звітність у відповідності з міжнародними стандартами Інструментарій суспільної верифікації

Зазначимо, що на сьогодні розроблено ряд керівництв і міжнародних стандартів соціальної звітності:

- Стандарт відповідальності Інституту Соціальної і Етичної звітності (AA 1000 Account Ability);
- Керівництво по звітності з усталеного розвитку Глобальної ініціативи по звітності GRI (G3);
- Керівництво по моніторингу Verite;
- Міжнародний стандарт соціальної звітності SA 8000;
- Сертифікація (стандарт) зеленого глобусу;
- Стандарт екологічного управління ISO 14000, 9001 і 14001;
- Сімейство індексів стійкості Доу—Джонс (DJSI STOXX), FTSE4Good;
- Принципи Екватору;
- Глобальний Договір ООН (ГД ООН);

- Міжурядова робоча група експертів з міжнародних стандартів обліку та звітності ООН;

- Керівництво (спеціального стандарту) сфери соціальної відповідальності ISO 26000 ( на стадії узгодження).

Використання базових індикаторів у відповідності до міжнародних стандартів звітності з усталеного розвитку дозволяє компаніям надавати переконливу інформацію щодо своєї діяльності у трьох сферах: економічній, соціальній і екологічній.

Компанії повинні відкривати свою фінансову і «екологічну» звітність при розміщенні акцій на біржах (звіти емітентів цінних паперів) для вибору кращих компаній при купівлі їх акцій чи товарів. Світовий фондовий індекс Доу—Джонс з усталеного розвитку розраховується шляхом заповнення компаніями щорічних анкет. Дані перевіряються уповноваженим аудитором і групуються за трьома напрямками: економіка компанії, екологічність і соціальна діяльність.

Головна специфіка стандартів екологічного управління ISO серії 14000 — орієнтація на створення ефективної системи екологічного менеджменту, що забезпечує кількісне зниження викидів CO<sub>2</sub> в атмосферу і використання найкращих доступних технологій. Така система екологічного менеджменту націлена на постійне покращення навіть тих компаній, діяльність яких формально відповідає вимогам національних природоохоронних законодавств. Система екологічних рейтингів використовується для інформування суспільства, державних органів, бізнес-середовища про об'єми використання природних ресурсів та вплив виробництва на оточуюче природне середовище. Принципи екватору — це основа для ефективного оцінки, зменшення, документування, контролю кредитних та іміджових ризиків компанії, пов'язаних з фінансуванням, консалтингом, модернізацією та розширенням науково-технічних проектів.

Глобальний Договір ООН — добровільна ініціатива публічної звітності, транспарентності і просвітної політики компаній, трудящих, громадянського суспільства по захисту власних інтересів. Це не інструмент оцінки діяльності компаній, а площадка (форум), яка робить можливим обмін кращими практиками КСВ між компаніями. Звіт про прогрес, що надається членами Глобального договору ООН, — ознака відкритості і прозорості їх соціально відповідальної діяльності.

Українські компанії почали вступати в ГД ще в 2006 р. На сьогодні це вже близько 140 компаній. Для країн-новачків було впроваджено «м'які» правила. Перший звіт «Комунікація про прогрес» компанія повинна була надіслати тільки через два роки після вступу до ГД. Якщо вона цього не робила, то попадала в

перелік «не комунікаційних» компаній. Якщо через рік Звіту так і не було, вона зараховувалась до «неактивних компаній», і тільки після цього її виключали з членів ГД ООН. На кінець 2009 року на сайті секретаріату ГД ООН були названі українські компанії — кандидати на виключення з ГД ООН (табл. 2). І вже на початку 2010 року 7 українських компаній втратили статус учасників ГД ООН, а саме: British Airways Ukraine — авіаперевезення, Nissan Motor Ukraine — імпорт автомобілів, SC Johnson — виробник побутової хімії, «ГлаксоСмітКляйн Україна» — фармацевтика, «Тетра Пак Україна» — виробник пакування, NVB Bank Ukraine, Актив — Банк — банківські послуги. Оцінка списку виключених компаній показує, що усі названі компанії є міжнародними, які досить відомі за кордоном власними прикладами соціальних програм. Усі вони скоротили свою КСВ на території України та відмовляються від підходів добровільності та прозорості соціальної звітності. За словами радника представництва ООН Юлії Щербакової, ці компанії користуються в Україні «репутацією в кредит», своїм міжнародним іміджем. У зв'язку з описаною вище ситуацією, весною 2010 р. ГД ООН ускладнив вимоги до своїх учасників. А саме, компаніям, які вступили до ініціативи після 1 червня 2009 р., потрібно звітувати вже через рік.

Таблиця 2

**УКРАЇНСЬКІ КАНДИДАТИ НА ВИКЛЮЧЕННЯ З ГД ООН (2009 Р.) [5]**

«Неактивні» компанії	Dead-line по звітності	«Не комунікативні» компанії	Строк звітності
Актив—Банк	08.05.2009	Ericsson	13.12.2009
British Airways Ukraine	28.07.2009	MegaMarket Co.Ltd	23.05.2009
NVB Bank Ukraine	08.05.2009	LLC TradeInvest Consulting	24.07.2009
Nissan Motor Ukraine	08.05.2009	JSC Kredobank	10.03.2009
Leo Burnett Ukraine	08.05.2009	NAi Picard	31.08.2009
SC Johnson	08.05.2009	CJSC Mini Steel Mill Istil — Ukraine	20.06.2009

*Висновки та рекомендації.* Дотримання та виконання міжнародних стандартів соціальної звітності компаніями створює інформаційне середовище для вирішення конфліктів бізнесу та су-

спільства, об'єктивно визначає рівень конкурентоздатності компанії на внутрішніх та міжнародних ринках, стимулює розвиток високотехнологічних виробництв, демонструє приклади та стимулює соціально-екологічну відповідальність бізнесу.

Основні рекомендації по розвитку КСВ компаній у посткризових умовах наступні:

1. Формування та реалізація стратегічного підходу до планування КСВ, а саме довгострокове планування стратегії розвитку компанії у сфері КСВ: чіткість визначення своїх зобов'язань перед зацікавленими сторонами, відповідність зобов'язань компанії її можливостям.

2. Забезпечення відкритих комунікацій компанії, прозорості і правдивості розкритої інформації.

3. Фільтрація та розробка чітких критеріїв відбору соціальних проектів: відмова від неактуальних, помилкових, неефективних проектів в умовах дефіциту фінансування.

4. Послідовна, регулярна, якісна і відкрита комунікація із зацікавленими сторонами.

5. Упровадження нових форматів мало затратних соціальних проектів.

6. Випуск електронних варіантів соціальних звітів своїми силами без використання зовнішніх консультантів.

7. Використання партнерських соціальних проектів.

І на завершення необхідно зазначити, що найважливішою тенденцією розвитку сфери КСВ є поступове усвідомлення бізнес-структурами того, що КСВ — це не тільки і не стільки соціальні і екологічні проекти та програми, а ще й одна із найважливіших складових частин корпоративного менеджменту, що забезпечує конкурентні переваги компанії у сучасному бізнес середовищі.

### ***Література***

1. Исследование «Благотворительность в условиях кризиса», апрель—май 2009 года.

2. Доклад о тенденциях в сфере КСО в России в 2009 г. / CSR TREND REVIEW 2009.

3. Ответственная альтернатива: как выглядит украинская КСО в глазах международных экспертов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kontrakty.ua>

4. Федоров С.М. Французский опыт социального аудита [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.csrjournal.com](http://www.csrjournal.com)

5. Секретаріат Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.un.org/ru/mainbodies/secretariat/>

Стаття надійшла до редакції 25.10.2010.