

Олійник О.О.,

канд. екон. наук, ст. викладач,
Національний університет водного господарства
та природокористування
oliynuk_olena@ukr.net

Олейник Е.А.,

канд. екон. наук, ст. преподаватель,
Национальный университет водного хозяйства
и природопользования

Oliynuk O.O.,

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer,
National University of Water Management and Natural Resources Use

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОЗОРОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОЗРАЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

AREAS OF INCREASING ORGANIZATIONAL TRANSPARENCY STAFF

У статті досліджено сутність понять «прозорість» і «прозорість організацій». Проаналізовано існуючі рейтинги прозорості в Україні. Запропоновано основні документи та інформацію з питань корпоративної соціальної відповідальності, які організаціям слід розкривати.

В статье исследована сущность понятий «прозрачность» и «прозрачность организации». Проанализированы существующие рейтинги прозрачности в Украине. Предложены основные документы и информацию по вопросам корпоративной социальной ответственности, которые организациям следует раскрывать.

The paper, a conceptual study, intends to research the essence of the concepts of «transparency» and «organizational transparency». The researched theoretical framework determines that transparency is one of the seven Corporate Social Responsibility fundamental principles. The enterprise shall clearly, accurately, and comprehensively declare its policy, decisions, and activities, including known and potential effects on environment and society. The author has investigated that information transparency and interaction with key stakeholders is a rather new trend for domestic organizations. The lack of its prevalence in business practices is one of the biggest challenges in addressing development of corporate social responsibility in Ukraine. The paper studied existing transparency ratings in Ukraine. The conducted analysis has witnessed that transparency assessment is based on the information made public on the organizational websites. The study substantiates that corporations shall maintain a policy of proactive disclosure by making their corporate documents and the data on corporate social responsibility available to the public, in particular through the organizational websites. The research suggests the basic documents and information on corporate social responsibility that organizations should make readily available to public. The investigation has determined the main ways of increasing organizational transparency. The author evidences that by means of applying transparency principle systematically the company can gain an effective management tool in the process of establishing effective interaction with stakeholders and, moreover, increases organizational competitiveness.

Ключові слова. Діалог, відкритість, корпоративна соціальна відповідальність, прозорість, стейкхолдери.

Ключевые слова. Диалог, открытость, корпоративная социальная ответственность, прозрачность, стейкхолдеры.

Key words. Dialogue, openness, corporate social responsibility, transparency, stakeholders.

Вступ. Сучасні тенденції розвитку вітчизняної та міжнародної економіки призводять до того, що відкритість і доступність інформації про структуру, корпоративний менеджмент, результати діяльності організації в економічній, екологічній і соціальній сферах є важливим критерієм формування довіри зі сторони зацікавлених сторін (як внутрішніх, так і зовнішніх). Сьогодні організації повинні бути прозорими у своїй діяльності та реагувати на потреби громадськості щодо розкриття інформації і оприлюднення звітів. При цьому покращується взаємодія між бізнесом і ключовими стейкхолдерами, підвищується ефективність їхнього діалогу. Важливе значення в цьому процесі належить концепції соціальної відповідальності, адже прозорість належить до її основоположних принципів.

Питанням реалізації корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та забезпечення прозорості діяльності організацій присвячені роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема: Д. Баюри, Л. Бернстайна, В. Гомаль, О. Грішнєвої, А. Колота, І. Курінної, М. Саприкіної, О. Синкової, Е. Хендриксена та ін. Однак, незважаючи на значну кількість науково-методичних досліджень у цій сфері, дотримання принципів прозорості та відкритості не набуло широкого практичного застосування в діяльності вітчизняних організацій. За таких умов дослідження перспектив впровадження і можливостей підвищення прозорості діяльності організацій з метою забезпечення розвитку соціальної відповідальності є актуальним науковим завданням.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження сутності та напрямів підвищення прозорості діяльності організацій.

Результати дослідження. Прозорість у бізнесі – це створення та розвиток відкритого середовища діяльності організації для всіх зацікавлених сторін: працівників, інвесторів, споживачів, постачальників, кредиторів, органів державної влади, місцевої громади тощо. Прозорість організації, це в першу чергу, відкритість її діяльності та управлінських рішень, розкриття інформації у повній, своєчасній, достовірній і зрозумілій формі для головних груп стейкхолдерів.

Прозорість бізнесу має принципове значення для розвитку та ефективності діяльності організації. Дотримання цього принципу дозволяє організації заявити про себе як про відповідальну та надійну, таку, яка дотримується норм законодавства та враховує інтереси суспільства і всіх зацікавлених сторін. Формується прозорість діяльності на основі тих даних та інформації, яку організація надає широкому загалу.

Слід відмітити, що прозорість є одним з семи основоположних принципів концепції соціальної відповідальності. Згідно Міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» [1] організації слід бути прозорою в рішеннях і діяльності, які здійснюють вплив на суспільство і навколишнє середовище. Організація повинна розкривати в зрозумілій, точній і пов-

ній формі інформацію про політику, рішення та діяльність, за які вона несе відповідальність, включаючи їх існуючий і можливий вплив на суспільство та навколишнє середовище. Цю інформацію слід подавати доступно і зрозуміло для тих, на кого організація істотно впливає або може вплинути. Вона повинна бути своєчасною, заснованою на фактах, представлена в ясній і об'єктивній формі таким чином, щоб дати зацікавленим сторонам можливість точно оцінити вплив рішень і діяльності організації на їхні інтереси. Принцип прозорості не має на увазі розкриття конфіденційної інформації, або такої, надання якої може спричинити порушення юридичних і комерційних зобов'язань, зобов'язань щодо безпеки і недоторканності приватного життя. Зокрема, організація повинна бути прозорою щодо:

- призначення, характеру і місця розташування її діяльності;
- складу осіб, що контролюють її діяльність;
- методів, за допомогою яких приймаються, реалізуються і аналізуються рішення, включаючи визначення ролей, відповідальності, підзвітності та повноважень між різними функціональними підрозділами;
- стандартів і критеріїв, щодо яких організація оцінює свою діяльність у сфері КСВ;
- результативність програм з КСВ;
- джерел і сум фінансування соціальних програм;
- існуючого або ймовірного впливу рішень і діяльності на зацікавлених сторін, а також щодо критеріїв і процедур, які використовуються для ідентифікації та взаємодії з ними.

Інформаційна прозорість і взаємодія з усіма ключовими стейкхолдерами – достатньо новий напрям діяльності для вітчизняних організацій. Його недостатня поширеність у бізнес-практиках є однією з важливих перешкод на шляху становлення концепції соціальної відповідальності в Україні. Так, за результатами експертного опитування наукових фахівців та освітян України з проблем соціальної відповідальності особистості, суспільства, бізнесу та держави [2, с. 155–156] інформаційну закритість українського бізнесу, небажання розкривати інформацію про бізнес-процеси і результати діяльності визначили як перешкоду для становлення корпоративної соціальної відповідальності 27,8 % респондентів. З одного боку, інформаційна закритість пояснюється як комерційна таємниця, яку дійсно небажано розкривати як з політичних, так і з економічних причин; з іншого – високий рівень тінізації відносин у сфері бізнесу сприяє його інформаційній закритості.

Водночас, з поширенням ідей стійкого розвитку в Україні та їх активним впровадженням у практику бізнесу, державних і громадських організацій, закладів освіти, питання прозорості та соціальної відповідальності виходять на новий рівень розвитку. Зокрема, набувають поширення різноманітні рейтинги прозорості. Так, існує рейтинг прозорості університетів, який показує, наскільки університети готові бути відкритими та інформувати власних студентів і викладачів, а також широку громадськість, про власну політику через свої сайти. Даний рейтинг має 6 індикаторів:

- 1) фінансова прозорість;
- 2) адміністративна прозорість;
- 3) наявність на сайті ВНЗ стратегічного плану розвитку;

- 4) інформування на сайті ВНЗ про зміст навчання;
- 5) інформування на сайті ВНЗ про можливості працевлаштування;
- 6) інформування на сайті ВНЗ про можливості міжнародного обміну [3].

За результатами оцінювання у 2016 р., трійку лідерів склали Національний університет «Києво-Могилянська академія», Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Національний університет біоресурсів і природокористування.

У 2014 році Центр «Розвиток КСВ» ініціював розробку Індексу прозорості державних компаній. Відповідно до Індексу, оцінюється веб-сайт компанії за трьома компонентами:

- зміст (наявність на сайті компанії повної інформації з питань корпоративного управління, трудових відносин, дотримання прав людини, екологічної політики, чесних операційних практик, відносин зі стейкхолдерами та розвитку громади);
- стратегія та звітність (оприлюднення на сайті компанії бізнес-стратегії й стратегії з корпоративної соціальної відповідальності, фінансової та КСВ звітності);
- навігація (зручність доступу до будь-якої інформації про КСВ).

Максимальна кількість балів – 100.

У 2015 році оцінювалися сайти 100 компаній, що увійшли до ТОП-100 найбільших державних підприємств України. З ТОП-100 найбільших державних компаній 13 компаній не мають власних сайтів. Перші три сходинки рейтингу зайняли ДП «НАЕК «Енергоатом» (72 бали), ПАТ «Укргідроенерго» (51 балів) та НАК «Нафтогаз України» (48 балів) [4].

Що стосується оцінювання прозорості приватного сектору економіки, то з 2011 року Центр «Розвиток КСВ» визначає та презентує Індекс прозорості українських компаній. У 2015 році було оцінено сайти 100 найбільших компаній України. Учасниками оцінювання у 2015 році стали компанії, які увійшли до Рейтингу Forbes ТОП-200 найбільших компаній України (оцінювалися не тільки обсяг виторгу, а й фінансові результати компаній, розмір активів та їх поточна оціночна вартість. Компанії, які більш ніж на 50 % належать державі, не оцінювалися). Усього в оцінюванні взяли участь перші 100 компаній рейтингу, що представляли 18 секторів економіки. Оцінювалися сайти українських компаній або їх сторінки на сайтах міжнародних компаній. Слід зазначити, що 16 компаній з ТОП-100 компаній не мають сайтів.

Основні висновки Індексу прозорості – 2015:

- середній Індекс прозорості ТОП-100 українських компаній становить 21,5 % (у 2014 – 17,1 %);
- ТОП-10 компаній-лідерів Індексу: АрселорМіттал Кривий Ріг, Оболонь, ДТЕК, Метінвест, ГК Фокстрот (вперше), Кернел Трейд (вперше), СКМ, Концерн Галнафтогаз, Дніпроспецсталь, Nestle Україна (вперше);
- кількість соціальних звітів зросла з 14 (у 2014 р.) до 17 (у 2015 р.);
- компанії здебільшого надають інформацію про КСВ у сфері трудових відносин та екології, бізнес-профіль організацій і власну продукцію; мало інформації – з питань протидії корупції, управління КСВ і діалогу зі стейкхолдерами;
- компанії здебільшого надають інформацію про існуючі політики, але не результати їх впровадження;

- третина компаній (29) на власних сайтах створюють окрему сторінку, на якій розміщується інформація з питань соціальної відповідальності [5].

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність поступово стає важливим елементом сучасного корпоративного менеджменту в провідних компаніях України. Водночас експерти прогнозують, що у майбутньому значення соціальної відповідальності тільки зростатиме в умовах підвищення вимог зацікавлених сторін, кліматичних змін, глобалізації та урбанізації країн [6]. Відтак організації повинні приділяти більше уваги питанням прозорості та відкритості у своїй діяльності. Зокрема їм слід надавати вільний доступ до корпоративних документів та оприлюднювати інформацію з питань КСВ, у тому числі і на веб-сайті (табл. 1).

Таблиця 1

РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ З ПИТАНЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Аспекти КСВ	Інформація
Корпоративне управління	- відомості про організаційну структуру, включаючи органи управління; - Кодекс етики та результати його впровадження; - політика комплаєнс та антикорупції; - політика щодо заробітної плати, бонусів та винагород; - система управління КСВ
Права людини і трудові практики	- заява про недискримінацію, політику і результати реалізації програм з гарантування дотримання прав людини під час працевлаштування та в процесі роботи; - політика з працевлаштування людей з особливими потребами; - політика з гендерної рівності та її результати; - колективний договір; - наявність і результати роботи профспілки; - програми розвитку персоналу і результати їх реалізації; - програми з дотримання безпеки праці і охорони здоров'я, результати їх реалізації
Чесні операційні практики	- участь у тендерах; - плани закупівель
Відносини зі стейкхолдерами	- план залучення стейкхолдерів; - контакти працівників для зв'язку зі стейкхолдерами
Захист довкілля	- екологічна політика і результати її впровадження; - екологічний аудит і його результати
Розвиток і підтримка громад	- стратегії та політики в сфері взаємодії з громадами; - стандарти програмної та проектної діяльності; - програми розвитку громади і результати їх реалізації
Стратегія та звітність	- інформація про бізнес-стратегію, фінансову звітність і висновки аудиту; - інформація про КСВ стратегію
Комунікації з КСВ	- веб-сайт; - соціальні медіа і блоги; - прес-релізи; - внутрішня комунікація; - щорічні звіти

Джерело: складено за даними [6; 7].

Політика прозорості повинна відповідати сфері діяльності, розмірам і місцю розташування організації, не торкаючись при цьому питань комерційної таємниці та інших конкурентних переваг. Зокрема, для підвищення прозорості діяльності організації слід:

1) відкрито надавати своєчасну та точну інформацію з усіх суттєвих питань, що стосуються її діяльності, структури й управління, фінансового становища та результатів функціонування;

2) просувати практику соціального звітування, в тому числі розкривати екологічну та соціальну інформацію, що значно підвищує імідж організації, забезпечуючи надійність і порівнянність результатів звітності, надаючи можливість інвесторам та іншим зацікавленим сторонам отримати краще уявлення про її діяльність;

3) рекомендувати субпідрядникам і постачальникам публікувати соціальні звіти;

4) широко використовувати всі види інформаційних технологій для публікації інформації;

5) співпрацювати з громадськими та міжнародними організаціями з питань розробки стандартів звітності [8].

Висновки. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити висновки, що формування та реалізація інформаційної прозорості, зокрема з питань корпоративної соціальної відповідальності, в організаціях України залишаються недостатньо поширеними. Водночас дотримання принципу прозорості діяльності на системній основі є дієвим управлінським інструментом у процесі налагодження ефективної взаємодії із стейкхолдерами та дозволяє організації:

- сформувати позитивну бізнес-репутацію;
- впливати на просування бренду;
- залучати інвесторів, нових клієнтів і споживачів;
- запобігати конфліктності інтересів суспільства та бізнесу;
- підвищувати рівень довіри зі сторони стейкхолдерів;
- інтегруватись у міжнародний ринок і відповідність міжнародним практикам.

Література

1. Руководство по социальной ответственности: Международный стандарт ISO 26000 [Электронный ресурс] / Всероссийская организация качества. — Режим доступа : http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf
2. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк, 2013. — 296 с.
3. Про рейтинг прозорості університетів – 2016 [Електронний ресурс] / Аналітичний центр CEDOS. — Режим доступу: <http://www.cedos.org.ua/uk/ranking-16>
4. Індекс прозорості державних компаній України [Електронний ресурс] / Центр «Розвиток КСВ». — Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>
5. Індекс прозорості українських компаній – 2015 [Електронний ресурс] / Центр «Розвиток КСВ». — Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>
6. Зінченко А., Титаренко І., Саприкіна М., Іщук Є. Прозорість і соціальна відповідальність муніципалітетів. — К.: Поліграфія «Юстон», 2015. — 52 с.
7. Курінна І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Трегуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. — К.: Поліграфія «Юстон», 2015. — 47 с.
8. Проект Национальной концепции корпоративной социальной ответственности в Казахстане [Электронный ресурс] / Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан. — Режим доступа: <http://palata.kz/ru/news/7611-7611>

References

1. Mezhdunarodnui standart ISO 26000. Rukovodstvo po sotsyalnoi otvetstvennosti [International Standard ISO 26000. Guidance on Social Responsibility], available at: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf (Accessed 09 January 2017)
2. Novikova, O. *ta in.* (2013), Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsial'noyi vidpovidal'nosti v Ukrayini (ekspertni otsinky) [Diagnosis of state and prospects of social responsibility in Ukraine (expert assessment)]. Donets'k, NAN Ukrayiny, In-t ekonomiky prom-sti, Ukraine.
3. Pro reytnh prozorosti universytetiv – 2016 [On transparency ranking of universities – 2016], available at: <http://www.cedos.org.ua/uk/ranking-16> (Accessed 09 January 2017)
4. Indeks prozorosti derzhavnykh kompaniy Ukrayiny [Index transparency of public companies in Ukraine], available at: <http://csr-ukraine.org> (Accessed 09 January 2017)
5. Indeks prozorosti ukrayins'kykh kompaniy – 2015 [Transparency index of Ukrainian companies – 2015], available at: <http://csr-ukraine.org> (Accessed 09 January 2017)
6. Zinchenko, A., Titarenko, I., Saprykina, M., Ishchuk, Ye. (2015). Prozorist' i sotsial'na vidpovidal'nist' munitsypalitetiv [Transparency and social responsibility of municipalities]. Kyiv, Polihrafiya «Yuston», Ukraine.
7. Kurinna, I., Malyarchuk, V., Saprykina, M., Suprunyuk, M. & Trehub O. (2015). Prozorist' i korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' [Transparency and corporate social responsibility]. Kyiv, Polihrafiya «Yuston», Ukraine.
8. Proekt Natsyonal'noy kontseptsyy korporatyvnoy sotsyal'noy otvetstvennosti v Kazakhstane [Draft National CSR concept in Kazakhstan], available at: <http://palata.kz/ru/news/7611-7611> (Accessed 09 January 2017)

Стаття надійшла до редакції 12.01.2017 р.

УДК 364.442.6

Юрчик Г.М.,

канд. екон. наук, доц.,
Національний університет водного господарства
та природокористування
urchikgalua@ukr.net

Юрчик Г.Н.,

канд. экон. наук, доц.,
Национальный университет водного хозяйства
и природопользования

Urchik G.M.,

PhD in Economics, Associate Professor,
National University of Water Management
and Environmental Engineering

**СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДОВА
НАЦІОНАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ**

**СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ В УКРАИНЕ КАК
СОСТАВЛЯЮЩАЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**