

О. Г. Брінцева, канд. екон. наук,
фахівець з моніторингу соціально-трудої сфери,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто питання, пов'язані з соціальною відповідальністю консалтингових компаній в Україні, визначено ключових стейкхолдерів компаній і форми соціальної відповідальності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: соціальна відповідальність, консалтингові компанії, послуги

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрены вопросы, связанные с социальной ответственностью консалтинговых компаний в Украине, определены ключевые стейкхолдеры компаний и формы социальной ответственности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальная ответственность, консалтинговые компании, услуги

ANNOTATION. In article the questions connected with social responsibility of the consulting companies in Ukraine are considered, key stakeholders of the companies and the forms of social responsibility are determined.

KEYWORDS: social responsibility, consulting companies, services

Постановка проблеми. Консалтингові послуги є специфічним видом послуг, адже більше ніж будь-який інший вид послуг належать від ефективної співпраці консультантів і персоналу клієнтської організації. Консалтингові послуги є інтелектуальним продуктом, що залишається у володінні клієнта після завершення консультування. Саме ця особливість консалтингових послуг впливає на визначення переліку ключових заінтересованих сторін, потреб та інтересів стейкхолдерів, критеріїв соціально відповідальної поведінки компаній у процесі надання послуг.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Проблемам, пов'язаним з соціальною відповідальністю, присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних учених, як К. С. Белявська, Ю. Е. Благоев, О. А. Грішнова, А. М. Колот, Т. С. Смовженко, І. Г. Савченко та ін. У сфері консалтингу слід відзначити праці таких учених, як В. І. Алешнікова, В. А. Верба, М. Зільберман, М. Кубр та ін. Окремі аспекти даного питання розглядаються у нефінансових

звітах, однак системних досліджень з питань соціальної відповідальності консалтингових компаній поки що немає. Тому метою статті є дослідження питань, пов'язаних з соціальною відповідальністю консалтингових компаній в Україні, визначення ключових стейкхолдерів компаній і форм соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вітчизняний ринок консалтингових послуг має ряд особливих характеристик [5]: загальна кількість працівників, зайнятих у сфері консалтингу в Україні складає 20 тис. осіб; кількість компаній, які є активними учасниками ринку складає 1,5 тис.; більшість консалтингових компаній (близько 70 %) створено після 2000 р.; ринок консалтингових послуг є висококонкурентним за рахунок присутності як міжнародних, так і вітчизняних консалтингових компаній; прогнозується збереження високого рівня конкуренції, а також вихід з ринку частини дрібних компаній, подальше поглиблення спеціалізації та пошук компетенцій, які зможуть виокремлювати консалтингові компанії з числа інших. Тому, зважаючи на ці особливості ринку консалтингових послуг, питання соціальної відповідальності набувають для консалтингових компаній особливої актуальності. Основними формами соціальної відповідальності консалтингових компаній є професійна, юридична, моральна, політична, громадянська, екологічна та ін. Ми пропонуємо визначати такий перелік ключових заінтересованих сторін консалтингових компаній: споживачі, наймані працівники, держава. По відношенню до ключових стейкхолдерів, консалтингові компанії можуть реалізовувати такі форми соціальної відповідальності (табл. 1).

Таблиця 1

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ
ПЕРЕД КЛЮЧОВИМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ**

Стейк-холдер	Форми соціальної відповідальності консалтингових компаній		
	професійна	юридична	моральна
1	2	3	4
Споживачі	— забезпечення високої якості послуг; — застосування сучасних підходів до надання послуг; — розробка власних методик надання консалтингових рішень	— дотримання законодавчих норм; — інформування про зміни у законодавстві	— етична реклама, що надає об'єктивну інформацію про зміст консалтингових послуг та їх ціну; — прозорість і відкритість у всіх питаннях, які цікавлять потенційних клієнтів

Стейкхолдер	Форми соціальної відповідальності консалтингових компаній		
	професійна	юридична	моральна
1	2	3	4
Наймані працівники	— справедливості у ставленні до працівників; — демократичне функціонування компанії; — можливість участі персоналу в управлінні компанією; — навчання новим знанням і технологіям у процесі надання консалтингових послуг; — забезпечення можливостей персоналу для підвищення кваліфікації	— дотримання законодавчих норм; — надання соціальних гарантій в сфері праці, передбачених законодавством	— розвиток корпоративної етики і культури; — утвердження корпоративних цінностей і кодексу поведінки; — формування сприятливого морально-психологічного клімату
Держава	— добровільна участь у справах держави через сприяння виконанню її соціальних функцій, роботі її виконавчих органів; — участь у реалізації державних соціальних проєктів; — своєчасна і повна інформація про свою діяльність	— своєчасно і повною мірою сплачувати податки; — сприяти удосконаленню законодавства	— сприяти утвердженню етичних норм ведення бізнесу; — сприяти формуванню позитивного іміджу країни у світі

Отже, соціальна відповідальність консалтингових компаній полягає передусім у відповідальності перед споживачами за якість наданих послуг, в урахуванні інтересів ключових стейкхолдерів при розробці стратегічних планів розвитку та дотриманні юридичних і моральних норм. Соціально відповідальні консалтингові компанії представлені в рейтингах компаній за версією журналу «Гвардія» [4] за 2010—2012 роки (табл. 2).

Таблиця 2

**РЕЙТИНГ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ
КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ У 2010—2012 рр.**

Компанія	Загальний бал			Рейтинг		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
БДО	59,38	54,49	55,21	19	19	24
Ернст ЕндЯнг	53,00	57,42	—	23	15	—
КПМГ-Україна	39,43	—	—	35	—	—

Як бачимо, у рейтингу соціально відповідальних представлені переважно консалтингові компанії, що входять до «великої четвірки» і є світовими лідерами в сфері надання консалтингових послуг. У 2009—2011 рр. консалтинговими компаніями в Україні, які представлені в рейтингу журналу «Гвардія», було опубліковано 5 звітів (табл. 3).

Таблиця 3

**ВИДИ НЕФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ, ОПУБЛІКОВАНИХ
КОНСАЛТИНГОВИМИ КОМПАНІЯМИ В УКРАЇНІ У 2009—2011 рр.**

Компанія	Рік, вид звіту		
	2009	2010	2011
БДО	—	Звіт з КСВ	Звіт з КСВ
Ернст ЕндЯнг	—	Звіт за GRI	Звіт за GRI
КПМГ-Україна	—	—	Звіт з прогресу

Звіти консалтингових компаній складені за 3 різними стандартами нефінансової звітності, такими як Керівництво зі звітності GRI [7], 10 принципів Глобального договору [8], Міжнародний стандарт ISO/DIS 26000 [6]. Єдиного стандарту до змістовного наповнення нефінансового звіту немає, отже кожна компанія самостійно приймає рішення про структуру та змістове наповнення нефінансового звіту, при цьому визначаючи: 1) хто є ключовими стейкхолдерами компанії; 2) для яких потреб складається звіт; 3) за яким стандартом складається звіт (що саме включити у звіт, в який спосіб викласти матеріал); 4) в якому форматі буде проводитись звітування та поширення звіту; 5) яка організація та за яким стандартом буде проводити верифікацію звіту.

Однією з найважливіших характеристик нефінансових звітів є прозорість. За показником прозорості нефінансової звітності, який був розрахований у дослідженні «Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні» [3], проведеному ГО «Центр Розвиток КСВ» у 2011 р., в 10-ці кращих представлена тільки одна консалтингова компанія» Ернст ендЯнг Україна» (105 балів (з 200 можливих) або 52,5 %), яка посіла 8 місце. Ми пропонуємо трактувати прозорість нефінансової звітності як необхідний і достатній для всіх заінтересованих сторін рівень розкриття інформації про діяльність компанії в усіх напрямках корпоративної соціальної відповідальності.

За результатами проведеного нами аналізу нефінансових звітів консалтингових компаній (БДО, Ернст Енд Янг, КПМГ-Україна),

були визначені такі проблемні аспекти в діяльності консалтингових компаній, зокрема:

1) у соціальному звіті компанії «Ернст енд Янг» за 2011 р. [1] зазначено, що «успіх бізнесу часто залежить від готовності співробітників пожертвувати своїм особистим часом на користь інтересів клієнта, тобто працювати понаднормово для досягнення високих цілей бізнесу і кар'єрного успіху. Відпустка тривалістю двадцять п'ять робочих днів, що на сім днів більше законодавчо встановленої норми, призначена компенсувати втому від напруженого робочого періоду». Однак додаткові 7 днів відпуски навряд чи здатні компенсувати хронічну перевтому від постійної понаднормової роботи. Про значні перевантаження персоналу також свідчить високий рівень плинності персоналу, 15 % у м. Києві та 12 % у м. Донецьк згідно з соціальним звітом компанії «Ернст енд Янг» за 2010 рік;

2) у соціальному звіті компанії КПМГ-Україна за 2011 р. [2], зокрема, представлена інформація про поширення практики запровадження гнучких умов праці: «ми в Україні використовуємо спеціальні технології для забезпечення дистанційної роботи. Варіанти гнучкості у працевлаштуванні можуть включати часткову зайнятість, вільний графік робочого дня, розподіл одного робочого місця між кількома працівниками, розподіл робочих завдань, скорочений робочий тиждень, дистанційний зв'язок, перерви у професійній діяльності та неоплачувану відпустку. Сотні високо успішних працівників КПМГ обирають гнучкий графік роботи, що дозволяє їм проводити більше часу зі своєю родиною та розвивати інші таланти». Однак, гнучка зайнятість для персоналу не завжди має позитивні наслідки.

Слід зазначити, що консалтингові компанії беруть активну участь у реалізації соціальних проєктів, зокрема компанією «Ернст енд Янг» був реалізований такий соціальний проєкт у сфері екологічної відповідальності як акція «Посади дерево-інвестуй у майбутнє», був підтриманий фестиваль екологічного кіно «ЕкоЧашка» та екологічний проєкт GreenRush — «Зелений рух» — міжнародної молодіжної організації AIESEC; волонтери компанії брали участь у всеукраїнській акції з прибирання від сміття територій парків і скверів України під гаслом «Зробимо Україну чистою!». Компанія «Ернст енд Янг» також приділяє значну увагу освітнім ініціативам для студентів і молоді, зокрема реалізує комплексну профорієнтаційну програму для студентів останніх курсів «Крок у майбутнє».

Соціальні проекти компанії КПМГ-Україна [2] спрямовані на надання підтримки місцевим громадам, розвиток освіти та захист довкілля. Компанія також підтримує проекти в сфері екологічної відповідальності, які реалізуються в Україні Глобальним договором ООН, Американською торговельною палатою, Європейською Бізнес-Асоціацією та іншими організаціями. Освітні проекти компанії КПМГ-Україна спрямовані на посилення потенціалу шкіл і коледжів, роботу з дітьми та молоддю, інвестування в практичні навички, що можуть бути використані на користь підприємств і суспільства взагалі. КПМГ підтримує місцеві спільноти в регіонах, де здійснює свою діяльність. Робота з місцевими громадами становить основу корпоративної соціальної відповідальності. Компанія інвестує в соціальну справедливість і сталий розвиток підприємницької діяльності з метою подолання бідності відповідно до Цілей розвитку у новому тисячолітті. Також компанія приділяє значну увагу підвищенню обізнаності в бізнес-середовищі, використовуючи професійні знання та досвід.

Компанія БДО реалізує такі проекти, як «волонтерська ініціатива з протидії торгівлі людьми», стипендіальна програма для студентів, екологічний проект GreenRush — «Зелений рух» — міжнародної молодіжної організації AIESEC, надає підтримку дитячим будинкам.

Однак, за результатами аналізу слід зазначити, що проекти консалтингових компаній в Україні, які позиціонують себе як соціально відповідальні, передусім пов'язані з екологічними ініціативами або разовою підтримкою заходів, що реалізуються іншими організаціями. Консалтингові компанії також реалізують благодійні проекти, однак, на жаль, приділяють недостатньо уваги ініціативам, спрямованим на співпрацю з органами державної влади та підприємствами, зокрема в сфері поширення концепції соціальної відповідальності в Україні. Соціальні ініціативи компаній повинні мати системний характер і спрямовуватись на вирішення проблем, актуальних не тільки для консалтингового бізнесу, а й країни в цілому, сприяти розвитку «соціально відповідальної свідомості» населення та поширенню практики ведення бізнесу на засадах соціальної відповідальності.

Висновки з проведеного дослідження. Результати проведеного дослідження свідчать про низький рівень поширення нефінансової звітності консалтингових компаній в Україні, зокрема з 1,5 тис. компаній, які є активними учасниками ринку, тільки 3 компанії складають нефінансові звіти та систематично беруть участь у рейтингу соціально відповідальних компаній. І це свід-

чить, що концепція соціальної відповідальності ще не набула поширення серед консалтингових компаній, незважаючи на міжнародний характер їх діяльності. З огляду на результати проведеного аналізу, пропонуються такі напрями посилення соціальної відповідальності консалтингових компаній: 1) підвищення якості надання консалтингових послуг за рахунок підвищення соціальної відповідальності персоналу консалтингових компаній; 2) врахування інтересів ключових стейкхолдерів при розробці стратегічних планів компаній і стратегії корпоративної соціальної відповідальності; 3) реалізація спільних проектів у сфері соціальної відповідальності; 4) розвиток співпраці з міжнародними організаціями та урядом у сфері просування концепції соціальної відповідальності в Україні; 5) підготовка нефінансових звітів та участь у рейтингах соціально відповідальних компаній.

Підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу є важливим напрямом подолання негативних тенденцій і кризових явищ в економіці України. Саме зростання рівня соціальної відповідальності у сфері надання консалтингових послуг є важливим чинником підвищення ефективності діяльності підприємств, їх соціальної відповідальності, економічного зростання в Україні.

Литература

1. Звіт про корпоративну відповідальність, 2011 рік. «Ернст енд Янг» в Україні. — К., 2012. — 56 с.
2. Звіт з прогресу. КІПМГ в Україні, 2011 р. — К., 2012. — 36 с.
3. Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні. — К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. — 31 с.
4. Контракты [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://kontrakty.ua/proekty/rejtingi/16287-kto-poluchil-propusk-v-prilichnoe-obshhestvo-rejting-soczialno-otvetstvennyh-kompanij-ukrainy/>
5. Ринок консультаційних послуг в Україні. Дослідження ІКГ «Астарта-Таніт», підготоване на замовлення Програми ділових консультацій ЕБРР [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://issuu.com/training.com.ua/docs/distribution_materials_18.11.2010_formated_red/4
6. Internationalstandart ISO/DIS 26000 [Electronic recourse]: Available at: http://www.lsd.lt/typo_new/fileadmin/Failai/N172_ISO_DIS_26000_E_.pdf
7. SustainabilityReportingGuidelines. Version 3.1 [Electronicrecourse]: Availableat: <https://www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>
8. TheTenPrinciples. Unitednations. GlobalCompact [Electronicrecourse]: Availableat: <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTen-Principles/index.html>

Статтю подано до редакції 05.06.2012 р.