

3. **Губин Е.П.** Управление и корпоративный контроль в акционерном обществе / Губин Е.П. – М.: Юристъ. – 2011. – 263 с.
4. **Кукура С.П.** Теория корпоративного управления / Кукура С.П. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2010. – 478 с.
5. **Мишурова И.В.** Технологии корпоративного управления. / И. В. Мишурова, Н. Ф. Новосельская – Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2010. – 544 с
6. **Сірош М. В.** Принципи корпоративного управління України / Сірош М. В. – К.: ДКЦПФР, 2011. – 35 с.
7. **Полонский В. Г.** Корпоративное управление в непроизводственной сфере. / Полонский В. Г. - Херсон: ОЛДИ-плагос, 2009. – 460 с.
8. **Петруня Ю. Є.** Акціонерні товариства в Україні: проблеми емітентів та інвесторів. / Петруня Ю. Є. – Дніпропетровськ, 2009. – 100 с.
9. **Россинский В.И.** Основы корпоративного управления. / Россинский В.И. – Ростов н/Д.: Феникс; Новосибирск: Сибирские соглашения. 2012. – 252 с.
10. **Небава М. І.** Теорія корпоративного управління: вузлові питання / Небава М. І.– К.: Центр навч. літ-ри, 2009. – 295 с.

Стаття надійшла: 26.11.2013 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Бабич Д.В.

УДК 330.162:334.005.35

JEL M 140

ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ІНСТИТУЦІЙНІ ФОРМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Євтушенко В.А., канд. екон. наук, доцент,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Анотація. Предметом дослідження є сучасні інституційні форми корпоративної соціальної відповідальності, а саме: їхні внутрішні та зовнішні складові відповідно до суб'єкта соціальної відповідальності. Мета – узагальнення інституційних форм сучасної корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), виявлення їх внутрішніх і зовнішніх проявів та, на цій основі, надання методичних рекомендацій щодо удосконалення КСВ-практик по відношенню до груп зацікавлених осіб (стейкхолдерів) і можливих напрямів і показників оцінки корпоративної соціальної відповідальності. Методологічною базою для підготовки статті стали праці відомих західних, російських і українських економістів з предмету дослідження, результати власних розробок, аналіз основних міжнародних й українських технологій КСВ, логіко-історичні засади становлення практики соціальної відповідальності компаній в Україні, а також основні міжнародні стандарти в галузі КСВ. Для досягнення поставленої мети використані методи: діалектичний, історичний, логічний, системний. У результаті дослідження визначені внутрішні та зовнішні інституційні форми корпоративної соціальної відповідальності, надані практичні рекомендації з удосконалення управління КСВ на основі міжнародних стандартів: Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй (ГД ООН – Global Compact), стандарт із взаємодії із зацікавленими сторонами (стандарти серії AA 1000), стандарт SA 8000 (Social Accountability International's) у сфері КСВ з трудових відносин, ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності». Сферою застосування результатів дослідження є: сучасна економічна теорія корпоративної соціальної відповідальності та розробка стратегічних програм і тактичних планів впровадження й управління КСВ в практику українських суб'єктів бізнесу.

Ключові слова: інституційні форми, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна культура, стейкхолдери, ГД ООН, AA 1000, ISO 26000, SA 8000.

Постановка проблеми. За останні п'ятдесят років змінився вектор глобального економічного розвитку і сучасного управління компаніями: модель жорстко конкурентного ринку з концепцією

тотального управління якістю (TQM) поступово замінює соціально-орієнтована економіка з концепцією соціально відповідального корпоративного управління (TRM), яка передбачає етичну бізнес-поведінку, збільшення уваги до вимог внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін (стейкхолдерів), збереження навколишнього природного середовища.

Після світової фінансово-економічної кризи 2008-2010 рр проблема соціальної відповідальності бізнесу на засадах сталого розвитку загострилась. Дослідивши закономірності подальшого міжнародного буття і основні глобальні ризики, Група високого рівня представила рекомендації (30.05.2013 р.) з тенденцій загальносвітового розвитку після 2015 року – вкрай необхідні п'ять великих перетворень: 1) викорінення убогості в будь-яких її проявах; 2) стійкий розвиток; 3) перетворення економік для створення нових робочих місць та сприяння всеосяжному економічному зростанню; 4) створення чесних і ефективних, відкритих і відповідальних інститутів для всіх; 5) формування нового глобального партнерства на основі нового духу солідарності, співробітництва і взаємної відповідальності [1].

Тож в умовах соціально ринкової трансформації економіки України, загальносвітової соціалізації бізнесу, інтеграційних процесів, розширення впливу транснаціональних корпорацій, курс на сталий розвиток та соціальну відповідальність – об'єктивна закономірність еволюції українського суспільства та економічної поведінки приватного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних досліджень, які безпосередньо присвячені розгляду проблеми соціальної відповідальності бізнесу, найбільш значущими є праці Г. Боуена, К. Девіс, П. Друкера, Е. Карнегі, А. Керолла, Р. Оуена, М. Портера, М. Фрідмена, Р. Фрімена. Російська економічна наука у розгляді соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності представлена дослідженнями Ю. Благова, С. Івченко, М. Корсакова, О. Костіна, С. Перегудова, І. Соболева, Г. Тульчинського, С. Туркіна та ін. Авторами вітчизняних наукових публікацій, присвячених корпоративній соціальній відповідальності, є: Д. Баюра, М. Бутко, В. Воробей, З. Галушка, А. Гулевська-Черниш, Г. Задорожний, Т. Лепіхіна, С. Мельник, Є. Мохова, Ю. Петруня, М. Сап-рикіна, М. Царик, Шаповал В. М., М. Широкова, М. Юрков та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на деяку новітність для України концепції корпоративної соціальної відповідальності, вітчизняні науковці опікуються розробкою теорії стейкхолдерів, дослідженням складових-індикаторів КСВ, виявленням напрямків і практик КСВ, серед них слід виділити таких, як: В. Воробей, І. Журовська, О. Буян, О. Березіна, Д. Баюра, О. Ворона, М. Кудінова, О. Черних, Л. Грицина. Однак нечітко визначеними залишаються питання розуміння внутрішніх і зовнішніх напрямків/технологій соціальної відповідальності у сучасних компаніях, вітчизняними підприємцями недостатньо використовуються міжнародні стандарти в сфері КСВ, що не може не впливати на зниження ефективності практик соціальної відповідальності в суспільстві.

Метою дослідження є узагальнення інституційних форм сучасної корпоративної соціальної відповідальності, виявлення їх внутрішніх і зовнішніх проявів та, на цій основі, надання методичних

рекомендацій щодо удосконалення КСВ-практик і напрямів оцінки корпоративної соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність розуміється нами як економічна, екологічна, соціальна, етична відповідальність компаній за вплив їхньої діяльності на суспільство, навколишнє природне середовище, задоволення потреб різних зацікавлених сторін, з метою створення умов для сталого розвитку.

На нашу думку, в Україні корпоративна соціальна відповідальність ще не отримала широкого охоплення, але в останнє десятиріччя розвинулись і поступово зміцнюються певні інститути (табл. 1).

Таблиця 1 – Інституціоналізація корпоративної соціальної відповідальності в Україні
(складено за джерелом [2])

Роки	Інституційні форми КСВ
2005	Форум «Корпоративна соціальна відповідальність та Глобальний договір (ГД)». Створення провідної експертної організації з КСВ: Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні»
2006	Підписання «Глобальний договір» в Україні (34 учасника)
2007	Зростання обізнаності про КСВ і перші зусилля українських компаній. Україна приєдналася до міжнародної групи з розробки нового міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000: обрано шість національних експертів від різних груп зацікавлених сторін
2008	Україна – одна з трьох найбільш результативних мереж ГД у світі і найбільш динамічна мережа ГД у Східній Європі (саміт бізнес-лідерів «Створюючи нову еру сталого розвитку»). Створено Раду Глобального Договору ООН в Україні. Складено перший рейтинг найбільш соціально відповідальних українських компаній - Діловий журнал «Контракти» (РА «Гвардія»). Відділення особистих благодійних фондів акціонерів від компаній: благодійний фонд «Розвиток України» Р Ахметова відділений від компанії СКМ
2009	Розвиток ініціатив у сфері екологічного менеджменту: перший український бізнес-саміт на найвищому рівні з питань зміни клімату (спільно з ГД ООН). Формується мережа «КСВ в бізнес-освіті»
2010	Представлений перший аналітичний звіт дослідження української Маркетингової Групи «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку»
2011-2013	Зростання соціальної (нефінансової) звітності. Зростання філантропії та волонтерства. Складається Індекс прозорості та підзвітності на основі методики Beyond Business (Ізраїль)

За період 2012-2013 рр за дослідженнями провідних НДО у сфері КСВ в Україні, – РА «Гвардія» та Центр «Розвиток КСВ в Україні», – з'явилися певні позитивні зрушення з КСВ вітчизняних компаній. У 2012 р. 41 українська компанія позиціонувала себе як соціально відповідальна. З них 92% направляють соціальні інвестиції на розвиток персоналу; 89,5 % – на охорону праці та здоров'я персоналу; 86,8 % – на благодійність. Зростає усвідомлення компаніями необхідності КСВ та використання міжнародних стандартів у сфері нефінансової звітності: 68% компаній-учасниць КСВ-рейтингу–2012 опублікували соціальну звітність, з них майже третина підготували звіт про прогрес за стандартами ГД ООН або звіт за внутрішніми стандартами компанії, а 8,5% мають звіт, підготовлений на базі GRI 3 (рівень B) і 4,9% – на базі GRI 3 (рівень C). Разом із соціальною звітністю росте

прозорість і відкритість бізнесу: 59% компаній надали інформацію про розміри соціальних інвестицій [3-4].

Але за наведеними високими цифрами політики КСВ ще не стали стратегією українських компаній, які за ставленням до соціальної відповідальності дослідники поділяють на шість груп (табл. 2).

Таблиця 2 – Групи українських компаній за участю в КСВ (складено за джерелом [5])

№	Ознака групування	Характеристика КСВ
1.	відповідальні мимоволі	великі промислові підприємства, які в результаті приватизації отримали в навантаження до виробничих потужностей і турботу про соціальну інфраструктуру
2.	відповідальні «дочки»	представництва транснаціональних компаній, в корпоративних стратегіях яких для всіх країн прописаний внесок у стійкий розвиток: «Думай глобально, а дій локально»
3.	прогресивні українські компанії	компанії нової філософії: зацікавлені в легітимізації свого бізнесу на Заході, усвідомлюють значення КСВ для довгострокового розвитку на ринку, КСВ є правилом, інституційно розробляють і реалізують КСВ-стратегію
4.	компанії-опортуністи	бізнес-структури, для яких КСВ – це лише тренд, PR-стратегія, джерело підвищення репутації: короткострокова КСВ-діяльність за наявності бюджету
5.	компанії-волюнтаристи	компанії, власники або топ-менеджмент яких, виходячи з особистих переконань і моральних цінностей, бажають робити внесок у розвиток суспільства
6.	старанні платники податків	компанії, які сам факт виконання законодавчих норм (наприклад: сплата податків) вважають «соціально відповідальною поведінкою» в умовах України

Тож, хоча українські компанії все більше розуміють і сприймають соціальну відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності компаній, як відзначають аналітики, у зв'язку з фінансово-економічною кризою 2008-2010 рр. і комерціалізацією відносин медіа-компаній з розміщення прес-релізів з КСВ, за останні п'ять років рівень обізнаності про соціальну відповідальність по країні майже не змінився, а 25 % підприємств на сьогоднішній день навіть не чули про поняття соціальної відповідальності бізнесу [6].

В той же час керівники українських компаній, які впроваджують практики КСВ, відзначають, що заходи з соціальної відповідальності принесли справжню користь для суспільства і регіону, вплинули на поліпшення ставлення працівників до компанії, покращили її репутацію та економічні показники. Більше двох третин українських бізнес-лідерів вважає, що заходи з соціальної відповідальності впливають на можливості підприємства знайти і утримати кращих працівників, сформувати позитивний імідж і репутацію, створити переваги перед конкурентами.

Стратегічне управління КСВ в сучасній компанії, на нашу думку, має включати як мінімум такі складові: КСВ-стратегія, КСВ-програми, партнерські відносини зі стейкхолдерами, PR-КСВ, соціальна звітність.

Взаємодія зі стейкхолдерами [зацікавленими сторонами] є однією з основних складових впровадження практик соціальної відповідальності. Співпраці з зацікавленими сторонами приділяється величезна увага в головному міжнародному стандарті з соціальної відповідальності ISO

26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» [7]. Стандарт акцентує три типи взаємозв'язку і взаємовпливу між суб'єктами соціальної відповідальності: між організацією і суспільством, між зацікавленими сторонами і суспільством, між організацією та її зацікавленими сторонами. Рішення та діяльність організації можуть надавати потенційний і реальний вплив на зацікавлені сторони (приватних осіб і організації). По відношенню до стейкхолдерів (за стандартом ISO 26000:2010) компаніям слід їх знати, виявити і проаналізувати всі сучасні теми та актуальні проблеми, застосовні до соціальної відповідальності компанії, а потім оцінити значимість цього впливу щодо зацікавлених сторін і вплив на сталий розвиток.

В міжнародному стандарті, який визначає правила і принципи роботи зі стейкхолдерами, AA 1000 дано їхнє чітке визначення: «Зацікавленою стороною називається група, яка може впливати на діяльність організації або, навпаки, здатна відчувати на собі вплив від діяльності організації, виробленої нею продукції або надаваних нею послуг і пов'язаних з цим дій. Це визначення не поширюється на всіх тих, хто може бути знайомий з організацією або мати думку про неї. У будь-якої організації багато зацікавлених сторін, які відрізняються одна від одної за типом і ступенем участі в її діяльності і часто мають абсолютно різні, іноді навіть суперечать один одному, інтереси і потреби» [8].

Стейкхолдери можуть бути внутрішніми і зовнішніми. До останніх відносять такі групи: 1) клієнти і споживачі (фінансові та виробничі спільноти, національні, регіональні та локальні громади, постачальники, споживачі, посередники тощо) і 2) державні органи і неурядові організації (урядові, професійні, громадські та міжнародні організації, громадянське суспільство, ЗМІ, тренінгові та консалтингові агентства, навчальні, наукові та науково-дослідні інститути та ін.) [9].

Так як метою КСВ є етична поведінка в економічному, екологічному, соціальному впливі на стейкхолдерів, для повного й ефективного керівництва КСВ-діяльністю окремої компанії доцільно виділяти внутрішні і зовнішні напрями/практики/форми КСВ. Внутрішні інституційні форми обмежуються рамками даної компанії і стосуються її працівників. До них належать: 1) формування корпоративної КСВ-культури (КСВ-принципи роботи в організації, соціально-психологічний клімат, етичні кодекси, комітети з етики, карти етики, навчання етичному поведженню, КСВ-культура внутрішніх комунікацій), 2) трудові практики (розвиток персоналу, система стимулювання та мотивації роботи, морального заохочення і покарання, оздоровлення працівників та членів їх сімей, залучення та підтримка молоді, дитячі, спортивні та оздоровчі програми тощо).

Для реалізації внутрішньої КСВ компаніям, на нашу думку, доцільно застосовувати міжнародний стандарт SA 8000 (Social Accountability International's), розроблений Агентством з акредитації Ради з економічним пріоритетам Міжнародної організації праці (CEPAA – Council on Economic Priorities Accreditation Agency) і заснований на нормах Міжнародної організації праці, Декларації ООН про права людини та Конвенції ООН про права дитини. Стандарт визначає вимоги щодо соціальної відповідальності, які стосуються інтересів персоналу компанії, не зачіпаючи охорону навколишнього середовища та економію природних ресурсів, допомогу місцевому співтовариству і етичні

норми ділової практики, а сертифікує впровадження соціальної відповідальності по дев'яти нормативам поведінки роботодавця стосовно своїх працівників: 1) дитячої праці, 2) примусової праці, гігени праці, 3) безпеки, 4) свободи асоціацій, 5) дискримінації, 6) дисциплінарної практики, 7) тривалості робочого часу, 8) оплати праці та 9) системи управління [10].

Зовнішні інституційні форми КСВ – це економічна, соціальна та екологічна політика, що впливає на суспільство, партнерів, місцеве співтовариство на території діяльності компанії тощо. До них в першу чергу можна віднести: інституалізація питань КСВ і комунікації з КСВ, просування доброї справи, добродійний маркетинг, корпоративний соціальний маркетинг, корпоративна філантропія, розвиток і підтримка громад, благодійність і філантропія, волонтерська діяльність на користь громади, соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу, захист прав людини, захист прав споживачів, захист навколишнього середовища [11]. На нашу думку, будь яку КСВ-діяльність компанії мають узгоджувати з кодексом поведінки, розробленим Організацією Об'єднаних Націй – Глобальною угодою (Глобальний договір (ГД) ООН (Global Compact) [12], яка проголошує десять принципів, що формують інституційні форми КСВ в області прав людини, зайнятості, навколишнього середовища і боротьби з корупцією (рис. 1).

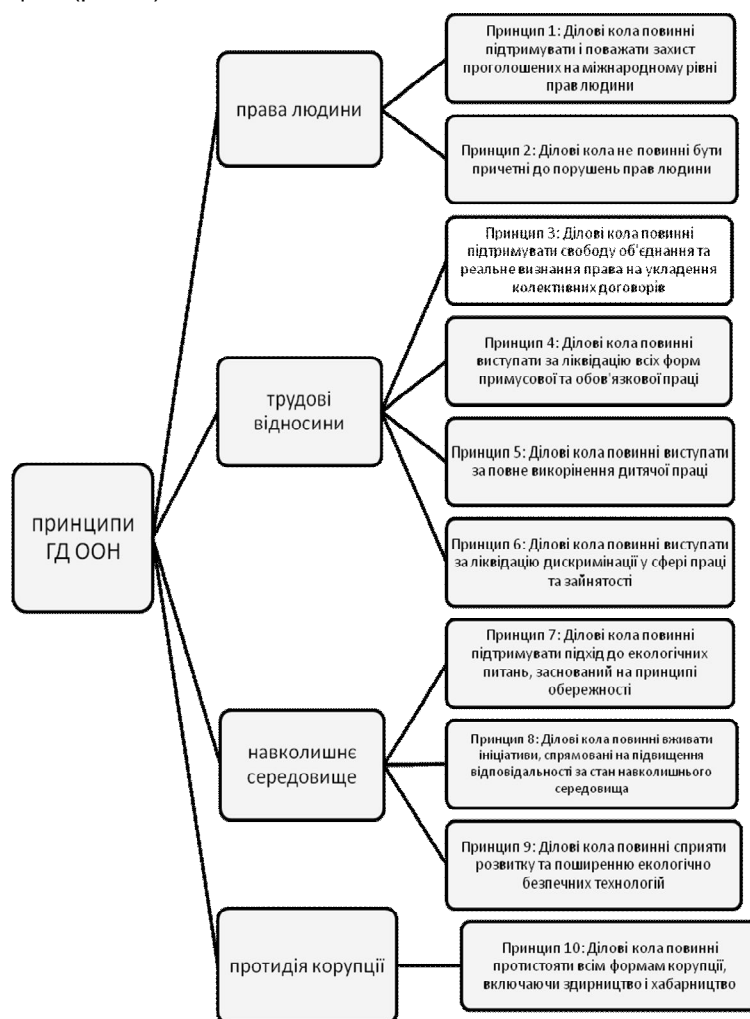


Рисунок 1 – Десять принципів Глобального договору ООН

Компанії, які є підписантами (членами) Глобального Договору ООН, зобов'язалися дотримуватися принципів ГД у своїй діяльності, мають щорічно готувати Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP-Communication on Progress), демонструючи, як компанія виконує принципи ГД ООН і які у неї плани на майбутнє.

Висновки, пропозиції та перспективи подальших досліджень. Таким чином, компанія має право називати себе соціально відповідальною, якщо діє за принципами економічної, соціальної та екологічної відповідальності та здійснює комплекс КСВ-програм у пріоритетних для суспільства напрямках. КСВ-активність компанії виражається у внутрішніх і зовнішніх інституційних формах, має носити стратегічний системний характер і для цього використовувати серії міжнародних стандартів з КСВ: Global Compact, GRI, AA 1000, ISO 26000, SA 8000, ISO 14000.

На рівні компаній перш за все необхідно розробити та прийняти стратегії соціальної відповідальності, сформувати відповідні структури підприємства, розробити карти стейкхолдерів, виявити внутрішні і зовнішні інституційні форми впровадження КСВ, ввести посаду менеджера з КСВ, активно впроваджувати інтегровану звітність. І, незважаючи на те, що у стандарті ISO 26000 зазначено, що він призначений для добровільного застосування суб'єктами господарювання, на нашу думку, соціально-відповідальна компанія може впоратися з підприємницькими ризиками і досягти стійкого розвитку, адже «...організації у всьому світі та їх зацікавлені сторони все більше усвідомлюють потребу в соціально відповідальній поведінці і її переваги» [7].

Література:

1. Новое глобальное партнёрство: искоренение бедности и преобразование экономик посредством устойчивого развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.un.org/ru> – 85 с.
2. **Евтушенко В.А.** Этапы институционализации социальной ответственности в трансформационной экономике Украины / В.А. Евтушенко // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. Научно-практический журнал Юго-Западного государственного университета (Курск, Россия). – № 1. – 2013. – С. 72-81.
3. Гвардия. 5-й рейтинг відкритості та системності українських компаній у сфері КСВ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kontrakty.ua/>
4. Центр «Розвитку КСВ в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org/>
5. **Воробей В.** Как за пятилетку КСО из модной темы стала в Украине профессиональной сферой [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.fl-life.com.ua>
6. Проблемы и перспективы корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://reporter.zhitomir.info>
7. ISO 26000:2010 [E-resource] – Access regime: www.iso.org
8. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами AA1000SES. – AccountAbility, 2005 – 68 с.
9. **Yevtushenko V.A.** Institutional forms of socially responsible interaction of the company with external stakeholders in Ukraine // European Science and Technology, Munich, Germany. – Vol. I. – 2013. – P. 762-765.
10. Методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу (виробничий рівень). – Луганськ: ДУ НДІ соціально-трудових відносин, 2012. – 28 с.
11. **Євтушенко В. А.** Розвиток соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в Україні / В. А. Євтушенко, В. І. Чигрінов. // Ринкова трансформація економіки. Збірник наукових праць. Вип. 14. – Х.: ХІБМ, 2012. – 324 с. – С. 190-203.
12. Global Compact [E-resource] – Access regime: www.unglobalcompact.org

Стаття надійшла: 27.11.2013 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.