

SOCIAL AUDIT IN ASSESSING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

M. Bukovinska, R. Ponomarenko

National University of Food Technologies

Key words:

*Corporate social
responsibility
Standards
Social audits
Social accounting
Personnel
Business*

Article history:

Received 24.02.2015

Received in revised form
12.03.2015

Accepted 22.04.2014

Corresponding author:

M. Bukovinska

E-mail:

m_bukovinska@mail.ru

ABSTRACT

The article discusses the issues related to the international practice of social audit formation, its methodological foundations and regulatory studies, realization of technologies and basic objects. It also discloses the problems of corporate social responsibility and social reporting of organizations. The importance of social audit and its impact on the development of corporations and society at large are analyzed. A research of the origin and development of ideas of corporate social responsibility and social audit at the international level was conducted. The specific features of social accountability and social audit in Ukraine were outlined. It was found that Ukrainian corporations started to introduce corporate social responsibility because of their entrance to the international market. Considering the results of the research, scientific and practical recommendations on wider and more effective use of social audit are proposed.

СОЦІАЛЬНИЙ АУДИТ В ОЦІНЦІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

М.П. Буковинська, Р.А. Пономаренко

Національний університет харчових технологій

У статті розглянуто проблеми, пов'язані з міжнародною практикою становлення соціального аудиту, його методологічні основи та нормативно-правове обґрунтування, технології проведення, основні об'єкти. Розкрито питання корпоративної соціальної відповідальності й соціальної звітності організації, проаналізовано значимість соціального аудиту та його впливу на розвиток корпорацій і суспільство в цілому. Здійснено дослідження зародження та розвитку ідей соціальної відповідальності корпорацій і соціального аудиту на міжнародному рівні. Висвітлено особливості розвитку соціальної звітності та соціального аудиту в Україні. Виявлено, що корпоративну соціальну відповідальність українські корпорації почали впроваджувати під впливом виходу компаній на міжнародний ринок. Враховуючи отримані результати дослідження, запропоновано науково-практичні рекомендації щодо більш широкого й ефективного застосування соціального аудиту.

Ключові слова: *корпорації, соціальна відповідальність, стандарти, соціальний аудит, соціальна звітність, персонал, бізнес.*

Постановка проблеми. Основні продуктивні сили сучасного світу належать великим компаніям-виробникам, які є гравцями міжнародного ринку. Вони прагнуть принести в країни, куди вкладають свої капітали, власну соціальну ідеологію, звичайні для них норми трудових відносин, партнерство з профспілками, соціальну відповідальність.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності формувалася майже півстоліття під тиском держав і великих громадських організацій. До середини 90-х років минулого століття соціальні й екологічні питання тісно переплелися у загальну концепцію сталого розвитку. У більшості розвинутих країн загальноприйнятою стала так чи інакше змінена теорія розумного егоїзму, згідно з якою вкладення ресурсів у соціальні програми є одним із факторів забезпечення стабільного розвитку бізнесу.

На сьогодні більшість великих британських компаній мають у своїх структурах спеціальні підрозділи із соціальних питань зі своїми бюджетами та представництвом на рівні ради директорів. Активна роль британського уряду виражається у підтримці компаній, які висвітлюють свою діяльність у соціальній та природоохоронній сфері і взаємовідносинах із персоналом. Цілий ряд законодавчих актів запроваджують пільговий режим оподаткування для компаній, які ведуть свій бізнес соціально відповідально і з позиції ділової етики, особливо з питань ефективного використання енергії, вторинної переробки відходів виробництва тощо.

В останньому десятиріччі минулого століття з'явилися перші соціальні звіти, у яких надавалася інформація про соціальну стабільність бізнесу та лояльність корпорацій до населення. Близько 80 % великих британських компаній включають соціальну звітність у щорічні фінансові звіти, яка використовується для проведення соціально-етичних аудиторських перевірок.

В останні роки суб'єкти господарської діяльності України також зробили значний крок у сфері соціальної відповідальності. Компанії почали усвідомлювати свою роль у вирішенні таких питань, як дотримання прав людини, збереження навколишнього середовища, протидії корупції тощо. Окремо приділяється увага соціальній відповідальності, що пов'язано з підвищенням громадської активності, конкуренції компаній за персонал, відношенням людини до споживання, обмеженістю наявних ресурсів, зростанням ролі репутації та бренду компанії.

В Україні, на жаль, зустрічаються поодинокі приклади соціального аудиту. Головними причинами такої ситуації є низький рівень свідомості населення та відсутність нормативно-законодавчої бази. Так, великий бізнес, що виходить на міжнародну арену, переймає західний досвід, а середній і малий бізнес поки що спостерігає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання корпоративної соціальної відповідальності та соціального аудиту досліджувалися у працях таких вчених, як Д. Кроутер, Г. Арас, Ф. Котлер, М. Фрідмен, І. Альошина, П. Шлендер, Є. Сірій, К. Адурахманов, С. Стародубська.

Метою статті є визначення сутності і специфіки соціального аудиту та доведення потреби в оцінці ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

Вклад основного матеріалу. Згідно з визначенням Європейської комісії (corporate social responsibility — CSR), корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це особлива концепція, згідно з якою компанії вирішують добровільно внести свій вклад у покращення суспільства та чистоту навколишнього середовища [1]. У 1970-х роках термін КСВ почав вживатися у міжнародній практиці.

Ідеї соціальної відповідальності зародилися в США в XVII столітті. В історії розвитку КСВ можна виділити три етапи:

I етап (60—70 рр. XX ст.) — розвиток корпоративної філантропії (благодійності). Даний етап характеризувався наданням пожертви університетам, місцевим лікарням, культурним установам, що були спрямовані на покращення соціального розвитку суспільства.

II етап (середина 70-х — початок 80-х рр. XX ст.) — етап розвитку стратегічної філантропії.

III етап (кінець 80-х рр. XX ст. — наш час) — розвиток концепції соціальних інвестицій.

Компанії, маючи за пріоритет бізнес-вигоду, водночас враховують інтереси партнерів: інвесторів, споживачів, постачальників, власних працівників, посередників тощо [2].

Англійський промисловець, соціаліст-утопіст Р. Оуен розробив проект покращення умов життя працівників однієї з прядильних фабрик у Шотландії та висловив ідею необхідності державного регулювання соціально-трудова відносин на виробництві. Погляди Р. Оуена про необхідність державної регламентації соціальної відповідальності підприємців пізніше були розвинені французьким промисловцем Д. Лєграном, що запропонував ідею необхідності запровадження міжнародних трудових норм, які б визначали умови праці на заводах і фабриках.

Меценатство було першим періодом еволюції ідеї корпоративної соціальної відповідальності. Однак, незважаючи на існування вдалих прикладів як у західних країнах, так і на території України, головним недоліком першого етапу розвитку корпоративної соціальної відповідальності було те, що така діяльність була нерегулярною та подекуди чітко не спрямованою на цільову аудиторію. Крім того, підтримка тієї чи іншої ініціативи безпосередньо залежала від особистих поглядів і переваг власників підприємств.

Наступним історичним етапом розвитку концепції соціальної відповідальності є зародження у США на початку XX ст. доктрини капіталістичної благодійності, згідно з якою прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства, тобто фінансувати суспільні потреби. Так, у 1905 р. в США зароджується рух «Ротарі», прибічники якого вважали, що матеріально забезпечені люди повинні сприяти покращенню соціальної ситуації не лише у професійній сфері, а й всередині територіальної громади, в якій вони функціонують [3].

На розвиток соціальної відповідальності корпорацій значний вплив має Організація Об'єднаних Націй (ООН) та її агенції Європейського Співтовариства з його складовими частинами, Міжнародна організація праці, провідні світові бізнес-структури та громадські організації. ООН ініціювала всесвітню

кампанію за розповсюдження Глобального договору про соціальну відповідальність бізнесу (UN Global Compact), приєднавшись до якого підприємства різних країн добровільно беруть на себе зобов'язання діяти згідно з його 10 принципами і щорічно публікувати відповідні звіти.

На початку 2012 р. Глобальний договір підписали близько 8000 компаній і 2000 громадських організацій із 140 країн, 150 з яких — з України [4].

Ідея соціальної відповідальності бізнесу лежить в основі Глобального договору. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) — це відповідальне ставлення корпорації до свого продукту, послуги, до споживачів, працівників і їхніх родин для покращення якості життя, партнерів та активна соціальна позиція у вирішенні найгостріших соціальних проблем [5]. Згідно з «концепцією обов'язків» А. Керролла, компанії повинні дотримуватися таких обов'язків: філантропічних (бути добрим корпоративним громадянином), етичних, правових, економічних обов'язків.

Нормативно-правова база СВБ включає такі документи: Декларацію фундаментальних обов'язків і прав на роботі, Тристоронню декларацію принципів щодо транснаціональних компаній і соціальної відповідальності, Кодекс поведінки стосовно безпеки та охорони здоров'я, Кодекс поведінки стосовно ВІЛ/СНІД.

Міжнародна організація стандартів (ISO) розробила стандарт ISO 14000, який встановлює загальні правила, принципи та процедури екологічного аудиту.

У 1997 р. була створена організація Global Reporting Initiative (Глобальна ініціатива звітування), яка підготували стандарти соціальної звітності. Global Reporting Initiative (GRI) — це міжнародний стандарт звітування щодо добровільного використання організаціями звітів з економічного й екологічного напрямів їх діяльності, продукції та послуг [6].

Міжнародні стандарти GRI в Україні почали впроваджувати під впливом виходу компаній на міжнародний ринок. Якщо положення трудового законодавства мають обов'язковий до виконання характер, то впровадження форм соціальної звітності знаходиться в рекомендаційній площині [7]. На теренах України Група СКМ була однією з перших компаній, яка почала готувати соціальний звіт з 2007 року. Соціальний звіт повинен віддзеркалювати економічну, соціальну й екологічну політику корпорації і виконувати функцію інструмента управління діяльністю з корпоративною соціальною відповідальністю [5].

Соціальний звіт може бути підготовлений в різних формах, серед яких:

1. Звіт про КСВ-діяльність. Цей звіт найбільш легкий і готується за власною структурою компанії за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проектів компанії і не проходить аудит.

2. Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору — найпоширеніший серед нефінансових звітів. Цей звіт базується на принципах Глобального договору і його готують тільки члени Глобального договору ООН. При складанні нефінансового звіту здійснювати аудит не потрібно.

3. Звіт зі сталого розвитку є одним з найбільш складних соціальних звітів, який готується з дотриманням вимог системи Глобальної ініціативи зі звітності. У нефінансовому звіті повинні міститися такі складові: бачення та стратегія компанії, профіль організації, індекс GRI, показники діяльності.

4. Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності. Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахуванні їхньої думки під час аналізу діяльності компанії [8].

У 1940-х роках починається історія соціального аудиту, коли виникає потреба в оцінці ефективної корпоративної соціальної відповідальності.

Соціальний аудит — це специфічна форма аналізу, ревізії умов соціального середовища організації з метою виявлення фактів соціальних ризиків і вироблення пропозиції щодо зниження їх дії [5, с. 439]. Соціальний аудит ставить за мету оцінити здатність організації вирішувати соціальні проблеми, які виникають усередині і за її межами, й управляти тими із них, які безпосередньо впливають на трудову діяльність індивідуума [5].

Об'єктом соціального аудиту є відносини соціально-економічного характеру у сфері розробки, прийняття і реалізації договорів, планів і програм соціального розвитку, дійсних на всіх рівнях системи соціального партнерства й управління соціально-економічною сферою.

Можна виділити 4 етапи проведення соціального аудиту:

- підготовчий етап;
- збір інформації;
- обробка і аналіз інформації;
- складання звіту.

На підготовчому етапі здійснюється укладання договору між клієнтом і фірмою, що проводиться аудит, визначаються цілі аудиторської перевірки, створення команди для аудиторської перевірки. На етапі збору інформації здійснюється моніторинг персоналу, спостереження, опитування, робота з відповідною документацією.

У практиці менеджменту існує декілька методик оцінки корпоративної соціальної відповідальності організації:

- використання «соціальних індикаторів», які визначають індекси якості життя на основі вимірювання кількісних параметрів;
- складання «соціального звіту» у звичайній балансовій формі, де враховуються соціальні вигоди і витрати від діяльності відповідних компаній для працівників, клієнтів, постачальників, місцевих органів у цілому;
- метод аранжування компаній згідно з їх соціальною діяльністю, наприклад, у сфері дотримання норм контролю за навколишнім середовищем [9];
- метод управління соціальною програмою, спрямований на розробку системи, включаючи оцінку витрат за соціальними програмами, ефективності їх виконання, які дозволяють «розумно» складати бюджет і збільшувати «соціальний дохід» на капіталовкладення.

На етапі аналізу інформації здійснюється обробка інформації, яка проводиться за допомогою методу розрахунку соціального індексу. Для кожної з груп питань розраховуються бали. Організація таким чином визначає свій рейтинг, а також співвідношення між цілями і зусиллями організації

у соціальній сфері («що організація хоче» і «що організація робить», з одного боку, і «що організація отримує» — з іншого) [5].

Індексний метод оцінювання КСВ досить поширений у міжнародній практиці. Найбільш поширеними індексами є: Індекс Domini Social Investment (DSI 400) (оцінюються соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств); Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index) (критеріями оцінки виступають економічна основа для розвитку підприємства, соціальна активність, екологічна діяльність); Індекс FTSE4Good (фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства), Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index); метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group) (аналіз соціальної замученості підприємства) [8].

На завершальному етапі складається звіт, в якому аналізуються причини соціальної напруженості, оцінюються результати діяльності, а також у звіті міститься пропозиція щодо удосконалення управління персоналом і покращення заходів стимулювання персоналу.

Донедавна в Україні соціальна відповідальність бізнесу існувала здебільшого у формі пожертвувань. Для українських компаній практика КСВ є новою. Провідні транснаціональні корпорації, що діють на території України, є лідерами формування КСВ у бізнес-середовищі. Такі міжнародні компанії, як Coca-Cola Beverages Ukraine, Ernst & Young, Samsung Electronics Ukraine, METRO Cash & Carry Ukraine, McDonald's Ukraine LTD та ін. є певним еталоном соціальної відповідальності, мають звичну практику та філософію діяльності у сфері КСВ.

В Україні журнал «ГВардія» оцінив рівень відкритості та системності українських компаній у сфері корпоративної відповідальності. Методика рейтингу видання заснована на інтегральній оцінці компаній за чотирима основними показниками: соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством; рівень розкриття інформації про соціальне інвестування; управління у сфері КСВ та залучення стейкхолдерів (особи або організації, що впливають на діяльність компанії, і одночасно ті, на кого впливає діяльність компанії [10]); відкритість компаній у сфері благодійності та меценатства [8]. В розробці проекту брала участь 41 компанія.

Рейтинг компаній-лідерів у сфері корпоративної соціальної відповідальності, опублікований виданням «ГВардія», очолили:

- Донбаська паливно-енергетична компанія (ДТЕК);
- ArcelorMittal Кривий Ріг;
- Platinum Bank;
- System Capital Management (СКМ);
- корпорація «Оболонь».

Компанія ДТЕК — найбільша енергетична компанія України, яка в 2007 р. підписала Глобальний договір ООН і у 2008 р. опублікувала перший соціальний звіт за 2007 рік.

Уже не перший рік СКМ підтверджує репутацію прозорої та відкритої компанії у сфері соціальної відповідальності. Компанія СКМ підписала

Глобальний договір ООН у 2006 р., а соціальні звіти, які відповідають міжнародним стандартам, публікує з 2007 року.

Існує кілька факторів, що впливають на практику корпоративної соціальної відповідальності в Україні:

1. Структура економіки. В українській економіці переважають галузі важкої промисловості, тому розвиток КСВ залежить від політики компаній у цьому секторі.

2. Неефективна система соціального захисту.

3. Слабкі місцеві громади.

4. Відсутність інституційної підтримки. Україна не має державного органу, який би запроваджував стандарти й методичку реалізацій політики корпоративної соціальної відповідальності.

5. Трудове законодавство. Україна має досить розвинене трудове законодавство, однак спостерігаються численні порушення існуючих норм і вимог. Для України характерні високий рівень безробіття, незахищений ринок праці тощо [6].

Дослідження впровадження соціального аудиту як соціальної відповідальності бізнесу показало, що соціально-правова природа соціального аудиту повинна полягати в тому, що його реалізація надасть правову можливість для здійснення контролю за дотриманням роботодавцями, посадовими особами законодавства про працю, в тому числі з питань трудового договору, робочого часу і часу відпочинку, оплати праці, гарантій і компенсацій, а також з інших соціально-правових питань.

Висновки

В останні роки вітчизняні компанії почали усвідомлювати свою роль у вирішенні питань соціальних і екологічних проблем, але у більшості випадках це обмежується благодійністю, охороною довкілля, утилізацією відходів. Більшість вітчизняних компаній є закритими для широкого загалу, вони свідомо приховують інформацію про свою діяльність. Здебільшого транснаціональні компанії дотримуються стандартів КСВ.

Застосування корпоративної соціальної відповідальності та проведення соціального аудиту забезпечить компаніям певні переваги, серед яких покращення технологій бізнес-процесів, ділової та загальносуспільної репутації компаній, підвищення мотивації продуктивності праці персоналу, поліпшення економічних показників, зменшення плинності кадрів, визначення помилок у роботі з персоналом, покращення ділового іміджу корпорацій і відкриття нових ринків збуту.

Література

1. *Promoting a European framework for corporate social responsibility Green Paper*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001. — 7 p.

2. *Етика бізнесу: конспект лекцій для підготовки фахівців галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування»* напряму 6.030601 «Менеджмент» Укладач доц. Бондаренко С. М. — К.: КНУТД, 2010. — 10 с.

3. *Бас Юлія, Лавська Ірина*. Світова історія розвитку корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.stelmaschuk.info>.

4. Лебедев І.В. Соціальна складова розвитку економічного потенціалу за умов глобалізації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua>.

5. *Управління персоналом: підручник* / М.П. Буковинська, В.П. Сладкевич. — К: Кондор-Видавництво, 2013. — С. 403—447.

6. *Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження* [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.un.org.ua>.

7. Буковинська М.П. Соціальна звітність і соціальний аудит: інструменти управління корпораціями / М.П. Буковинська // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 4. — С. 110—114.

8. Євтушенко В.А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники / В.А. Євтушенко // Вісник НТУ «ХПІ». — 2013. — № 46 (1019). — С. 53—63.

9. *Основы социального аудита: Учебное пособие* / под ред. Г.Т.Галиева. — Уфа: РИО БИСТ, 2007. — 237 с.

10. *Социальный аудит: технологи, стандарты, основные понятия. Словарь-справочник* / В.М. Ахметов, Э.Р. Баянова. — Москва, АТиСО, 2007. — С. 242.

СОЦИАЛЬНЫЙ АУДИТ В ОЦЕНКЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

М.П. Буковинская, Р.А. Пономаренко

Национальный университет пищевых технологий

В статье рассмотрены проблемы, связанные с международной практикой становления социального аудита, его методологические основы и нормативно-правовое обоснование, технологии проведения, основные объекты. Раскрываются вопросы корпоративной социальной ответственности и социальной отчетности организаций, анализируется значимость социального аудита, его влияние на развитие корпораций и общества в целом. Проведено исследование зарождения и развития идей социальной ответственности корпораций и социального аудита на международном уровне. Освещены особенности развития социальной отчетности и социального аудита в Украине. Выявлено, что корпоративную социальную ответственность украинские корпорации начали внедрять под влиянием выхода компаний на международный рынок. Учитывая полученные результаты исследования, предложены научно-практические рекомендации относительно более широкого и эффективного использования социального аудита.

Ключевые слова: *корпорации, социальная ответственность, стандарты, социальный аудит, социальная отчетность, персонал, бизнес.*