

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У статті досліджено особливості стратегічного розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

In the article investigated the characteristics of development of corporate social business responsibility in Ukraine.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стратегія, заінтересовані особи, соціальне інвестування.

Keywords: corporate social responsibility, social responsibility, strategy, stakeholders, social investment.

В останні роки в Україні значно активізувалися наукові дослідження проблематики становлення інституту корпоративної соціальної відповідальності. Це пов'язано в першу чергу із загальносвітовими тенденціями актуалізації наукових та прикладних досліджень у цій сфері, а також розгортанням процесів соціального інвестування зарубіжними та вітчизняними компаніями на теренах України.

У науковій літературі проблемам корпоративної соціальної відповідальності відводиться багато праць. Різнобічним аспектам дослідження розвитку корпоративної соціальної відповідальності присвячені фундаментальні роботи зарубіжних вчених та практиків Ф.Котлера, М.Портера, Ненсі Лі, Р.Фрімена, А.Керолла, Ю. Благова, а також вітчизняних науковців та практиків Ушакової Н., Грішнєвої О., Іванової І., Петрове О., Саприкіної М., Супрун Н., Щербініної Ю. та інших [1, с. 65-69]. У той же час, питанням обґрунтування та формування стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності практично виділено поодинокі публікації переважно у засобах масової інформації. Неоднозначність у підходах до трактування понять «корпоративна соціальна відповідальність», «соціальне інвестування», «заінтересовані особи», а також відсутність нормативного забезпечення та методології оцінювання цього інституту, на відміну від розвинутих країн, заважають всебічному та системному розвитку даного явища в Україні.

Провідне об'єднання корпорацій США, що займається розвитком і просуванням концепції соціальної відповідальності бізнесу - Business for Social Responsibility (Бізнес за соціальну відповідальність) визначає корпоративну соціальну відповідальність як досягнення комерційного успіху шляхами, які засновані на етичних нормах і пошані до людей, співтовариств і довкілля. Тобто в основі формування корпоративної соціальної відповідальності закладено не лише

досягнення соціального ефекту, але й прибутковість, яка зростає на основі ефективного діалогу із заінтересованими особами компанії.

Стратегія формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні повинна ґрунтуватися на засадах сталого розвитку, тобто її положення забезпечують інтеграцію трьох головних компонент розвитку суспільних відносин, а саме: економічну, екологічну та соціальну. Крім того, слід однозначно визнати, що корпоративна соціальна відповідальність в нинішніх умовах економічного розвитку є одним із дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності компаній, забезпечення реалізації окремих функцій держави, формування соціально-орієнтованої ринкової економіки.

При цьому у межах реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності особливе значення належить вирішенню екологічних проблем. З цього приводу ще на початку лютого 2009 року Генеральний секретар ООН Пан Гі-мун виголосив звернення до учасників Світового економічного форуму у Давосі, поставивши при цьому основоположний акцент на вирішенні екологічних проблем. Він зазначив, що поряд багатьох проблем економічного характеру перед нами постає: ще одна проблема, котра формувалася роками і носить глобальний характер. Мова йде про зміну клімату, що ставить під загрозу всі наші цілі в сфері розвитку та досягнення соціального прогресу. За його висновками, «якщо ми займемося вирішенням проблеми зміни клімату напряду, нам вдасться побороти багато труднощів, з котрими ми сьогодні стикаємося, включаючи загрозу глобальної рецесії».

Саме інститут корпоративної соціальної відповідальності дозволяє формувати також нові підходи до корпоративного управління, розбудови приватно-державних та державно-приватних партнерств, соціального діалогу. Практично, функціонування компаній на засадах корпоративної соціальної відповідальності передбачає зміни не лише в управлінській ланці, але й інвестиційній, операційній та фінансовій сферах.

У той же час, як засвідчує досвід соціально відповідальних країн, без розробки дієвих механізмів стимулювання запровадження корпоративної соціальної відповідальності, зазначене явище буде розвиватися квола і навіть породжувати досить значні нові ризики як для суспільства, держави так і самих компаній. На наш погляд, у Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні [2,с.1-11], яка нині активно обговорюється діловими колами, бажано було б розмежувати сфери меценатства, благодійництва із корпоративною соціальною відповідальністю. Можливо навіть перші вилучити із цього інституту, які повинні бути орієнтовані переважно на фізичних осіб і, в першу чергу, «доброзичливих» олігархів.

Важливим інструментом стратегічного розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні є положення теорії заінтересованих осіб (stakeholder theory). Їх застосування вітчизняними компаніями дозволяє враховувати

взаємодію та взаємовплив різних груп заінтересованих осіб на діяльність компанії, запровадити відповідні комунікаційні та бізнес-процеси, які дадуть позитивні результати в короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні повинна орієнтувати вітчизняні компанії на те, що високий рівень корпоративної соціальної відповідальності сприятиме інтеграції їх бізнесу в міжнародні ринки. Дослідження засвідчують, що високий рівень корпоративної соціальної відповідальності дозволяє ефективно управляти конфліктами інтересів компанії не лише за рахунок програм соціального інвестування, але й різних форм соціального партнерства, корпоративних комунікацій та соціального діалогу, а також інструментів соціального та екологічного аудиту та звітування. Практично сьогодні мало наукових досліджень щодо впливу рівня корпоративної соціальної відповідальності на власні транзакційні витрати компаній, хоча поодинокі зарубіжні публікації підтверджують про суттєвий вплив на їх зниження.

Стратегія розвитку корпоративної соціальної відповідальності повинна бути зорієнтована на певну класичну модель КСВ. Звичайно для України найбільш актуальною є європейський підхід до розбудови корпоративної соціальної відповідальності, який ґрунтується на наявності поряд з ринковими механізмами державного регулювання. У західноєвропейській практиці нині широко застосовується такий термін, як корпоративна здатність до соціального реагування, що дозволяє реалізовувати різноманітні політики у сфері КСВ.

Європейська комісія розробила спеціальну фінансову програму EIP (Програма інновацій на підприємствах), основним завданням якої є просування інновацій та різних ініціатив для бізнесу, включаючи корпоративну соціальну відповідальність. Усі країни-члени ЄС являються учасниками цієї програми. В рамках цієї програми проводиться конкурс проектів для фінансування національних платформ із КСВ [3]. Нині окремі європейські країни створили спеціальні Національні бізнес-комітети з питань сталого розвитку, або ж делегували функції щодо реалізації відповідних стратегій на міністерства економіки.

Стратегія розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні повинна спиратися на існуючі норми та міжнародні стандарти: Керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних компаній, 10 принципів Глобального договору ООН, Стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, Глобальну ініціативу щодо звітування, трьохсторонню декларацію принципів Міжнародної організації праці, які відносять до багатонаціональних корпорацій і соціальної політики, Нову стратегію Європейської комісії із КСВ 2011-2014. Стратегія також повинна максимально врахувати необхідність реформування середньої та вищої освіти на основі імплементації стандартів та принципів КСВ в суспільні та економічні відносини в Україні.

З 2005 року в Україні функціонує національна мережа компаній та організацій, що задекларували свою відданість принципам Глобального договору ООН. Нагадаємо, що основою Глобального договору є 10 принципів у сферах прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та протидії корупції, що становлять своєрідний кодекс етичної корпоративної поведінки і дотримання яких у своїй діяльності є обов'язковим для учасників. Попри добровільність участі вимогою для компаній є надання щорічних звітів про реалізацію принципів Глобального договору в повсякденній діяльності та бізнес-процесах.

За 10 років існування до ініціативи приєдналися понад 8000 компаній та інших організацій з більше ніж 130 країн. В Україні місцева мережа Глобального договору існує з 2006 року та сьогодні вже об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних та українських компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо. Отже, Глобальний договір за даними вітчизняних та зарубіжних експертів нині є найбільшою платформою для розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні завдяки кількості учасників, що зобов'язались дотримуватися принципів відповідальної поведінки.

Виходячи з вище перерахованих нарядів формування національної стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності, варто особливу увагу звернути на формування відповідального корпоративного управління. Як засвідчує аналіз досвіду відповідального корпоративного управління в контексті соціальної відповідальності, має особливий характер, який проявляється у розбудові нових функцій органів управління акціонерними товариствами.

Так, у кодексах корпоративної поведінки, управління або етики закладається система економічних та інших стимулів до розбудови ефективного соціального діалогу із заінтересованими особами. Поряд із акціонерами ключову роль у розбудові системи відповідального корпоративного управління виконує персонал та найбільш впливові заінтересовані особи. Гідне місце у розбудові відповідальної системи корпоративного управління можуть посісти майбутні кваліфіковані «Менеджери із соціальної та корпоративної відповідальності»; «Експерти із соціальної відповідальності бізнесу», «Соціальні аудитори» (Державний класифікатор професій ДК 003:2010). Крім того частину функцій із забезпечення ефективних комунікацій в акціонерних товариствах уже відводиться корпоративним секретарям відповідно до Закону України «Про акціонерні товариства».

Розбудовуючи свою корпоративну соціальну відповідальність компанії вправі використовувати міжнародний стандарт серії ISO 26000, положення якого дозволяють налагоджувати більш дієві механізми взаємодії між компанією та суспільством, а саме компанії повинні аналізувати як їх рішення та діяльність впливають на суспільство і аналізувати очікування суспільства щодо відповідальної поведінки, пов'язаної з цими впливами. Компаніям необхідно

напрацювати нові методичні підходи до аналізу інформації щодо різноманітності заінтересованих осіб. Рішення та дії компанії мають потенціальний та реальний вплив на останніх.

Стандарт дозволяє компанії певною мірою аналізувати вплив заінтересованих осіб, відповідаючи на наступні питання: для кого існують юридичні зобов'язання? На кого можуть негативно або позитивно вплинути рішення та дії організації? Які сторони були залучені у минулому, коли виникали схожі питання? Хто може допомогти організації у розгляді конкретних впливів? Хто понесе втрати, будучи відстороненим від участі у процесі? Який з елементів ланцюга створення доданої вартості понесе втрати? Отже, розвиток системи корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності багато в чому визначається та обумовлюється міжнародними стандартами серії ISO 26000, 9000, 14000 та іншими.

Аналіз реалізації корпоративної соціальної відповідальності вітчизняними та зарубіжними компаніями засвідчує, що головними чинниками її запровадження як правило виступають зовнішні. Однак, поки що в Україні мало підприємств, розглядають корпоративну соціальну відповідальність як невід'ємну частину корпоративної стратегії та сталого розвитку. Цю прогалину може заповнити повноцінна Стратегія розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, яка повинна стимулювати більшість публічних акціонерних товариств до впровадження КСВ.

Переважна більшість програм соціального інвестування зосереджена на розвитку персоналу, захисті довкілля та формування безпечних умов праці. В перспективі програми соціального інвестування будуть мати більш адресний характер завдяки підвищенню рівня відповідального корпоративного управління.

Інтегрування КСВ у корпоративну стратегію компаній виступає реальним джерелом конкурентних переваг. На думку фахівців російської Асоціації Менеджерів та Вищої школи менеджменту Санкт-Петербурзького державного університету «комплексний аналіз корпоративних соціальних інвестицій, який охоплює кількісні та якісні характеристики їх реалізації, дозволяє досить коректно судити про загальний стан корпоративної соціальної відповідальності компаній. Оцінку загальної ситуації із соціальними інвестиціями в російському бізнесі дає кількісний індекс, розрахований агрегованим шляхом для компаній, які беруть участь у дослідженні. При цьому різновидності індексу соціальних інвестицій включають показники їх величини на одного працюючого (IL); відношення соціальних інвестицій до валового продажу продукції (IS); відношення соціальних інвестицій до балансового прибутку (IP)» [5, с.48-49].

Крім цього, важливим елементом формування стратегії КСВ є надання послуг у сфері сталого розвитку, а також підготовка нефінансової звітності компаній. За даними компанії Ernst&Young ініціативи акціонерів, наприклад використання Принципів відповідального інвестування ООН (UN PRI), відображає зростаюче

серед інституціональних інвесторів розуміння того, що питання сталого розвитку можуть вплинути на фінансові результати. В останні роки з'явилися спеціальні фондові індекси, які розраховуються за акціями компаній, які являються лідерами у сфері сталого розвитку та запровадження КСВ.

Таким чином, стратегічні засади розвитку КСВ як для України загалом, так і окремих компаній поряд із іншими видами відомих економічній науці та практиці стратегій носять специфічний та особливий характер, оскільки охоплюють достатньо складні механізми та напрями реалізації програм соціального інвестування та сталого розвитку.

Література

1. Баюра Д.О. Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю в умовах глобалізації/ Д.О.Баюра // Национальная академия природоохранного и курортного строительства «Экономика и управление». – 2012. - №1, с. 65-69.
2. Національна політика з соціальної відповідальності бізнесу як дієвий інструмент діалогу влади, бізнесу та суспільства (обговорення програми реалізації Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні)/Матеріали конференції, 20 квітня 2012 р.
3. Том Додд. Национальная стратегия по КСО – это вопрос имиджа и конкурентоспособности страны/ Додд Том//Электронный ресурс: CSR-Review. Режим доступа: www.csr-review.net/natsionalnaya-strategiya-po-kso.
4. Державний класифікатор професій ДК 003:2010/ - К.: Видавництво "Соцінформ" Міністерства праці та соціальної політики України, 2010.
5. Доклад о социальных инвестициях в России – 2008. Интеграция КСО в корпоративную стратегию. – М.: Ассоциация менеджеров, 2008. – 92 с.