

# Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління

Д. БАЮРА,

кандидат економічних наук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**П**остановка проблеми. Розвиток економіки України та системи корпоративного управління на основі відповідальності та якості зумовлює актуальність проблеми формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств. З цього приводу ООН та міжнародне співтовариство вдаються до заходів, які спрямовані на розвиток партнерства між державою та бізнесом, роботодавцями та працівниками і ґрунтуються на правах людини. Можна стверджувати, що у світовій практиці накопичений певний досвід у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Як свідчить аналіз діяльності соціально-відповідальних компаній України, найбільш виражені такі напрями їх соціальної активності: підтримка соціально незахищених верств населення, розвиток соціальної інфраструктури, розвиток освіти, спонсорська допомога, молодіжні програми, надання медичних і рекреаційних послуг своїм працівникам тощо<sup>1</sup>.

Водночас, як показує діяльність європейських компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності, ефективність зазначених проєктів може бути значно вищою за відповідного законодавчого регулювання та після розробки науково-обґрунтованих регулюючих механізмів та інструментів.

**Аналіз досліджень і публікацій** показує, що нині у вітчизняних наукових працях приділяється мало уваги питанням дослідження розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Проблематика формування в Україні соціального партнерства висвітлена в окремих роботах Д. Богині, О. Грیشнової, В. Герасимчука, В. Довбні, А. Колода. Враховуючи актуальність зазначеної тематики, виникає необхідність у поглибленні наукових досліджень у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

**Мета статті** полягає в розкритті сутності, принципів та основних компонент корпоративної соціальної відповідальності в системі корпоративного управління.

**Виклад основного матеріалу.** Нині існує багато трактувань категорії «корпоративна соціальна відповідальність». Однак розуміння сутності цієї категорії в економічній науковій літературі не завжди однозначне. В західній літературі вона, як правило, трактується у контексті забезпечення стійкого розвитку компаній. Так, наприклад, у документах Європейської Комісії подано таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля. Багато фахівців ототожнюють поняття «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність». Стосовно терміна «соціальна відповідальність», то фахівець у сфері соціальної відповідальності компаній Х. Гордон Фітч ще в 70-х роках минулого століття зазначав, що соціальна відповідальність — це спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені діяльністю компаній<sup>2</sup>. Тому, на наш погляд, поняття «корпоративна соціальна відповідальність» ширше, оскільки охоплює не лише соціальну, й економічну та екологічну сфери. Основні функції корпоративної соціальної відповідальності представлені на рисунку.

У світовій практиці розвитку корпоративної соціальної відповідальності приділяється значна увага. Велика кількість компаній в останнє десятиліття розпочали, крім річних звітів, публікувати інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності і про те, який вклад у розвиток суспільства вносить компанія. Так, у США такі нефінансові звіти називають звітами про корпоративне громадянство та корпоративну стійкість, у Європі — корпоративними соціальними звітами, а в Японії — екологічними звітами. Нині більшість фахівців у сфері корпоративної соціальної відповідальності схиляються до того, що такі звіти мають називатися «корпоративними соціальними звітами» і бути ефективним публічним інструментом інформування акціонерів, співробіт-

<sup>1</sup> Баюра Д. Ответственное будущее / Д. Баюра // Всеукраинская рейтинговая программа 2008 «Гвардия». Рейтинг социально ответственных компаний. — К.: Новый Друк. — 2008. — С. 11–16.

<sup>2</sup> Fitch H. G. Achieving corporate social responsibility / H. G. Fitch. Academy of Management Review, 1976. — № 1.

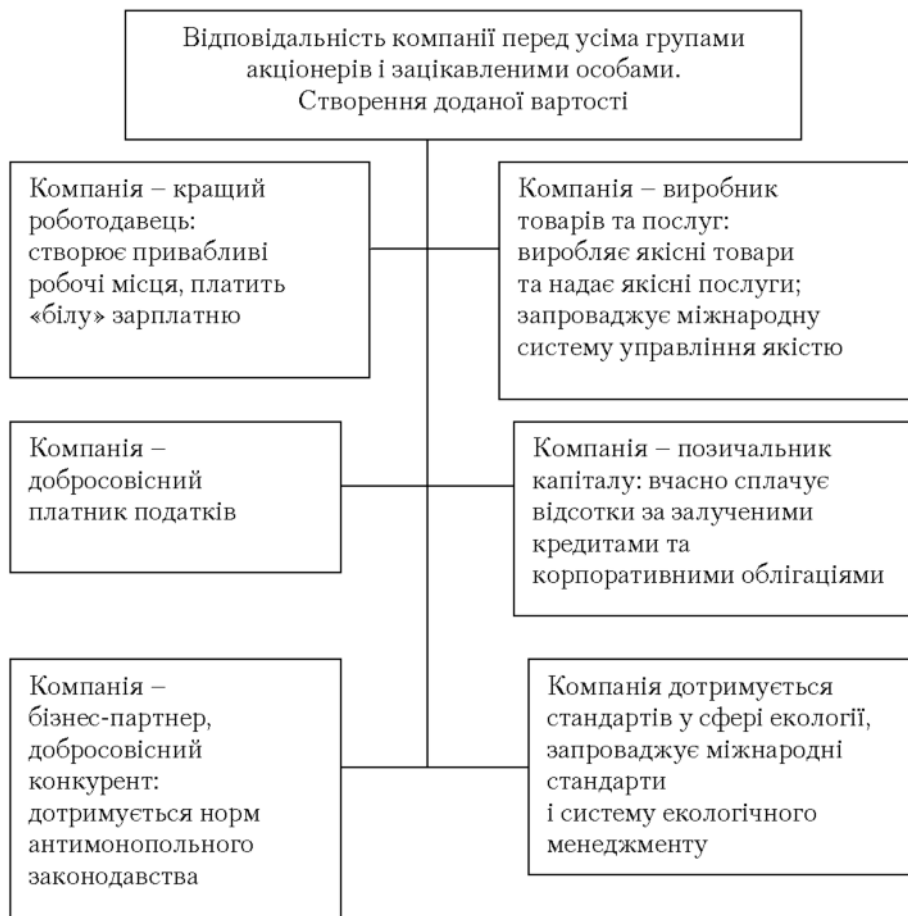


Рис. Основні функції корпоративної соціальної відповідальності

ників, партнерів і всього суспільства про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені у своїй місії або стратегічних планах розвитку цілі економічної стійкості, соціального добробуту та екологічної стабільності. Корпоративний соціальний звіт розкриває інформацію про пріоритети та цінності компанії, про її відносини з пов'язаними з нею організаціями та соціальними групами, а також про ступінь інтеграції принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компанії<sup>3</sup>.

На думку зарубіжних економістів, професійно підготовлений корпоративний соціальний звіт має значно більший публічний ефект, оскільки він спрямований не лише на покупців, а й на великі громадські групи та інститути. Тому корпоративний соціальний звіт компанії сприяє формуванню єдиного уявлення про діяльність компанії, її ролі в суспільному розвитку. Звіт, як правило, користується увагою з боку інвесторів при їх оцінці компанії, проведенні порівняльного аналізу, а також при прийнятті інвестиційних рішень. Стосовно форм подання ін-

формації у звітах, то лише у Франції існують досить вимогливі норми законодавства, які зобов'язують корпорації розкривати акціонерам та іншим зацікавленим особам інформацію щодо питань стійкого розвитку, включаючи розвиток персоналу, захист довкілля тощо.

Загалом у світовій практиці еволюційним шляхом сформувалися декілька моделей корпоративної соціальної відповідальності компаній. Відмінність між ними полягає в тому, чи самостійно компанії визначають ступінь свого внеску у розвиток суспільства, чи офіційні державні інститути та професійні неприбуткові асоціації визначають перелік вимог і певних стандартів корпоративної соціальної відповідальності. Також широко застосовується категорія «соціальні інвестиції бізнесу». Так, під категорією «соціальні інвестиції бізнесу» розуміються «матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові засоби компанії, які спрямовуються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених із урахуванням ін-

<sup>3</sup>Иванова Е. А., Акопян А. Р., Литовченко С. Е. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе вашей компании в развитие общества // Под ред. С. Е. Литовченко. — М. : Ассоциация Менеджеров, 2004. — 56 с.

тересів основних внутрішніх і зовнішніх сторін із метою отримання компанією стратегічного соціального й економічного ефекту, який не завжди можна виміряти<sup>4</sup>.

Визначення показника обсягу соціальних інвестицій бізнесу ускладнюється тим, що в Україні не сформоване інституційне забезпечення цього виду діяльності. Структура соціальних інвестицій може бути представлена пропорціями розподілу витрат на розвиток персоналу, охорону здоров'я, ресурсозбереження, забезпечення добросовісної ділової практики, розвиток місцевої громади тощо. Незважаючи на те, що більшість підприємств в Україні не розкривають інформацію про витрати на корпоративну соціальну відповідальність, вже з'явилися перші великі компанії, керівництво яких зрозуміло необхідність підвищення інформаційної прозорості своєї діяльності в цій сфері.

Як правило, у країнах, економіка яких трансформується в ринкову систему, соціальні інвестиції спрямовуються переважно на внутрішні програми розвитку персоналу. Величина соціальних інвестицій компаній, у першу чергу, залежать від трудоемкості та капіталоемкості виробництва. Тому вимірювання показника соціальних інвестицій можна

представити такими показниками, як величина соціальних інвестицій на одного працюючого (IL), відношення соціальних інвестицій до обсягу продажу (IS) або до чистого прибутку (IP). Поряд із кількісною оцінкою величини соціальних інвестицій необхідно також якісно оцінювати процес інвестування. Показники рівня участі бізнесу в суспільному розвитку представлені в таблиці.

Моделі корпоративної соціальної відповідальності у світовій практиці поділяються на відкриті та закриті (невидимі). Відкриті пов'язані з тим, що корпорації приймають відповідальність за вирішення тих проблем, в яких зацікавлене суспільство. Відкрита модель корпоративної соціальної відповідальності чітко представлена у стратегії розвитку компанії.

Закриті (невидимі) моделі корпоративної соціальної відповідальності відображають наявність у країні офіційних і неофіційних інститутів, через які відповідальність компаній за суспільні інтереси погоджується із компаніями та забезпечується обов'язковість її дотримання. Тобто ця модель означає цінності, норми та правила, яких повинні дотримуватися компанії в ході реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Європейська модель кор-

Таблиця

**Показники рівня участі бізнесу в суспільному розвитку<sup>5</sup>**

Показники	Традиційна доброчинність	Стратегічна доброчинність	Соціальне інвестування
Мотивація	Безкорисність	Стратегічний інтерес компанії, який пов'язаний із цілями розвитку	Довгостроковий інтерес компанії, який інтегрує інтереси компанії та потреби місцевих громад
Критерії відбору отримувачів коштів	Побажання керівництва	Врахування інтересів отримувачів благ, соціальна ефективність	Соціальна ефективність, потреба місцевого співтовариства та бізнес-вигода (у перспективі)
Зв'язок із основною діяльністю	Не пов'язана	Пов'язана опосередковано	Внутрішньо корпоративні програми – прямо, а зовнішні соціальні програми – опосередковано в надії на очікуваний ефект
Механізми фінансування	Благодійні пожертвування	Благодійні пожертвування, спонсорство, грантові програми, які не пов'язані з бізнес-інтересами компанії	Міжсекторальне соціальне партнерство
Соціальний ефект	Низький і досить часто не вимірюваний	Частково вимірюваний	Відкладений у часі, вимірюваний

<sup>4</sup> Доклад о социальных инвестициях в России 2004. Роль бизнеса в общественном развитии. – М.: Ассоциация менеджеров, – 2004. – 80 с.

<sup>5</sup> Ивченко С. В. и др. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний / С. В. Ивченко, М. И. Либоракина, Т. С. Сиваева. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003. – С. 17.

поративної соціальної відповідальності є переважно системою механізмів державного регулювання. Британська модель корпоративної соціальної відповідальності, як показують наші дослідження, поєднує елементи моделі США та континентальної Європи. Держава та громадські інститути теж залучаються у процес погодження суспільних інтересів, а також популяризації та поширення кращої практики. Корпоративна соціальна відповідальність у США почала активно розвиватися ще у XIX столітті. Прикладом цього можна вважати поширення публічних бібліотек Рокфеллера та публічні ініціативи Карнегі. Більшість заходів, що їх реалізують американські корпорації, носять добровільний характер. У США зараз існує велика кількість різного роду інституцій, які займаються вирішенням соціальних проблем. Наприклад, корпоративні фонди, які вирішують соціальні проблеми за рахунок внесків корпорацій. Підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності американських корпорацій стимулюється законодавством, яке передбачає відповідні податкові пільги. Прикладом може бути відомий корпоративний фонд Білла Гейтса, який активно займається покращенням систем освіти та охорони здоров'я у різних країнах світу. В Європі економічна відповідальність більшою мірою концентрується на прибутковості бізнесу і на відповідальності компаній перед її акціонерами. Особлива увага приділяється відповідальності компаній перед працівниками. В Європі благодійність серед компаній не так популярна й поширена, як у США.

У Великобританії компанії почали приділяти особливу увагу розвитку корпоративної соціальної відповідальності після реформ Маргарет Тетчер. Зараз сформувався ринок консалтингу у сфері корпоративної соціальної відповідальності. З року в рік зростає кількість соціально відповідальних інвестиційних компаній. Щотижня газета «Таймс» друкує індекс соціальної відповідальності в розділі «Профіль компанії». В учбових курсах вищих навчальних закладів є велика кількість програм, які присвячені тематиці корпоративної соціальної відповідальності.

Дослідження показують, що з кожним роком в Україні в корпоративному секторі зростає обсяг соціальних інвестицій, а також якість організації процесу соціального інвестування. Наприклад, група СКМ, на підприємствах якої працює понад 160 тис. співробітників, і внесок якої у національний ВВП складає близько 8%, упроваджує сучасні методи управління соціальною відповідальністю. Бути відповідальним «корпоративним громадянином» за принципами групи СКМ значить:

1) дотримуватися всіх юридичних зобов'язань перед державою, вчасно і прозоро сплачувати податки, наповнювати державний бюджет;

2) чесно і прозоро працювати з усіма зацікавленими сторонами (клієнтами, бізнес-партнерами, акціонерами, інвесторами, постачальниками, урядовими структурами);

3) дотримуватися сучасних стандартів корпоративного управління, відкритості та прозорості.

Бути соціально відповідальним роботодавцем для СКМ значить:

1) створювати співробітникам гідні умови праці, враховуючи і рівень заробітної плати;

2) упроваджувати сучасні методи організації праці та розвивати корпоративну культуру, дотримуватися високих стандартів безпеки праці; надавати співробітникам рівні можливості, справедливо оцінювати внесок кожного в успішність бізнесу;

3) інвестувати в людські ресурси, навчати співробітників і надавати їм можливості розвитку, щоб кожен міг повністю реалізувати свій потенціал.

Бути екологічно відповідальною компанією для СКМ означає працювати над зменшенням негативного впливу виробничих циклів на довкілля (земля, повітря, вода й екосистеми), інвестувати в екологічно чисті виробничі технології; працювати над поліпшенням екологічних характеристик бізнесу та прагнути до більш раціонального використання природних ресурсів.

Взаємини з місцевими громадами групи СКМ будуються на принципах партнерства з усіма зацікавленими сторонами та місцевими органами влади, на сприянні поліпшенню якості життя громад у довгостроковій перспективі.

На сьогодні в Україні не існує єдиних стандартів для оцінки ступеня повноти та комплексності інвестиційних процесів у межах соціальних програм. В окремих відомих дослідженнях використовуються три групи критеріїв якісної оцінки соціальних інвестицій, які ґрунтуються на 12 елементах.

Перша група — інституціональне оформлення соціальної політики (наявність спеціального документа, в якому визначена соціальна політика компанії); наявність спеціального підрозділу, який відповідає за реалізацію соціальних програм компанії; закріплення основних положень соціальної політики в колективному договорі.

Друга група — система обліку соціальних програм і заходів щодо їх реалізації (наявність щорічних фінансових звітів, складених відповідно до міжнародних стандартів); упровадження міжнародних стандартів соціальної відповідальності; оцінка ефективності соціальних інвестицій (забезпечення зворотного зв'язку між інвесторами та отримувачем соціальних інвестицій); приклади соціальних програм.

Третя група — комплексність процесу соціального інвестування. Ця група передбачає облік п'яти напрямів витрат: розвиток персоналу компанії; охорона здоров'я та праці персоналу; природоохоронна ді-

яльність і ресурсозбереження; підтримка доброчесної ділової практики; розвиток місцевої громади<sup>6</sup>.

Таким чином, основними мотивами, які спонукають вітчизняні та зарубіжні компанії підвищувати корпоративну соціальну відповідальність можуть бути такі:

- розвиток персоналу компанії, що не лише запобігає плинності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів із ринку праці;
- потреба забезпечити зростання продуктивності праці в компанії;
- покращення іміджу компанії та зростання репутації;
- реклама товарів і послуг;
- висвітлення діяльності компанії в засобах масової інформації;
- стабільність і стійкий розвиток компанії в довгостроковій перспективі;
- можливість залучення інвестиційного капіталу для розвитку соціально-відповідальних компаній;
- збереження соціальної стабільності в суспільстві;
- в окремих країнах, в яких існують соціально відповідальні компанії, передбачені податкові пільги.

Програми корпоративної соціальної відповідальності компаній можна умовно класифікувати за типами: 1) власні програми компаній; 2) програми партнерства із місцевими, регіональними та федеральними органами державного управління; 3) програми співпраці з громадськими та професійними об'єднаннями; 4) програми інформаційної співпраці із засобами масової інформації.

Управління корпоративними соціальними програмами — це безперервний процес, який передбачає певні етапи, зокрема, такі: визначення пріоритетів соціальної політики компанії; створення спеціальної структури управління соціальними програмами; реалізація програм навчання у сфері корпора-

тивної соціальної відповідальності; оцінка та інформування зацікавлених сторін про результати реалізації соціальних програм компанії.

У листопаді 2007 р. Україна приєдналася до розробки міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26 000. Стандарт розробляється як інструкція для впровадження принципів соціальної відповідальності у політику компаній усіх типів. Останні дослідження обізнаності суспільства щодо сутності, принципів та основних компонент соціальної відповідальності засвідчили, що «найбільш наближене до прийнятого у світовому співтоваристві розуміння соціальної відповідальності — у представників бізнес-організацій і дослідницьких інституцій. Представники органів державної влади, профспілок і громадських організацій здебільшого не розглядають соціальну відповідальність із внутрішнього боку організації, а розуміють її як вплив діяльності своїх організацій виключно на зовнішнє середовище»<sup>7</sup>.

**Висновки.** Таким чином, виходячи із актуальності та необхідності поглиблення наукових досліджень і впровадження практики підвищення корпоративної соціальної відповідальності, особливо на підприємствах корпоративного сектора, пропонується в навчальних програмах вищих навчальних закладів за спеціальністю «Економіка підприємств» і «Менеджмент» запровадити спеціальний курс «Корпоративна соціальна відповідальність», який може включати такі програмні блоки: 1) сутність корпоративної соціальної відповідальності; 2) корпоративна стратегія та соціальна відповідальність; 3) практичні компоненти корпоративної соціальної відповідальності та їх оцінка; 4) практика впровадження корпоративної соціальної відповідальності в різних типах підприємств; 5) практика складання та оприлюднення звітів корпоративної соціальної відповідальності.

<sup>6</sup> Доклад о социальных инвестициях в России 2004. Роль бизнеса в общественном развитии. — М. : Ассоциация менеджеров, 2004. — 80 с.

<sup>7</sup> Зінченко А. Г. Саприкіна М. А. «Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект» / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. — К., 2008. — С. 55–56.