

ВПЛИВ КОРПОРАЦІЙ НА РОЗВИТОК СУСПІЛЬСТВА ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Пільгуй С.С.

В даній статті розглянуто сутність корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та її вплив на розвиток суспільства. Розкрито динаміку розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств України в контексті Глобального договору ООН. Проаналізовано стан, основні принципи, напрями та перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств. Особливу увагу приділено висвітленню основних заходів КСВ-програм вітчизняних підприємств.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), соціальна політика, суспільство, КСВ-програми, заходи КСВ.

ВСТУП

Постановка проблеми. Спрямування України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави та бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників громадського життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку держави і суспільства, заснованого на врахуванні якомога ширшого кола інтересів. На сьогодні у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ), що розуміється як «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі».

Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності, досягненні високої продуктивності та прибутковості виробництва починають відігравати соціально-відповідальні функції підприємства, включення до його компетенції питань підтримки природоохоронних заходів, розробки та реалізації програм розвитку профтехучилищ, медичних пунктів, дитячих садків, оздоровниць та інших закладів соціальної інфраструктури підприємства, формування систем соціального, освітнього та психологічного забезпечення працівників, впровадження принципів етичної поведінки у відносинах з постачальниками та споживачами. Подібна трансформація суспільних цінностей та пріоритетів вимагає внесення змін до діючої практики управління підприємствами, забезпечення інтеграції принципів, методів та інструментів соціальної відповідальності у діяльність підприємств. -

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження вітчизняних науковців в сфері корпоративного управління та корпоративної соціальної відповідальності спираються на світові напрацювання аналізу корпоративного управління та соціальної ролі бізнесу в суспільстві. Серед зарубіжних науковців, які досліджували ці процеси, необхідно виділити таких як: У. Шарп, У. Гордон, А. Субботін, А. Кульман. Дослідження проблем формування корпоративної соціальної відповідальності, як елемента системи соціально-трудових відносин, здійснили також вітчизняні автори, зокрема О.Я.Маліновська, Л.Є.Довгань[1], Н.М. Шмиголь, Л.О. Юзик [9], та ін. Так, Л.Є.Довгань зазначає, що КСВ — це довгострокове зобов'язання компанії поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників і їх родин, громади й суспільства загалом. Л.О. Юзик наголошує, що корпоративні добродійні та соціальні програми не спрямовані на отримання додаткового прибутку, проте їх реалізація приводить до виникнення не тільки ефекту соціального, але й бізнес-ефекту[9].

Метою статті є розкриття впливу корпорацій на розвиток суспільства шляхом впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Завданнями статті є висвітлення сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), розкриття динаміки розвитку КСВ, аналіз КСВ-програм підприємств України.

Методологічну базу дослідження сформували праці провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, інформаційно-аналітичні матеріали Центру «Розвиток КСВ» та української мережі Глобального договору ООН. Для досягнення поставленої мети використовувались методи аналізу, синтезу, наукової абстракції, та графічний метод для схематичного зображення узагальнень.

Дана стаття складається з вступу, двох розділів, висновків та переліку використаних джерел. В першому розділі «КСВ підприємств України в контексті Глобального договору ООН» проаналізовано динаміку розвитку КСВ мережі Глобального договору в Україні, визначено пріоритетні напрями КСВ-програм підприємств України. В другому розділі «КСВ-програми вітчизняних підприємств» детально висвітлено основні заходи КСВ- програм найбільш активних соціально - відповідальних підприємств України. У висновках наводяться узагальнюючі положення дослідження та перспективи подальших наукових розробок.

1 КСВ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРУ ООН

Нині КСВ в Україні знаходиться на стадії свого становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунття сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства. Основою для розвитку КСВ в Україні глобальний договір (ГД) ООН. Мережа Глобального договору України була заснована за підтримки Представництва ООН в Україні в 2006 році. З того моменту Мережа сприяє реалізації українськими компаніями та іншими зацікавленими сторонами принципів Глобального договору, виступаючи найбільшою платформою розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні та підтримує український бізнес в пошуку інноваційних рішень для вирішення екологічних та соціальних проблем. Адміністративну та організаційну допомогу мережі ГД в Україні виконує Секретаріат мережі. У 2006-2010 рр. функцію Секретаріату виконувало Представництво ООН в Україні. Оскільки мережа ГД в Україні швидко зростає й проходить процес консолідації (рис.1.), тому з метою зміцнення автономності розвитку ініціативи ГД в Україні з липня 2010 р по вересень 2010р. відбувався конкурс серед місцевих організацій на виконання функцій Секретаріату. За результатами конкурсу, Києво-Могилянська бізнес-школа представлятиме Секретаріат ГД у 2011 році.

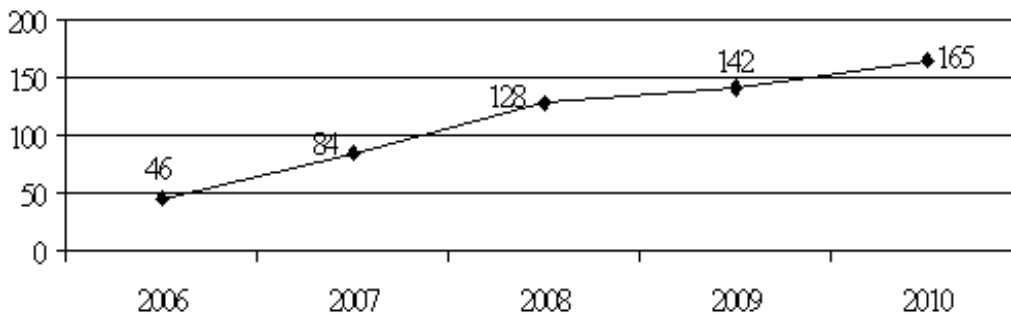


Рис. 1 Кількість учасників мережі у 2006-2010 роках [4]

У 2010 році організаційна структура мережі ГД в Україні доповнилась Альянсом ГД, метою якого є забезпечення лідерства й фінансової сталості ініціативи ГД та часткова передача відповідальності за розвиток мережі найбільш відповідальним компаніям-підписантам, які власним прикладом поширюватимуть цінності та практики ГД у суспільстві. Членами Альянсу Глобального договору у 2010 році стали компанії Воля, ДТЕК, Кока-Кола та Систем Кепітал Менеджмент.

Мережа ГД в Україні стрімко розвивається (рис.2.). У 2010 році до мережі приєдналися 23 організації:

- компанії: UniCredit Bank, ВАТ «Дніпроспецсталь», Platinum Bank, «Славутич» Carlsberg Group, компанія VEOLIA, Метінвест холдинг;
- малий та середній бізнес: «Нексія ДК. Аудитори і Консультанти», «ЛІДЕР СНЕК», корпорація «Сонячний альянс», консалтингова група «Грата», студіопак «Україна ЛТД», ТОВ «Енергозбереження Консалтинг»;
- освітні інституції: університет банківської справи Національного банку України, Всеукраїнський Благодійний Фонд «Соціальне партнерство», Київський національний торговельно-економічний університет, Харківський соціально-економічний інститут;
- громадські організації: міжнародний благодійний християнський фонд «Сонячний світ», міжнародний благодійний фонд «Здоров'я українського народу», кіномайстерня «СінемаHall», «Комітет по боротьбі з корупцією та захисту прав»;
- бізнес-асоціації: Дніпропетровська торгово-промислова палата;
- Всеукраїнська профспілка працівників-мігрантів в Україні та за її межами;
- адміністративно-територіальні одиниці — Дніпропетровська область [4].

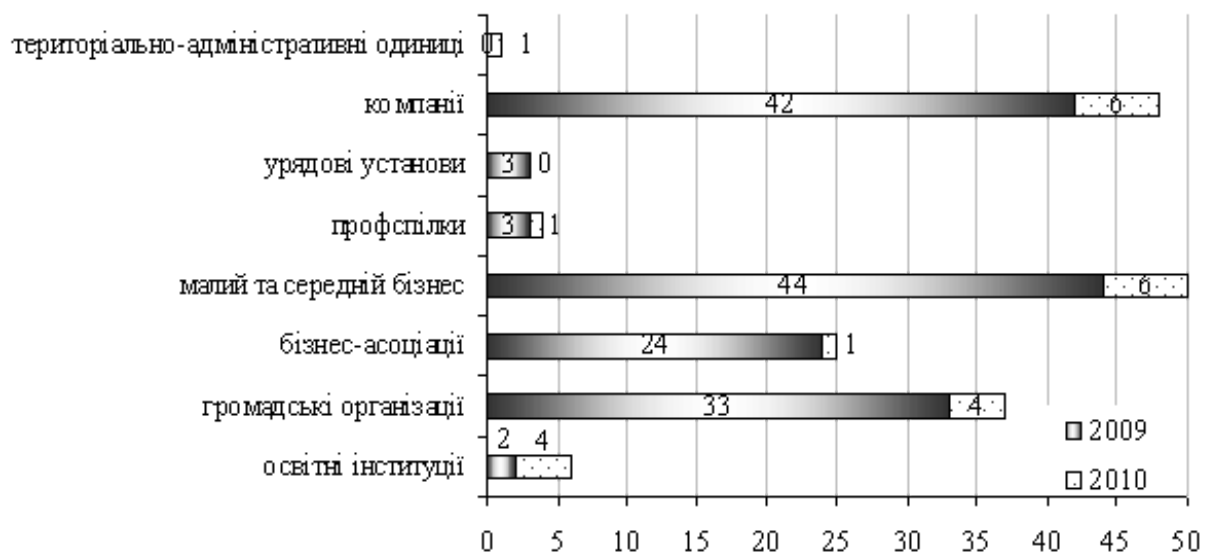


Рис. 2 Склад учасників мережі в Україні [4]

У 2009 році разом з Японією та Сербією Україна була визнана однією з 3 найрезультативніших мереж Глобального договору в світі та отримала нагороду за надзвичайний внесок у справу розбудови та поширення ініціативи ГД.

Основні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні зображено на рис.3.

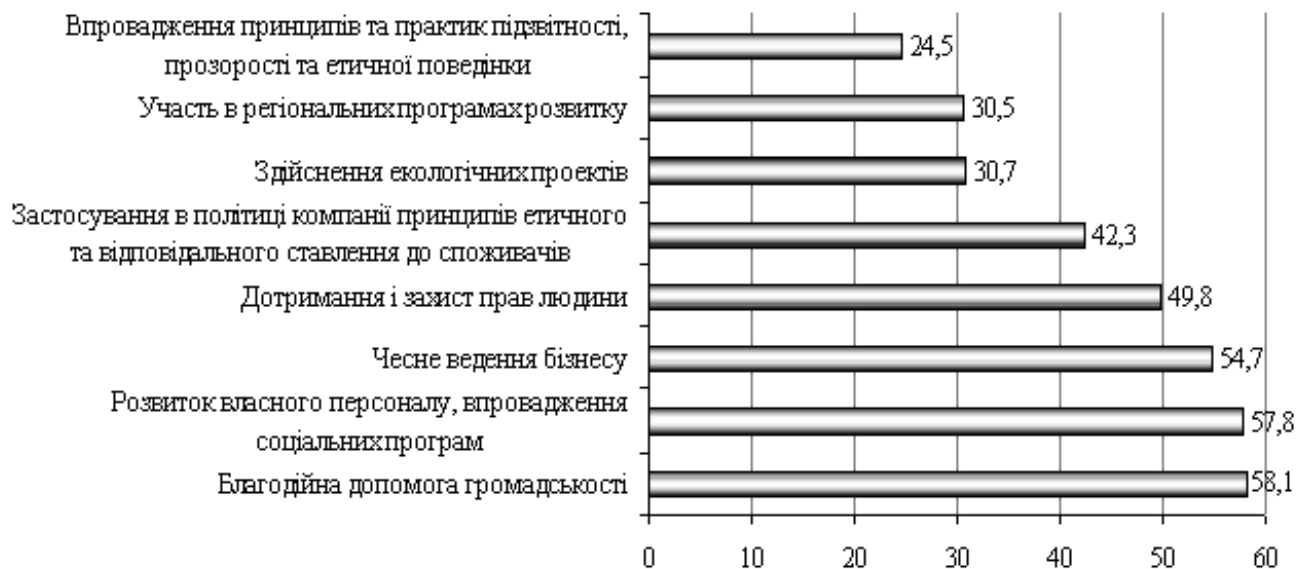


Рис. 3 Основні заходи КСВ вітчизняних підприємств 2009-2010 роках [3]

Хоча більшість українських компаній вважає надання благодійної допомоги громаді проявом соціальної відповідальності, лише третина підприємств (37,5 %) здійснює соціальні інвестиції в громаду. У порівнянні з 2005 роком частка компаній, які здійснюють соціальні інвестиції, скоротилась. Вочевидь, це скорочення відбулося через фінансово-економічну кризу в країні та, можливо, переосмислення / перерозподілу ресурсів у запровадженні різних аспектів політики соціальної відповідальності підприємств.

Найчастіше соціальні інвестиції здійснюють великі компанії та компанії, розташовані у Донецькій, Харківській та Одеській областях. За сферою діяльності — це переважно будівельні компанії, підприємства зв'язку та підприємства, що надають юридичні, консалтингові послуги, займаються готельним, ресторанним бізнесом, туризмом, ЗМІ.

Найважливішими для соціальних інвестицій підприємства вважають (за пріоритетністю) сферу охорони здоров'я, допомогу дітям та освіту [3].

Більшість українських компаній не надає допомогу регіону (громаді), де знаходиться компанія або її філіали чи представництва (42 % не надає допомогу, ще 16 % компаній не допомагають, але планують це робити в майбутньому). У порівнянні з 2005 роком частка компаній, яка надає допомогу регіону (громаді), де знаходиться вона або її філіали чи представництва, зменшилась з 66,7 % у 2005 році до 42 % у 2010 році.

Найпоширенішими практиками надання допомоги громаді серед компаній у 2010 році є: допомога в благоустрої території (30,5 %), програми створення робочих місць (18,7 %), надання робочих місць інвалідам (8,6 %), сприяння реалізації екологічних проектів (8,3 %), надання фінансової допомоги місцевій владі у вирішенні соціальних проблем (8,1 %).

У порівнянні з 2005 роком втричі скоротилась частка підприємств, які надають такі види допомоги, як фінансова підтримка владі у вирішенні проблем регіону (у 2005 році — 28,0%); вдвічі — частка підприємств, які сприяють реалізації екологічних проектів (у 2005 році — 18,5%), виступають спонсорами спортивних та культурних заходів (у 2005 році — 17,1%), надають робочі місця інвалідам у регіоні (у 2005 році — 14,6%); практично в п'ять разів —

кількість підприємств, які шефствують над дитячими будинками (школами, спортивними клубами й ін.) (у 2005 році — 20,2%) [3].

2 КСВ-ПРОГРАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для визначення впливу корпорацій на розвиток суспільства шляхом впровадження КСВ розглянемо основні напрями політики КСВ деяких вітчизняних підприємств.

Для “Київстар” соціальна відповідальність бізнесу – це комплексне поняття, основними складниками якого є відповідальність стосовно свого продукту, держави, співробітників компанії, соціальних потреб суспільства та екологічна відповідальність.

Всі благодійні програми компанії «Київстар» реалізуються в рамках благодійної ініціативи «Для людей, для країни!», що має загальнонаціональний масштаб та враховує регіональну специфіку й думку місцевої громадськості. Результатами проведення ініціативи за 2010 рік є:

- оснащення мультимедійних класів у 8 інтернатах для сліпих дітей і дітей зі слабким зором по всій Україні;
- надання допомоги дітям-сиротам із 25 підшефних інтернатів;
- надано допомогу 3,5 тисячі самотніх літніх людей в 11 геріатричних центрах по всій Україні.

– Всеукраїнська програма партнерства «Київстар» із зоопарками та дельфінаріями України, що її спрямовано на розвиток традицій сімейного спілкування, стартувала в 2004 році й сьогодні охоплює зоопарки Києва, Одеси, Харкова, Миколаєва, Мінська, а також найбільший у СНД дельфінарій Одеси та біосферний заповідник Асканія Нова.

– іменні стипендії «Київстар» талановитим студентам — майбутнім фахівцям у сфері телекомунікацій. Щомісяця стипендії від «Київстар» одержують 54 студента 9 технічних ВНЗ по всій Україні. Проект реалізується з 2003 р.

В рамках проекту компанії «Київстар» «Поділіться любов'ю до України» в Дніпропетровську з'явилося нове місце сімейного відпочинку та яскрава міська пам'ятка - компанія подарувала городянам 50-метрову «Сімейну лавку». «Сімейна лавка» зареєстрована в Книзі рекордів України. Компанія «Київстар» та м. Дніпропетровськ отримали дипломи за досягнення рекорду України в категорії «Соціальні проекти»: створення нової унікальної пам'ятки – найдовшої в країні «Сімейної лавки» – та активну підтримку сімейних цінностей [8].

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» виділяє такі основні напрями у КСВ[7]:

1. Підтримка ініціатив та партнерських стосунків, що відіграють важливу роль для української громадськості;
2. Прислухання до української громадськості та врахування її поглядів та прагнень;
3. Необхідність постійного розвитку та освіти для молоді.

Результатом впровадження на підприємстві OHSAS 18001:2007 є постійне покращення умов праці, розробка і впровадження низки попереджувальних заходів, які допомагають уникнути порушень вимог до безпеки праці. 2010 року проводилася сертифікація заводу за системою ISO-9001 (якість), SO-14001 (екологія), ISO-2200 (безпека харчових продуктів)

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» проводить Програму стажування молодих спеціалістів. Протягом 2008 – 2009 років 1500 студентів подало свої заявки на участь у цій програмі. З-поміж них було відібрано 11 кандидатів для стажування, а дев'ятьом запропоновано постійний контракт із компанією. Також понад 4 100 працівників взяло участь у тренінгових програмах компанії протягом 2008-2009 років. На це навчання було витрачено близько 37 622 людино-годин, близько 300 дітей працівників компанії скористалося програмою літнього відпочинку у 2008 - 2009 роках.

Компанія «Кока-Кола» є партнером Олімпійських Ігор в усьому світі від 1928 року. В Україні міцні партнерські стосунки з Національним олімпійським комітетом України почались 1996 року. Спільно реалізовано багато проектів, зокрема, щороку проходять такі масштабні та яскраві заходи, як Олімпійський День та Всеукраїнський Олімпійський Урок. Від 2006 року благодійна організація «Фонд братів Кличків» та «Кока-Кола» в Україні спільно реалізують проект «Клич друзів — граймо разом!» з будівництва дитячих спортивних майданчиків, який вже поширився всією Україною. Метою проекту є відродження спортивної культури серед підлітків, повернення міській культурі традицій здорового способу життя, втілення ідеї дворового спорту для всієї родини [7].

Цікавим є досвід соціально відповідальної компанії “Систем Кепітал Менеджмент” (СКМ). Її менеджмент розуміє соціальну відповідальність як можливість побудувати успішний і прибутковий бізнес і бути відповідальним корпоративним громадянином. Свій внесок у вирішення соціальних проблем роблять усі компанії й організації, що входять до складу групи СКМ: керівна компанія “Систем Кепітал Менеджмент”, галузеві холдинги та підприємства групи, аналітичний центр СКМ “БЕСТ”. Усі підрозділи групи СКМ діють у сфері КСВ на основі розроблених фахівцями групи принципів і підходів, застосовуючи найкращий світовий досвід і враховуючи реалії українського суспільства, орієнтуючись на найвищі стандарти КСВ і ставлячи за основу практичну користь для суспільства[1]. У 2009 році підприємства і компанії СКМ інвестували понад 39 млн. грн. у розвиток місцевих громад для підтримки розвитку інфраструктури і комунального сектора, охорони здоров'я, освіти, культури та спорту (рис.4.) [2].



Рис. 4 Розподіл інвестицій промислових холдингів Групи СКМ у розвиток суспільства [2]

ДТЕК є енергетичним підрозділом «СКМ», провідної фінансово-промислової групи України. Тому ДТЕК розглядає КСВ як інтегрований інструмент управління ризиками і засіб підвищення ефективності управління. Діяльність компанії в галузі КСВ тісно пов'язана з бізнес-стратегією і є одним з важливих чинників її сталого розвитку. Так, наприклад, протягом 2007-2010р.р. більше ніж 26 млн. грн. склали соціальні інвестиції. 53,5 млн. грн. інвестовано ДТЕК у навчання та розвиток персоналу за 4 роки. Більш 372 млн. грн. склали інвестиції ДТЕК у промислову безпеку і охорону праці. 495 млн. грн. інвестовано ДТЕК на екологічні програми в регіонах присутності [5].

КСВ компанії «Інтерпайп» базується на таких сферах: охорона здоров'я та безпеки праці, інвестиції у власних співробітників і місцеві громади. Усвідомлюючи загрози і ризики, пов'язані з професійною діяльністю, «Інтерпайп» інвестує значні фінансові й організаційні ресурси в процеси, спрямовані на їх мінімізацію й усунення. Створюючи безпечні умови праці, компанія керується в своїй діяльності міжнародними нормами і стандартами, такими як OHSAS 18001 і ISO 14001. Вона приділяє особливу увагу питанням охорони здоров'я співробітників. 8 вересня 2009 р. у Дніпропетровську був відкритий Єдиний медичний центр «Інтерпайп». Завдяки цьому проекту корпоративної охорони здоров'я запроваджено системний підхід до надання медичних послуг всім співробітникам компанії. Розуміючи власну соціальну відповідальність як одного з найбільших працедавців, «Інтерпайп» інвестує в розвиток свого персоналу, створюючи можливості для самореалізації і навчання співробітників. У 2007–2008 рр. компанії здійснювалася корпоративна програма навчання міні-МВА, розроблена Роттердамською школою менеджменту університету Ерасмуса (Голландія). Також систематично проводиться програма «Стажування в Інтерпайп» для студентів 3-5 курсів всіх вузів країни. Займаючи активну суспільну позицію, «Інтерпайп» надає добродійну допомогу дитячим будинкам, школам, інтернатам, лікарням, ветеранським організаціям [6].

ВИСНОВКИ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – форма корпоративного саморегулювання, що інтегрується в діяльність бізнес-компанії та функціонує як вбудований механізм, який дає можливість здійснювати моніторинг дотримання нею законів, етичних стандартів і прийнятих норм. Бізнес-компанії добровільно несуть відповідальність за вплив своєї діяльності на довкілля, споживачів, співробітників, громади, цільові групи та інших членів суспільства.

Більшість великих вітчизняних компаній вважають свою благодійну діяльність складовою власної стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Представники цих компаній позиціонують свою діяльність, спрямовану на

вирішення тих чи інших соціальних проблем громади та суспільства, саме як вагому складову політики соціальної корпоративної відповідальності компанії. При цьому мова не йде про те, що корпоративна благодійність є повноцінним виявом корпоративної соціальної відповідальності. Навпаки, пов'язуючи її з власною місією, стратегією та ключовими компетенціями, компанії інтегрують корпоративну благодійність у загальні стратегії розвитку бізнесу, що охоплюють широке коло завдань та відповідальностей компанії. Реалізуючи власні благодійні програми, вітчизняні компанії охоплюють досить широке коло сфер благодійності. Найбільш актуальними сферами є соціальний захист, освіта, спорт і дозвілля.

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні розвивається, одержуючи все більше поширення в українському бізнес-просторі, адже досвід зарубіжних країн показує, що репутація компанії в сучасних умовах залежить не тільки від її прибутковості (вартості акцій і т. д.), але і від її активності у соціальній сфері. Проте через нестабільну економічну ситуацію в країні тільки третина компаній здійснює соціальні інвестиції в розвиток громади, трохи більша частка підприємств надає різноманітну допомогу регіону, де розташовані їх підприємства. Найпоширенішими видами допомоги громаді є благоустрій територій та програми створення робочих місць; однак, в порівнянні з 2005 роком, втричі скоротилася частка підприємств, які надають фінансову допомогу владі у вирішенні проблем регіону; вдвічі — частка підприємств, які сприяють реалізації екологічних проєктів та надають спонсорську допомогу спортивним та культурним заходам.

За результатами дослідження 2010 року можна дійти висновку — соціальна відповідальність ще не стала частиною стратегічного менеджменту більшості українських компаній: лише незначна кількість підприємств має стратегію соціальної відповідальності, не розпочався процес формування окремих функціональних підрозділів із соціальної відповідальності, компанії не мають чіткого механізму контролю впровадження програм/ заходів із соціальної відповідальності. Лише п'ята частина компаній має спеціальний бюджет та готує соціальний (нефінансовий) звіт.

Ознайомившись з наведеними прикладами корпоративних соціально відповідальних практик вітчизняних компаній, можна зробити висновок, що напрями їх соціальних програм обрані не випадково. Ці програми органічно вплетені в бізнес, а витрати на їх виконання є інвестиціями в майбутнє самих компаній та суспільства, що, насамперед, виражаються у вирішенні соціальних, екологічних, культурних, освітніх, духовних та інших питаннях різних сфер. Така діяльність, що приносить користь всім, є яскравим прикладом правильного застосування принципів корпоративної соціальної відповідальності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довгань Л. Є. Економічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в умовах макроекономічної кризи / Л. Є. Довгань, І. П. Малик // Економічний вісник НТУУ «КПІ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evkpi/2010/6_MO/21_kpi_2010_7.pdf
2. Звіт про сталий розвиток «Систем Кепітал Менеджмент» за 2009-2010 роки. Закладаючи основу майбутнього [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sustainability09-10.scm.com.ua/about_report/
3. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. — К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56с.
4. Огляд діяльності мережі Глобального договору 2010 / Global Compact Network Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/img/files/GC%20Annual%20Report%202010.pdf>
5. Офіційний сайт «ДТЕК» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dtek.com/ru/corporate-social-responsibility>
6. Офіційний сайт «Інтерпайп» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://interpipe.biz/ru/company/respons/social/>
7. Офіційний сайт «Кока-Кола Беверіджиз Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://coca-colahellenic.com.ua/Towardssustainability/CSRreport-Ukr/>
8. Соціальний звіт «Київстар» 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kyivstar.ua/f/1/press_center/responsibility/KSO_ru.pdf
9. Юзик Л. О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства / Л. О. Юзик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf

[Пільгуй Софія Сергіївна](mailto:fairvtele@rambler.ru), студентка 3 курсу фінансового факультету ДДФА, м. Дніпропетровськ, тел. 0982034660, e-mail: fairvtele@rambler.ru