

*Smoliy Ludmila, Uman National University of Horticulture,
Candidate of Economic Sciences, Department of Economic Theory*

**Monitoring of social responsibility of the Ukrainian companies:
objectives, instrumentarium, results**

Abstract: The article deals with the importance of monitoring social responsibility of the Ukrainian companies; main tools used for this purpose in domestic practice are considered and assessed. Basic trends in covering policies and results of corporate social responsibility are found; barriers to its formation are determined.

Keywords: social responsibility, monitoring, non-financial reporting, social ranking, social audit.

*Смолій Людмила, Уманський національний університет садівництва
кандидат економічних наук, кафедра економічної теорії*

**Моніторинг соціальної відповідальності українських компаній:
цілі, інструментарій, результати**

Анотація. В статті розкрито значення здійснення моніторингу соціальної відповідальності українських компаній, розглянуто та оцінено основні інструменти, що використовуються з цією метою у вітчизняній практиці. Виявлено основні тенденції у висвітленні політики та результатів корпоративної соціальної відповідальності, визначено перешкоди у її становленні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, моніторинг, нефінансова звітність, соціальний рейтинг, соціальний аудит.

Світова спільнота у своїх прагненнях до збереження людства та умов його гідного існування визначила сталий розвиток як найкращий варіант досягнення цих цілей. Україна належить до тих держав, які взяли на себе зобов'язання щодо запровадження в систему

господарювання принципів сталого розвитку. Цілі та завдання концепції сталого розвитку найбільш ефективно можуть бути реалізовані в межах стратегії соціальної відповідальності, яка полягає у свідомому відношенні суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків своєї діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників. Крім того, за висновками агенції Conference Board, підприємства, що є соціально відповідальними, мають значно вищі фінансові показники, ніж у підприємств, що не дотримуються даної стратегії, а саме: дохід на інвестований капітал вищий на 9,8%, дохід з активів – на 3,55%, дохід з продажів – на 2,79%, прибуток – на 63,5%. Результат дослідження консалтингової компанії Towers Perrin показав, що дохід акціонерів соціально відповідальних підприємств був майже в 2 рази більший за середній [1]. Отже, соціальна відповідальність виступає важливим чинником ефективного розвитку.

З 2006 року в Україні існує місцева мережа Глобального договору, яка об'єднує понад 180 учасників. У 2010 році Україна разом з багатьма іншими країнами світу підтримала прийняття міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності». Масштабні міжнародні ініціативи зосереджують увагу на глобалізації соціальних стандартів, публічному розкритті інформації та розробці соціальних звітів, як, наприклад, Стандарт соціальної підзвітності 8000 (Social Accountability 8000 standard) та Глобальна ініціатива звітування (Global Reporting Initiative). В умовах інтеграції нашої країни до європейського і світового співтовариства систематичне здійснення детального та об'єктивного оцінювання активності вітчизняних компаній у сфері соціальної відповідальності істотно сприятиме виробленню значимої й порівнюваної інформації щодо реалізації

завдання забезпечення сталого еколого-соціально-економічного розвитку.

Останнім часом тематика соціальної відповідальності стала предметом активного експертного обговорення в Україні. Більшість наукових публікацій з даної тематики присвячено підходам до розуміння соціальної відповідальності, її структурних складових, умов функціонування та розвитку. Розгляд цих питань представлено у працях таких вітчизняних дослідників, як А. Колот, О. Грішнова, О. Плахотний, Е. Коротков, Г. Задорожний, В. Воробей, М. Саприкіна, О. Цимбал, В. Шаповал та ін. Однак динамічний розвиток вимагає постійного вивчення останніх змін у цій сфері та збільшення поінформованості бізнесу та суспільства щодо впровадження практик соціальної відповідальності. Тому метою даного дослідження є вивчення основних способів та інструментів, що використовуються для моніторингу соціальної відповідальності українських підприємств, виявлення особливостей та тенденцій її розвитку у вітчизняному середовищі.

Для сучасного підприємницького середовища характерним є низький рівень поінформованості про соціальну відповідальність. За даними аналітичного звіту «Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку», серед 600 компаній в Україні 23,7% взагалі не знайомі з поняттям соціальної відповідальності бізнесу, причому простежується залежність рівня поінформованості від розміру підприємств – чим менша компанія, тим нижчий рівень поінформованості. Найпоінформованішими про соціальну відповідальність є будівельні компанії, підприємства, які відносяться до сфери зв'язку, ЗМІ, консалтингу, юридичних послуг, ресторанного та готельного бізнесу. Найменш поінформованими є підприємства галузі виробництва промислових і споживчих товарів, торгівлі [2].

З огляду на це, виникає необхідність у позитивних зрушеннях стосовно виявлення та висвітлення головних змін у тенденціях розвитку соціальної відповідальності на сучасному етапі розвитку країни. Головними цілями здійснення такого моніторингу є дослідження розуміння соціальної відповідальності, оцінка тенденцій і способів інтеграції соціально відповідальної поведінки в стратегії підприємств, визначення стимулів та найбільших перешкод при її впровадженні. Це повинно зумовлювати зміни у ставленні українських компаній до розуміння необхідності брати активну участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем.

Одним із найбільш важливих інструментів моніторингу соціальної відповідальності компаній є соціальна, або нефінансова звітність. У різних інформаційних джерелах таку звітність називають по-різному: звіт про корпоративну соціальну відповідальність, звіт про діяльність у сфері сталого розвитку, звіт про прогрес, звіт про корпоративне громадянство, звіт про вплив компанії на навколишнє середовище (звіт EHS) тощо. Соціальна (нефінансова) звітність – це документально оформлена сукупність даних організації, що відображає середовище її існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній та екологічній сферах [3]. Іншими словами, це публічна звітність компаній, яка містить інформацію не тільки про результати економічної діяльності, а й про те, як компанія реалізує свої цілі щодо забезпечення соціального добробуту та екологічної стабільності. Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах: Звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP – Communication on Progress); Звіту зі сталого розвитку, підготовленого за вимогами системи GRI (Глобальної ініціативи зі звітності); окремого соціального звіту за показниками, які самостійно визначаються компанією.

Практика звітування щодо соціальної відповідальності компаній набуває дедалі більшого поширення в країнах із розвинутою ринковою економікою. Збільшення кількості компаній, що регулярно публікують нефінансові звіти, спостерігається у світі, починаючи з 1993 р. Про позитивну динаміку у цьому напрямку свідчить той факт, що в 2013 р. понад 71% найбільших компаній у 41 країні світу оприлюднювали звіти соціального формату, тоді як у 1993 р. інформували громадськість про свою соціальну роль лише 12% компаній (рис. 1).

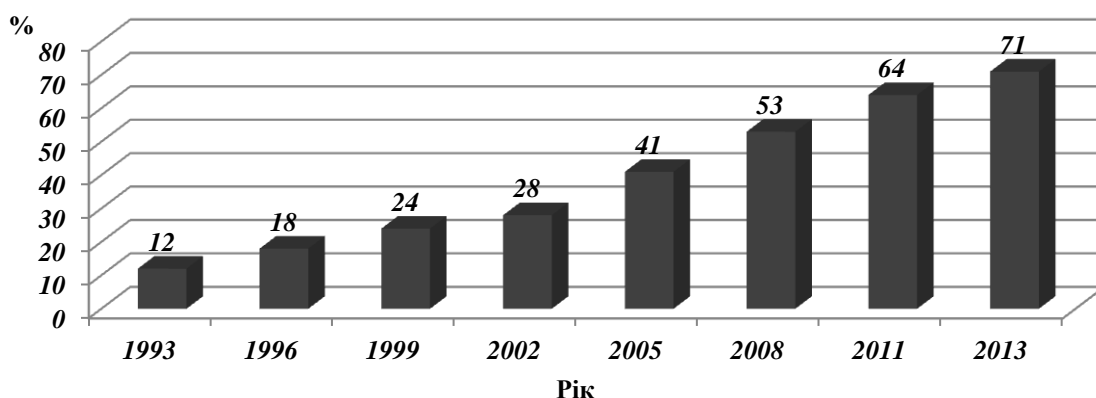


Рис. 1. Частка компаній, що публікували нефінансову звітність, % [4]

Однак зазначені тенденції поки що не знайшли належного відображення в Україні. За результатами досліджень, в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6 %) або як частину загального звіту компанії (11,8 %) [5]. Корпорацією KPMG було розроблено матрицю аналізу рівня розвитку систем корпоративної соціальної відповідальності, у якій країни розподіляються залежно від ступеня сформованості системи КСВ у більшості компаній та рівня їх комунікаційної активності. Україну за результатами даного аналізу було віднесено до категорії «Початківці» як країну, чії компанії характеризуються низьким ступенем сформованості систем КСВ та рівнем комунікаційної активності. Згадана матриця дозволяє визначити ступінь інформаційного охоплення нефінансовою звітністю, що становив в Україні 53%. У

країн-лідерів за даним критерієм частка компаній, що публікують соціальні звіти, наближається до 100% (Великобританія – 100%, Японія – 99%, Франція – 94%) [4].

Отже, впровадження в практику діяльності українських компаній звітування із соціальної відповідальності знаходиться на початковому етапі розвитку і має значний незадіяний потенціал. Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності у макроекономічному розрізі, то в Україні лише 10 % компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу готують та публікують нефінансові звіти. Для порівняння – із 250 найбільших компаній у розвинених країнах такі звіти готують 80 % компаній [6]. Лише одиничні звіти доступні англійською мовою. Українських звітів немає у переліку на порталі GRI і лише шість компаній опублікували свою соціальну звітність на веб-сайті CorporateRegister.com – організації, що надає можливість безкоштовної публікації своїх соціальних звітів усім компаніям, незалежно від форми, типу та стандартів, згідно з якими така звітність була підготовлена.

Вперше в Україні опубліковано нефінансовий звіт компанією «Систем Кепітал Менеджмент» у 2005 р. Перший звіт відповідно до системи GRI в Україні оприлюднив Надра Банк. До групи лідерів нефінансового звітування в країні на даний час стали такі компанії, як: «Оболонь», «ДТЕК», «Київстар», «Галнафтогаз», «Укрсоцбанк», «МТС Україна», «Метінвест», «СКМ». За даними досліджень експертів Представництва ООН в Україні [6], найпоширенішими аспектами нефінансового звітування є: умови праці та розвиток людського капіталу, збереження та відтворення довкілля, доброчинність і благодійництво, співпраця з місцевими громадами. Частина аспектів соціальної відповідальності не знаходять достатнього відображення у соціальній звітності українських компаній: відповідальність за продукцію, відповідальність за постачальників вздовж ланцюгів

постачання, а також протидія корупції – розкриття інформації щодо принципу антикорупційної діяльності є найменш детальним серед усіх принципів Глобального договору.

Окремим інструментом моніторингу діяльності підприємств виступає соціальний аудит, суть якого полягає в діагностиці проблем (передусім, соціального характеру), які виникають на підприємствах, оцінювання їх важливості, причин виникнення й можливостей розв'язання, формулювання конкретних рекомендацій для керівництва підприємств з метою вирішення гострих питань і подолання їх наслідків; а також довготермінове оцінювання здатності підприємства розв'язувати соціальні проблеми [7]. Даний вид аудиту проводиться представниками незалежних консалтингових фірм, однак роль аудиторів можуть також виконувати і представники профспілкових організацій або уповноважені державні органи. На даний час в Україні соціальний аудит застосовується лише в поодиноких випадках переважно великими підприємствами з іноземним капіталом.

Інформативним інструментом моніторингу соціальної відповідальності компаній є формування різноманітних соціальних рейтингів на базі використання індексного методу. Одним з індексів, що найбільш детально висвітлює стан розвитку соціальної відповідальності вітчизняних компаній, є Індекс прозорості та відкритості сайтів, що визначається в Україні щорічно з 2011 р. на основі міжнародної методики, розробленої Beyond Business (Ізраїль) та Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Оцінюванню підлягають компанії, які мають веб-сайти українською чи російською мовами (або україномовні сторінки на сайтах материнської міжнародної компанії). Сайти оцінюються за чотирма критеріями: звітність (40% загального результату) – наявність звіту про діяльність компанії у соціальній та екологічній сферах; зміст (35% загального результату) – рівень розкриття інформації за ключовими сферами

КСВ; навігація (10% загального результату) – легкий доступ читача до будь-якої інформації про соціальну та екологічну відповідальність компанії; доступність (15% загального результату) – потенційна доступність веб-сайту з точки зору різних аспектів (мови, наявність контактної інформації, адаптованість для людей з обмеженими можливостями).

У 2014 р. в оцінюванні взяли участь 115 найбільших компаній, що представляли 15 секторів економіки України (включаючи 39 компаній державної форми власності). До десятки сайтів з найвищим рівнем розкриття інформації з КСВ на сайті увійшли: компанії «АрселорМіттал Кривий Ріг», ДТЕК, СКМ, Оболонь, Метінвест, Карлсберг Україна, Київстар, ОККО-Бізнес (Концерн Галнафтогаз), Дніпроспецсталь, Крафт Фудз Україна. Результати здійсненого оцінювання засвідчили, що рівень прозорості сайтів компаній України в 2014 р. майже не зріс і склав 17,1% проти 16,9% у 2013 р. Більшість українських компаній не приділяють достатньої уваги питанням висвітлення політики корпоративної соціальної відповідальності та її результатів і не розглядають таку практику як важливу складову комунікації зі стейкхолдерами. Встановлено, що чисельність українських компаній, які готували нефінансові звіти, суттєво не збільшилась. Так, в досліджуваному році тільки 14 компаній-учасників Індексу мали розміщені на сайтах нефінансові звіти (у 2013 р. – 13 компаній, у 2012 р. – 9 компаній). Найчастіше компанії розкривають такі питання, як трудові відносини, охорона довкілля та взаємовідносини з громадою. Найменш поширеними практиками залишаються питання менеджменту корпоративної відповідальності, етики та антикорупційної політики. Одним з важливих висновків є те, що рівень відкритості державних підприємств є нижчим індексу приватних компаній і становить 12,8%. Найпрозорішим виявився сектор

комунікацій, а найнижчий рівень відкритості демонструють фармацевтичні компанії [8].

Оцінка відкритості компаній здійснюється також і в глобальному масштабі. Так, в рамках Глобального Індексу прозорості щомісяця оцінюються веб-сайти 25 найбільших публічних компаній певної країни. Порівняння показників розкриття інформації про діяльність у сфері корпоративної соціальної відповідальності у різних країнах показало, що перші 25 компаній України показали 32% прозорості, що вдвічі менше, ніж у лідера за даним індексом – компаній Швеції (рис. 2).

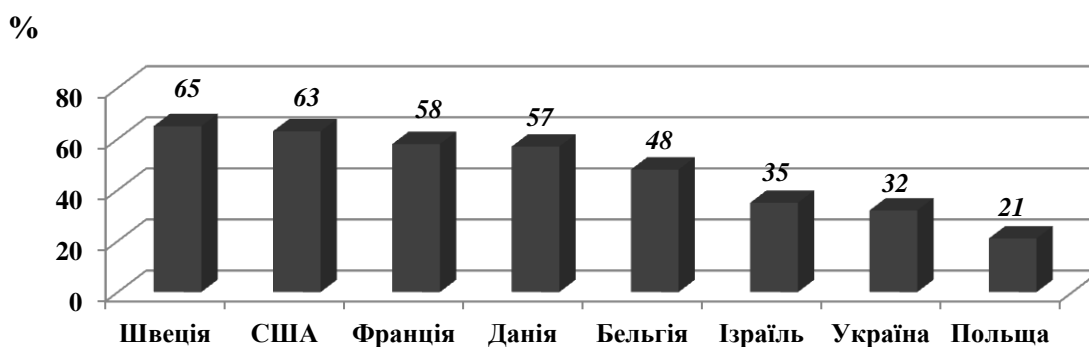


Рис. 2. Порівняння прозорості сайтів щодо висвітлення інформації з корпоративної соціальної відповідальності серед топ-25 компаній в розрізі країн [8]

Показник вітчизняних компаній є значно нижчим, ніж середній результат більшості інших країн-учасників Глобального Індексу прозорості. Компанії України на 11% випереджають лише польські Топ-25 компаній, що мають вкрай низький показник нефінансової звітності – 21%.

Моніторинг рівня соціальної активності компаній в Україні на базі складання соціальних рейтингів здійснюється також всеукраїнським рейтинговим журналом «ГВардія». Загальна оцінка рівня відкритості та системності компаній у сфері КСВ розраховується за чотирма

блоками: «Соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством», «Системність в управлінні КСВ», «Відкритість і взаємодія із зацікавленими сторонами», «Відкритість і системність діяльності за основними напрямками КСВ» (розвиток персоналу, охорона праці і здоров'я, охорона навколишнього середовища та ресурсозбереження, підтримка добросовісної ділової практики і етичної поведінки, удосконалення продукту і відносин зі споживачами, розвиток громад, благодійність і меценатство). У 2013 р. в оцінюванні взяла участь 41 компанія. Лідерами рейтингу соціально відповідальних компаній в цьому році стали компанії: ДТЕК, АрселорМіттал Кривий Ріг, Платинум Банк [9]. Рейтинг було складено на підставі аналізу анкет компаній, публічних соціальних звітів, а також незалежних оцінок членів експертів.

Менш відомим є рейтинг «брудних» і «зелених» компаній від інформаційного агентства «ЛІГАБізнесІнформ», який складається вже більше десяти років. За підсумками 2011 року серед 103 українських підприємств було визнано, що підприємства важкої промисловості останнім часом йдуть з рейтингів самих «брудних» компаній, а на зміну їм приходять підприємства комунальної галузі та представники харчової промисловості [10].

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність в Україні розвивається інтенсивно, однак несистемно, тому на часі стоїть питання про формування комплексної системи ефективних інструментів її об'єктивної оцінки. Вивчення української практики моніторингу соціальної відповідальності засвідчило, що на даний час найбільш поширеними засобами та джерелами розкриття інформації про діяльність у даній сфері нефінансова звітність, соціальний аудит та соціальні рейтинги. Встановлено, що більшість українських компаній не приділяють достатньої уваги питанням висвітлення політики соціальної відповідальності та її результатів і не

розглядають таку практику як важливу складову комунікації зі стейкхолдерами. Основними причинами цього, на нашу думку, є нерозвиненість ефективних регуляторів та слабкість правового поля. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу та формування системи ефективних технологій її моніторингу в Україні потребує формування загальної стратегії та механізмів державної політики у цій сфері, адаптації вітчизняного законодавства до міжнародних стандартів соціальної відповідальності та розробки комплексу стимулів та заходів з поширення та популяризації її в суспільстві.

Список літератури:

1. Офіційний сайт агенції Conference-Board [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.conference-board.org/economics.
2. Аналітичний звіт «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку». Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», 2010. – 56 с.
3. Воробей В. Соціальна звітність: стан та перспективи / Матеріали Зборів мережі Глобального Договору ООН (16 грудня 2009р.). – К.: 2009. – 11 с.
5. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
6. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу / В. Воробей, І. Журовська. – К.: Представництво ООН в Україні. – 2010. – 84 с.
7. Методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу / С. В. Мельник, Д. Д. Чумаков, М. М. Мартиненко. – Луганськ : ДУ НДІ СТВ, 2012. – С. 27.
8. Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 31 с.

9. Рейтинг соціально відповідальних компаній – 2013. Рейтинговий журнал «Гвардія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kontrakty.ua/rankings/239#1>

10. Складено рейтинг найбільш «зелених» компаній України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://biz.liga.net>