

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ УПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Л. Корчевна, кандидат юридичних наук, генеральний директор,

В. Новіков, доктор фізико-математичних наук, професор, ректор Інституту підготовки фахівців,

В. Домницька, завідувач кафедри,

В. Жогло, аспірант, старший викладач,

ДП «УкрНДНЦ проблем стандартизації, сертифікації та якості», м. Київ

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ВНЕДРЕНИЯ В УКРАИНЕ

Л. Корчевная, кандидат юридических наук, генеральный директор,
В. Новиков, доктор физико-математических наук, профессор, ректор Института подготовки специалистов,
В. Домницкая, заведующая кафедрой,
В. Жогло, аспирант, старший преподаватель,
ГП «УкрНИУЦ проблем стандартизации, сертификации и качества», г. Киев

THE ANALYSIS OF DEVELOPMENT FOR SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT SYSTEM
OF THE ENTERPRISE AND PROBLEMS OF THEIR IMPLEMENTATION IN UKRAINE

L. Korchevna, Candidate of Jurisprudence, General Director,
V. Novikov, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Rector of Institute for Experts Training,
V. Domnitska, Faculty Head,
V. Zhoglo, Post-Graduate Student, Senior Lecture,

«Ukrainian Research and Training Centre for Standardization, Certification and Quality Problems» State Enterprise, Kyiv

Процеси глобалізації у бізнесі, стрімко зростаючі розміри компаній та розширення сфер їх впливу, призводять до загострення конкурентної боротьби та відстоювання власної репутації, котра нерідко переходить межі закону. Як наслідок — зростання громадської свідомості дало поштовх до перегляду пріоритетів відносин між керівництвом підприємства, його співробітниками та споживачами. Саме споживачі є ланкою, здатною впливати на політику стосунків «керівництво — співробітники». Один із шляхів можливого формування такого впливу є розвиток системи соціальної відповідальності підприємства, та поінформування споживачів.

Перші наукові дослідження стосовно розуміння

У статті проаналізовано передумови існування та розвитку систем соціальної відповідальності підприємств. Наведено огляд існуючих стандартів звітності з питань корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), проаналізовано ключові проблеми її розвитку в Україні.

сутності соціальної відповідальності та КСВ, їх принципів та методів здійснено у 50-х роках ХХ століття. Провідна роль у їх розвитку належала американським вченим, у той час як у Європі концепція КСВ офіційно була сформована лише наприкінці ХХ століття та знайшла своє відображення у документі Європейської комісії «Зелена книга», який був опублікований у 2001 році [1].

Сьогодні відомі теоретичні праці щодо питань, пов'язаних з КСВ [2, 3]. У багатьох теоріях концепція КСВ часто заміщувалася іншими визначеннями, які,

на думку науковців, краще відображали суть відносин підприємства та суспільства. Найбільш відомими серед них є «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна чуттєвість», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство» тощо [1]. У цій роботі, автори відійшли від теоретичного опису та сфокусували увагу саме на практичних аспектах упровадження принципів соціальної відповідальності на підприємствах.

Аналізуючи історичний розвиток соціальної відповідальності підприємств, слід зазначити факт впливу міжнародних організацій на процес формування її основних засад — Організації Об'єднаних Націй (ООН) та її агенції [4], ОПЕК [5], Європейського Співтовариства з його складовими частинами [6], Міжнародної Організації Праці [7], провідних світових бізнес структур, громадських та інших політичних організацій.

Виокремлюючи ООН як одну з ключових організацій у процесі формування практичних засад соціальної відповідальності, необхідно наголосити на Глобальному договорі (ГД). Цей договір — документ, який є добровільною міжнародною ініціативою, що об'єднала компанії з агенціями ООН, робочою силою та громадськістю для підтримки універсальних соціальних принципів та принципів захисту навколишнього середовища. На сьогоднішній день до ГД залучено сотні компаній, організацій охорони праці та громадських організацій з усіх регіонів світу, які працюють над розширенням десяти універсальних принципів, які в свою чергу розмежовуються в сферах захисту прав людини, навколишнього середовища, охорони праці та антикорупційних заходів [8].

Починаючи з 2000 року, поширення засад соціальної відповідальності відбувається під проводом ГД ООН, який базується виключно на добровільних ініціативах бізнесу щодо підтримки принципів сталого розвитку, прозорості діяльності, публічної звітності тощо. Його дію спрямовано на залучення підприємств до розв'язання глобальних проблем суспільства. Головна мета документа — бізнес, який має суттєво посилити свою соціальну спрямованість.

Поняття сталого розвитку в цілому досить розпливчате, вважається що у нього є три найважливіші аспекти: економічний (у сенсі дії компанії в більшому контексті локальної економіки регіону), соціальний та екологічний. Таким чином, компанії мусять ставити перед собою відповідні економічні, соціальні та природоохоронні цілі, оцінюючи їх виконання за допомогою незалежного аудиторського висновку з цього питання, замість того, щоб ставити перед собою виключно цілі на рівні прибутковості та капіталізації. Вважається, що, тільки діючи таким чином, компанії можуть відповідати «очікуванням громадськості», що є ключовим фактором довгострокової стратегії успіху в сучасному світі [9]. На наш погляд, якщо компанія

буде дотримуватися лише одного напрямку, чи то екологічного, соціального або ж економічного, позитивний результат від таких дій буде значно менший.

Донедавна витрати, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю, могли собі дозволити лише великі, транснаціональні компанії. Але у зв'язку з підвищенням вимог до підприємства — до непрямой відповідальності за своїх постачальників та використовуваними ними ресурси, як з боку законодавства, так і з позицій стандартизації та сертифікації, малі компанії також змушені інтегрувати в свою систему менеджменту принципи КСВ, аби втриматися на ринку (рис. 1).

Іншим фактором, котрий змушує малі та середні підприємства впроваджувати принципи соціальної відповідальності, є те, що вони значною мірою менш мобільні порівняно з транснаціональними компаніями. Їхній підхід до інвестування та експлуатації обладнання відповідальніший, в більшій мірі ураховує місцеві особливості. Деякі сімейні та індивідуальні підприємства є виразниками релігійних чи філантропічних цінностей їх керівників. У середніх та малих підприємств більше зв'язків з місцевим громадським та культурним середовищем, вони переважно враховують місцеві ризики порівняно з великими міжнародними компаніями [8]. У випадку виникнення негативних факторів діяльності, великі компанії забезпечені ресурсами для тимчасового виходу з ринку в певному регіоні без значних фінансових втрат з можливістю подальшого повернення, у той час як малі позбавлені коштів для подібних ротаций.

Наступний не менш важливий чинник, котрий стимулює впровадження принципів соціальної відповідальності на підприємствах, є модель EFQM (European Foundation for Quality Management). Відомо, що корпоративна соціальна відповідальність є однією із частин концепції EFQM. Зміст зазначеної концепції полягає у формуванні структури підприємства, що прагне розуміти та допомагати у вирішенні не лише певних

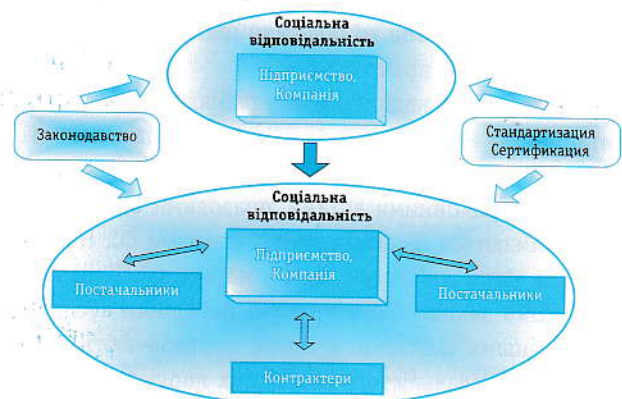


Рис. 1. Розширення впливу засад соціальної відповідальності на підприємства з часом



Рис. 2. Законодавчо регульовані питання соціальної відповідальності в ЄС

фінансових питань, але, в першу чергу, соціальних проблем громадськості. На цей час членами EFQM є приблизно 38 держав Європи. В Україні також є організації-партнери EFQM, а передові українські підприємства постійно проходять оцінювання за критеріями цієї моделі.

На сьогодні для підприємств, які планують упровадити політику у сфері КСВ, існує ряд загальновизначених стратегій, які умовно можна поділити на три групи:

1. Окремі проекти, пов'язані з КСВ.
2. Програми КСВ, що поєднують декілька проектів, ініціатив тощо.
3. Упровадження стратегії КСВ у всі основні процеси діяльності компанії [10].

Говорячи про переваги та недоліки тієї чи іншої стратегії, необхідно розуміти, що кожна компанія є унікальною, і керівництво її, проаналізувавши ситуацію, повинно прийняти рішення на користь того чи іншого варіанту. Для одних компаній вирішальним фактором є фінансова забезпеченість, для інших — вимоги замовників, для третіх — власний імідж або позиція бренду. Перші дві стратегії є кроком до системності та більш глибокого упровадження КСВ на підприємстві, передбачені саме третім положенням. Звісно, що найвищим ступенем реалізації КСВ є включення цих принципів до політики підприємства та застосування їх на практиці.

На рівні ЄС та національному рівнях держав-членів питання, які належать до соціальної відповідальності, регулюються в законодавчому порядку (рис. 2) законами та підзаконними актами, правовими актами, котрі приймаються національними органами ЄС. На відміну від норм «м'якого права», норми законодавчих актів чітко закріплюють правила поведінки суб'єктів тих чи інших відносин, а також передбачають юридичну відповідальність у випадку їх порушення [8].

В Україні ключовою проблемою регулювання соціальної відповідальності є упровадження та виконання вимог законодавства, пов'язаного із КСВ. Якщо закони

не працюють на практиці (зазвичай через так звані «економічні» чинники — незадовільне фінансування), увесь процес законодавчого регулювання не досягне поставлених цілей. Справедливим є твердження, що в Україні деякі вимоги (наприклад, у соціальній сфері чи охороні здоров'я) навіть жорсткіші за такі ж в ЄС та зафіксовані в законодавстві (ст. 47 та 48 Закону [11] стосовно податкових пільг компаніям, котрі використовують альтернативні джерела енергії та інші заходи щодо охорони навколишнього середовища), але вони не діють на практиці [8].

Якщо підходити до питання соціальної відповідальності з погляду стратегічного розвитку підприємства, то слід відзначити наявність у міжнародній практиці стандартів та інших документів, котрі стосуються звітності соціально відповідального бізнесу. Ключовим аспектом роботи над соціальним звітом є його оцінка та верифікація незалежним аудитором, а також використання отриманих в ході створення звіту результатів у подальшій практиці соціальної відповідальності компанії. Здійснення цієї процедури дає компанії гарантію третьої сторони, що опубліковані у звіті відомості достовірні, і не є рекламою. Останнім часом все більшого розповсюдження отримують стандартизовані форми звітності. Потуючи свої звіти до відповідно стандартів, які отримали міжнародне розповсюдження, компанія може претендувати на те, що створений документ буде верифіковано незалежним аудитором з відповідним сертифікатом [12]. Найпоширеніші стандарти звітності соціально відповідального бізнесу:

- стандарт SA 8000 (Social Accountability International) визначає вимоги щодо соціального захисту, які дають можливість компанії розробляти, підтримувати і запроваджувати політику й методи управління питаннями, які компанія може контролювати або на які вона може впливати, а також демонструвати зацікавленим сторонам, що її політика, методи та дії відповідають вимогам стандарту. Останні є універсальними щодо географічного місцезнаходження, галузі промисловості та розміру компанії [10];
- стандарти серії AA1000 (Account Ability 1000) — стандарти соціальної звітності, призначені для вимірювання результатів діяльності компанії з етичних позицій, надає їм процедуру та набір критеріїв, за допомогою яких може бути здійснений соціальний та етичний аудит їх діяльності [12];
- стандарт GRI (Global Reporting Initiative) — стандарт звітності у сфері стійкого розвитку, представляє собою методологію зовнішньої звітності та не визначає дій організації зі збільшення ступеню соціальної звітності [12];
- проект стандарту серії ISO 26000 — міжнародний стандарт є настановою для усіх типів організацій,

незалежно від їх розміру та місцезнаходження. У ньому викладено основні поняття, терміни та визначення, котрі належать до соціальної відповідальності, а також принципи та практика соціальної відповідальності [13];

▪ стандарти Саншайн з надання корпоративних звітів для зацікавлених сторін, прийняті в 1996 році Альянсом стейкхолдерів (США) — організацією, яка об'єднує природоохоронні та релігійні організації, — також організації із захисту прав споживачів. У цих стандартах наводяться керівні принципи відносно того, яку інформацію корпорації мають регулярно надавати у щорічному «Корпоративному звіті для зацікавлених сторін» [12].

Аналізуючи сучасну практику впровадження принципів соціальної відповідальності на підприємстві, було виявлено значну різноманітність підходів та методик щодо розроблення та застосування як політики, так і безпосередньо програм, що включають соціальну відповідальність. Так, відповідно до [14], на українському ринку діє близько 63 підприємств та компаній, котрі заявляють себе соціально відповідальними, і їх кількість постійно зростає.

Однак, на жаль, на сьогодні немає міжнародних або національних стандартів, котрі надають можливість підприємствам розробити систему управління у галузі соціальної відповідальності. Стандарти, наведені вище, використовуються лише для оцінювання вже існуючих показників підприємства. Наразі організація ISO розробляє міжнародний стандарт з соціальної відповідальності, котрий планується до виходу у 2010 році. Уже існує проект міжнародного стандарту у версії ISO/CD 26000 «Настанова з соціальної відповідальності». Проблема полягає у тому, що неможливо буде проводити сертифікацію підприємств на відповідність цьому стандарту, оскільки він не передбачений для таких цілей.

Відсутність єдиних підходів до створення системи управління соціальною відповідальністю на підприємстві переважно спричиняє підміну понять та різне розуміння сутності поняття керівництвом. Як показує практика, переважна більшість підприємств декларують свій бізнес як соціально відповідальний без необхідних на те доказів, що дискредитує принципи, закладені в це поняття. Саме створення стандарту, що не лише надасть можливість розробляти системи соціальної відповідальності, але й проходити процедуру оцінювання відповідності його вимогам, призведе до поліпшення рівня соціального забезпечення і співробітників підприємства, і суспільства у цілому.

Оцінивши проблему, в Інституті підготовки фахівців ДП «УкрНДНЦ» розпочато розроблення проекту національного стандарту «Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги». Цей стандарт відповідатиме критеріям законодавства України та задо-

вольнятиме основні принципи міжнародної практики з соціальної відповідальності.

ВИСНОВКИ

1. Встановлено, що на сьогодні в переважній більшості розвинених країн світу принципи соціальної відповідальності бізнесу відходять від поодиноких філантропічних заходів та набувають систематичного характеру. Корпоративна соціальна відповідальність та її складові є невід'ємною частиною сучасного менеджменту підприємств.

2. Обґрунтовано необхідність розроблення національного стандарту України «Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги». Його упровадження надасть можливість національним підприємствам ефективніше використовувати політику соціальної відповідальності в покращанні інвестиційної привабливості. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Грицина Л. А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств. — Хмельницький національний університет. — (http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm)
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; Пер. с англ. — М.: «Дело», 1993. — 703 с.
3. Стефан П. Робінс, Девід А. Де Ченцо Основы менеджмента. Переклад з англ. — К.: Основи, 2002. — 670 с.
4. <http://www.unglobalcompact.org/> — Інтернет-сторінка, присвячена Глобальному Договору ООН.
5. <http://www.oecd.org/> — Інтернет-сторінка, що містить інформацію про Керівні принципи ОЕСР (ОПЕК) для транснаціональних компаній.
6. <http://europa.eu.int/> — Інтернет-сторінка ЄС, присвячена регулюванню СВБ на рівні ЄС та в державах-членах ЄС.
7. www.ilo.org — офіційний сайт міжнародної організації праці.
8. Публікація ООН в Україні «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження». — К., 2005.
9. www.prompolit.ru — веб сайт експертної ради з промислової політики.
10. www.management.com.ua — інтернет портал для українців.
11. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25.06.1991 № 1264-XII (із змінами).
12. <http://un.by/> — офіційний сайт ООН в Білорусії.
13. Проект ISO 26000 WD4.2 Guidance on Social Responsibility. ISO/TMB WG SR № 143 (Настанова з соціальної відповідальності).
14. Довідник соціально відповідальних компаній України. — К.: К.І.С., 2007. — 170 с.