



Світлана ВАКУН
науковий керівник
к.е.н., ст. викл. Сабелька Т.І.
ІФННІМ THEY

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПОНЯТТЯ, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА

Протягом останніх кількох десятиліть у розвинених країнах концепції сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є одними з тих, що розвиваються найбільш активно: відповідальність компаній за економічний, екологічний та соціальний вплив на суспільство стали складниками розвитку сучасного бізнесу.

Сучасна концепція КСВ, поширена на Заході, показує прагнення компаній добровільно і самостійно вирішувати найбільш нагальні проблеми суспільства. Наприклад, Європейська Комісія дає таке визначення КСВ: “Корпоративна соціальна відповідальність, за своєю суттю, є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища. КСВ стосується дій з боку компаній, що перевищують їхні юридичні зобов’язання по відношенню до суспільства і навколишнього середовища. Деякі заходи регулювання створюють більш сприятливі умови для підприємств, які добровільно приймають на себе соціальну відповідальність” [1].

Слід зазначити, що поняття благодійності, яким в Україні часто замінюють термін КСВ, – це всього лише мала частина КСВ, точніше, окрема її складова – залучення і підтримка місцевих громад. Так голова Societe Generale de Belgique та голова “Європейського руху підприємців за соціальну консолідацію” Етьєн Давіньон зазначає: “Хоч би що малося на увазі під корпоративною соціальною відповідальністю, це не благодійність, і не розвиток зв’язків з громадськістю. Сенс соціальної відповідальності - в усвідомленій зацікавленості бізнесу, що приносить користь для суспільства в цілому” [2, с. 19].

В цілому, за міжнародним стандартом ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility КСВ включає наступні ключові пріоритети [3]:

- корпоративне управління (наскільки прозоро в компанії приймаються рішення);
- права людини і трудові практики (відсутність дискримінації, гендерна рівність);
- операційні практики (чесність і прозорість у відносинах зі споживачами);
- екологія (політики щодо захисту навколишнього середовища та ін.);
- залучення і підтримка місцевих громад (наявність програм по їх розвитку);
- стратегія і звітність (компанія має оприлюднити свою бізнес-стратегію, фінансову звітність та аудиторські висновки, а також власну КСВ-стратегію).



Вивчивши всі сфери охоплення корпоративної соціальної відповідальності, можна зробити висновок, що КСВ - поняття комплексне. І якщо супермаркет, наприклад, активно займається благодійністю або дотримується цивілізованих трудових практик, але при цьому звичною практикою є маніпуляції з продажем прострочених товарів, говорити про корпоративну соціальну відповідальність в такому випадку неможливо. Щоб заявляти про відповідальне ставлення до суспільства, всі озвучені вище пріоритети КСВ збалансовано повинні бути інтегровані в бізнес-стратегію.

Соціально відповідальним можна вважати те підприємство, яке враховує всі позитивні і негативні наслідки своєї економічної діяльності, особливо в соціальній сфері й екології, а його поведінка сприяє сталому розвитку і добробуту суспільства. Варто зазначити, що в умовах виникнення кризових ситуацій “виживуть” тільки ті бізнес-структури, що будуть враховувати соціальні інтереси суспільства у стратегічних напрямках власної господарської діяльності та досягнуть стійкості економічного розвитку.

Протягом останніх років спостерігається активне поширення концепції корпоративної соціальної відповідальності серед світової спільноти. Слідом за прийняттям Стратегії КСВ на рівні ЄС, більшість бірж об'єдналися з метою просування КСВ серед лістингових компаній, а 26 з 27 країн Євросоюзу встигли прийняти або окремі Стратегії КСВ, або позначити значимість питання в рамках більш широких стратегій зростання та зайнятості [4].

В Україні корпоративна соціальна відповідальність ще не набула широкого розповсюдження, проте в останнє десятиліття розвинулись та поступово зміцніли певні інститути КСВ, зокрема спостерігались такі процеси як створення великої кількості благодійних фондів та філантропічних програм, розробка “Національної стратегії розвитку КСВ на 2011-2015 рр.”, інтенсифікація впровадження нефінансової звітності, зростання кількості національних індексів та рейтингів КСВ, ріст членства українських компаній у міжнародних організаціях, що займаються проблемами КСВ. Починаючи з 2006 року 172 українські організації стали учасниками Глобального договору ООН, поділяючи тим самим 10 його принципів в сфері прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та протидії корупції [4].

Особливого значення важливість розвитку КСВ в нашій країні набула після підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, де цілий розділ присвячений питанням сталого розвитку, КСВ та торгівлі (Глава 13. Торговля та сталий розвиток). Зокрема, у ч. 3, ст. 293 йдеться про таке: “Сторони докладають зусиль для спрощення торгівлі товарами з метою сприяння сталому розвитку, зокрема товарами, які є предметом “чесної та етичної торгівлі”, а також тими, що пов'язані з принципами корпоративної соціальної відповідальності та підзвітності” [5].

Також слід зазначити, що великий вплив на розвиток КСВ в Україні спричинили події останніх 2-х років, пов'язані з Революцією Гідності, окупацією частини території і збройним конфліктом на сході країни. Так, Марина Саприкіна, керівник “Розвиток КСВ”, зауважила: “На думку міжнародних експертів, корпоративна соціальна відповідальність у такі



періоди включає три види діяльності: комплаєнс, принцип “не зашкодь” (do no harm) і миротворчі дії. Аналіз цих практик свідчить, що українські компанії вже вийшли за рамки КСВ [6].

Для повноцінного впровадження ідей КСВ в Україні потрібні зусилля не тільки бізнесу, а й підтримка з боку держави та громадянського суспільства. Зокрема, Андрій Гундер, Президент Американської торгівельної палати, підкреслив: “Український бізнес має усвідомити свою відповідальність перед державою і суспільством, вийти з тіні і сплачувати податки, підтримуючи державу. А синергія зусиль громадянського суспільства, вільної преси та відповідального бізнесу допоможуть вирішити три основні проблеми сьогодні: корупцію, судову систему та бюрократію” [7].

Отже, враховуючи курс України на євроінтеграцію, а також глобальні тенденції до законодавчого регулювання питань КСВ, українським компаніям слід уважно поставитися до проблеми впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у власну діяльність та вже зараз розпочати роботу для того, щоб відповідати їхнім вимогам.

Список використаних джерел:

1. *The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership // The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL. – Brussels, Belgium, 2000.*

2. *Открытая корпоративная отчетность как триединый итог экономической, социальной, экологической ответственности компании. М.: Библиотека менеджера. – 2004.*

3. *Стандарти ISO/ джерело доступу- (<http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso26000.htm>)*

4. *Куринко Р. Национальная стратегия КСО в Украине: состояние дел и перспективы. текущее положение дел и перспективы / Р. Куринко. – [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: <http://kurinko.com/ru/nacionalnaya-strategiya-kso-v-ukraine-sostoyanie-del-i-perspektivy>*

5. *Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони – [Електрон. ресурс]. – Джерело доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/rada/show/984_011*

6. *З виступу на конференції “Корпоративна соціальна відповідальність у конфліктні часи” – [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: <http://csr-ukraine.org/article/>*

7. *Нагороджено кращі практики відповідальності бізнесу 2015. – [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: <http://csr-ukraine.org/article/>*