

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ**

**Н.С. ОРЛОВА
А.О. ХАРЛАМОВА**

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Монографія

Донецьк – 2014

ISBN
ББК
О-66

УДК 005.35 : 338.1 (477)

Орлова Н.С. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні: Монографія / Н.С. Орлова, А.О. Харламова. – Донецьк: Издательство, 2014. – 250 с.

Монографія «Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні» є науковим дослідженням, в якому одержано науково обґрунтовані результати щодо формування концептуальних засад впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в Україні, що вирішує важливі та стратегічні завдання державної соціально-економічної політики та забезпечує сталий розвиток країни.

У роботі узагальнено наукові підходи до щодо визначення понять «сталий розвиток» та «корпоративна соціальна відповідальність»; визначено особливості державної політики щодо впровадження принципів КСВ (міжнародний досвід); визначено особливості концепції управління зацікавленими сторонами; обґрунтовано роль відповідального інвестування в умовах глобальної економіки; досліджено стратегічні орієнтири корпоративної соціальної відповідальності в Україні; проаналізовано методичні підходи до підготовки та оцінки нефінансової звітності корпорацій в умовах сталого розвитку; запропоновано методичний підхід до оцінки соціальних інвестицій корпорацій.

Монографія призначається студентам магістратури, аспірантам, викладачам економічних вузів і спеціальностей, робітникам органів державного управління, вченим, які досліджують теоретичні та прикладні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Рецензенти:

В.В. Бурега, д.соц.н., професор, завідувач кафедри соціології управління Донецького державного університету управління;

Ю.Б. Молодожен, доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри державного управління і місцевого самоврядування Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президенті України

Ю.З. Драчук, д.е.н., с.н.с., професор кафедри менеджменту Луганського національного університету ім.Тараса Шевченка

Видається за рішенням вченої ради ДонДУУ №8/18 від 24.04.2014 р.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
РОЗДІЛ 1. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	8
1.1. Міжнародні ініціативи та стандарти у формуванні та розвитку принципів корпоративної соціальної відповідальності	8
1.2. Відповідальна держава – гарант сталого розвитку економіки країни	30
1.3. Формування та розвиток концепції управління зацікавленими сторонами	44
1.4. Відповідальне інвестування в умовах сталого розвитку глобальної економіки	57
Література до розділу 1	72
РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	81
2.1. Екологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в Україні	81
2.2. Стратегія соціально відповідальної поведінки корпорацій в ринковому середовищі	117
2.3. Формування корпоративної стратегії на основі соціальної відповідальності	136
2.4. Соціальна відповідальність вищої освіти і науки України	149
Література до розділу 2	162
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА ПРОЗОРИСТЬ КОРПОРАЦІЙ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	170
3.1. Міжнародні стандарти звітності сталого розвитку корпорацій	170
3.2. Особливості підготовки соціальної звітності корпораціями України	196
3.3. Методичні основи оцінки корпоративної соціальної відповідальності	224
3.4. Оцінка соціальних інвестицій корпорацій	241
Література до розділу 3	256
ВИСНОВКИ	267
ДОДАТКИ	269

ПЕРЕДМОВА

Вже достатньо тривалий час наша держава здійснює пошук шляхів щодо подолання кризових явищ у багатьох сферах суспільно-економічного життя. З одного боку певний диспаратет глобального розвитку притаманний усім без винятку країнам світу, з іншого - підходи до вирішення цієї проблеми є різними для кожної країни.

Основною альтернативною моделлю суспільного поступу України і світу є концепція сталого розвитку. Звичайно, багато дослідників відзначають, що незважаючи на численні напрацювання у рамках вказаної концепції і навіть її політичного схвалення, серйозних кроків у цьому напрямку ще не зроблено [перелік дослідників у літературі до розділу 1]. Разом з тим, вітчизняна та світова наукова спільнота не перестає шукати способи найбільш адекватного та науково бездоганного розвитку та оцінювання процесів сталого розвитку [перелік дослідників у літературі до розділу 2 і 3]. В цих роботах приділяється значна увага теоретичному обґрунтуванню окремих аспектів формування умов для забезпечення сталого розвитку України, які враховують особливості регіональної політики в Україні та інституційні і соціально-економічні перетворення останніх десятиліть.

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства.

Основним завданням державного управління соціально - економічною сферою країни є забезпечення належних умов для сталого економічного розвитку і на цій основі - створення орієнтирів ефективної соціальної політики, що вирішує основні завдання забезпечення стійкого збалансованого економічного зростання та розвитку, високого рівня зайнятості населення та продуктивності праці, ефективного використання людських ресурсів у державі,

розвиток малого підприємництва, впровадження принципів соціальної відповідальності та формування ефективної регіональної системи України.

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є визнаною традицією, якої дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих підприємств. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну значимість, що містить у собі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів КСВ і заходів зі стимулювання бізнесу до такої відповідальності. У більшості країн Європейського Союзу (ЄС) розроблено та функціонують державні програми підтримки і стимулювання КСВ, в яких держава долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності. Дослідженню цих питань присвячено перший розділ монографії.

Необхідність розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні зумовлена низкою чинників: низький рівень корпоративної культури та, як наслідок, фінансова й економічна слабкість значної частки суб'єктів господарювання в Україні, зменшення ділової репутації українського бізнесу за кордоном; низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу через порівняно нетривалу його сучасну історію та практику реалізації ним власної соціальної відповідальності; нерозуміння бізнесом та суспільством основних завдань і механізмів реалізації КСВ через термінологічну (нормативну) невизначеність; інформаційну закритість більшості українських суб'єктів господарювання для широкої громадськості; дисбаланс складових реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями.

КСВ в Україні перебуває в стадії становлення. Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямовується насамперед на трудові відносини і заходи із захисту здоров'я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту

природних ресурсів та взаємодії з громадою. Кілька десятків, переважно великих, компаній мають оприлюднені політики та стратегії КСВ та впроваджують відповідні ініціативи. Другий розділ монографії визначає основні напрямки корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Із зростанням ринків соціально відповідального інвестування та більшою увагою інвесторів і кредитних інституцій до ширшого впливу діяльності компаній на економіку, навколишнє середовище та суспільство, зростає потреба в якісній інформації про такий вплив. Традиційно, річна фінансова звітність містить стислу інформацію про екологічні, соціальні аспекти діяльності та корпоративне управління компаній, зокрема щодо істотних ризиків у цих сферах. Нефінансова звітність надає значно більше інформації про вплив компанії на суспільство, економіку та навколишнє середовище, надаючи інформацію про діяльність компанії у відповідному суспільному контексті. Методичним та практичним підходам щодо підготовки та оцінки нефінансової звітності корпорацій присвячено третій розділ дослідження.

Головною метою роботи є узагальнення теоретико-методичних підходів і розробка науково - практичних рекомендацій щодо формування концептуальних засад впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в Україні для забезпечення сталого розвитку країни.

Для реалізації зазначеної мети в монографії були поставлені і вирішені наступні завдання:

- узагальнено наукові підходи до визначення понять «сталий розвиток» та «корпоративна соціальна відповідальність»;

- визначено особливості державної політики щодо впровадження принципів КСВ (міжнародний досвід);

- визначено особливості концепції управління зацікавленими сторонами;

- обґрунтовано роль відповідального інвестування в умовах глобальної економіки;

- досліджено стратегічні орієнтири корпоративної соціальної відповідальності в Україні;

проаналізовано методичні підходи до підготовки та оцінки нефінансової звітності корпорацій в умовах сталого розвитку;

запропоновано методичний підхід до оцінки соціальних інвестицій корпорацій.

Вирішення завдань дослідження дозволило обґрунтувати наукові результати щодо впровадження механізмів сталого розвитку в Україні, на основі формування концептуальних засад корпоративної соціальної відповідальності, що вирішує важливі проблеми державної соціально-економічної політики.

РОЗДІЛ 1. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

1.1. Міжнародні ініціативи та стандарти у формуванні та розвитку принципів корпоративної соціальної відповідальності

Сталий розвиток – це процес гармонізації продуктивних сил, забезпечення задоволення необхідних потреб всіх членів суспільства за умови збереження й поетапного відтворення цілісності навколишнього природного середовища, створення можливостей для рівноваги між його потенціалом і вимогами людей усіх поколінь. Основою сталого розвитку є паритетність відносин у тріаді людина – господарство – природа, що забезпечує перехід до такого способу взаємодії природи і суспільства, який характеризується як епоха ноосфери [1].

Сталий розвиток – це такий «... розвиток, який задовольняє потреби теперішнього покоління не наражаючи на ризик здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.» (Комісія Брундтланд, 1987 [2]). «Сталий і довготривалий розвиток являє собою не незмінний стан гармонії, а скоріше процес змін, у якому масштаби експлуатації ресурсів, напрямок капіталовкладень, орієнтація технічного розвитку й інституціональних змін узгоджуються з нинішніми та майбутніми потребами.» (Конференція ООН з навколишнього середовища та розвитку, 1992 [3]).

Сталий розвиток в Україні – це процес розбудови держави на основі узгодження і гармонізації соціальної, економічної та екологічної складових з метою задоволення потреб сучасних і майбутніх поколінь. Сталий розвиток сприяє економічному зростанню держави і справедливо розподіляє його результати, відновлює довкілля та сприяє подоланню бідності (з Проекту Концепції сталого розвитку України) [4]).

Поняття «сталого розвитку» базується на основних ідеях і принципах Глобального договору (ГД). Десять принципів

Глобального договору у сфері прав людини, праці, екології та протидії корупції прийняті на основі загального консенсусу і походять із таких джерел:

загальна декларація прав людини;

Декларація фундаментальних принципів і прав на робочому місці Міжнародної організації праці;

Ріо-де-Жанейрська декларація з екології та розвитку;

Конвенція ООН проти корупції [5].

Глобальний договір є ініціативою, спрямованою на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки. На сьогоднішній день існує більше ніж 3 800 компаній, що стали учасниками Глобального договору та 47 національних мереж Глобального договору.

Глобальний договір відстоює принципи соціальної відповідальності бізнесу з особливою увагою, спрямованою на досягнення цілей ООН у 4 основних сферах, зокрема, прав людини; трудових відносин; навколишнього середовища та боротьби з корупцією [6] (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Принципи Глобального договору

Направлення	Принцип
Права людини	Ділові кола повинні підтримувати і поважати захист проголошених на міжнародному рівні права людини Ділові кола не повинні бути причетні до порушень прав людини
Трудові відносини	Ділові кола повинні підтримувати свободу об'єднання та реальне визнання права на укладення колективних договорів Ділові кола повинні виступати за ліквідацію всіх форм примусової та обов'язкової праці Ділові кола повинні виступати за повне викорінення дитячої праці Ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері праці та зайнятості
Навколишня среда	Ділові кола повинні підтримувати підхід до екологічних питань, заснований на принципі обережності Ділові кола повинні робити ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища Ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій
Протидія корупції	Ділові кола повинні протистояти всім формам корупції, включаючи здирицтво і хабарництво

Цими деклараціями та конвенціями світ якнайближче підійшов до обговорення проблем прав людини, праці, екології та протидії корупції.

Глобальний договір не передбачає, що роботодавці повинні змінити свою структуру виробничих стосунків. Поряд із тим, як вказує Міжнародна організація роботодавців (МОП), деякі «високопродуктивні» компанії визнали цінність проведення діалогу та переговорів для отримання конкурентних переваг. дослідження вказують на те, що результати від забезпечення свободи зібрань можуть сприяти виникненню «належного» робочого циклу, який підвищує продуктивність праці, рівень доходів та прибутків для всіх зацікавлених [6].

Декларація МОП спрямована на те, щоб, паралельно з економічним прогресом і розвитком, відбувався й соціальний прогрес. Ці фундаментальні принципи та права, що встановлюють орієнтовний рівень для відповідального ведення бізнесу, були втілені у власну Тристоронню декларацію МОП щодо принципів багатонаціональних підприємств і соціальної політики [7]. Керівний документ Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) щодо багатонаціональних підприємств також підкреслює принципи та права, які містяться у декларації МОП [8].

Прийняття комерційними підприємствами політики, яка визнає загальноприйняті права працівників і принципи не знімає з урядів їхніх обов'язків і відповідальності. Замість того, визнання і втілення чотирьох принципів у галузі праці може стати інструментом для визначення ризиків і управління ними, а також для розробки більш ефективної конкурентної моделі.

Бізнес забезпечує свою легітимність, відповідаючи на потреби суспільства, а суспільство все частіше висловлює потребу у методах ведення справ, які є більш сталими з точки зору охорони навколишнього середовища.

Сталі стратегії: продуктивне використання ресурсів; чисті виробничі технології; корпоративне управління; активна позиція; увага до життєвих циклів та проектування; активний діалог за участю багатьох зацікавлених осіб.

Такі зміни бізнесової стратегії містять у собі цілий ряд переваг. Програма Організації Об'єднаних Націй – Відділ технологій, промисловості і економіки навколишнього середовища (UNEP-DTIE) визначила наступні причини, через які компаніям варто подумати про вдосконалення своїх екологічних показників:

застосування чистих виробничих технологій та екологічної ефективності призводить до ефективнішого використання ресурсів;

нова політика застосування економічних важелів (податків, зборів, торговельних дозволів) сприятлива для екологічно «чистих» компаній;

екологічні нормативи стають суворішими;

страхові компанії надають преференційне страхове покриття компаніям із чистішим виробництвом та нижчими ризиками;

банки з більшою готовністю надають позики компаніям, діяльність яких не обтяжить банк судовими справами через екологічні причини, або ж високими рахунками на проведення очисних заходів;

екологічне управління сприяє позитивному впливу на імідж компанії;

співробітники з більшою готовністю працюють на екологічно відповідальні компанії (такі компанії часто мають кращі показники здоров'я працівників та безпеки);

екологічне забруднення загрожує здоров'ю людей;

споживачі вимагають чистішої продукції.

Можливості для застосування бізнес-стратегій на розвиток екологічної відповідальності та сталості: покращення корпоративної репутації та поліпшення бренд-іміджу, підвищення морального стану працівників та продуктивності праці, стимуляція інновацій та породження ідей, набуття конкурентних переваг, поліпшення стосунків зі споживачами та акціонерами, встановлення або поліпшення репутації в очах інвесторів, банків, агентств з торгівлі цінними паперами, тощо.

Екологічні показники впливають на фінансові показники компанії шляхом: зниження виробничих витрат, зниження витрат на пошук працівників, підвищення продуктивності, зниження витрат на

водопостачання, енергопостачання та витратні матеріали, менші витрати на переробку відходів, ефективне використання ресурсів і енергії, менші ризики та полегшене залучення фінансування, нижчі екологічні штрафи [6].

Для здійснення своєї діяльності, бізнес все більше й більше потребує стабільного міжнародного середовища. Багато компаній пересвідчилися у перевагах ведення діяльності у країнах, які керуються на основі верховенства права та поваги до прав людини. Окрім того, компанії, що захищають і підтримують права людини, можуть отримувати певні комерційні та інші переваги, зокрема:

- поліпшені стосунки між зацікавленими особами (заінтересована особа; стейкхолдер);

- поліпшений процес прийняття на роботу, утримання та мотивації співробітників;

- надійніші ліцензії на здійснення діяльності;

- вищий ступінь захищеності інвестицій у країнах, які керуються на основі верховенства права та поваги до прав людини;

- менший ризик скарг із боку споживачів;

- менший ризик юридичних переслідувань, пов'язаних із правами людини;

- менший ризик шкоди для репутації [6].

Протягом останнього десятиліття значення комерційних компаній для питань прав людини розглядалася все уважніше. Хоча багато компаній дотримуються забезпечення прав людини у своїй повсякденній діяльності, проходять дискусії стосовно того, які саме права людини можуть і повинні застосовуватися до комерційних компаній, яким саме чином, і що має відбуватися у випадках, коли компанії звинувачуються у порушенні прав людини.

Точні рамки сфери відповідальності компаній щодо прав людини все ще не визначені. У 2005 році Комісія ООН з прав людини звернулася до Генерального Секретаря із проханням про призначення Спеціального представника для визначення і роз'яснення стандартів відповідальності та звітності компаній щодо прав людини. Ця робота триває до цього часу, але очікується, що її буде завершено у 2007 році.

У 2003 році експертна група з Організації об'єднаних націй розробила Норми, у яких містяться зобов'язання компаній стосовно прав людини, зосереджуючись на праві на рівні можливості та відсутність дискримінації, праві осіб на захист, правах працівників, захисті споживачів, захисті навколишнього середовища, а також на економічних, соціальних і культурних правах. Хоча ці Норми не мають формального юридичного статусу, вони можуть слугувати ілюстрацією тим компаніям, які бажають краще зрозуміти питання прав людини та зміст зобов'язань стосовно прав людини, яких вони набувають, приєднуючись до Глобального договору [6].

Звинувачення у порушеннях прав людини можуть завдати серйозної шкоди репутації компанії. Репутація компаній, які володіють відомими брендами, особливо вразлива до звинувачень у порушенні прав людини. За інформацією Всесвітньої організації роботодавців, сама лише підозра у тому, що компанія використовує дитячу працю в своїй діяльності, безпосередньо чи опосередковано, може негайно завдати удари її репутації, і загрожує бойкотом з боку споживачів.

Репутація компаній, які не ставляться серйозно до підозр у порушеннях прав людини, може зазнати значної шкоди в очах ключових зацікавлених осіб, зокрема споживачів, інвесторів, акціонерів, а також теперішніх і майбутніх працівників.

Компанії можуть також зазнавати судового переслідування, якщо не вирішують питання дотримання прав людини у сферах свого впливу. Потерпілі від порушень прав людини все частіше звертаються до юридичних форм відшкодування, змушуючи компанії нести відповідальність за порушення.

Внаслідок порушення прав людини в процесі своєї діяльності, компанії також ризикують стосунками з інвесторами. За результатами дослідження, проведеного серед п'яти найбільших компаній у всьому світі, 36% опитаних розповіли про випадки відмови від запланованого інвестиційного проекту, а 19 відсотків – про повне виведення інвестицій із країни у зв'язку із питаннями порушень прав людини.

Дотримання і розвиток чотирьох принципів у галузі праці може позитивно вплинути на акціонерну вартість компанії, завдяки таким факторам, як: вища продуктивність праці; нижчий ступінь змінюваності працівників, краща репутація серед споживачів, нижчі затрати на навчання, менші обсяги штрафів, безпечніші умови праці, кращі стосунки (з урядом, іншими компаніями, громадянським суспільством) [9].

Україна наразі проходить важливий період реалізації своєї цілі щодо підвищення рівня соціального, економічного та демократичного життя до рівня, визначеного в Цілях Розвитку Тисячоліття та відповідного Європейським стандартам. Прогрес реалізації цих цілей потребує залучення та активної підтримки з боку інших учасників. У цьому контексті, важливу роль у досягненні цих цілей відіграє приватний сектор шляхом реалізації інвестиційної діяльності та впровадження соціально відповідальних бізнес-практик.

Результати нещодавнього дослідження ООН бізнес сектору показали, що існує суттєва обізнаність щодо соціальної відповідальності бізнесу в Україні, і компанії активно реалізують різноманітні ініціативи у сфері соціальної відповідальності.

Презентація Глобального договору в Україні відбулася 26 квітня 2006 року за підтримки провідних українських та міжнародних компаній та високих посадовців Уряду України. Першими підписантами ініціативи стали 34 провідні українські та міжнародні компанії, асоціації та неурядові організації.

Підписанти Глобального договору в Україні заявили про своє бажання щодо створення мережі Глобального договору в Україні у 2006 році, яке слугуватиме гарною основою та підґрунтям для сприяння та просування соціальної відповідальності бізнесу та принципів Глобального договору в Україні [6].

Підставою для розробки стандарту із соціальної відповідальності стало визнання значення ролі соціальної відповідальності у сталому розвитку організації на Всесвітньому Саміті з навколишнього середовища у Ріо-де-Жанейро у 1992 році та на Всесвітньому Саміті зі сталого розвитку у Південній Африці у 2002 році. На початку 2003 року Міжнародна організація із

стандартизації (ISO) сформувала Стратегічну консультативну групу з питань соціальної відповідальності, до складу якої увійшли представники різних країн і груп стейкхолдерів, включаючи бізнес, державні структури, об'єднання споживачів та працівників, недержавні організації, дослідницькі інституції та міжнародні структури. Головне завдання, яке було поставлено перед Групою, полягало у визначенні можливого внеску ISO у розвиток існуючих ініціатив і програм із соціальної відповідальності. Протягом 18 місяців тривали інтенсивні дискусії та кропітка робота. В результаті цієї роботи Стратегічна консультативна група підготувала звіт, який містив огляд світової практики у сфері соціальної відповідальності та перелік питань, на які потрібно було звернути увагу. Аналіз ситуації дозволив Групі дійти висновку про необхідність розробки стандарту із соціальної відповідальності при умові виконання низки ключових рекомендацій [10].

Даний міжнародний стандарт був підготовлений з використанням підходу, заснованого на участі експертів, що представляють різні зацікавлені сторони з більш ніж 90 країн, і 40 міжнародних або регіональних організацій із широким охопленням, залучених у різні аспекти соціальної відповідальності. Ці експерти представляли шість різних груп зацікавлених сторін: споживачі; держави; промисловість; трудящі; неурядові організації; організації, що роблять послуги, підтримку або ведучі дослідження в області соціальної відповідальності, і інші.

Крім того, були забезпечені особливі умови для досягнення балансу між країнами, що розвиваються й розвиненими країнами, а також гендерного балансу в проектних групах. Хоча були початі зусилля для того, щоб забезпечити широку й представницьку участь всіх груп зацікавлених сторін, досягнення повного й справедливого балансу зацікавлених сторін було обмежено різними факторами, включаючи доступність ресурсів і необхідність у навичках англійської мови. На даний момент у розробці стандарту брало участь більше 400 експертів і близько 200 спостерігачів з 94 країн-членів ISO [11].

Цей міжнародний стандарт надає керівництво для всіх типів організацій, незалежно від їх розміру та розміщення, стосовно наступних тем:

концепції, терміни та визначення, пов'язані із соціальною відповідальністю;

передумови, тенденції та характеристики соціальної відповідальності;

принципи та практики, пов'язані із соціальною відповідальністю;

основні теми, пов'язані із соціальною відповідальністю;

питання соціальної відповідальності (питання) [12];

інтеграція, впровадження та просування соціально відповідальної поведінки в рамках організації, в рамках її політик та практик, пов'язаних із сферою її впливу;

визначення та залучення до діяльності зацікавлених сторін;

інформування щодо зобов'язань та дій, пов'язаних із соціальною відповідальністю.

Надаючи відповідні довідки, даний міжнародний стандарт має на меті сприяти організаціям у діях на користь сталого розвитку [13].

Цей міжнародний стандарт заохочує організації вживати заходів, що виходять за рамки відповідності законодавству, визнаючи у той же час, що відповідність законодавству є фундаментальним обов'язком будь-якої організації та невід'ємною частиною соціальної відповідальності.

Цей міжнародний стандарт має на меті просування загального розуміння сфери соціальної відповідальності. Він також має на меті не стільки замінити, скільки доповнити інші інструменти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності. Міжнародний стандарт ISO не має на меті запобігати розвитку національних стандартів, що мають більш конкретний характер, містять більше вимог або належать до іншого типу.

Міжнародна організація зі стандартизації постійно опікується постійно торкається питань сталого розвитку (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Розподіл елементів сталого розвитку по ISO

Складова сталого розвитку	Елемент складової сталого розвитку
Економічне зростання	1. Поширення нових технологій; 2. Належна бізнес практика; 3. Позбавлення торгівельних бар'єрів; 4. Електроний бізнес; 5. Економіки, що народжуються; 6. Зменшення рівня бідності/
Соціальна справедливість	7. Захист прав споживачів; 8. Захист прав співробітників; 9. послуги у сфері охорони здоров'я; 10. Соціальний захист; 11. Чесна торгівля; 12. Етичні норми/
Цілісність навколишнього середовища	13. Поводження із відходами; 14. Якість води, ґрунту, повітря; 15. Викиди парникових газів та зміна клімату; 16. «Екологічна безпека продукції»; 17. Екологічний менеджмент; 18. Поширення «чистих» технологій.

Результати такої діяльності повинні бути відображені у нефінансовій звітності. Під нефінансовою звітністю у даному випадку розуміють визначення, оцінку, контроль, публікацію інформації про суттєві, з точки зору стійкого розвитку та соціального добробуту, результати і наслідки діяльності організації. Така звітність повинна складатися у відповідності з принципом «потрійного підсумку», тобто аналізу наслідків діяльності організації з урахуванням її внеску у економічне процвітання, якість навколишнього природного середовища та зростання соціального капіталу [14].

Структура стандарту включає наступні розділи:

Вступ. Інформація про зміст стандарту та обґрунтування необхідності його розробки.

Сфера застосування. Визначення об'єкта стандарту – керівництва, сфери та меж застосування.

Нормативні посилання. Перелік документів (при їх наявності), які необхідно застосовувати сумісно з даним стандартом.

Терміни та визначення. Ідентифікація застосовуваних у стандарті термінів, для яких необхідні визначення, та підготовка таких визначень. Контекст соціальної відповідальності, придатний для усіх організацій. Історія та сучасний стан соціальної відповідальності. Питання, що витікають зі змісту поняття соціальної відповідальності. Відповідні питання, що стосуються стейкхолдерів [15].

Соціальна відповідальність за визначенням в стандарту ISO 26000 – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (а саме продукцію і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки.

Згідно ISO 26000 соціальна відповідальність компанії включає такі компоненти, як захист прав людини, навколишнього природного середовища, безпеку праці, права споживачів та розвиток місцевих громад, а також організаційне управління та етику бізнесу. Тобто у новому керівництві враховані усі принципи, які зазначені у Глобальній ініціативі ООН (документи, до якого приєдналося 6 тисяч компаній та організацій, серед яких 130 українських). ISO 26000 є міжнародним стандартом ISO, який дає вказівки щодо соціальної відповідальності. Він призначений для використання організаціями усіх типів, у державному і приватному секторах, в розвинених країнах і країнах, які розвиваються, а також у країнах з перехідною економікою. Він допоможе їм побудувати роботу соціально відповідальним чином, чого усе більше вимагає суспільство.

Керівництво в ISO 26000 ґрунтується на найкращій практиці існуючих державних і приватних ініціатив сектора соціальної відповідальності. Це відповідає відповідним деклараціям і конвенції ООН та її складових, зокрема Міжнародної організації праці (ILO), з якою ISO створила Меморандум про взаєморозуміння (MoU) для забезпечення узгодженості з трудовими стандартами (ILO). ISO також підписала меморандум з ООН з питань Глобального договору

(UNGC) і Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD) щодо розширення співпраці для розвитку ISO 26000 [14].

Діяльність міжнародних компаній в фінансових, соціальних, екологічних та етичних сферах охоплює всі десять принципів і областей Глобального договору ООН. Терміни «корпоративна стійкість» і «корпоративна відповідальність» є взаємозамінними.

Метою розвитку корпоративної відповідальності є зміцнення та збільшення числа компаній, що беруть участь у цих заходах. Звіт United Nations Global Compact синтезує роботу майже 2000 компаній Глобального договору і оцінює стан корпоративної стабільності сьогодні [16].

Закономірності корпоративної стабільності з'являється в компаніях по всьому світу. Корпоративні лідери визнають зростаючу актуальність і терміновість глобальних екологічних, соціальних та економічних проблем. Вони бачать, як питання стійкості впливає на практичний результат і виділяють традиційні ділові і фінансові чинники, щоб намітити свої пріоритети і стратегії.

Водночас, переваги та можливості, що надає корпоративна відповідальність, є ясними і привабливими. Це підвищена довіра і ринкова вартість, збільшення інновацій як «основи піраміди» комерційних підприємств, а також інтересу з боку інвестиційного співтовариства, яке все більше і більше з кожним днем розглядає фактори стійкості.

Таким чином, існує два основних способи, які сприяють стійкості компанії: підтримувати універсальні принципи у своїй діяльності та вживати заходи, які підтримують прогрес на пріоритетах сталого розвитку, за допомогою, наприклад, нових продуктів, послуг і бізнес-моделей.

Корпоративна стабільність зміцніла у відповідь на глибокі взаємозалежності між ринками, громадами і людьми в сьогоднішньому глобалізованому світі.

Сьогодні, через світовий розвиток корпоративної стабільності, значення Глобального договору неухильно зростає та дії, початі для впровадження стійкості, стали більш стратегічними і складними.

Проте, 8000 учасників Глобального договору займають невелику частку серед 70000 транснаціональних корпорацій і мільйонів дрібних підприємств. Існує ще довгий шлях, поки компанії в усьому світі будуть використовувати ці принципи на практиці. Це підтверджує, що навіть тим, хто прихильний до політики корпоративної відповідальності, необхідно пройти ще довгий шлях вперед, щоб повністю впровадити відповідальну практику у стратегії, операції і культуру[16].

Компанії шукають шляхи вирішення найбільш нагальних проблем сталого розвитку суспільства за межами своїх стін, тому що всі вигоди від створення кращого світу складають основу для розвитку принципів людської гідності, справедливості та рівності в усьому світі.

З того часу, компанії все частіше доводять, що можуть і будуть продовжувати відігравати провідну роль у просуванні глобальних пріоритетів у галузі розвитку, таких, як здоров'я, рівність, освіта, охорона навколишнього середовища.

Компанії працюють для досягнення глобальних пріоритетів. Компанії вже давно визнали зв'язок між соціальним здоров'ям працюючих та своїм успіхом. В останні десятиліття, наприклад, сталий розвиток корпорацій посприяв зниженню безробіття населення світу, ослабленню захворювань ВІЛ / СНІД і малярія, просування альтернативних джерел енергії (енергії сонця, вітру). Компанії вважають, що вони можуть продовжувати вносити важливий внесок. Дослідження показує, що компанії вважають, що вони в змозі сприяти вирішенню нагальних питань стійкості. Оцінка основних проблем глобальної стійкості показала, що респонденти виділили такі проблеми: освіта (63%), викорінення бідності (52%), зміна клімату (52%) і зростання зайнятості (49%). Опитування стосовно того, де компанії можуть отримати найбільш позитивний ефект, засвідчило, що це три найбільші проблеми: зростання зайнятості (83%), освіта (59%) і зміна клімату (51%)[16].

70% компаній, що підтримують Глобальний договір, починають дії по просуванню цілей і питань Організації Об'єднаних Націй з використанням основного бізнесу, соціальних інвестицій,

пропагандистської стратегії партнерства, роблячи успіхи у вирішенні глобальних проблем сталого розвитку. З 70% компаній, які вказують, що приймають участь в опитуванні, більшість з них поєднує основний бізнес зі стратегією розвитку соціальних інвестицій, приймаючи пропагандистські позиції і укладаючи партнерські відносини з метою просування цілей Організації Об'єднаних Націй і, в кінцевому рахунку, це сприяє їх власному успіху [16].

ТОП-100 найбільш стійких компаній світу (Global 100) – це широковідомий щорічний рейтинг, заснований канадським діловим виданням Corporate Knights в 2005 році. Видання Corporate Knights вибирає Глобальний 100 зі списку чотирьохсот компаній, який складається Global Sustainability Research Alliance (GSRA) на основі рейтингів десяти провідних фірм у галузі дослідження стійкості в світі, включаючи Goldman Sachs (GS SUSTAIN), Сосьете Женераль, EIRIS і RiskMetrics Група [17].

Список Global 100 відзначає міжнародні компанії, які найбільш ефективно управляють природоохоронними, соціальними та управлінськими ризиками і можливостями.

Визначення того, які компанії є «стійкими», а які ні, є складною процедурою. Зараз не існує жодного, загальноприйнятого визначення «корпоративної стабільності». Підхід Corporate Knights полягає в тому, що «корпоративну стійкість» поділили на частини та пов'язали їх з кількісним вимірюванням.

Серед параметрів оцінки: енергоефективність, обсяг викидів CO₂, співвідношення зарплати глави компанії і середньої зарплати співробітника, плинність кадрів, залежність винагороди топ-менеджерів від досягнення цілей щодо забезпечення сталого розвитку. Всього при складанні Global 100 враховується 12 ключових показників ефективності, кожен з яких має кількісний характер. Серед них: енергетична продуктивність, обсяг викидів CO₂, продуктивність водних ресурсів, продуктивність переробки відходів, інноваційний потенціал, сплачений відсоток на податок, співвідношення зарплати глави компанії і середньої зарплати співробітника, статус пенсійного фонду, безпека, плинність співробітників, різноманітність лідерства, чистий капіталізм [17].

Оскільки показники мають кількісний характер і чітко визначені, методологію Global 100 більш схожа на фінансовий індекс, ніж багато інших індексів сталості.

Результати рейтингу 2013 були оголошені на Всесвітньому економічному форумі в Давосі (Швейцарія). У список 2013 увійшли компанії з понад 20 країн, що працюють у всіх секторах економіки. Зокрема, США – 18 компаній, Канада – 13, Великобританія – 8, Німеччина – 7, Швеція – 5, Сінгапур – 4 та ін. Лідери рейтингу наведені в табл.1.3.

Таблиця 1.3

Лідери рейтингу Global 100 [17]

Рейтинг	Компанія	Країна	Промислова група	Балли
1	Westpac Banking Corp	Australia	Banks	76.5%
2	Biogen Idec Inc	USA	Pharmaceuticals	75.3%
3	Outotec OYJ	Finland	Capital Goods	74.2%
4	Statoil ASA	Norway	Energy	74%
5	Dassault Systemes SA	France	Software & Services	74%
6	Neste Oil OYJ	Finland	Energy	69.2%
7	Novo Nordisk A/S	Denmark	Pharmaceuticals	68.8%
8	Adidas AG	Germany	Consumer Durables & Apparel	68%
9	Umicore SA	Belgium	Materials	67.8%
10	Schneider Electric SA	France	Capital Goods	66.5%

З наведеної таблиці можна зробити висновок, що перше місце в рейтингу Global 100 займає Westpac Banking Corp (Австралія) та Biogen Idec Inc (США), що говорить про те, що в зазначених країнах переважає кількість стійких компаній.

Неузгодженість темпів економічного розвитку і вимог екологічної безпеки, домінування природомістких галузей, висока питома вага ресурсо- і енергоємних застарілих технологій, сировинна орієнтація експорту, мілітаризація виробництва, відсутність гуманістичних цінностей серед пріоритетів розвитку, а також культури праці і споживання призводять до поглиблення кризового стану в економіці, погіршення стану довкілля, що створює реальну загрозу життю і діяльності сучасних і майбутніх поколінь.

На сучасному етапі функціонування економіки України сталий економічний розвиток визначається не фактором наявності сировини або ринків збуту, а можливістю для підприємств долучитися до ринку висококваліфікованих трудових ресурсів, наукових винаходів та новітніх технологій, який неможливий без становлення інноваційної моделі розвитку та принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Орієнтація України на інноваційний розвиток підприємництва, без якого є неможливою успішна інтеграція України у світову економічну систему, ставить перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане із соціальною відповідальністю, з одного боку, держави перед своїми громадянами та, з іншого боку, підприємств перед своїми працівниками та державою [4].

Недостатньо дослідженим залишається питання взаємозв'язку інноваційного розвитку підприємництва та корпоративної соціальної відповідальності. На сьогодні одним з основних завдань України в контексті сталого розвитку є орієнтування економіки не лише на економічне зростання, а набуття ним соціальної природи як основи стабільного економічного росту.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) можлива за умови досягнення стійкого розвитку самостійних і відповідальних компаній та організацій, що відповідає їх довгостроковим інтересам, сприяє досягненню соціальної стабільності, безпеки, благополуччя громадян, збереженню навколишнього середовища, дотриманню прав людини.

Зазначимо, що інноваційний розвиток – процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятної мотивації діяльності. Корпоративна соціальна відповідальність як політика і концепція розвитку підприємства повинна розвиватися за такими напрямками: підтримка влади у розвитку території, де розміщена організація; надання місцевій молоді і власному трудовому колективу широких можливостей для навчання і підвищення кваліфікації; дотримання загальноприйнятих

законодавчих та етичних норм ведення бізнесу; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств; добровільна екологічна діяльність: підтримка і заохочення зусиль, пов'язаних з охороною довкілля; виробництво в достатніх кількостях продукції і послуг, якість яких відповідає всім обов'язковим нормам, при дотриманні всіх законодавчих вимог ведення бізнесу; реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників, морального стимулювання персоналу; реалізація благодійних та спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес [18].

Корпоративна соціальна відповідальність є добровільною ініціативою (хоч є країни, для яких принципи соціальної відповідальності обов'язкові), і для її повноцінної реалізації важливо, як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними та міжнародними структурами тощо).

Концептуальні засади розвитку підприємства (компанії) на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності (рис.1.1.).

Запровадження корпоративної соціальної відповідальності дає підприємствам наступні вигоди: формується висока репутація в очах клієнтів (підвищується ціна бренду та лояльність клієнтів, налагоджуються партнерські зв'язки);

з'являється можливість підвищити доходи, насамперед через вирішення проблем з державними органами та органами контролю, налагодження дієвих відносин з ними;

економія на залученні і утриманні висококваліфікованих спеціалістів;

стандартизація (відповідно до міжнародних стандартів) дає змогу вийти на нові ринки;

збільшення обсягу продажу та частки ринку;

своєчасний доступ до актуальної інформації з компетентних джерел забезпечує швидкість реакції на критичні проблеми в регіоні та більш ефективне управління ризиками [18, с. 127].

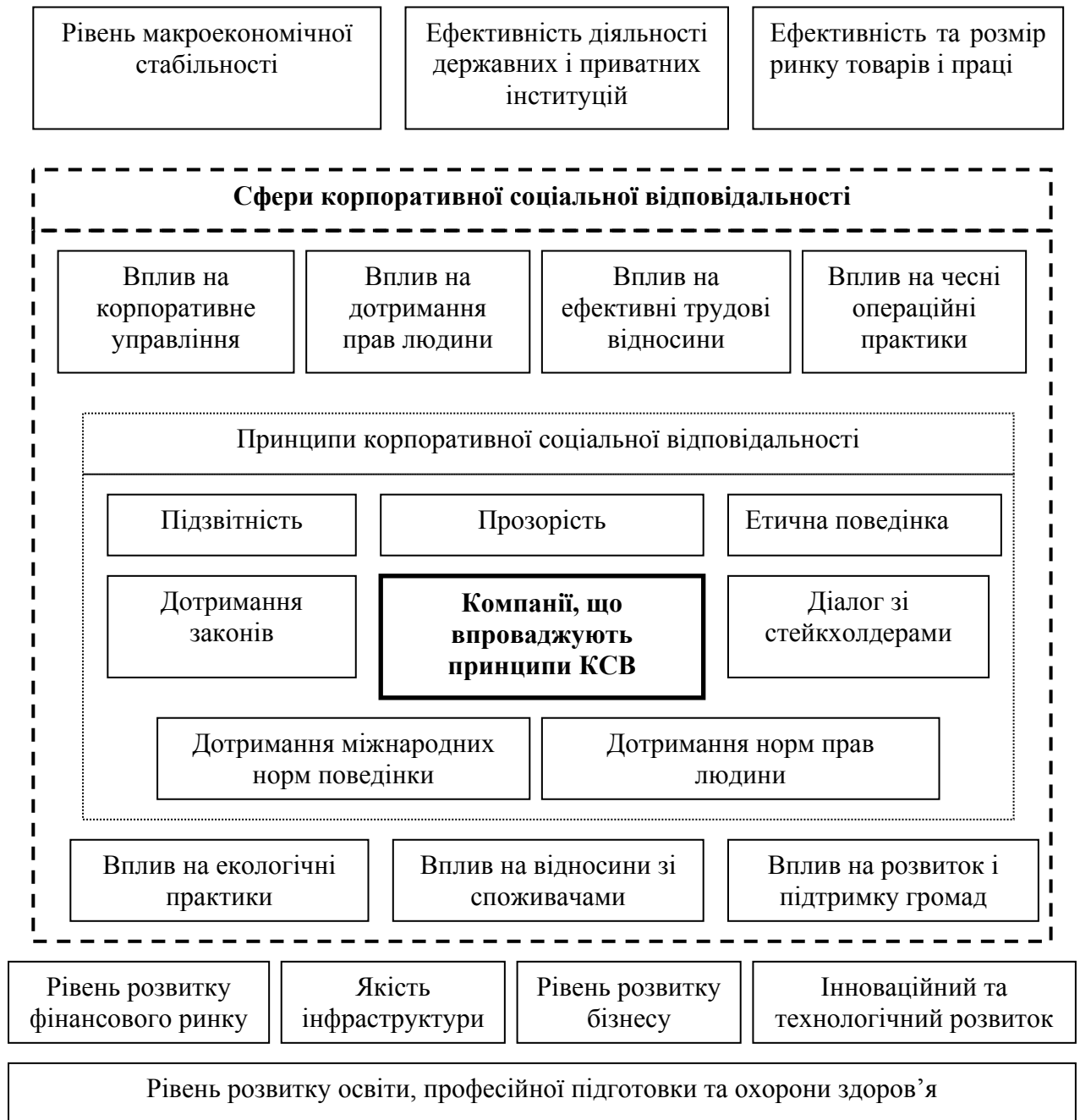


Рис. 1.1. Концептуальні засади розвитку підприємства (компанії) на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності [19]

Отже, зростаючий рівень конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках змушує вітчизняні компанії шукати способи оптимізації внутрішнього і зовнішнього організаційного середовища з метою максимально ефективного використання своїх можливостей і мінімізації загроз. Багато в чому успіх цього процесу залежить від

ефективності функціонування системи корпоративної соціальної відповідальності.

Через це, включаючи в інноваційну стратегію розвитку бізнесу активність, пов'язану з реалізацією заходів корпоративної соціальної відповідальності, компанії істотно розширюють для себе коло потенційних інвесторів, а також збільшують можливість зниження вартості залучених коштів.

Реалізація корпоративної соціальної відповідальності повинна відбуватись за умови не втручання держави та її відповідних органів до оперативної діяльності компанії. Надмірна регламентація такої діяльності позбавляє корпоративну соціальну відповідальність духу добровільності, соціально-спрямованої діяльності компанії або організації [20].

Україна може забезпечити сталий розвиток виключно шляхом ефективного використання всіх видів ресурсів, структурно-технологічної реструктуризації виробництва, використання творчого потенціалу всіх членів суспільства для розбудови і процвітання держави.

Ідея сталого розвитку стосується не тільки сучасності: вона адресована водночас як тим поколінням, що живуть нині, так і прийдешнім. Це ідея рівноправ'я всіх поколінь і всіх людей кожного покоління, справедливості в просторі й у часі, ефективного використання потенційних можливостей, збалансованості суспільного розвитку і збереження природи.

Забезпечення сталого розвитку України ґрунтується на притаманних державі геополітичних, географічних, демографічних, соціально-економічних та екологічних особливостях, з урахуванням яких основними виокремлюють основні цілі розвитку (табл. 1.4).

Реалізація цілей сталого розвитку забезпечується через: структурну перебудову народного господарства; зміну структур виробництва і споживання; гарантування національної безпеки держави, включаючи соціальну, економічну та екологічну безпеку; підвищення рівня організації природокористування з урахуванням місцевих природно-кліматичних умов і природно-ресурсного потенціалу території; паритетність використання природних ресурсів

для теперішніх і майбутніх поколінь; визначення цільових орієнтирів [4].

Таблиця 1.4

Основні цілі сталого розвитку

Ціль	Сутність
Економічне зростання	формування соціально-орієнтованої ринкової економіки, забезпечення можливостей, мотивів і гарантій праці громадян, якості життя, раціонального споживання матеріальних ресурсів
Охорона довкілля	створення громадянам умов для життя в якісному навколишньому природному середовищі з чистим повітрям, землею, водою, захист і відновлення біорозмаїття, реалізація екологічного імперативу розвитку виробництва
Освіта	забезпечення гарантій доступності і безоплатності для одержання освіти громадян, збереження інтелектуального потенціалу країни
Соціальна справедливість	встановлення гарантій рівності громадян перед законом, забезпечення рівних можливостей для досягнення матеріального, екологічного і соціального благополуччя
Раціональне використання природних ресурсів	створення системи гарантій раціонального використання природних ресурсів на основі дотримання національних інтересів країни та їх збереження для майбутніх поколінь
Стабілізація чисельності населення	формування державної політики з метою збільшення тривалості життя і стабілізації чисельності населення, надання всебічної підтримки молодим сім'ям, охорона материнства і дитинства
Міжнародне співробітництво	активна співпраця з усіма країнами і міжнародними організаціями з метою раціонального використання екосистем, забезпечення безпечного і сприятливого майбутнього

Цільові орієнтири сталого розвитку характеризуються показниками якості життя, рівня економічного розвитку та стану довкілля.

На стадії зростання економіки, після завершення інституційних перетворень у народному господарстві, розпочинається збалансоване за багатоцільовими ресурсами, відповідно до потреб внутрішнього і зовнішнього ринків, динамічне підвищення виробництва. В ієрархії пріоритетів на цій стадії перше місце займають – соціальний

розвиток, екологічне оздоровлення, освоєння нових форм планування та організаційно-управлінської діяльності.



Рис. 1.2. Основні показники якості життя

Параметри економічного розвитку визначаються: обсягом виробництва ВВП і темпами його зростання; структурою ВВП; темпами зростання виробництва продукції промисловості і сільського господарства; капіталовкладеннями за рахунок всіх джерел фінансування; сальдо торгівельного балансу з іншими країнами; ефективністю виробництва.

До складу цільових параметрів сталого розвитку необхідно включати характеристики стану довкілля, екосистем і природоохоронних територій. До них належать показники: якості атмосфери, вод, територій, які перебувають у природному і зміненому стані, лісів з урахуванням їх продуктивності і ступеня збереженості, кількості біологічних видів, які перебувають під загрозою зникнення [4].

Корпоративна соціальна відповідальність компаній приватного і державного сектора економіки є важливим чинником сталого розвитку суспільства і держави, вирівнювання економічних і соціальних диспропорцій, підвищення довіри громадян до бізнесу (рис. 1.3.). Завдяки своїм особливостям КСВ здатна значною мірою сприяти покращенню якості життя суспільства.

Основне завдання сталого розвитку України полягає у забезпеченні динамічного соціально-економічного зростання, збереженні навколишнього природного середовища і раціональному

використанні природно-ресурсного потенціалу з метою задоволення потреб нинішнього і майбутнього поколінь через побудову високоефективної економічної системи, яка стимулює продуктивну працю, науково-технічний прогрес, має соціальну спрямованість.



Рис. 1.3. Наслідки провадження принципів КСВ для суспільства [21]

Вирішення основних завдань сталого розвитку України передбачає: забезпечення духовного, фізичного розвитку людини та її соціальних гарантій; макроекономічні перетворення і державний протекціонізм; формування еколого-економічної політики держави; забезпечення сталого розвитку регіонів; сталий розвиток поселень; міжнародне співробітництво.

1.2. Відповідальна держава – гарант сталого розвитку економіки країни

У світовій практиці корпоративна соціальна відповідальність визнана найважливішою складовою довгострокової стратегії сталого розвитку, у зв'язку з чим, уряди багатьох країн приділяють значну увагу просуванню ідей КСВ на національному рівні, створюючи сприятливі умови для соціально відповідальної поведінки вітчизняних та іноземних підприємств [22].

Практика реалізації соціальної відповідальності в системі управління в розвинутих країнах свідчить, що загальною тенденцією для зарубіжних країн є те, що основним партнером у розвитку ідей КСВ стає держава [23].

Аналіз систем державного регулювання у сфері КСВ свідчить про те, що все більше країн приділяють увагу питанням КСВ та впроваджують її принципи на різних рівнях. Гарантом впровадження КСВ у значній кількості зарубіжних розвинених країн є держава та її інститути [24].

Як показує міжнародний досвід, уряди багатьох країн займають активну позицію в просуванні КСВ. Тим часом, в залежності від підходів, ступеня участі держави в даних процесах, використовуваної моделі регулювання, можна виділити три групи країн:

- європейські країни з багаторічними традиціями в області КСВ;
- нові країни-члени ЄС і країни-кандидати на вступ до ЄС;
- країни-члени СНД, що починають роботу з просування КСВ.

До першої групи країн належать країни ЄС, уряди яких виступають в ролі ініціатора і основної рушійної сили КСВ. Основним базовим документом цих країн є «Green Paper», в якому представлена європейська рамкова політика з КСВ, згідно з якою уряд розробляє національну політику, у тому числі механізми та інструментарій підтримки кращих практик та інноваційних ідей [25].

Різні країни ЄС успішно застосовують КСВ при вирішенні пріоритетних завдань соціально-економічного розвитку через розробку Національної повістки з КСВ. Наприклад, в Італії КСВ

використовується в якості інструменту для просування інновацій, конкурентоспроможності, соціальних і трудових питань, зайнятості та екологічної стійкості; в Норвегії – для підвищення міжнародної конкурентоспроможності, розвитку торгівлі, боротьби з корупцією, поліпшення стану навколишнього середовища.

У країнах ЄС повноваження з керівництва та просування КСВ делеговані ряду міністерств і відомств (табл. 1.5) [22].

Таблиця 1.5

Роль уряду в просуванні КСВ у європейських країнах з багаторічними традиціями в області КСВ [26]

Країна	Відповідальні структури/особи у складі уряду, що керують політикою КСВ, міжгалузєва політика в області КСВ
Великобританія	Міністр КСВ; Департамент торгівлі та промисловості; Координаційна рада та експертна група з КСВ; Департамент охорони навколишнього середовища, продовольства та аграрних справ; Департамент освіти і навчання; Департамент міжнародного розвитку; Управління закордонних справ; Департамент суспільних робіт та пенсій; Управління внутрішніх справ; Департамент культури, ЗМІ та спорту; Департамент транспорту; Агентство з охорони навколишнього середовища та ін.
Італія	Міністерство праці і соціальних справ; Міністерство екологія та охорони навколишнього середовища; Міністерство промисловості та торгівлі; Міністерство закордонних справ; Міністерство державного управління
Норвегія	Міністерство закордонних справ за підтримки Координаційної ради державних секретарів; Міністерство охорони навколишнього середовища; Міністерство праці і соціальної політики; Міністерство торгівлі і промисловості; Міністерство фінансів

Показовим прикладом активної ролі держави у просуванні КСВ є Великобританія, яка досягла значних результатів у цій галузі. Останнє пов'язано, насамперед, з тим, що КСВ стала самостійною сферою державного управління, яка координується центральним урядом. З 2001 року у Великобританії засновано посаду Міністра

корпоративної соціальної відповідальності, були виділені державні ресурси на створення Академії з КСВ та підготовку інформаційно-методичного забезпечення; більше 12 міністерств і відомств залучені у просування КСВ на галузевому рівні, використовуючи різні інструменти мотивації і стимулювання.

В Італії пріоритетним напрямком розвитку КСВ є внесок ділового співтовариства у стійкий розвиток країни. При цьому найбільш поширені і активно використовуються міжсекторальний, міжвідомчий підходи. Безумовно, центральний уряд відіграє важливу роль у просуванні КСВ, між тим активну позицію займають регіональні органи влади.

У Норвегії ініціативу розвитку КСВ підтримало Міністерство закордонних справ. Як відомо, для Норвегії характерні соціально-орієнтована модель економіки та високий рівень соціальних стандартів. Як наслідок, Національна повістка з КСВ орієнтується на просування миротворчої діяльності, прав людини, боротьби з корупцією, розвиток демократії, ділової етики та підвищення іміджу компаній на міжнародних ринках.

У 2002 р. в Австрії був розроблений Кодекс з корпоративного управління, який передбачає стандарти контролю підприємств на основі міжнародних стандартів корпоративного управління та австрійського законодавства. Федеральне міністерство праці, соціальних питань і захисту прав споживачів відіграє активну роль у просуванні КСВ. Воно організовує раз на рік відкриті дискусії, тренінги, практичні семінари. У них приймають участь крупні, середні та малі компанії з метою отримання та підвищення знань із соціальної відповідальності та покращення її впровадження у країні. Найкращі компанії отримують винагороди та фінансування для подальшого розвитку. Федеральне міністерство фінансів впровадило критерії корпоративної соціальної відповідальності у проведення державних закупок, обираючи для співробітництва партнерів за соціальними пропозиціями. Саме сполучення економічної, соціальної та екологічної складових сталою розвитку обумовлює комплексну соціальну відповідальність, яка відстежується та регулюється на державному рівні. Федеральне міністерство сільського господарства,

лісництва, довкілля та водного менеджменту розробляє стратегії зі сталого розвитку й організовує «тижні сталого розвитку» разом із бізнесом, Федеральним міністерством економіки та праці, Федеральним міністерством іноземних справ та ін.

Німеччина інтенсивно почала активні дії у сфері КСВ у 2009 р. Якщо раніше уряд відзначав, що соціальна відповідальність є важливою для країни, то з прийняттям нової Національної стратегії КСВ був прийнятий «План дій: КСВ у Німеччині», в якому відзначається, що корпоративна соціальна відповідальність є добровільною діяльністю компанії. Національна стратегія КСВ спрямована на розвиток конкуренції, яка стимулює активну корпоративну відповідальність і надає конкурентні переваги на ринку. Метою цієї стратегії є розробка загальних цілей через суспільний діалог, а не установлення чітких правил. Основними сферами діяльності стратегії є: довіра та розвиток КСВ (особливо серед малого та середнього бізнесу); інтеграція КСВ в освіту, тренінги, науку і дослідження; зміцнення КСВ на міжнародному рівні; встановлення дружнього середовища КСВ. Це дало помітні результати, для німецьких компаній стало нормою впроваджувати перевірки для своїх постачальників з питань екологічних і соціальних наслідків. Основною проблемою Німеччини є залучення до КСВ малого та середнього бізнесу [27].

Данія приділяє багато уваги підтримці КСВ, своїм досвідом вона зацікавлює міжнародних партнерів, тому що 96,8% датських підприємств є малими або середніми, та не дивлячись на це, рівень реалізації корпоративної соціальної відповідальності є дуже високим. Країна має спеціальний урядовий орган з питань КСВ, урядову програму, саме Данія ініціювала розробку та тестування міжнародного стандарту з КСВ – ISO 26 000 [28]. Данія займає високі позиції в рейтингах конкурентоспроможності та у списках найуспішніших компаній. У 2004 р. була впроваджена інноваційна програма партнерства для розвитку КСВ, завдяки якій Міністерство іноземних справ почало підтримувати датські підприємства, що працюють за кордоном. Данія стоїть на шляху успішного формування сталого розвитку.

На шляху розвитку КСВ у Франції у 2003 р. урядом була розроблена і прийнята чітка Національна стратегія сталого розвитку Франції. У 2001 р. країна стала першою вимагати від біржових компаній складати звіти, в яких міститься інформація про стан робітників, мобільність персоналу, робочий час, соціальні відносини, здоров'я та безпеку, навчання, розподіл коштів, КСВ своєї компанії. Також компанії повинні звітувати про збереження енергії та зменшення впливу на навколишнє середовище. З 2009 р. уряд зобов'язав інші компанії також звітувати про свою діяльність, був створений сайт найкращих звітів. Державна політика Франції заохочує до розвитку КСВ через відповідні інвестиції, нагороди для найкращих підприємств [27].

Найважливішою особливістю першої групи країн є внутрішня соціальна відповідальність самого уряду. Впроваджуючи принципи КСВ у практику роботи урядових структур, держава стає зразком і прикладом для наслідування в області КСВ для бізнесу.

Внутрішня соціальна відповідальність уряду реалізується через розробку спеціального плану дій і розвиток програм, спрямованих на дотримання балансу праці та життя співробітників, створення рівних можливостей для їх просування, інвестування з урахуванням етичних принципів, боротьбу з підтасуваннями і корупцією. При підтримці уряду створюються освітні центри, системи моніторингу і контролю. Граючи роль координатора, ряд держав призначили Міністрів КСВ, створюють міжгалузеві КСВ-програми та проводять оцінку проектів нових законодавчих ініціатив на предмет відповідності основним принципам соціальної відповідальності [22].

Зовнішня соціальна відповідальність уряду проявляється при формуванні державного бюджету, розподілі ресурсів, інформаційно-методичній підтримці КСВ, впровадженні системи міжнародних стандартів.

Так, наприклад, при здійсненні державних закупівель та матеріально-технічного забезпечення, укладанні контрактів на виконання замовлень і залученні сторонніх організацій для реалізації суспільних завдань перевага віддається соціально-відповідальним підприємствам і проектам з більш високими соціальними та

екологічними показниками. Уряд організує суспільно-інформаційні кампанії, такі як, конкурс та нагородження кращих підприємств в області КСВ, інформування населення про соціально-відповідальні бізнеси і кращі практики через ЗМІ, запровадження механізму соціальних та еко-лейблів, які інформують покупців про соціально відповідальну поведінку компанії, створення інформаційних центрів і фінансування дослідницьких і навчальних програм. Держави беруть на себе відповідальність за просування міжнародних стандартів КСВ на національному рівні, створюючи умови для впровадження, оцінки, сертифікації виробництва і продукції. Принципи КСВ інтегруються в міжнародні відносини, сприяючи розвитку експортного потенціалу країни та поліпшенню відносин між країнами. Кращі практики в галузі прав людини, трудових та екологічних стандартів, антикорупційних кампаній сприяють підвищенню політичного іміджу країни.

Заохочуючи бізнес, співтовариство і громадянське суспільство до соціально-відповідальної поведінки, держава використовує різноманітні інструменти і механізми стимулювання, від м'яких форм регулювання і мотивації до жорстко визначених законодавством вимог.

Напрями державної політики у сфері КСВ та приклади практичних дій:

1. Інформування громадськості про роль КСВ в розвитку суспільства і кращих практиках соціально-відповідального бізнесу – найбільш популярний напрям підтримки КСВ-підприємств. Уряди створюють спеціальні інформаційні центри, закликають ЗМІ до пропаганди, обговоренню проблем, інформування читачів про кращих національних і зарубіжних практиках у галузі КСВ.

Широко використовується інтернет ресурс, де створюються спеціалізовані веб-сайти. За підтримки уряду публікуються популярні брошури, довідкові матеріали з різних аспектів практичного застосування, буклети, проводяться конференції, форуми, семінари та «круглі столи».

2. Стимулювання і підтримка додаткових добровільних ініціатив бізнесу в області КСВ. З метою стимулювання та пропаганди етичної

поведінки бізнесу в області КСВ багато держав виступають ініціаторами і беруть активну участь у розробці та впровадженні галузевих і корпоративних кодексів поведінки, де закріплюються основні принципи етичного провадження бізнесу. У ряді країн присуджуються спеціальні державні нагороди та премії за добровільний внесок бізнесу у розвиток принципів КСВ, створюються спеціальні структурні підрозділи, які надають не тільки інформаційну та консультаційну, але фінансову підтримку соціальним ініціативам підприємств.

Впровадження механізму соціальних та еко-лейблів – також популярний інструмент, який використовується як для інформування громадськості, так і для підтримки соціально-відповідальних бізнесів. Найчастіше лейбли розробляються і застосовуються підприємствами конкретної галузі, наприклад, харчової або хімічної, а держава застосовує заохочувальні заходи до підприємств, що пройшли сертифікацію.

3. Навчання, дослідницька та методична підтримка. Держава всіляко сприяє широкомасштабному зростанню місцевого потенціалу в галузі КСВ. Для цих цілей в багатьох країнах практикується проведення семінарів і тренінгів з КСВ для державних службовців, представників бізнесу, членів громадських і професійних спілок, асоціацій та об'єднань, які надалі виступають в ролі каталізаторів просування КСВ через поширення інформації серед членів та клієнтів своєї організації. У навчальні програми різних спеціальностей університетів і коледжів введено новий предмет «Корпоративна соціальна відповідальність». З метою виявлення найбільш ефективних КСВ інструментів, вивчення успішних прикладів впровадження КСВ на практиці, вивчення проблем КСВ і т.д. Держави багатьох країн активно підтримують проведення досліджень в даній галузі.

4. Залучення до питання КСВ зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Розвиток даного напрямку державної політики пов'язан з сприянням в організації діалогу та партнерства держави, бізнес спільноти, професійних і громадських об'єднань та інших зацікавлених сторін у реалізації КСВ для консолідації ресурсів і

досягнення більш значущих результатів. Найбільш популярними заходами є організація круглих столів, семінарів, форумів, в процесі яких стейкхолдери обмінюються інформацією та практичним досвідом, обговорюють проблеми та перспективи розвитку, сприяють уряду в розробці більш чіткої та ефективної державної політики з КСВ. Думка стейкхолдерів обов'язково враховується при розробці політичних документів з розвитку КСВ.

5. Міжнародне співробітництво з КСВ. Для об'єднання зусиль і просування міжнародних принципів КСВ уряди країн всіляко підтримують ініціативи міжнародних організацій, зокрема Ініціативу ООН «Глобальний договір», підписують конвенції, укладають договори та угоди, беруть участь у міжнародних форумах. Міжнародні стандарти та цінності стосовно дотримання прав людини, захисту навколишнього середовища, боротьби з корупцією, важливості просування ініціативи КСВ, діяльності міжнародних корпорацій, трудових відносин, охорони здоров'я тощо, що закріплені в даних документах, рекомендуються урядом до застосування і в національних компаніях.

6. Об'єднання інтересів і прозорість діяльності соціально-відповідальних бізнесів. Уряди країн сприяють об'єднанню інтересів світового співтовариства в області КСВ та розвитку прозорості. Для досягнення результатів держава сприяє розвитку системи міжнародних стандартів управління, показників, звітності, аудиту з КСВ, стимулює сертифікацію продукції і підприємств за міжнародними стандартами, що, у свою чергу, забезпечує вихід національних компаній на світові ринки, сприяють поширенню системи міжнародної соціальної та екологічного маркування для забезпечення рівних прав торгівлі в різних країнах.

7. Впровадження систем оцінки та звітності з КСВ. Для отримання достовірної інформації про соціальну відповідальність бізнесу держави беруть активну участь у впровадженні системи оцінки та звітності з КСВ. За підтримки держави розробляються методичні керівництва по звітності, створюються спеціальні структурні підрозділи з надання допомоги у підготовці КСВ-звітів. У деяких країнах включення інформації про дотримання КСВ в

регулярні аудиторські звіти є обов'язковим. Особливо широко останнє практикується в тих промислових галузях, діяльність яких може заподіяти шкоду екологічній ситуації, наприклад, в хімічній або металургійній галузях. Поряд з використанням міжнародних систем сертифікації багато держав розробляють і просувають і національні системи соціальних та еко-лейблів.

8. Використання податкових та інвестиційних інструментів. Створення сприятливих умов, в яких соціально відповідальна поведінка компаній винагороджується через надання податкових пільг, преференцій, субсидій – найбільш дієвий спосіб мотивації соціально-відповідальної поведінки бізнесу. Соціальні витрати бізнесу, благодійні пожертвування, цільові відрахування до некомерційні організації, фонди в більшості європейських країн не обкладаються податком на прибуток. Держава бере участь у фінансуванні соціально-значущих проектів бізнесу через надання субсидій, пільгових кредитів, податкових пільг. Найважливішою неподатковою преференцією для СББ є врахування КСВ при відборі підприємств на виконання державних замовлень.

9. Спеціальне КСВ законодавство. У деяких європейських країнах створено спеціальне законодавство з КСВ, яке враховує перелічені вище інструменти стимулювання та регулювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

Докладний перелік інструментів державної політики щодо розвитку КСВ представлений у ДОДАТКУ А.

Ситуація у другій групі країн, серед них: Польща, Угорщина, Литва, Словаччина, Македонія, Хорватія, Болгарія і Туреччина обґрунтована вступом до ЄС та необхідністю впровадження європейських рамкових умов, що повинно стимулювати реформування державної національної політики з КСВ. Тим часом, дані процеси в цих країнах носять поки безсистемний характер і характеризуються, як правило, окремими акціями та ініціативами уряду, організація діалогу стейкхолдерів, підвищення екологічних знань. Проте у ряді країн другої групи призначена відповідальна структура, яка координує роботу з просування КСВ. У табл. 1.6

наведені приклади залученості міністерств і відомств цих країн у просування принципів КСВ.

Таблиця 1.6

Залученість міністерств та відомств у розвиток КСВ за країнами [29]

Країна	Відповідальні структури, законодавчі акти та нормативні документи, напрямки управління
Болгарія	Міністерство державного управління; Міністерство праці і соціальної політики (умови праці, управління кризами, альтернативна військова служба); Міністерство навколишнього середовища і водних ресурсів (превентивні заходи); Міністерство сільського та лісового господарства.
Хорватія	Управління з міжнародної економічної кооперації; Департамент міжнародних відносин; Міністерства економіки, праці та підприємництва.
Угорщина	Міністерство економіки та транспорту, директор з КСВ
Литва	Відсутня офіційна структура, що відповідає за КСВ. Відповідальні підрозділи/особи: Міністерство соціального захисту та праці: Департамент з праці (заст. Директора); Департамент з трудових відносин та оплати; відділ ринку праці; Комісія з координації агентств з КСВ; Міністерство навколишнього середовища: відповідальний за стратегію сталого розвитку; Міністерство економіки: Управління підприємництвом; Національна комісія зі сталого розвитку.
Польща	Міністерство праці і соціальної політики
Словаччина	Міністерство соціальних справ та сім'ї
Туреччина	Міністерство навколишнього середовища та лісових ресурсів (навколишнє середовище); Міністерство фінансів (управління компаніями); Міністерство торгівлі та промисловості (стандарти); Міністерство праці та соціального захисту (трудові аспекти)

Формування КСВ у Литві почалося у 2005 р., коли у країні була сформована Національна мережа соціально відповідальних підприємств, куди входило 50 компаній. Ця мережа надає можливість навчатися, сприяє розвитку співробітництва та партнерства між різними секторами для досягнення цілей сталого розвитку. У 2006 р. був прийнятий документ «Заходи заохочення розвитку КСВ на 2006-2008 рр.», у 2008 р. була затверджена Національна програма розвитку соціальної КСВ на 2009-2013 рр. Головна мета документу –

створення сприятливого середовища для розвитку принципів КСВ у Литві. У 2007 р. була введена Національна нагорода відповідальному бізнесу, а з 2008 р. вона нагороджувалася вже у трьох номінаціях.

Розвиток КСВ у Польщі почався з 2004 р., уряд почав активну діяльність з розповсюдження принципів КСВ і представлення всіх її переваг для бізнесу та суспільства. У 2009 р. була створена урядова група, що складається з представників різних урядових структур і очолюється представником Міністерства економіки. Політика Польщі у сфері КСВ базується на таких засадах:

- просування концепції КСВ та поширення інформації про ініціативи, які упроваджені міжнародними організаціями в цій області;

- поширення інформації про зв'язок між добровільними зобов'язаннями з КСВ та підвищенням конкурентоспроможності компаній і їх авторитету на ринку;

- популяризація концепції КСВ серед іноземних інвесторів;

- популяризація концепції КСВ між місцевими урядовими відомствами.

Урядом Польщі багато уваги приділяється екологічному чиннику, організовуючи конференції для ділових партнерів із питань екологічного менеджменту [27].

У колишніх соціалістичних країнах (третья група країн) концепція КСВ тільки починає свій розвиток і, незважаючи на підтримку уряду, поки ще не інтегрована в національне законодавство [22].

У Бразилії основною перешкодою для розвитку КСВ став високий рівень корупції. Законодавство Бразилії у впровадженні КСВ використовує політику заохочення, стимулює компанії до соціальних інвестицій через партнерство з державою. Також уряд Бразилії створив механізм сертифікації для нагородження компаній за виконання окремих урядових політик у сфері КСВ. Бразильський національний банк економічного розвитку впровадив кодекс етики, згідно з яким всі, кого він фінансує, повинні дотримуватися норм національного трудового кодексу. Контракти банку містять також «соціальний» розділ, який розглядає питання дитячої, примусової

праці і дискримінації. Порушення норм цієї частини може привести до розторгнення контракту.

Законодавство Іспанії приділяє все більше уваги розповсюдженню принципів КСВ. Ще з 80-х років існують закони про зайнятість і відповідальність роботодавців, Закон про соціальну інтеграцію інвалідів зобов'язує компанії, де працює більш ніж 50 робітників, наймати людей з інвалідністю (квота 2%). У 2007 р. уряд прийняв закон, що регламентує повну рівність між жінками та чоловіками у всіх сферах життєдіяльності, особливо у сфері зайнятості. Хоча якість впровадження КСВ в Іспанії не досить висока, але позиція самих іспанців налаштована на розвиток соціальної відповідальності. Свою головну мету у впровадженні КСВ уряд бачить у залученні до цього малого та середнього бізнесу і виявленні взаємозв'язків між економічною кризою та КСВ.

Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ) є одним із найбільших центрів бізнесу, який відрізняється економічною та політичною стабільністю. В умовах швидко зростаючої економіки одним із найважливіших ділових питань стала КСВ і її роль в бізнес-середовищі ОАЕ. Держава регулює КСВ за допомогою стратегії Міністерства соціальних справ, що базується на підтримці співробітництва між державою і приватним сектором із соціальних проектів і корпоративної відповідальності. Дубайська торгова палата створила окремий Департамент, що надає інформацію та допомогу для бізнесу у сфері сталого розвитку та соціальної відповідальності.

КСВ у Чилі є досить розповсюдженою, вона впроваджується в бізнес, наукові кола, засоби масової інформації. Серед досягнень чилійського уряду можна зазначити наступні: у 2008 р. був сформований Комітет з соціальної відповідальності в державному секторі, що визначає принципи КСВ для державних структур. Був прийнятий Кодекс належної трудової практики (Code of Good Labour Practices), щомісяця проводяться семінари з державного управління та соціальної відповідальності. Дістав розвитку соціальний діалог із запобігання ризикам, створенню сприятливих умов праці та захисту здоров'я робітників. У 2009 р. була заснована Рада зі стійких державних закупівель, а у 2010 р. була розроблена Концепція для

цього проекту. Соціальною відповідальністю у сфері трудових практик займається Інститут охорони праці, метою якого є забезпечення безпеки та гігієни праці. Серед головних задач Інституту є навчання місцевих лідерів профспілок принципам застосування ISO 26000.

КСВ активно розвивається в Японії. У 2001 р. Кабінетом міністрів Японії був сформований комітет, що об'єднує вчених і спеціалістів для обговорення кодексів поведінки корпорацій. За результатами цієї праці у 2002 р. був опублікований документ «Формування споживчої довіри в бізнесі: Рекомендації для корпоративних кодексів поведінки відносно взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності і добробуту споживачів». Кожне із відповідних міністерств приймає активну участь у становленні КСВ в Японії. Особливістю КСВ у Японії є акцент на екологічному менеджменті. Ще в 1990-х роках японські компанії розробили системи екологічного менеджменту, що направлені на виконання вимог сертифікату ISO14001. Зараз близько 600 компаній публікують свою екологічну звітність. Держава активно впроваджує екологічні інновації, скорочує податки для екологічно чистих продуктів тощо [27].

У 2011 році в Європі була прийнята нова стратегія Європейської комісії щодо корпоративної соціальної відповідальності 2011-2014. Відтак, даний документ розглядається в якості органічної складової загальної стратегії розвитку «Європа-2020». Прийняття Стратегії КСВ стало додатковим стимулом для розроблення урядами країн членів ЄС власних національних політик КСВ. Сьогодні 15 із 27 країн-членів ЄС мають національні політики КСВ [31].

Сьогодні нагальним питанням є розроблення та затвердження Концепції політики КСВ в Україні. Поява в Україні національної моделі політики КСВ бізнесу може стати вагомим компонентом євроінтеграційної стратегії України.

Можна виділити проблеми, що стоять на заваді впровадження в Україні національної моделі політики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу:

асоціальність поведінки багатьох бізнесових груп формує в Україні значний рівень неприйняття ліберальної моделі економічного розвитку, яка є однією із засад адаптації України до умов європейської інтеграції та прийняття умов економіки європейського зразка;

відсутність в Україні спільного розуміння змісту соціально відповідального бізнесу. Нерозуміння суті та відсутність бачення пріоритетів КСВ в регіонах;

відсутність синтезу зусиль бізнесу, держави і структур громадянського суспільства щодо впровадження КСВ;

наявність ультимативних дій з боку місцевої влади та створення нею різноманітних перешкод у питаннях впровадження КСВ, небажання співпрацювати з компаніями, які працюють з КСВ [31].

Для формування національної моделі політики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні треба впровадити наступні стратегічні цілі:

забезпечення сталого розвитку країни;

розвиток соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві;

підвищення конкурентоспроможності країни і таких її показників, як рівень макроекономічної стабільності; ефективність діяльності державних і приватних інституцій; ефективність і розмір ринку товарів та праці; рівень оплати праці; рівень розвитку і ділової досконалості бізнесу; якість інфраструктури; рівень легкості ведення бізнесу; інноваційний та технологічний розвиток; якість людського капіталу;

полегшена інтеграція до європейського економічного і соціального простору і, зрештою, поступова інтеграція до ЄС;

активізація інвестиційних та інноваційних процесів;

підтримка розвитку торговельно-економічного, науково-технічного та інвестиційного співробітництва України з іноземними державами на засадах взаємної вигоди шляхом дотримання міжнародних стандартів з СВБ українськими комерційними організаціями;

збільшення обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки [31].

Основні напрями діяльності держави при просуванні концепції КСВ в країні повинні базуватися на поширенні знань та навчання в сфері КСВ, збільшенні відкритості та прозорості бізнесу, стимулюванні практик соціально відповідального інвестування (SRI), демонстрації практик КСВ державними установами (lead by example). Дослідження цих напрямів надано авторами у другому та третьому розділі монографії.

Реалізація основних напрямів КСВ дозволить підтримати соціально орієнтований розвиток економіки в Україні, створити фундамент для втілення європейських цінностей та визначити нові пріоритети у формуванні національної політики КСВ.

1.3. Формування та розвиток концепції управління зацікавленими сторонами

Завдяки досягненню певної стабільності економічного розвитку та зростанню рівня життя населення, відбувається зміна суспільних цінностей та пріоритетів. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності, досягненні високої продуктивності та прибутковості виробництва починають відігравати неекономічні показники роботи підприємства – рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки інтернатів, лікарень та шкіл, запровадження на підприємстві механізму контролю якості, впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо.

Подібний підхід до ведення підприємницької діяльності набув за останні 50 років значного розвитку у країнах ринкової економіки, сформувавшись у концепцію КСВ, у якій знайшли відображення культурні, історичні та соціальні особливості різних країн.

Існуючі регіональні розбіжності знайшли своє відображення у великій кількості наукових підходів щодо суті, ролі та значення

корпоративної соціальної відповідальності, які доповнюють або ж навпаки заперечують одна одній. В основі кожної з них лежить ідея аналізу організації з погляду системності, тобто організація представляється як «комплекс взаємопов'язаних та взаємозалежних частин, організованих таким чином, що продукує єдине ціле» [32].

Концепція КСВ була запропонована Кітом Девісом у 1975 р. Вона охоплює п'ять ключових положень [32]:

соціальна відповідальність виникає із суспільної влади. Органи влади мають створювати умови і показувати приклади соціальної відповідальності;

бізнес повинен діяти як двостороння відкрита система: з одного боку, враховувати вплив суспільства, ринкові сигнали, а з іншого – бути відкритим у своїх операціях для громадськості;

соціальні витрати мають бути ретельно обчислені й розглянуті з погляду правомірності їх віднесення до собівартості виготовлення того чи іншого продукту, надання тієї чи іншої послуги;

соціальні витрати, що розподіляються за кожним продуктом, послугою, видом діяльності, в остаточному підсумку оплачуються споживачем;

ділові організації, як і громадяни, залучаються до відповідальності за розв'язання поточних соціальних проблем, які перебувають за межами звичайних сфер їх діяльності.

Аналізуючи діяльність багатьох корпорацій, Кіт Девіс та інші дослідники дійшли висновку, що соціальна відповідальність сприяє розвитку компаній і, навпаки, уникнення соціальної відповідальності звужує можливості успіху організацій. Це дало змогу сформулювати «залізний закон відповідальності», згідно з яким у довгостроковій перспективі ті, хто не використовує наявну владу в такому напрямі, що його суспільство розглядає як відповідальний, має тенденцію втратити цю владу. Цей закон було підтверджено і в обстеженні Гарвардського та інших американських, а також британських університетів у 1997-2000 рр. Компанії, що втілювали в життя концепцію соціальної відповідальності, мали в 2-4 рази вищі темпи зростання, ніж конкуренти, що обмежують свої цілі вилученням прибутку [32].

Аналіз різноманітних теорій науковцями різних країн за останні 50 років надав змогу згрупувати виділити чотири основні види підходів до концепції корпоративної соціальної відповідальності [33]:

1. Інструментальний підхід, згідно якого підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату. Найвідомішим прибічником даного підходу є економіст М. Фрідман, який вважав, що «існує одна і тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використати свої ресурси і займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутків, при умові дотримання правил гри, тобто займатися відкритою і вільною конкуренцією, без обману і шахрайства» [34]. Тобто, діючи таким чином, організація виконує свою економічну функцію, виробляючи товари та послуги, необхідні для суспільства та створюючи при цьому робочі місця і забезпечуючи максимізацію прибутку для акціонерів.

Деякі сучасні дослідники, прихильники інструментального підходу, наголошують на тому, що лише максимізація прибутку у довгостроковій перспективі визначає справжню відповідальність бізнесу, оскільки подібний підхід дозволяє поєднати інтереси як акціонерів, так і інших зацікавлених сторін. Крім того, вони погоджуються, що забезпечення максимізації прибутків у довгостроковій перспективі може вимагати від бізнесу певних поточних витрат на соціальні та екологічні цілі. Саме інструментальний підхід, який визначає соціально-відповідальне ведення бізнесу елементом його стратегічного управління та необхідною передумовою його ефективності та прибутковості, набув в останні роки надзвичайної популярності [35].

2. Підхід з позиції політичного впливу, який базуються на тому, що підприємства мають здатність впливати на суспільство, і через те повинні відповідально використовувати цю здатність. При цьому під соціальною силою розуміють здатність впливати на результати важливих суспільних процесів з метою вирішення суспільних проблем незалежно від політичних інститутів. Найбільш відомою є концепція «корпоративного громадянства», яка зародилася на початку ХХІ ст. Згідно даної концепції роль підприємства може бути

розглянута у вузькому та широкому значенні. У вузькому значенні роль підприємства зводиться до філантропії, соціальних інвестицій та певних загально визнаних обов'язків перед місцевою громадою. У широкому розумінні – підприємство повинно відповідати за ті сфери, в яких держава не здатна захистити своїх громадян.

3. Підхід з позиції соціальних вимог, згідно якого підприємство має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповіді на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій. У 1970-х роках концепція корпоративної соціальної відповідальності дещо змінює свій фокус з позиції «що є добрим для суспільства», до визначення «що суспільство вимагає від бізнесу». З огляду на це діяльність будь-якого підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинна визначатися очікуваннями суспільства від нього. При цьому деякі автори розрізняють – вимоги щодо скорочення негативного впливу та вимоги щодо посилення позитивного впливу підприємства на суспільство. Виникнення у 80-х роках теорії зацікавлених сторін призвело до появи нового напрямку дослідження, відповідно до якого соціальна роль бізнесу має визначатися вимогами зацікавлених сторін, заміщуючи тим самим поняття суспільства поняттям зацікавлені сторони [33].

4. Підхід з позиції етики, головною особливістю якого є те, що в основі лежить ідея етичного обов'язку бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством. Серед підходів даної групи варто виділити підхід з позиції «потрійної результативності діяльності» (triple bottom line) Дж. Елкінгтона, та нормативний підхід з позиції зацікавлених сторін Е. Фрімена. Відповідно до підходу Дж. Елкінгтона кожне підприємство несе економічну, екологічну та соціальну відповідальність перед суспільством, тим самим забезпечуючи свою життєздатність. Ідеї Дж. Елкінгтона набули подальшого розвитку та знайшли своє відображення у теоріях «універсальних прав» та «сталого розвитку». Так, теорія «універсальних прав» базується на визнанні прав людини, прав у сфері праці та поваги до оточуючого середовища як необхідних умов для роботи підприємств. В основі теорії «сталого розвитку» лежить ідея, що підприємство у своїй

діяльності відповідає не лише перед сучасним, а й перед майбутніми поколіннями. Саме тому, воно повинно контролювати як економічні, так і соціальні та екологічні показники своєї діяльності. Натомість нормативний підхід Е. Фрімена дозволив описати відносини між підприємствами та групами осіб, всередині та за його межами, зацікавленими у його діяльності. Відповідно до цієї теорії підприємство несе моральну відповідальність не перед суспільством загалом, а лише перед зацікавленими сторонами, до яких відносять: акціонерів, працівників підприємства, постачальників, споживачів та територіальні громади, у яких здійснює свою діяльність [33].

Сучасні автори розрізняють концепції КСВ залежно від національних соціально-економічних пріоритетів і різних типів дійових осіб, які вимагають дії за цими пріоритетами. Основними концепціями КСВ є такі [36-37].

Концепція економічної відповідальності полягає в тому, що КСВ розуміють як економічну відповідальність фірми за здійснення ділових операцій і підтримку рентабельності.

Концепція базової бізнес-стратегії передбачає, що бізнес може бути ефективним лише за умови успішного функціонування суспільства, в якому він здійснюється.

Концепція обов'язків стверджує, що корпорації необхідно оцінювати не лише за їх економічний успіх, але й за неекономічні критерії. Для виконання належної корпоративної ролі, корпорація повинна виконувати економічні, правові, етичні, філантропічні обов'язки.

Концепція «стейкхолдеров» передбачає, що в організації є певні групи зацікавлених сторін (акціонери, працівники, покупці, постачальники, держава і так далі), які впливають на організацію або на яких впливає сама організація, і яких можна розглядати як таких, які покладають на організацію певну відповідальність.

Концепція корпоративної підзвітності підкреслює, що компанії несуть відповідальність за наслідки своїх дій, і тому повинні стати більш підзвітними перед суспільством, окрім відповідальності перед своїми зацікавленими сторонами.

Добровільна концепція передбачає зобов'язання компанії

досягати довгострокових цілей, корисних для суспільства.

Концепція проактивності є засобом реагування на зміни в стійкому розвитку суспільства. Компанії реагують реактивним (підхід на основі реакції) або проактивним шляхом (стратегічний підхід) [38].

Згідно класифікації Ф. Котлера КСВ корпорації може бути зведена до шости основних ініціатив [39]:

1. Просування добродійної справи – компанія надає засоби, грошові і інші корпоративні ресурси, щоб притягнути увагу суспільства до певної соціальної проблеми або допомогти зібрати кошти, притягнути учасників і волонтерів. Компанія може діяти як одноосібно, так і за участю партнерських організацій.

2. Добродійний маркетинг – компанія зобов'язалася робити внески або відраховувати відсотки від об'ємів продажу на добродійну справу. Ця ініціатива, зазвичай, розраховується на певний час, продукт або добродійну справу. У цьому сценарії компанія найчастіше об'єднується з неприбутковою організацією на взаємовигідних умовах так, щоб збільшити об'єми продажу певного продукту і притягнути фінансові ресурси для добродійності.

3. Корпоративний соціальний маркетинг – компанія підтримує розробку і/або проведення кампаній за зміну певних типів поведінки (звичок) для того, щоб поліпшити громадське здоров'я або безпеку, сприяти захисту довкілля або розвитку суспільства. Особливістю цієї ініціативи є зосередженість на поведінкових змінах, що відрізняє її від просування суспільно корисної справи, яка сконцентрована на підтримці заходів для популяризації, збору засобів і залучення волонтерів. Ця ініціатива може бути проведена компанією самостійно або із запрошенням до партнерства урядової установи або неприбуткової організації.

4. Корпоративна філантропія – компанія робить пожертвування безпосередньо добродійній організації або акції, найчастіше у формі грошових грантів, подарунків і / або товарів або послуг. Ця ініціатива найбільш проста в застосуванні.

5. Волонтерська робота на користь суспільства – компанія підтримує і заохочує працівників, роздрібних торговців допомагати місцевим громадським організаціям і ініціативам. Це може бути

програма однієї компанії або в партнерстві з некомерційною організацією.

6. Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу – компанія на власний розсуд впроваджує практику ведення бізнесу і робить інвестиції, які сприяють зростанню добробуту в суспільстві і збереженню довкілля. Ініціативи можуть здійснюватися однією організацією або в партнерстві з іншими [39].

У 1980 -х рр. пошук консенсусу з приводу поняття КСВ і, відповідно, предмета оцінки значно просунувся вперед за рахунок інтеграції в теорію КСВ поняття «зацікавлена сторона». Концепція зацікавлених сторін наповнила новим змістом поняття КСВ і дозволила піти від загальної безадресної оцінки ефектів. Як писав М. Кларксон, «корпоративна соціальна діяльність може бути більш ефективно проаналізована й оцінена з використанням підходу, заснованого на управлінні взаємовідносинами з зацікавленими сторонами корпорації, ніж за допомогою моделей і методологій, що базуються на концепціях, пов'язаних з корпоративною соціальною відповідальністю і сприйнятливістю» [40].

На рубежі 1980-1990 рр. оформилася вищезгадана концепція корпоративної соціальної діяльності, яка ввела в дискусію поняття «результат» і в принципі змістила акцент оцінки з абстрактною відповідальністю до конкретної діяльності. «Корпоративна соціальна діяльність була створена з метою порушити широкий інтерес до впливу поведінки бізнесу на суспільство. Це вплив має на увазі наслідки і результати, а не просто політики і наміри, більше того, передбачається, що ці результати повинні бути оцінені, а не просто описані» [41]. Інтеграція в теорію оцінки ефективності КСВ понять «зацікавлена сторона» і «результат» помітно активізувала і урізноманітнила наукові дослідження в цій області.

Дослідники приступили до вивчення взаємозв'язку менеджменту зацікавлених сторін із стратегією і фінансової результативністю, класифікації організаційних стратегій за шкалою їх залученості та успішності в області КСВ, пошуку моделей оцінки в інших наукових галузях. Саме в цей період ідеї включення зацікавлених сторін і декомпозиції оцінки ефектів КСВ отримали розвиток в теорії.

Вірний шлях до сталого розвитку – це об'єднання зусиль, знань та ресурсів всіх членів суспільства та погодження їх різноманітних поглядів. Необхідність їх взаємодії для вирішення проблем суспільства стає все більш нагальною, особливо в умовах міжнародних інтеграційних процесів.

Ідея концепції заінтересованих сторін полягає в тому, що кожна організація, комерційне підприємство, органи державної влади, громадські об'єднання мають коло заінтересованих сторін, які впливають на їх діяльність, або зазнають на себе вплив від цієї діяльності зараз та в майбутньому. Тому розуміння потреб, очікувань та думок заінтересованих сторін, аналіз та збалансоване врахування цих очікувань має принципове важливе значення для діяльності будь-якої організації. Метою взаємодії з заінтересованими сторонами є правильний вибір напряму стратегічного розвитку організації та шляху удосконалення її діяльності і досягнення такого рівня сталого розвитку, від якого виграють всі: організація, її заінтересовані сторони та суспільство.

Історія концепції заінтересованих сторін почалася з роботи Е. Фримена «Стратегічне управління: роль заінтересованих сторін» (1984), де дається визначення заінтересованих сторін – будь-які індивідууми, групи чи організації, які мають суттєвий вплив на рішення, що приймаються фірмою, та/або знаходяться під впливом цих рішень.

Розвиток концепція заінтересованих сторін набула в книзі Д.Поста, Л.Престона та С.Сакс «Переосмислення корпорації: менеджмент заінтересованих сторін та організаційне багатство» (2002). В ній наведено, що взаємовідносини корпорації з заінтересованими сторонами виступають джерелом «активів відносин», розвиток яких полягає в збалансованій раціональній відповіді компанії на систему суперечних очікувань заінтересованих сторін. Така поведінка корпорації дає можливість їй генерувати блага для заінтересованих сторін впродовж тривалого часу та є засобом досягнення сталого розвитку [42].

У 2005 році Інститут соціальної та етичної звітності (Лондон) розробив Стандарт AA 1000 SES (Stakeholder Engagement Standard) –

стандарт взаємодії з заінтересованими сторонами. Цей стандарт є рекомендованою нормативною базою для загального використання при плануванні, виконанні, оцінці, інформуванні та нефінансової аудиторської перевірки якості взаємодії з заінтересованими сторонами. Він дає вказівки по управлінню процесом діалогу та налагодження співробітництва організації з її заінтересованими сторонами.

Згідно цього Стандарту в основі будь-якої взаємодії з заінтересованими сторонами повинні бути три принципи: суттєвість (виявлення суттєвих цілей організації та суттєвих її заінтересованих сторін), повнота (розуміння поглядів, потреб заінтересованих сторін та очікувань результатів діяльності організації по важливих для них питаннях), реагування (послідовне реагування організації на суттєві питання, що стоять перед заінтересованими сторонами та самою організацією) [43].

У Стандарті AA 1000 SES наведена система взаємодії з заінтересованими сторонами та вимоги до елементів цієї системи:

1. Загальні вимоги. Організація, яка додержується Стандарту, зобов'язана інформувати заінтересовані сторони по суттєвих питаннях своєї діяльності, виключаючи питання безпеки та комерційної таємниці.

2. Функції та обов'язки. Організація сама ініціює початок взаємодії з заінтересованими сторонами та несе за це відповідальність.

3. Елементи системи (визначення заінтересованих сторін; попереднє визначення суттєвих питань щодо діяльності організації; розробка стратегії, визначення цілей взаємодії; розробка плану взаємодії та графіку її реалізації; визначення найбільш ефективних форм взаємодії; нарощування та укріплення потенціалу). Організація з'ясовує потреби заінтересованих сторін, ресурсні та професійні, з метою їх задоволення; зростання розуміння, накопичення досвіду та удосконалення навичок у взаємодії з заінтересованими сторонами; використання, засвоєння та передача знань; вимір та оцінка результативності діяльності; оцінка та корегування формулювань, карти-схеми заінтересованих сторін та плану взаємодії.

У 1999 р. вийшла у світ стала класичною стаття Ш. Бермана і співавторів, присвячена зв'язку менеджменту зацікавлених сторін із стратегією і фінансовою результативністю фірми. У рамках статті були виділені [42]:

модель стратегічного менеджменту зацікавлених сторін (strategic stakeholder management model), що припускає, що природа і ступінь уваги менеджменту до зацікавлених сторін детермінується виключно можливістю покращення фінансових показників компанії;

модель внутрішнього зобов'язання перед зацікавленими сторонами (intrinsic stakeholder commitment model), що визначає нормативне (моральне) зобов'язання фірми піклуватися про проблеми зацікавлених сторін, яке, в свою чергу, впливає на формування стратегії і в кінцевому рахунку – на динаміку фінансових показників [42].

«Зацікавлені сторони» можна визначити як осіб або групи осіб, зацікавлених в поведінці компанії як у рамках нормального режиму діяльності, так і поза ним, або, що виявляють цікавість до такої поведінки компанії. Тому ці групи визначають, що являє собою соціальна відповідальність компанії або, щонайменше, як вони розуміють її. Зацікавлена сторона – особа або група, зацікавлені в тому, як виконується компанією соціальна політика [44].

До процесу регулювання і підтримки КСВ можуть бути притягнені три основні інститути – держави, громадськість (громадські організації, дослідницькі інститути і інші мозкові центри) і підприємництво (рис. 1.4.) на основі [45].

Всі ці групи зацікавлених сторін є прямими або непрямими учасниками корпоративних відносин. До зацікавлених сторін відносяться керівництво, утримувачі акцій, працівники, клієнти і постачальники, а також приватні особи, які здійснюють операції за рамками безпосереднього циклу щоденної ділової діяльності. Таким чином, до зацікавлених сторін відноситимуться працівники компанії і їх родичі, залежні від їх доходу, а також групи населення, що живуть в безпосередній близькості від компанії і стурбовані якістю повітря і води у зв'язку з діяльністю компанії.

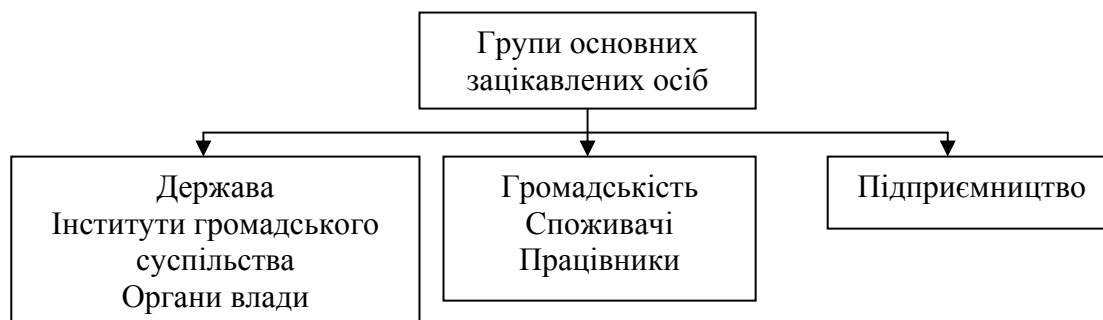


Рис. 1.4. Категорії груп зацікавлених сторін

Кожна компанія функціонує в певному соціально-економічному середовищі на користь тих або інших зацікавлених сторін. Всі зацікавлені сторони можна умовно розділити на прямі і непрямі (рис. 1.5.).

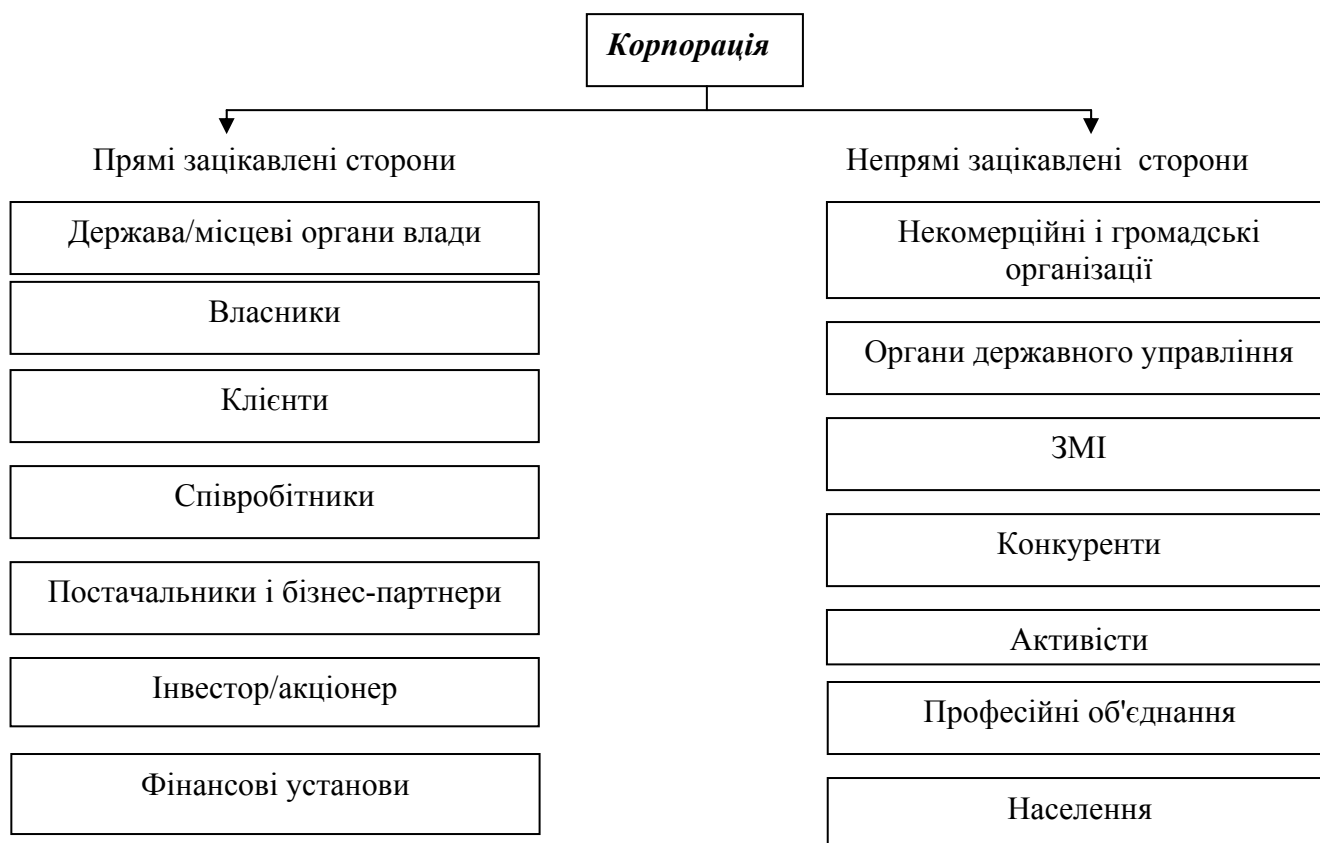


Рис. 1.5. Зацікавлені сторони в діяльності корпорації [46]

Прямі зацікавлені сторони – це особи, організації і співтовариства, які мають пряме відношення до діяльності компанії. Серед них виділяють державу, власників, співробітників, клієнтів,

постачальників і бізнес-партнерів, місцеві співтовариства, фінансові організації.

Непрямі зацікавлені сторони – це особи і організації, що мають опосередковане відношення до діяльності компанії. До їх числа входять органи державного управління, некомерційні і громадські організації, професійні об'єднання, активісти, конкуренти і ЗМІ.

Зацікавлені сторони впливають на конкурентні позиції фірми, є джерелом ресурсної бази фірми, виступають соціально-економічним суб'єктом. Розглянемо схему можливої взаємодії корпорації з зацікавленими особами (рис. 1.6.) з використанням даних [47, 48].



Рис. 1.6. Можливості взаємодії корпорації з зацікавленими особами

Область координації стосунків із зацікавленими сторонами зазнала найбільш значні зміни. Замість стратегії, орієнтованої на неухильне дотримання законодавчих вимог, компанії починають застосовувати більш ініціативний підхід до координації стосунків із

зацікавленими сторонами і впроваджують комплекс відповідних заходів. Протягом останніх двох років більшість корпорацій підвищили прозорість бізнесу і регулярність обміну інформацією із зацікавленими сторонами [49].

Застосування концепції заінтересованих сторін у своїй діяльності важливо не тільки для комерційних структур, а і для неприбуткових та державних організацій, органів влади та місцевого самоврядування.

Наприклад, залучення заінтересованих сторін дуже ефективно на всіх етапах проведення проектів розвитку територій органами влади та місцевого самоврядування. Співпраця органів влади з бізнесом, громадськими, науковими, культурними, конфесійними організаціями та об'єднаннями приносять істотні переваги при плануванні та впровадженні проектів територіального розвитку. При цьому інструментами інформування та взаємодії з заінтересованими сторонами можуть бути публікації в ЗМІ, теле- та радіопередачі, електронні засоби спілкування, опитування, громадські слухання, короткотермінові або довготермінові робочі групи із залученням партнерів та експертів, звіти, прес-конференції, «круглі столи», навчальні семінари, дискусії, консультації, дослідження та т.п.

Таким чином, управління взаємодією з заінтересованими сторонами є побудова добросовісних відношень з усіма заінтересованими сторонами, що включає:

- збалансоване врахування думок та очікувань заінтересованих сторін;

- зміну уявлень та очікувань заінтересованих сторін, вплив на їх погляди через переконливі комунікації та ініціативи;

- взаємовигідне співробітництво;

- слідкування за змінами у переконаннях заінтересованих сторін.

Концепція заінтересованих сторін властива широкому спектру управлінських функцій та використовується в багатьох стандартах менеджменту.

1.4. Відповідальне інвестування в умовах сталого розвитку глобальної економіки

У світовій економіці зростає розуміння того, що відповідальне інвестування і стійке фінансування є необхідною умовою глобального сталого розвитку. Державна інвестиційна політика та державні інвестиції необхідні для подолання існуючих негативних тенденцій в економіках різних країн, пов'язаних з невідповідністю між короткостроковими економічними та фінансовими інтересами корпорацій і довгостроковими цілями сталого розвитку економіки країни в цілому.

Для того, щоб зберегти тонкий баланс між економічним розвитком, соціальною справедливістю та охороною навколишнього середовища, фокус економічної та фінансової інфраструктури глобальної економіки має бути переорієнтований на досягнення завдань сталого розвитку. Моделі поведінки корпорацій, фінансова та ринкова інфраструктури країн повинні бути змінені таким чином, щоб забезпечувати найефективнішу інтеграцію зовнішніх екологічних та соціальних аспектів в основну економічну та фінансову діяльність, що дозволить реалізувати принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Незважаючи на різні економічні ситуації країн, державні органи в своїх національних політиках з КСВ приділяють особливу увагу конкурентоспроможності та інвестиційній привабливості країни при реалізації принципів КСВ. Державні органи стають основними стейкхолдерами й партнерами щодо просування ідей соціальної відповідальності корпорацій та сталого розвитку економіки в цілому. У багатьох зарубіжних країнах розроблені стратегії або програми КСВ, проводяться дослідження діяльності за різними напрямками діяльності корпорацій: фінансова діяльність, екологічна, інноваційна, соціальна.

Вітчизняні та зарубіжні вчені та економісти Сміт Н. (Smith, 2009) [50], Манеску С. (Manescu, 2010) [51], Глас К. (Glas, 2010) [52], у своїх дослідженнях виявили вплив корпоративної соціальної

відповідальності на прибутковість компанії та довели, що впровадження корпоративної соціальної відповідальності гарантує стратегічні переваги як для держави, так і підприємства. Основні напрямки сталого розвитку економіки та соціально відповідального інвестування досліджені Park J. і Kowal S. (Park, Kowal, 2011) [53], в роботі яких також проведено аналіз політики КСВ в країнах світу (ринки, що розвиваються, Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Латинська Америка й Африка). Проблеми формування та розвитку відповідального інвестування займають важливе місце в діяльності високоавторитетних міжнародних організацій [54-55], що підтверджує необхідність їх подальшого дослідження в умовах сталого розвитку глобальної економіки.

Сьогодні тисячі компаній просувають корпоративний сталий розвиток в рамках цілого ряду глобальних ініціатив. Глобальний договір ООН є найбільшою в світі ініціативою в галузі корпоративного сталого розвитку, що об'єднує майже 7000 компаній з 135 країн. Кожна компанія – учасник взяла на себе зобов'язання за погодженням своїх стратегій та діяльності з 4 універсальними принципами в сфері прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією, а також інформування громадськості про досягнуті результати. До основних організації, які орієнтовані на інвестиції та корпоративний сталий розвиток, належать: Глобальна ініціатива зі звітності (GRI), Всесвітня рада підприємців зі сталого розвитку (ВРПСР) і підтримувані ООН Принципи відповідального інвестування (ПВІ) [56].

Фінансовий сектор відіграє ключову роль у забезпеченні сталого розвитку всієї світової економіки шляхом фінансування на стійкій основі. Стале фінансування передбачає включення питань сталого розвитку безпосередньо до основної діяльності фінансових установ, відмінних від портфельних інвестицій, які підпадають під поняття «відповідальне інвестування». Активно прагнучи до розподілу капіталу серед тих компаній і гравців ринку, які працюють на стійкій основі, фінансовий сектор може впливати на своїх клієнтів та інвестиційні компанії та шукати шляхи узгодження їх діяльності з довгостроковими цілями сталого розвитку. Таким чином, фінансовий

сектор може докорінно сприяти розвитку бізнесу та промисловості, створенню нових робочих місць і соціальної інтеграції, а також допомагати суспільству в цілому щодо вирішення проблем забезпечення сталого розвитку, таких як соціальна нерівність, змінення клімату, дефіцит ресурсів і втрата біорізноманіття.

Концепція переходу України до сталого розвитку, яка базується на ініціативі Організації Об'єднаних Націй і зафіксована в підсумкових документах конференцій ООН в Ріо-де-Жанейро в 1992 році і Йоганнесбурзі в 2002 році, визначає цілісну систему поглядів на подальші шляхи взаємоінтегрованого гуманітарного, соціального, економічного та екологічного розвитку країни. Вона визначає також правові основи, принципи, цілі та першочергові завдання щодо переходу країни до сталого розвитку і є базовою для подальшої розробки стратегії, плану дій, державних, регіональних та інших програм, проектів сталого розвитку на найближчу і віддалену перспективу [57].

Черговий щорічний корпоративний форум зі сталого розвитку «Ріо +20», який в 2013 році зібрав більше ніж 2700 учасників, приблизно половина з яких була представлена інвесторами, розкрив шість тематичних напрямів, що відповідають основним пріоритетам сталого розвитку з урахуванням принципів КСВ: енергетика та клімат, водні ресурси та екосистеми, сільське господарство і продовольство, економіка та фінанси сталого розвитку, соціальний розвиток, а також урбанізація і міста [58].

Експертна група, створена ООН з питань дослідження реалізації програми Цілей розвитку тисячоліття та форуму «Ріо +20», вважає, що більша частина коштів для фінансування сталого розвитку в майбутньому буде надходити з внутрішніх джерел, і настійно рекомендує країнам продовжувати інвестувати у формування більш сильної системи оподаткування, розширювати внутрішню податкову базу та створювати локальні фінансові ринки. Також їх аналіз констатує, що країни з низьким і середнім рівнем прибутків досягли значних успіхів у підвищенні рівня внутрішніх прибутків, що дозволило розширити державні послуги та інвестиції, життєво необхідні для сталого розвитку, а також сприяло формуванню

відповідальності за державні витрати. Але країнам, що розвиваються, також необхідне значне зовнішнє фінансування. І велика частина такого фінансування повинна бути отримана з інших джерел, ніж допомога розвинених країн, хоча така допомога й надалі відіграє важливу роль для країн з низьким рівнем прибутків, тому всі пов'язані з нею обіцянки повинні бути виконані [58].

Найважливішим джерелом довгострокового фінансування, за прогнозами експертів, буде приватний капітал, що надходить від великих пенсійних фондів, взаємних фондів, фондів національного добробуту, приватних корпорацій, банків розвитку та інших інвесторів, включаючи інвесторів у країнах із середнім рівнем прибутків, звідки до 2030 надходитиме велика частина заощаджень. Ці потоки приватного капіталу будуть рости та будуть менш схильні до різких коливань або виснаження, якщо глобальна фінансова система буде стабільною й належним чином регульованою, і також, якщо вони будуть спрямовані на фінансування проектів, що підтримуються міжнародними фінансовими інститутами. Однак, потрібні нові канали та інноваційні фінансові інструменти. Повинні бути сформовані системи підтримки (експертні знання, фінансові інститути, правила та закони), а якщо вони вже існують, то повинні бути зміцнені [58].

У 2011 році в Європі була прийнята нова стратегія Європейської комісії з корпоративної соціальної відповідальності 2011-2014. Даний документ розглядається в якості органічної складової загальної стратегії розвитку «Європа-2020». Прийняття Стратегії КСВ стало додатковим стимулом для розробки урядами країн ЄС власних національних політик КСВ. Сьогодні 15 з 27 країн-членів ЄС мають національні політики КСВ [54].

Стратегія Європейської комісії з КСВ на 2011-2014 роки передбачає впровадження 30 ініціатив за наступними напрямками: 11 для кращої взаємодії між міжнародним та європейським підходом до КСВ; 5 для поліпшення видимості КСВ та розповсюдження кращих практик; 4 для більшої кількості ринкових винагород з КСВ (відповідальне споживання, відповідальне інвестування та відповідальні державні закупівлі); 4 для підвищення довіри до бізнесу

та поліпшення звітності; 3 для інтеграції КСВ в освіту, тренінги та дослідження; 2 для стимулювання й порівняння національних планів дій країн-членів ЄС [54].

Необхідним елементом реалізації будь-якої національної політики КСВ є відповідальне інвестування, як механізм розвитку основних напрямків корпоративної соціальної відповідальності компаній [59].

Відповідальне інвестування спрямоване на включення поняття сталого розвитку в практику інвестиційної діяльності. Підтримувані ООН Принципи відповідального інвестування (ПВІ) – тепер прийняті більш ніж 1000 інвестиційних інститутів із загальним обсягом керованих активів понад 30 трлн. дол. США – засновані на ствердженні, що питання екологічного, соціального та корпоративного управління можуть мати практичне значення для фінансових інтересів довгострокових інвесторів. Майбутній успіх компаній і активів, в які інвестують учасники ПВІ, залежить від уміння розуміти й керувати факторами довгострокового фінансового ризику та прибутковості, які включають змінення клімату, дефіцит ресурсів, глобальні демографічні та політичні зміни, людський капітал і соціальні питання [58].

Звіт Глобальні Ризики в 2013 році Всесвітнього Економічного Форуму, який складений на базі щорічного опитування більше 1000 експертів (представників різних промислових галузей, уряду, освітніх установ та громадських організацій), дав можливість визначити 50 глобальних ризиків для світової спільноти. На думку респондентів, наймовірніший глобальний ризик, який проявиться протягом наступних 10 років – це значна нерівність в прибутках, а ризик з найбільшими наслідками – це велика системна фінансова криза. Також виділені два ризики, які ввійшли до першої п'ятірки як за ступенем впливу, так і за ймовірністю - хронічні фінансові дисбаланси та криза водопостачання [60].

Інвестиції в корпоративну соціальну відповідальність є економічно виправданими, тобто допомагають у кінцевому підсумку збільшити прибутки компаній. Як показують дослідження Центру корпоративного громадянства Бостонського коледжу, після введення

політики КСВ компанії підвищують фінансові показники завдяки зміцненню репутації компанії (77%); залучення перспективних працівників (55%); відповіді на запити суспільства (35%); підвищення операційної ефективності та зниження витрат (34%); посилення конкурентоспроможності (33%); відкриттю нових можливостей для розвитку та поліпшення управління ризиками (23%); поліпшення доступу до капіталу (4%) [61].

Спільний проект Ceres (організація, яка мобілізує потужні мережі інвесторів, компаній та груп громадських інтересів, щоб прискорити й розширити прийняття стійких бізнес-практик та рішень для створення здорової глобальної економіки) і Tellus Institute, розробили стандарт рейтингу корпоративної стійкості – Глобальна ініціатива з рейтингу стійкості (GISR) – стандарт, який буде співвідноситися з основними принципами сталого розвитку, зокрема, вимірювати внесок у збереження та розширення людського, природного, соціального, інтелектуального, промислового та фінансового капіталу [62].

Ці дослідження дають можливість стверджувати про необхідність впровадження принципів сталого розвитку світової економіки з урахуванням соціальних, екологічних, інноваційних критеріїв. Важливим аспектом уникнення системної фінансової кризи є відповідальне інвестування. При такому інвестуванні враховуються не тільки фінансові аспекти, а й соціальні та екологічні критерії, що вказує на реалізацію принципів корпоративної соціальної відповідальності в національній політиці країни.

Дані звіту Форуму зі стійких інвестицій (Forum Nachhaltige Geldanlagen) виявили, що найпопулярнішою стратегією сталого інвестування в Німеччині, Австрії та Швейцарії є використання критеріїв виключення (наприклад, не інвестують в компанії, які займаються виробництвом та розповсюдженням зброї).

У Німеччині та Швейцарії другий за популярністю метод – позитивний скринінг. Тут метою є інвестувати в ті компанії, які є найефективнішими відносно критеріїв стійкості. В Австрії, друге місце займає скринінг на предмет відповідності конкретним міжнародним стандартам або нормам, таким як Глобальний Договір,

стандарти Міжнародної організації праці. У 2012 році ринок стійких інвестицій Швейцарії досяг небувало високого рівня – 48,5 млрд. швейцарських франків. Підвищення активності корпоративних пенсійних фондів, релігійних установ та благодійних організацій стало одним з ключових чинників, які сприяли зростанню на 15%, порівняно з 2011 роком [63].

Стійкі інвестиції в Німеччині зросли на 16%, і склали 73,3 млрд. євро в 2012 році. Зростанню німецького ринку, в значній мірі, сприяли банки, що роблять особливий акцент на стійкість. Тим часом, стійкі інвестиції в Австрію зросли до 5,6 млрд. євро, що на 17% більше, ніж у 2011 році.

За дослідженнями Global Sustainable Investment Alliance стійкі інвестиції в усьому світі становлять 13,6 трлн. дол. Європейський форум сталого інвестування (Eurosif) відзначив зростання сектора майже на 60% за два роки [63].

У 2012 році американські інвестори подали 110 резолюцій, що належать до питань корпоративної стабільності, серед них: Dunkin Brands, Kroger (американська мережа супермаркетів) і Starbucks погодилися перейти на стійкі джерела сировини – використовувати 100% сертифіковане пальмове масло, – тим самим знизити викиди парникових газів, захищати працівників, зберігати тропічні ліси. Акціонери американського гіганта роздрібної торгівлі Lowe's, нафтогазових компаній Denbury Resources і Range Resources, а також United Parcel Service зобов'язали раду директорів взяти під контроль екологічні та соціальні питання; Coach Inc, Ralph Lauren, Starwood Hotels and Resorts і дев'ять інших компаній погодилися готувати всеосяжні звіти зі сталого розвитку; Stryker, виробник медичного обладнання, прийняв рішення встановити цілі щодо скорочення викидів парникових газів.

Серед ініціаторів резолюцій щодо питань сталого розвитку: найбільші державні пенсійні фонди (California State Teachers Retirement System і New York State and New York City Comptrollers' Offices); соціально відповідальні інвестори (Calvert Investments, Trillium Asset Management і Walden Asset Management), а також

інституційні інвестори, що управляють активами в розмірі понад 500 млрд. дол. [64].

Китайська Народна Республіка починає процес активного інвестування в програми енергозбереження в рамках раніше затвердженого Державною радою плану, який передбачає суттєві зміни в структурі генерації та споживання електроенергії в країні.

Китай поставив за мету скоротити викиди вуглецю на одиницю ВВП на 40-45% до 2020 року з рівня 2005 року та підвищити споживання енергії з невикопного палива до 15% загального споживання. У рамках плану обмеження забруднень уряд також введе багатоступінчастий розрахунок цін на енергоносії для восьми енергоємних галузей промисловості, тоді як до секторів, що страждають від перевиробництва, будуть застосовані підвищені енергетичні тарифи [64].

Останнім часом спостерігається швидке зростання інвестиційних фондів, які доповнюють фінансові цілі соціальними, екологічними та етичними факторами при виборі й реалізації стратегії інвестування. У Великобританії станом на 2011 рік близько 11,3 млрд. фунтів було інвестовано в зелені та етичні роздрібні британські фонди (оцінка 83 фондів). Національна асоціація пенсійних фондів Великобританії випустила керівництво для своїх членів з інтеграції екологічних, соціальних та управлінських (ESG) практик в інвестиційну політику. Активи фондів-членів асоціації становлять 900 млрд. фунтів стерлінгів. Глобальна мета оновленого керівництва (перше було випущено в 2009 році) – створити інвестиційний клімат, де розгляд «нефінансових» чинників є нормою [64].

Цікавим є досвід Росії щодо розвитку сталого відповідального інвестування. З 2010 року Мінекономрозвитку Росії істотно знизило вартість підключення нових інвестиційних проектів до електромереж та інженерно-комунікаційної інфраструктури, прийняло закони, спрямовані на вдосконалення митного адміністрування, а також лібералізацію контролю за іноземними інвестиціями та кримінального законодавства в економічній сфері, запустило механізм уповноважених з інвестицій на федеральному та

регіональному рівнях, домоглося збільшення обсягу інвестицій міжнародних інститутів розвитку в пріоритетні для російської сторони галузі економіки.

За рахунок реалізації цих заходів в 2010-2011 роках Росія піднялася на 4 позиції в рейтингу Doing Business (зі 124 місця до 120), а також увійшла до числа 25 країн з прогресу в поліпшенні інвестиційного клімату. У 2008-2011рр.. в Росію надійшло 206,7 млрд. дол. США прямих іноземних інвестицій. За підсумками 2011 року, за оцінкою Банку Росії, обсяг прямих іноземних інвестицій склав 51,9 млрд. дол. (19,9% зростання до 2010 року). За даними опитування Merrill Lynch, проведеного серед міжнародних управляючих інвестиційних фондів, Росія зайняла перше місце за інвестиційною привабливістю серед країн БРІКС. У рейтингу найдешевших країн для ведення бізнесу Росія в 2012 р. зайняла четверте місце з 19 розвинених країн і країн, що розвиваються, поступаючись лише Індії, Китаю та Мексиці за версією KPMG. Разом з тим, Росія займає 60 місце серед 187 досліджуваних країн у рейтингу світових інвестиційних ризиків привласнених журналом Euromoney в 2012 р. [65].

Аналіз практик впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку економіки дав можливість стверджувати, що їх роль у формуванні конкурентоспроможності країни досить велика.

Виклики сучасності вимагають від України прийняття заходів з формування концептуального бачення розвитку країни, де головними пріоритетами є: енергетика та клімат, водні ресурси та екосистеми, сільське господарство і продовольство, економіка та фінанси сталого розвитку, соціальний розвиток, а також урбанізація та міста. В умовах надмірної ресурсо- й енергоємності економіки України та збереження існуючої тенденції зростання цін на традиційні джерела енергії, економіка може опинитися в складній ситуації. Для запобігання цій та іншим загрозам, а також для виконання міжнародних зобов'язань, Україна повинна визначити довгострокову перспективу свого розвитку, беручи за основу концепцію сталого розвитку економіки [66].

Український бізнес не залишається осторонь зазначених трендів і бере активну участь у реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності. Держава також не може залишатися осторонь від питань, щодо соціальної стабільності та підтримки соціально орієнтованого розвитку в Україні. Сьогодні актуальним питанням є розробка та затвердження Концепції політики КСВ в Україні. Поява в Україні національної моделі політики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу може стати вагомим компонентом євроінтеграційної стратегії України.

За результатами «Глобального звіту конкурентоспроможності 2011-2012» Всесвітнього економічного Форуму, що включає в себе оцінку 142 країн за 12 складовими, Україна займає 82 місце. Трансформації України за три роки, починаючи з 2009 року до 2012 року показані в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Зміна індексу конкурентоспроможності України [67]

Рік	Місце	Зміни у порівнянні з попереднім роком
2008-2009	72	-1
2009-2010	82	-10
2010-2011	89	-6
2011-2012	82	+6

Провідні інвестиційні компанії, що працюють в Україні, – Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР), Міжнародна фінансова корпорація – також мають екологічні критерії з інвестицій. Загальна сума інвестицій тільки в 2011 році ЄБРР в Україні в приватний сектор економіки склав 800 млн. дол. Для того, щоб їх отримати, необхідна прописана екологічна політика (одна з умов отримання кредиту). Напрями кредитування Світового банку відображають напрями сталого відповідального інвестування в світі (табл. 1.8).

Основною метою реалізація стратегії КСВ для України є підвищення конкурентоспроможності країни та таких її показників, як: рівень макроекономічної стабільності; ефективність діяльності

державних і приватних установ; ефективність і розмір ринку товарів і праці, рівень оплати праці, рівень розвитку та ділової досконалості бізнесу, якість інфраструктури, рівень легкості ведення бізнесу; інноваційний і технологічний розвиток, якість людського капіталу, активізація інвестиційних та інноваційних процесів, збільшення обсягу іноземних інвестицій у вітчизняну економіку [59].

Таблиця 1.8

Обсяги кредитування Світового банку за тематичними напрямками 2007-2012 рр. (млн.дол.)[68]

Тематичне спрямування	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Економічне управління	248	397	2305	3950	655	1293
Управління навколишнім середовищем і природними ресурсами	2017	2662	5085	4337	6102	3997
Розвиток фінансового і приватного секторів	4261	6156	9695	17726	7981	4743
Розвиток людського потенціалу	4.089	2.281	6.379	8.421	4.228	4.961
Державний сектор	3.390	4.347	6.108	5.750	4.518	4.035
Верховенство закону	424	304	16	207	169	126
Сільськогосподарський розвиток	3.176	2.277	4.299	5.004	5.636	5.443
Соціальний розвиток	1250	1003	813	952	908	1247
Соціальний захист та управління ризиками	1648	882	5296	5006	5691	3502
Торгівля та інтеграція	1.570	1.393	3.444	1.818	2.604	1.872
Урбанізація	2.623	3.001	3.467	5.575	4.514	4.118
Всього	24.696	24.702	46.906	58.747	43.006	35.335

ІСА спільно з Smithfield, провідною організацією з фінансового консалтингу, і Burson Marsteller, провідним комунікаційним агентством, представили результати опитування інвестиційних аналітиків, що працюють в 27 установах. Респондентам було запропоновано розглянути питання щодо важливості політики корпоративної соціальної відповідальності при прийнятті інвестиційних рішень, як ця ситуація може змінитися в середньостроковій перспективі й які конкретні напрями політики були та будуть впливати на рішення про інвестиції [69].

Більшість респондентів (72%) вважають, що на даному етапі КСВ-політика або зовсім не відіграє ніякої ролі при оцінці інвестиційного потенціалу компанії, або її роль незначна. Більшість

відзначили, що КСВ важливо з точки зору ризик-менеджменту і зіграло вирішальну роль у визначенні неінвестиційного сприйняття компанії.

Це положення істотно змінилося, коли респондентів запитали про очікування інвесторів щодо КСВ в середньостроковій перспективі. 63% відповідей показали, що цей аспект діяльності компанії буде важливішим або дуже важливим. На прохання оцінити ряд конкретних політик корпоративної соціальної відповідальності, які могли б бути важливішими, були виділені ті, які безпосередньо впливають на операційну та фінансову діяльність компанії: трудові відносини (59% респондентів заявили, що цей аспект має вирішальне значення); екологічна стійкість; ланцюжок поставок [70].

Також необхідно відзначити важливість використання принципів корпоративної соціальної відповідальності у формуванні нефінансової звітності, що може стати ефективним інструментом, за допомогою якого корпорації підвищать власну конкурентоспроможність як в окремих галузях, так і в сучасній економіці в цілому. Безліч найбільших міжнародних організацій сьогодні виступають з ініціативами у сфері КСВ і займаються розробкою стандартів щодо складання корпоративних соціальних звітів. Про це говорить нове дослідження *What Investors and Analysts Said*, організоване Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), *The Prince of Wales's Accounting for Sustainability Project (A4S)* і *Radley Yeldar*. Згідно з доповіддю, інвестори й аналітики вважають розкриття інформації в галузі управління та охорони навколишнього середовища важливим фактором при прийнятті рішень щодо інвестиції [70].

Згідно з результатами дослідження, інформація про управління є найбільш значущим типом екстра-фінансової інформації для інвесторів й аналітиків, при цьому 70% респондентів визнали її дуже актуальною, 64% заявили, що інформація про природні ресурси, є досить важливою для аналізу компаній. Інформація про соціальну діяльність оцінюється нижче, хоча 52% респондентів вважають її вельми актуальною.

Відносно низька значимість інформації щодо соціальної (суспільної) діяльності компанії може бути пов'язана з труднощами, які виникають при порівнянні такої інформації. 61% опитаних інвесторів й аналітиків заявили, що інформація про соціальну діяльність є важко порівняною. У той же час, тільки 41% респондентів відзначили те ж саме про екологічну інформацію. З іншого боку, тільки 3% опитаних заявили про труднощі порівняння фінансової інформації [69].

Згідно з дослідженням Австралійської асоціації зі зв'язків з інвесторами (AIRA), інституційні інвестори країни звертають все більше уваги на практики сталого розвитку компаній. Майже три чверті респондентів заявили, що інвестори запросили додаткову інформацію щодо управління компанії, а також впливу її діяльності. Проведений в травні 2012 року, огляд розкриває відносини 200 компаній всіх галузей промисловості головної фондової біржі Австралії (Australian Securities Exchange, ASX) з інвесторами. Відповіді були отримані від 60 включених в перелік організацій в Австралії та Нової Зеландії.

Дослідження AIRA показує, що розкриття інформації про соціальні та екологічні питання стає важливим для інвесторів й аналітиків, які хочуть знати, як компанії та корпорації справляються з глобальними викликами.

Щорічне дослідження Аналітичного агентства SAM, засноване на поглибленому аналізі економічної, екологічної та соціальної діяльності компаній, випустило свій останній Індекс стійкості Доу-Джонса (Dow Jones, DJSI), який є основним показником фінансових результатів діяльності провідних світових компаній, що переслідують цілі сталого розвитку.

Індекс сталого розвитку Доу-Джонса з'явився в 1999 р. і став першим всесвітнім рейтингом, що оцінює стійкість компаній. Індокси видаються компанією SAM Group у співпраці з Dow Jones Indexes. Щорічно в рейтинзі DJSI беруть участь 2,5 тисячі найбільших світових компаній, обрані за їх ринковою капіталізацією з урахуванням вільного резерву. Показники Індeksu служать орієнтирами для інвесторів, що прагнуть забезпечити стійкість своїх

портфелів, а також сприяють створенню ефективних платформ для взаємодії компаній на світовому ринку.

Компанія SAM проаналізувала діяльність приблизно 2500 компаній (58 секторів, 52 країни) і обрала кращих в кожній галузі. У світовий Індекс DJSI 2012/2013 потрапили 340 компаній (з 30 різних країн) з найвищим рейтингом, а в європейський Індекс DJSI – 166 підприємств з 16 країн. Серед нових імен можна відзначити (всього 41): Microsoft, Target, Канадська національна залізниця, Hewlett-Packard Co тощо. Лідерами Індексу сталого розвитку Доу-Джонса за 19 секторами економіки в 2012 році стали (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Індекс сталого розвитку Доу-Джонса [71]

Назва компанії	Назва сектору
Bayerische Motoren Werke AG	Automobiles & Parts
Australia & New Zealand Banking Group Ltd	Banks
UPM-Kymmene OYJ	Basic Resources
Akzo Nobel NV	Chemicals
GS Engineering & Construction Corp	Construction & Materials
Itausa – Investimentos Itau SA	Financial Services
Unilever NV	Food & Beverage
Roche Holding AG	Healthcare
Siemens AG	Industrial Goods & Services
Swiss Re AG	Insurance
Telenet Group Holding NV	Media
Repsol SA	Oil & Gas
Koninklijke Philips Electronics NV	Personal & Household Goods
GPT Group	Real Estate
Lotte Shopping Co Ltd	Retail
Alcatel-Lucent SA	Technology
KT Corp	Telecommunications
Air France-KLM	Travel & Leisure
Iberdrola SA	Utilities

У 2012 зі списку Індексу виключили 41 компанію, в тому числі: Business Machines Corp, GlaxoSmithKline PLC, United Technologies Corp, Mitsubishi Corp, Dell Inc. Регіональні зміни даних Індексу за 2012 р. представлені в табл. 1.10.

Незважаючи на досягнуті результати, корпоративний сталий розвиток ще не став невід'ємною частиною діяльності більшості

компаній світу і не досяг тієї глибини розуміння, яка необхідна для вирішення найгостріших проблем.

Таблиця 1.10

Кількісні зміни корпорацій, які увійшли до списку Індексу Доу-Джонса [71]

Назва Індексу	Додано	Виключено	Всього компаній
Європейський Індекс DJSI	17	23	166
Індекс DJSI Північної Америки	17	16	140
Індекс DJSI Азіатсько-Тихоокеанський регіон	14	15	154
Індекс DJSI Корея	3	3	52

Для того щоб зберегти тонкий баланс між економічним розвитком, соціальною справедливістю та охороною навколишнього середовища, фокус економічної та фінансової інфраструктури глобальної економіки має бути переорієнтований на досягнення завдань сталого розвитку. Бізнес-моделі, фінансова та ринкова інфраструктури мають бути змінені таким чином, щоб забезпечувати ефективнішу інтеграцію зовнішніх екологічних та соціальних аспектів в основну економічну й фінансову діяльність. Соціальні та екологічні витрати також повинні відображатися в цінах і масштабі економічної діяльності, а інформація щодо показників сталого розвитку повинна бути доступна на всіх рівнях економічної діяльності, дозволяючи споживачам, компаніям, інвесторам й урядам робити вибір у бік сталого розвитку.

Відповідальне інвестування можливе лише за умови інтеграції екологічних і соціальних факторів в основні механізми (за допомогою яких інвестори проводять моніторинг та оцінку діяльності компаній), механізми корпоративного управління, зв'язку з інвесторами (стейкхолдерами) і звітність (фінансова та нефінансова). Для цього необхідно на рівні держави і корпорацій:

заохочувати компанії до розкриття максимально повної інформації щодо свого підходу до сталого розвитку та корпоративного управління, а також до поліпшення показників своєї діяльності в цих галузях;

включати повну інформацію у свої інвестиційні рішення за всіма класами активів, включаючи акції, фіксовані прибутки, нерухомість, інфраструктуру інвестиції;

брати участь у діалозі з компаніями з метою забезпечення підвищення показників сталого розвитку, що призводить до очевидних змін в їх політиці та практиці;

заохочувати гравців інвестиційної ланцюжка до вирішення питань сталого розвитку – піклувальників пенсійних фондів, інвестиційних менеджерів, аналітиків сторони, що продає, інвестиційних консультантів і незалежних виконавців досліджень;

підвищувати ступінь прозорості з питань екологічного, соціального та корпоративного управління шляхом публікації звітів з відповідального інвестування та показниками сталого розвитку для своїх клієнтів, бенефіціарів та інших зацікавлених сторін [59].

Дані заходи держави щодо стимулювання сталого розвитку економіки допоможуть корпораціям виявити та вирішити проблеми корпоративного управління, підвищити їх рівень соціальної відповідальності, надати інвесторам розширену та достовірну інформацію щодо своєї фінансової та нефінансової діяльності, що дозволить підвищити інвестиційну привабливість як окремої корпорації, так і економіки країни в цілому.

Література до розділу 1

1. Данілішин Б.М. Україна: проблеми сталого розвитку (Наукова доповідь) [Текст] / Б.М.Данілішин, С.І.Дорогунцов, Е.М.Лібанова, В.Я.Шевчук. – К.: РВПС України НАН України, 1997. – 57 с.

2. Report of the World Commission on Environment and Development [Електронний ресурс] / General Assembly // United Nations. Режим доступу: <http://www.un.org/documents/ga/res/42/ares42-187.htm>

3. Implementation of Agenda 21, the Programme for the Further Implementation of Agenda 21 and the outcomes of the World Summit on Sustainable Development [Електронний ресурс] / General Assembly // United Nations. Режим доступу: <http://www.un-documents.net/ares64-236.pdf>

4. Проект постанови Верховної Ради України «Про Концепцію сталого розвитку України» від 1997р. [Електронний ресурс] / Законодавство // Верховна Рада України. Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=23596&pf35401=66379>

5. Десять принципів [Електронний ресурс] // UN Global Compact's. Режим доступу: http://www.unglobalcompact.org/languages/russian/ten_principles.html

6. Українська мережа Глобального договору ООН [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua>

7. Декларація Міжнародної організації праці основних принципів та прав у світі праці [Текст] // Міжнародна конференція праці на її вісімдесят шостій сесії в Женеві. – К.: АТ «ВІПОЛ», 1999. – 42 с.

8. Керівні Принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств [Електронний ресурс] // Polish information and foreign investment agency. Режим доступу: www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=21381

9. Швець Л.І. Міжнародні норми корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / Л.І. Швець // Сталий розвиток економіки. – 2012 - №4. - С.133

10. Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000 / [Електронний ресурс] // Centre Corporate Social Responsibility. Режим доступу: http://csr-ukraine.org/ISO_26000.html

11. ISO 26000 – Руководство по социальной ответственности / [Электронный ресурс] // Свободная энциклопедия «Википедия». Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/ISO_26000

12. Проект міжнародного стандарту ISO/DIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» [Електронний ресурс] // TMB/WG SR. Режим доступу: [DIS_ISO_ukr.doc](http://www.iso.org/iso/standard/iso_26000.html)

13. Бурасса М. Вклад ИСО в устойчивое развитие [Текст] / М. Бурасса // Стандарты и качество. – 2010. - №6. – С. 52-53.

14. Новий міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000 [Електронний ресурс] // Державне підприємство «Київоблстандартметрологія». Режим доступу: <http://www.bcdst.kiev.ua/index.php/news/1-latest-news/56>

15. Офіційний сайт ISO [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intranet.fucape.br/uploads.pdf>

16. Global Corporate Sustainability Report 2013 Global Corporate Sustainability Report 2013 [Електронний ресурс] // United Nations Global Compact. Режим доступу: http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/global_corporate_sustainability_report.html

17. Key performance indicators [Електронний ресурс] / Corporate knights capital // Global 100. Режим доступу: <http://global100.org/key-performance-indicators/>

18. Осінська О.Б. Теоретичні концепції соціального ринкового господарства [Текст] / О. Б. Осінська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 19.7. – С. 186-192.

19. Наслідки неприйняття національної політики з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для України [Текст]. – К.: Центр «Розвиток КСВ», 2012. – 11 с.

20. Лазоренко О. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності: посібник із КСВ [Текст] / О. Лазоренко, Р. Колишко. - К.: Енергія, 2011 – 296 с.

21. Офіційний сайт Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.csr-review>

22. Истомина Л.В. Роль государства в продвижении корпоративной социальной ответственности. Обзор международного опыта [Электронный ресурс] / Л.В. Истомина, Т.В. Елецких, О.Л. Елова. – Минск: 2009. – 44 с. – Режим доступа: http://un.by/f/file/State_role.pdf

23. Ворона О.В. Соціальна відповідальність як сучасна концепція бізнесу [Текст] / О.В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. - № 29. – с. 410-417

24. Корпоративная социальная ответственность в мире [Електронний ресурс] // Centre Corporate Social Responsibility. Режим доступу: <http://csr-review.net>

25. Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс] / Social dialogue / Employment, Social Affairs & Inclusion // European Commission. Режим доступу: http://ec.europa.eu/employment_social/social/csr/greenpaper.html

26. The Changing Role of Government in Corporate Responsibility. A report for practitioners. Authors: Heloise Buckland,

Laura Albareda, Josep Maria Lozano: ESADE Business School Antonio Tencati, Francesco Perrini: Bocconi University and SDA Bocconi School of Management: Atle Midttun: Norwegian School of Management. 10 April 2006

27. Дейч М.Є. Міжнародний досвід розвитку корпоративної соціальної відповідальності та можливості його адаптації до умов України [Електронний ресурс] / М.Є.Дейч // Національна бібліотека ім.Вернадського. Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/epravo/2011_3/3.pdf

28. 1 листопада вводиться ISO 26000 – керівний стандарт із соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=633%3A1-iso-26000-&catid=41%3A2009-10-16-12-08-07&Itemid=56&lang=uk

29. Puikis A. A Baseline Study on CSR Practices in the New EU member states and candidate countries [Текст] / А. Puikis // UNDP, European Commission (funding), 2007. – 81 р.

30. Стратегія ЄС з корпоративної соціальної відповідальності 2011 – 2014: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:P DF>

31. Засідання РГ "Культурний та соціальний виміри євроінтеграційної стратегії України" [Електронний ресурс] // Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1121/>

32. Робінс Стефан П. Основи менеджменту. Переклад з англ. [Текст] / Стефан П. Робінс, Девід А. Де Ченцо – К.: Основи, 2002.- 670 с.

33. Frans Paul van der Putten A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility, NRG working paper series November 2005 no. 05-09 <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>

34. Мескон М.Х. Основи менеджменту; Пер. з англ. [Текст] / М.Х.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоурі. – М.: «Справа», 1993. - 703с.

35. Elisabet Garriga, Domènec Melé Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories, Journal of Business Ethics 53: 51-71, August 2004. <http://www.iese.edu>

36. Taking the Temperature of CSR Leaders A survey of global CSR leaders by Business for Social Responsibility and the Dutch Ministry of Economic Affairs [Electronic resource] // Reporte Sosial.com. – Electronic text. data. – [S. L], cop.

37. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження (К., 2005) [Електронний ресурс] // Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки. Програма розвитку ООН в Україні. – Електрон. текст. дані. – К., cop. 2007. – Режим доступу: brc.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_src_csr05.pdf. – Назва з екрана.

38. Малік І. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Текст] / Малік І. // Економічний простір. – 2008. – № 13. – С. 112-123.

39. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі. – Житомир.: Вид-во А. Капусти, 2005. – 302 с.

40. *Clarkson M. B. E.* A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance // *Academy of Management Review*. 1995. Vol. 20. N 1. P. 92-117.

41. *Preston L. E.* Research in Corporate Social Performance and Policy / Ed. by L. E. Preston. Vol. 10. Greenwich, CT: JAI Press, 1988.

42. *Berman Sh. L. et al.* Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance // *Academy of Management Journal*. 1999. Vol. 42. N 5. P. 488-506.

43. Сталий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс] / Концепція зацікавлених сторін // Ресурси. Режим доступу: <http://moodle.udec.ntu-kpi.kiev.ua/moodle/mod/resource/view.php?id=4403>

44. Соціальна відповідальність 8000 [Електронний ресурс] / Міжнародний стандарт // Social Accountability International – SAI SA8000: 2001. Режим доступу: www.assistem.kiev.ua/doc/sa_8000-2001_rus.pdf

45. Richard Holme, Phill Watts. CSR: Making Good Business Sense january 2000 [Електронний ресурс] // World Business Council of Sustainable Development. Режим доступу: www.wbcsd.org/web/publications/csr2000.pdf

46. Орлова Н.С.: Механізми розвитку корпорацій в інформаційному суспільстві: Монографія [Текст] / Н.С. Орлова. – Донецьк: ТОВ «Цифрова типографія», 2011. – 370 с.

47. Управление социальными программами компании [Текст]: [практ. руководство / Стратег. ком. «Социал. прогр. Рос. бизнеса»; Коновалова Л. Н. и др.]. – М. : Ассоц. менеджеров, 2003. – 148 с. – (Библиотека современного менеджера) (Серия книг « Социальная программа российского бизнеса»

48. Орлова Н. С. Управління зацікавленими сторонами у корпорації [Текст] / Орлова Н. С. // Менеджмент соціокультурної діяльності: состояние и перспективы : материалы III-й Всеукр. науч.-практ. конф. ЛГИКИ - Луганськ, 2011. – С. 35-36.

49. Незважаючи на відновлення економіки, глобальна конкуренція посилюватиметься [Електронний ресурс] / Прес-релізи / Прес-центр // Ernst & Young. Режим доступу: <http://www.ey.com/UA/uk/Newsroom/News-releases/Press-release---2010-11-09>

50. Смит Н. Корпоративная социальная ответственность – просто большая бизнес-парадигма [Электронный ресурс] / Н.Смит // Csrjournal. Корпоративная социальная ответственность. – Киев, 2009. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/sferu-kso/2025-korporativnaja-socialnaja-otvetstvennost-prosto.html>.

51. Manescu C. Economic implications of corporate social responsibility and responsible investments [Electronic recourse] / C. Manescu. – University of Gothenburg: Department of economics School of business, economics and law University of Gothenburg, 2010. – 159 p. - Accessed mode: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.185.1306&rep=rep1&type=pdf>

52. Glac K. The influence of shareholders on corporate social responsibility [Electronic recourse] / K. Glac. – Center for ethical business cultures: History of corporate responsibility project, 2010. - Working Paper No 2. – 38 p. - Accessed mode: http://www.cebcglobal.org/uploaded_files/Glac_paper_on_Social_Investment_FINAL.pdf

53. Park J. Socially Responsible Investing 3.0: Understanding Finance and Environmental, Social and Governance Issues in Emerging

Markets [Electronic ecourse]/ J. Park, S.Kowal. - The GeorGeTown public policy review, 2011. – 11p. - Accessed mode:

54. Нова стратегія Європейської комісії з корпоративної соціальної відповідальності 2011-2014: швидше, вище, сильніше [Електронний ресурс] / Календар анонсів // Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Режим доступу: http://www.csr-ukraine.org/ctrategiya_evropeyskoi_komisii_.html.

55. High level panel releases recommendations for world's next development agenda [Electronic recourse] // High Level Panel the Post-2015 Development Agenda. Accessed mode: <http://www.post2015hlp.org/featured/high-level-panel-releases-recommendations-for-worlds-next-development-agenda/>.

56. Отчет корпоративного форуму по устойчивому развитию «Рио+20»// [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.csr-review.net/itogoviyiy-dokument-prinyatyiy-v-ramkah-korporativnogo-foruma>

57. Орлова Н. С. Инвестиционная привлекательность корпораций в условиях устойчивого развития экономики [Текст] / Н. С. Орлова // Розвиток економічних методів управління національною економікою та економікою підприємства / Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк, 2012. – Т. XIII, вип. 239. – С. 278 - 288.

58. Конференция Рио+20 [Электронный ресурс] // CSR Review – главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/konferenciya-rio-20.html>

59. Орлова Н. С. Ответственное инвестирование в условиях устойчивого развития глобальной экономики [Текст] / Н.С.Орлова, А.А.Харламова // Економічний часопис – XXI». – Київ: 2014. - №5-(1)

60. Global Risks_Report 2013 [Electronic recourse] // World Economic Forum. Accessed mode: <http://www.weforum.org/reports>

61. Framework for the Future: Understanding and managing corporate citizenship from a business perspective [Electronic recourse] // Boston College Center for Corporate Citizenship. Accessed mode: <http://www.bcccc.net/index.cfm?pageId=2042>

62. Global Initiative for Sustainability Ratings [Electronic recourse] // Ceres: Mobilizing Bussiness Leadership for a Sustaniable World. Accessed mode: <http://www.ceres.org/about-us/the-global-initiative-for-sustainability-ratings>

63. Устойчивые инвестиции: впечатляющий рост рынков Германии, Австрии и Швейцарии [Электронный ресурс] / В мире // CSR Review – главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/mir.html>.

64. Новости в мире [Электронный ресурс] // CSR Review – главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/mir.html>

65. Текущее состояние инвестиционного климата и бизнес-среды в России [Электронный ресурс] / Доклад по вопросам глобальной финансовой стабильности», апрель 2012 года // International monetary fund. Режим доступа: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/gfsr/2012/01/pdf/pressr.pdf>

66. Отчет корпоративного форума по устойчивому развитию «Рио+20» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/itogoviyiy-dokument-prinyatyiy-v-ramkah-korporativnogo-foruma>

67. Global competitiveness report 2012-2013 [Electronic recourse] // World Economic Forum. Accessed mode: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2012-2013/>

68. Annual report of World Bank 2012 [Electronic recourse] // The World Bank. Accessed mode: <http://www.worldbank.org/report 2012/>

69. Социальная ответственность и инвестиционный рынок: сегодня и завтра [Электронный ресурс] // Centre Corporate Social Responsibility. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/category/research>

70. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / Обзор // Centre Corporate Social Responsibility. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/>

71. DJSI 2012 Review results [Електронний ресурс] // Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Режим доступу: <http://www.csr-review.net/wp-content/uploads/2012/09/review-presentation-2012>

72. Корпоративная социальная ответственность в мире [Електронний ресурс] // Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Режим доступу: <http://csr-review.net>

73. Кін Дж. Мас-медіа і демократія [Текст] / Дж. Кін. – К.: «КІС», 1999. – 134 с.

74. Результати дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність через призму ЗМІ» [Електронний ресурс] // Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Режим доступу: http://csr-ukraine.org/krugliy_stil.html

75. Благов Ю.Є. Концепція корпоративної соціальної відповідальності та стратегічне управління [Текст] / Ю.Є. Благов // Російський журнал менеджменту. – 2011. - №3. – С.17-34.

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

2.1. Екологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в Україні

Важлива сфера соціальної відповідальності відноситься до навколишнього середовища. Зовсім недавно багато компаній скидали всі без винятку стічні води, відходи виробництва і сміття в струмки і річки, в повітря і на вільні землі. Проте в даний час діє ряд законів, що регулюють переробку та видалення відходів. Існує багато прикладів того, як компанії самі підвищили рівень своєї соціальної відповідальності в питаннях викиду забруднюючих речовин, а також в інших питаннях охорони навколишнього середовища.

Проте ще багато чого в даній сфері належить зробити. Багатьом компаніям необхідно розробити методи виробництва, здійсненні з економічної точки зору і виключають забруднення навколишнього середовища через випадання кислотних дощів, глобального потепління і руйнування озонового шару. Крім того, багато компаній потребують впровадження альтернативних методів очищення стічних вод, обробки та захоронення небезпечних відходів, а також переробки звичайних відходів [1].

Відповідальне ставлення до використання природних ресурсів – одна з ключових складових корпоративної соціальної відповідальності і важливий фактор стійкого розвитку компанії. Основні принципи компанії в цій області визначені політикою в галузі охорони навколишнього середовища компаній. Основні цілі компанії в області охорони навколишнього середовища:

- попереджати забруднення навколишнього середовища, брати участь у вирішенні проблеми зниження викидів парникових газів;
- економно і раціонально використовувати енергію та природні ресурси;
- ефективно управляти утворюються відходами.

Компанії прагнуть строго дотримуватися всіх вимог законодавства у сфері охорони навколишнього середовища, послідовно розробляють та впроваджують ефективні системи екологічного менеджменту, орієнтуючись на кращий світовий досвід. Екологічна відповідальність підприємства має важливе значення для іміджу підприємства відображає, вона полягає у рівні забруднення довкілля, мінімізації і утилізації відходів, раціональному використанні землі.

У сучасних умовах жодна з країн світу не здатна самотійно вирішувати свої екологічні проблеми, усі вони потребують чітких та злагоджених рішень та координації на міжнародно-правовій основі. Вирішення цих проблем можливе лише за умов міжнародного співробітництва, що здійснюється на багатосторонній основі. Формами такого співробітництва є організація наукових та практичних зустрічей; створення міжнародних організацій; укладання офіційних договорів та угод, що координують спільні зусилля з охорони природи, а також діяльність міжнародних громадських партій та організацій.

У світі існує велика кількість міжнародних екологічних організацій, що досліджують вплив діяльності людини на клімат, атмосферу, гідросферу, ґрунти, рослинність і тваринний світ, передбачення землетрусів і цунамі, роботи в галузі біологічних та генетичних наслідків забруднення навколишнього середовища [2].

ЮНЕП – Програма ООН по навколишньому середовищу (англ. UNEP, United Nations Environment Programme) міжурядова програма, створена з ініціативи Стокгольмської конференції ООН по навколишньому середовищу (1972) і рішенням Генеральної Асамблеї ООН (1973) [3].

Всесвітня метеорологічна організація (ВМО, англ. World Meteorological Organization, WMO) – спеціалізована міжурядова установа Організації Об'єднаних Націй у галузі метеорології. Засновано у 1950 році. Є компонентним органом ООН з питань спостереження за станом атмосфери Землі та її взаємодії із океанами [3].

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури, скорочено ЮНЕСКО (англ. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO) – міжнародна організація, спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй, яка при співпраці своїх членів-держав у галузі освіти, науки, культури сприяє ліквідації неписьменності, підготовці національних кадрів, розвитку національної культури, охороні пам'яток культури тощо [3].

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) (англ. World Health Organization (WHO)) – спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй. До складу ВООЗ входить 194 країни [3].

Європейська економічна комісія Організації Об'єднаних Націй (ЄЕК ООН) – одна з 5 регіональних комісій ООН, що входить в систему допоміжних органів Економічної і соціальної ради ООН [3].

Міжнародна морська організація (англ. International Maritime Organization, IMO) – міжнародна міжурядова організація, є спеціалізованою установою ООН, служить апаратом для співпраці та обміну інформацією з технічних питань, пов'язаних з міжнародним торговельним судноплавством [3].

Міжнародна агенція з атомної енергії або МАГАТЕ (англ. International Atomic Energy Agency) є провідним світовим міжнародним урядовим форумом науково-технічної співпраці в області мирного використання ядерної технології [3].

Римський клуб – міжнародна неприбуткова неурядова організація, що об'єднує науковців, економістів, бізнесменів, чільних службовців міжнародних організацій, колишніх голів держав та урядів з усіх п'яти континентів, які переймаються актуальними проблемами людства – політичними, економічними, соціальними, екологічними, технологічними і культурними, та їх аналізом і прогнозуванням в контексті «світової проблематики» («world problematique») [3].

Greenpeace – міжнародна природоохоронна організація, заснована 1971 року в Канаді. Основне завдання організації – сприяти екологічному відродженню та привертати увагу людей та влади до збереження природи.

Всесвітній фонд дикої природи (англ. World Wide Fund for Nature) – міжнародна неурядова організація, що займається збереженням природи, дослідженнями та відновленням природного середовища [3].

Міжнародна організація з питань зміни клімату – група, створена спільно у 1988 році Світовою метеорологічною організацією і Програмою з проблем навколишнього середовища Організації Об'єднаних Націй, для оцінки наукової інформації, що стосується зміни клімату і формулювання реальних стратегій реагування на ці зміни [3].

Міжнародна рада з дослідження моря – міжурядова наукова організація, створена в 1902 р. в Копенгагені (Данія) з метою організації та проведення скоординованих рибогосподарських та океанографічних досліджень в Атлантичному океані і прилеглих морях (в першу чергу в Північній Атлантиці) і вироблення пропозицій з їх раціонального використання [4].

Міжнародний союз охорони природи (МСОП; англійською – International Union for Conservation of Nature, IUCN) – міжнародна організація, метою якої є збереження природних ресурсів [3].

Найважливішим інструментом проведення глобальної екологічної політики є міжнародні природоохоронні конвенції, договори, угоди, резолюції, конференції з проблем охорони навколишнього природного середовища та раціонального природокористування.

Зараз налічується близько 500 міжнародних угод з різних аспектів охорони навколишнього середовища. Серед них багатосторонні; регіональні; такі, що регулюють загальні питання захисту навколишнього середовища або окремих об'єктів Світового океану, атмосфери Землі, навколосемного космічного простору і т.д.

Центральне місце серед джерел міжнародно-правової охорони навколишнього природного середовища займають резолюції Генеральної Асамблеї ООН і Всесвітня хартія природи, які відіграють ключову роль у реалізації принципів і положень міжнародно-правового екологічного співробітництва. Об'єктами конвенцій стали

практично всі види природних ресурсів і найбільш небезпечні види людської діяльності [5].

Останніми було прийнято Стокгольмську конвенцію про стійкі органічні забруднювачі (2001 р.), Йоханнесбурзьку декларацію про стійкому розвитку (2002 р.) та Міжнародну угоду про тропічну деревину (2006 р.) [6]

У 2000 році на Саміті Тисячоліття ООН 189 держав світу, у тому числі й Україна, затвердили Декларацію Тисячоліття ООН, яка започаткувала прогрес досягнення світовою спільною визначених до 2015 року результатів у тих сферах, де нерівномірність глобального людського розвитку виявилася найгострішою. Декларація Тисячоліття ООН є зобов'язанням досягти восьми Цілей Розвитку Тисячоліття (ЦРТ) ООН до 2015 року.

Сформована на глобальному рівні система ЦРТ містить 8 цілей, 21 завдання розвитку та 60 індикаторів для кількісної оцінки прогресу. Цілі Розвитку Тисячоліття є орієнтирами розвитку на довгострокову перспективу, узагальнені і кількісно вимірювані. Серед них – Ціль 7: Забезпечення сталого екологічного розвитку.

У 2010 році Саміт ООН, присвячений прогресу досягнення Цілей Розвитку Тисячоліття (Пленарне засідання Генеральної Асамблеї ООН найвищого рівня), об'єднав разом світових лідерів для оцінки досягнутого прогресу, визначення проблем та перешкод на шляху розвитку і підтвердження готовності здійснити конкретні заходи для досягнення ЦРТ. На Саміті було затверджено підсумковий документ «Виконуючи обіцянки: об'єднання зусиль для досягнення ЦРТ» та проголошено низку ініціатив, спрямованих на боротьбу з бідністю, голодом і хворобами. За результатами Саміту ПРООН було розроблено рамкові умови для прискорення прогресу на шляху досягнення цілей.

На глобальному рівні здійснюється щорічна моніторингова оцінка стану досягнення ЦРТ. Так, у щорічній доповіді з ЦРТ 2012 року, представлений Генеральним Секретарем ООН Бан Кі Муном 2 липня 2012 року, зазначається, що три завдання ЦРТ досягнуто достроково (зменшено масштаби бідності, покращено умови життя жителів нетрів та збільшено частку людей, які мають доступ до

якісної питної води). За попередніми оцінками, кількість людей у світі, які живуть на суму менш ніж 1,25 дол. США на добу, у 2010 році зменшилась вдвічі порівняно з 1990 роком. Частка людей, що має доступ до якісної питної води збільшилась з 76 відсотків у 1990 році до 89 відсотків у 2010 році, тобто понад два мільярда людей покращили умови життя. У світі частка міського населення, що живе у нетрях, скоротилася з 39 відсотків у 2000 році до 33 відсотків у 2012 році. Наприкінці 2010 року у регіонах, що розвиваються, понад 6,5 млн. людей отримували антиретровірусну терапію від ВІЛ/СНІДу.

Цілі розвитку тисячоліття для України – це 7 цілей, 15 завдань та 33 показники для вимірювання прогресу (систему глобальних ЦРТ адаптовано для України з урахуванням особливостей національного розвитку):

Ціль 1. Подолання бідності;

Ціль 2. Забезпечення доступу до якісної освіти впродовж життя;

Ціль 3. Забезпечення гендерної рівності;

Ціль 4. Зменшення дитячої смертності;

Ціль 5. Поліпшення здоров'я матерів та зменшення дитячої смертності;

Ціль 6. Обмеження поширення ВІЛ-інфекції/СНІДу та туберкульозу і започаткування тенденції до скорочення їх масштабів;

Ціль 7. Забезпечення сталого розвитку довкілля [7].

Завданнями, поставленими для виконання останньої цілі є:

Завдання 7.А: Збільшити до 2015 року частку населення, що має доступ до централізованого водопостачання, зокрема до 90% міського населення та до 30% сільського населення.

7.1. Частка населення міських поселень, що має доступ до централізованого водопостачання, % від загальної кількості міського населення.

7.2. Частка сільського населення, що має доступ до централізованого водопостачання, % від загальної кількості сільського населення.

Завдання 7.В: Стабілізувати до 2020 року викиди парникових газів на рівні нижчому на 20% за рівень 1990 року.

7.3. Обсяг шкідливих викидів в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення, млн. т. на рік.

7.4. Обсяг шкідливих викидів в атмосферу від пересувних джерел забруднення, млн. т. на рік.

Завдання 7.C: Стабілізувати до 2015 року забруднення водних об'єктів. Стабілізувати на рівні 8500 млн.т./рік обсяг скидів стічних вод у поверхневі водні об'єкти, млн. куб. м./рік.

7.5. Обсяг скидів зворотних вод, млн. куб. м. на рік

Завдання 7.D: Збільшити до 2015 року лісистість території України до 16,1% та площу природоохоронних територій. Розширити мережу заповідників, біосферних заповідників та національних природних парків до 3,5% від загальної площі території України і до 9,0% – загальну площу територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

7.6. Лісистість територій, відношення земель вкритих лісовою рослинністю, % до загальної площі території України.

7.7. Частка площі заповідників, біосферних заповідників, національних природних парків, % до загальної площі території України.

7.8. Частка площі територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, % до загальної площі території України.

В Україні вдалося досягнути певного прогресу в напрямі зменшення бідності за абсолютним виміром, забезпечення доступу до початкової та середньої освіти, поліпшення здоров'я матерів та зменшення дитячої смертності. Незважаючи на досягнутий прогрес бідність залишається гострою проблемою, яка турбує суспільство; якість освіти викликає незадоволення у суспільстві; відсутні суттєві зрушення у скороченні гендерної нерівності, залишається значним розрив у доходах жінок і чоловіків. Найбільшу тривогу викликають темпи розповсюдження ВІЛ-інфекції /СНІДу та туберкульозу та проблеми у сфері екології.

Аналіз загального стану виконання завдань ЦРТ в Україні свідчить, що необхідним є прискорення прогресу за окремими завданнями розвитку.

Завдання 7.В: Стабілізувати до 2020 року викиди парникових газів на рівні нижчому на 20% за рівень 1990 року.

Індикатор 7.3.: Обсяг шкідливих викидів в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення, млн. т. на рік.

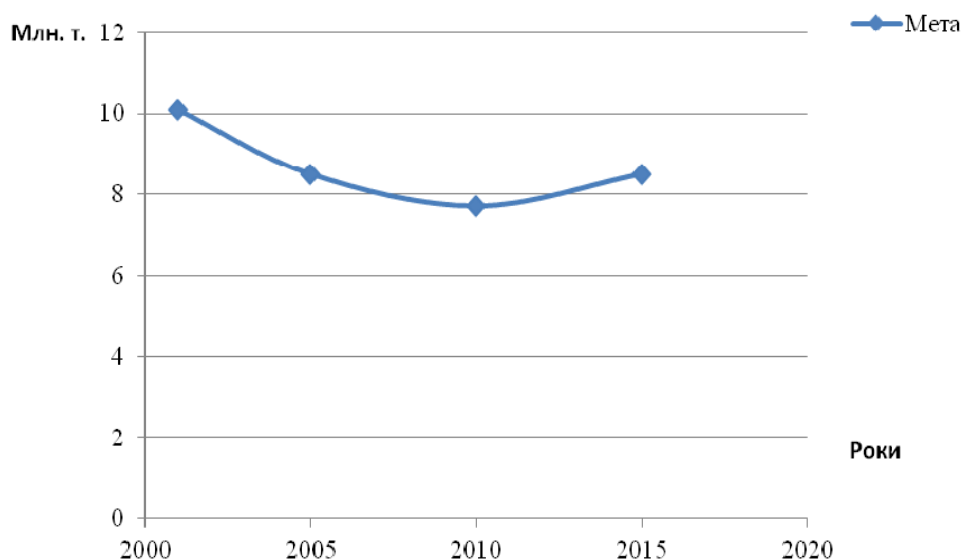


Рис.2.1. Обсяг шкідливих викидів в атмосферу від стаціонарних джерел забруднення, млн. т. на рік [8]

Індикатор 7.4. Обсяг шкідливих викидів в атмосферу від пересувних джерел забруднення, млн. т. на рік.

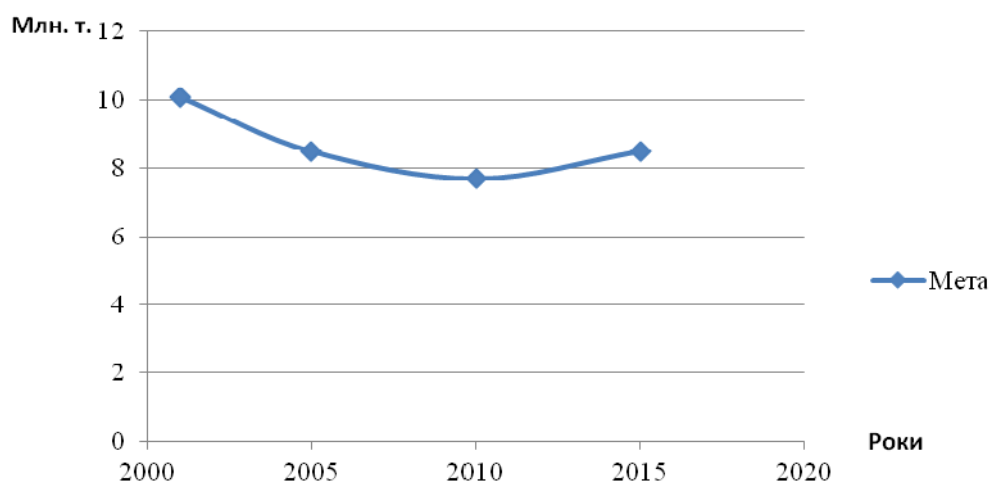


Рис. 2.2. Обсяг шкідливих викидів в атмосферу від пересувних джерел забруднення, млн. т. на рік [8]

Завдання 7.С: Стабілізувати до 2015 року забруднення водних об'єктів. Стабілізувати на рівні 8500 млн.т./рік обсяг скидів стічних вод у поверхневі водні об'єкти, млн. куб. м./рік.

Індикатор 7.5: Обсяг скидів зворотних вод, млн. куб. м. на рік [8].

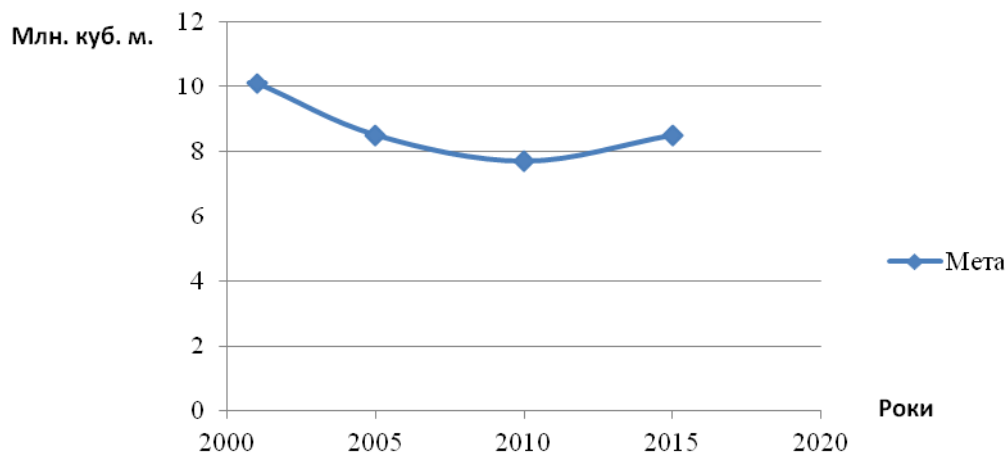


Рис. 2.3. Обсяг скидів зворотних вод, млн. куб. м. на рік [7]

Конференція ООН з навколишнього середовища і розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.) прийняла багато документів, головними з яких є наступні:

- Декларація з навколишнього природного середовища і розвитку;
- Порядок денний на XXI століття;
- Заява про принципи відносно лісів;
- Рамкова Конвенція про зміну клімату;
- Конвенція про біологічне різноманіття.

Декларація Ріо з навколишнього природного середовища та розвитку містить 27 Принципів (ДОДАТОК Б) Перший Принцип визначає пріоритетне місце людини – «Гурбота про людей займає центральне місце в зусиллях щодо забезпечення сталого розвитку. Вони мають право на здорове і плідне життя в гармонії з природою» [5]. Концепція розвитку викладена в Принципах 3, 4 та 25 – Мир, розвиток та охорона навколишнього середовища – взаємозалежні та невід'ємні. Право на розвиток повинно реалізовуватися з урахуванням того, що це буде відповідати потребам розвитку та природоохоронним заходам наступних поколінь. Для того, щоб

досягти постійного та безпечного розвитку, природоохоронні заходи мають займати своє місце у процесі розвитку і не можуть розглядатися окремо від нього. Дев'ять Принципів присвячено екологічній політиці держави. Зокрема, вказано, що держави мають суверенне право на проведення своєї особистої природоохоронної політики та політики розвитку і гарантують, що їх дії не зашкодять навколишньому середовищу інших держав чи районів, що знаходяться за межами дії їх національних законів. Спеціальної пріоритетності потребують країни, що розвиваються, особливо найменш розвинуті і тому найбільш екологічно вразливі. Держави мають співпрацювати в пошуках прийнятних наукових рішень і сприяти розробкам, розповсюдженню і передачі технологій. Органи державної влади повинні добиватися проголошення інтернаціоналізації природоохоронних коштів та використання економічних важелів, беручи до уваги, що забруднювач у принципі відшкодовує витрати на усунення забруднювання. Держави вводять в дію ефективно природоохоронне законодавство. Принцип 21 адресовано молоді: «Творчість, ідеали та сміливість молоді світу повинні бути мобілізовані для встановлення глобального партнерства, щоб досягти постійного розвитку та забезпечити краще майбутнє для всіх» [9].

Порядок денний на ХХІ століття – це програма того, як зробити розвиток надійним із соціальної, економічної і екологічної точок зору. Світ зустрівся з проблемами жебрацтва, голоду, хвороб, неграмотності і продовженої деградації екологічних систем, від яких залежить добробут людства. Єдиний засіб забезпечити більш безпечне майбутнє – це вирішення проблем навколишнього середовища та економічного розвитку в комплексі й узгодженим шляхом. В Порядку денному розглядаються як поточні проблеми, так і питання підготовки до вирішення майбутніх проблем. Забезпечення сталого розвитку є, в першу чергу, обов'язком уряду, і воно вимагає розробки національних програм, планів і політики. Зусилля держав повинні координуватися через міжнародні організації, такі як ООН. Слід заохочувати широку участь громадськості, а також активну участь недержавних організацій і інших груп.

Заяви про принципи відносно лісів – це перша глобальна угода, яка враховує як потребу в захисті лісів – складової природного довкілля і культурного середовища, так і необхідність використання дерев і інших форм лісового життя для цілей економічного розвитку. Заява містить 15 принципів, зокрема наступних:

всі держави повинні взяти участь в «озелененні світу» шляхом посадки і збереження лісів;

ліси слід використовувати таким чином, щоб задовольнити соціальні, економічні, екологічні, культурні і духовні потреби сучасного і майбутнього поколінь;

посаджені ліси є екологічно припустимим джерелом енергії і промислової сировини;

національні програми повинні захистити унікальні ліси, включаючи старі ліси, а також ліси, що мають культурну, духовну, історичну чи релігійну цінність;

державам необхідні плани раціонального ведення лісового господарства, які ґрунтуються на безпечних для оточуючого середовища рекомендаціях. Сюди входить і екологічно безпечне управління територіями, які оточують ліси.

Рамкова Конвенція про зміну клімату нагадує, що згідно з Уставом ООН держави мають право використовувати свої ресурси, але вони несуть відповідальність за те, щоб їхня діяльність не спричиняла шкоди природному середовищу за межами кордонів держави. Оскільки найбільша доля викидів парникових газів у минулому і нині приходить на розвинені країни, вони повинні очолити боротьбу із зміною клімату і його негативними наслідками. Вони повинні проводити таку політику і вживати таких заходів, які б обмежували викиди парникових газів, а також покращували б стан лісів і океанів, які поглинають і накопичують парникові гази. Поставлена перед цими державами мета передбачає зменшення викидів двооксиду вуглецю і інших парникових газів до рівня 1990 року. Всі держави повинні надавати інформацію про обсяги викидів парникових газів, сприяти раціональному використанню таких поглиначів парникових газів, як рослини, ліси й океани,

співпрацювати в плануванні заходів по зменшенню впливу зміни клімату тощо.

Конвенція про біологічне різноманіття має за мету збереження і надійну еволюцію систем життєзабезпечення біосфери. Різноманіття живих організмів являє собою велику цінність з екологічних, генетичних, соціальних, економічних, наукових, освітянських, культурних, рекреаційних і естетичних причин. Біологічне різноманіття зменшується внаслідок певних видів людської діяльності, і дуже важливо передбачити, попередити і усунути причини цього зменшення. Держави мають право користуватися своїми біологічними ресурсами, але вони також несуть відповідальність за збереження їх різноманіття. Тому державам рекомендується розробити національні стратегії, плани чи програми збереження і раціонального використання біологічного різноманіття. Ввести збереження і раціональне використання біорізноманіття як елементу планування і політики. Прийняти закони для захисту видів, яким загрожує вимирання, створити системи заповідників для збереження біорізноманіття і сприяти екологічно безпечному розвитку навколишніх територій. Впровадити засоби контролю за ризиком, пов'язаним з появою організмів внаслідок використання біотехнологій. Використовувати засоби масової інформації і освітянські програми для того, щоб допомогти громадськості зрозуміти важливість біологічного різноманіття і необхідність прийняття заходів по його збереженню.

Запобігати появі сторонніх біологічних видів, котрі погрожують екосистемам, поселенням чи біологічним видам; контролювати чи знищувати їх [10].

Рішення про розробку стандартів ISO 14000 було результатом Уругвайського раунду переговорів зі Всесвітньої торгової угоди та зустрічі на вищому рівні з проблем навколишнього середовища й розвитку в Ріо-де-Жанейро в 1992 р. Стандарти ISO 14000 розробляються Технічним комітетом 207 (ТС 207) Міжнародної Організації Стандартизації (ISO) з урахуванням вже зарекомендованих міжнародних стандартів із систем менеджменту якості продукції (ISO 9000).

Система стандартів ISO 14000 орієнтована не на кількісні параметри (обсяг викидів, концентрації речовин тощо) і не на технології (вимога використовувати або не використовувати певні технології, вимога використовувати «найкращу доступну технологію»). Основним предметом ISO 14000 є система екологічного менеджменту. Типові положення цих стандартів полягають у тому, що в організації повинні виконуватися визначені процедури, повинні бути підготовлені певні документи, призначені відповідальні за визначені сфери екологічно значимої діяльності.

Стандарти серії ISO 14000 не містять ніяких «абсолютних» вимог до впливу організації на навколишнє середовище, за винятком того, що організація в спеціальному документі (екологічній політиці) повинна оголосити про своє прагнення відповідати національному природоохоронному законодавству і національним стандартам.

Таблиця 2.1

Перелік міжнародних стандартів серії ISO 14000 [11]

Принципи створення й використання систем екологічного менеджменту	
ISO 14001	Система екологічного менеджменту (EMS) – Специфікації та посібник з використання
ISO 14004	EMS – Загальний посібник з принципів, систем і методів
ISO 14014	Посібник з визначення «початкового рівня» екологічної ефективності підприємства
Інструменти екологічного контролю і оцінки	
ISO 14010	Посібник з екологічного аудиту – Загальні принципи
ISO 14011/1	Посібник з екологічного аудиту – Процедури аудиту. Аудит систем екологічного менеджменту
ISO 14012	Посібник з екологічного аудиту – Критерії кваліфікації екологічних аудиторів
ISO 14031	Посібник з оцінки екологічних показників діяльності організації
Стандарти, зорієнтовані на продукцію	
ISO 14020 (серія)	Принципи екологічного етикетування продукції
ISO 14040 (серія)	Методологія «оцінки життєвого циклу» – оцінки екологічного впливу, пов'язаного з продукцією, на всіх стадіях її життєвого циклу
ISO 14050	Екологічний менеджмент. Глосарій (словник)
ISO 14060	Посібник з обліку екологічних аспектів у стандартах на продукцію

Такий характер стандартів обумовлений, з одного боку, тим, що ISO 14000 як міжнародні стандарти не повинні втручатися у сферу дій національних нормативів. З іншого боку, попередником ISO є «організаційні» підходи до якості продукції (наприклад, концепція «загального управління якістю»), згідно з якими, ключем до досягнення якості є побудова належної організаційної структури і розподіл відповідальності за якість продукції і послуг [2].

Документи, що входять до серії ISO 14000, можна умовно поділити на три групи:

принципи створення й використання систем екологічного менеджменту;

інструменти екологічного контролю і оцінки;

стандарти, зорієнтовані на продукцію.

За названими групами розроблені та впроваджуються відповідні документи.

Система стандартів має забезпечувати зменшення несприятливих дій на довколишнє середовище на трьох рівнях:

організаційному – через поліпшення екологічної «поведінки» корпорацій;

національному – через створення суттєвого доповнення до національної нормативної бази й компоненти державної екологічної політики;

міжнародному – через поліпшення умов міжнародної торгівлі. У міжнародних стандартах серії ISO 14000 екологічний аспект визначено як елемент діяльності підприємства, його продукції та послуг, який взаємодіє чи може взаємодіяти з навколишнім середовищем. Для впровадження та аудиту систем екологічного менеджменту (СЕМ) використовуються такі стандарти:

ISO 14001 – специфікація та поради з використання СЕМ;

ISO 14004 – основні характеристики принципів, систем і додаткових методик із СЕМ;

ISO 14010 – загальні вказівки з екологічного аудиту – загальні принципи;

ISO 14011 – загальні вказівки з екологічного аудиту – процедури аудиту, аудит систем екологічного управління;

ISO 14012 – загальні вказівки з екологічного аудиту – кваліфікаційні критерії для екологічних аудиторів.

Таблиця 2.2

Сертифікація за стандартом ISO 14001

	Число виданих сертифікатів	Приріст за рік	Кількість країн, в яких розміщені сертифіковані компанії
2010 стандарт ISO 14001:2004	250 972	27 823	155
2009 стандарт ISO 14001:2004	223 149	34 334	159
2008 стандарт ISO 14001:2004	188 815	34 243	155
2007 стандарт ISO 14001:2004	154 572	26 361	148
2006 стандарт ISO 14001:2004	128 211	17 049	140
2005 стандарт ISO 14001:1996 и стандарт ISO 14001:2004	111 162	21 225	138
2004 стандарт ISO 14001:1996 и стандарт ISO 14001:2004	89 937	24 941	127
2003 стандарт ISO 14001:1996	64 996	15 556	113
2002 стандарт ISO 14001:1996	49 440	12 976	116
2001 стандарт ISO 14001:1996	36 464	13 567	112

Окрім стандартів, у економічно розвинутих країнах використовують також ринкові інструменти екологічного менеджменту, серед яких:

податкові інструменти (пільгові чи дискримінативні): податки на продукцію, види діяльності, джерела забруднення, вміст шкідливого компонента;

інструменти системи кредитування (пільгові чи податкові);

субсидії (прямі й непрямі) на державні екологічні проекти, на екологічні цілі населенню, дотації на екологічно досконалу продукцію;

екологічні платежі за викиди шкідливих речовин в атмосферу, водні джерела, фунт;

цінові інструменти;

сплата за досягнення певних екологічних результатів тощо [11].

Сертифікація за стандартом ISO 14001 (системи екологічного менеджменту) в світі за даними подана в таблицях 2.2-2.4 (на основі [12]).

У впровадженні стандартів ISO 14000 світовими лідерами є такі індустріально розвинуті країни, як Японія, Німеччина, Великобританія, Швеція.

В Україні міжнародні стандарти ISO серії 14000 були прийняті як національні в 1997 році. Однак їхнє впровадження здійснюється досить повільними темпами. Станом на 1 січня 2006 року в національній системі сертифікації УкрСЕПРО зареєстровані лише 23 підприємства, що впровадили й сертифікували системи управління навколишнім середовищем.

Таблиця 2.3

Країни з найбільшою кількістю сертифікованих компаній по ISO 14001

Країна	Станом на 31.12.2009	Станом на 31.12.2010	Приріст
Китай	55 316	69 784	14 468
Японія	39 556	35 016	- 4 540
Іспанія	16 527	18 347	1 820
Італія	14 542	17 064	2 522
Великобританія	10 912	14 346	3 434
Республіка Корея	7 843	9 681	1 838
Румунія	6 863	7 418	555
Чеська республіка	4 684	6 629	1 945
Німеччина	5 865	6 001	136
Швеція		4 622	

Екологічна сертифікація може проводитися в обов'язковій і добровільній сферах.

Обов'язковій сертифікації в національній системі УкрСЕПРО підлягають об'єкти, що відповідно до чинного законодавства повинні відповідати вимогам з охорони навколишнього середовища, забезпеченню екологічної безпеки і збереженню біологічного розмаїття.

Таблиця 2.4

Перші 10 місць по найбільшому приросту сертифікатів у 2010 році

Країна	Приріст сертифікатів
Китай	14 468
Великобританія	3 434
Італія	2 522
Чеська республіка	1 945
Республіка Корея	1 838
Іспанія	1 820
Бразилія	1 488
Румунія	555
Корейська Народна Демократична Республіка	468
Колумбія	466

Добровільній сертифікації можуть бути піддані інші об'єкти з урахуванням сформованої міжнародної практики згідно зі ст. 17, 18 і 19 Закону України «Про стандартизацію і сертифікацію».

Об'єктами обов'язкової екологічної сертифікації є:

системи управління охороною навколишнього середовища, регламентовані міжнародними стандартами, що розроблюються в технічному комітеті ISO/TC207 «Управління охороною навколишнього середовища», у якому Україна бере участь;

продукція, шкідлива для навколишнього середовища, включаючи озоноруйнівні речовини й продукція, що їх містить, передбачувані до ввозу в Україну і вивозу з України, а також товари, увезені на митну територію України;

екологічно шкідливі технології, включаючи ті, що ввезені на митну територію України і використовуються на промислових і дослідно-експериментальних об'єктах підприємств і організацій оборонних галузей промисловості;

відходи виробництва і споживання, включаючи небезпечні й інші відходи, які є об'єктом транскордонного перевезення, і діяльність у сфері поводження з відходами;

види тварин і рослин, їхні частини або деривати, що підпадають під дію Конвенції про міжнародну торгівлю видами дикої фауни і флори, які знаходяться під загрозою зникнення, здобуті у відкритому морі суднами під прапорами України.

При позитивних результатах перевірки органи із сертифікації видають заявникам екологічні сертифікати встановленого зразка і дозвіл на право маркування об'єктів сертифікації екологічним знаком відповідності [3].

Найбільш значущу роль в нинішній політиці Європи грає Європейська екологічна комісія (ЄЕК) ООН, коло завдань якої на сьогоднішній день досить широкі включає:

розробку і здійснення загальноєвропейських програм із захисту навколишнього середовища та екологічної безпеки;

підготовку законопроектів;

регулярний моніторинг навколишнього середовища;

стратегічну екологічну оцінку стану навколишнього середовища.

ЄЕК ООН допомагає уважно стежити за тим, чи не шкодять навколишньому середовищу екологічна політика, плани, прийняті програми або закони. Цей інструмент сприяє тому, щоб при прийнятті рішень на найвищому рівні екологічного фактору приділялася таке ж значення, як і соціальному або економічному. Крім того, ЄЕК ООН є автором численних загальноєвропейських хартій та екологічних програм [13].

У ході розвитку націй і прогресу суспільство стало розглядати навколишнє середовище як невичерпне джерело сировини і зручне місце для скидання відходів. Все ж деякі галузі промисловості з моменту розробки першого хімічного виробництва вже намагалися запобігти забрудненню навколишнього середовища. Спочатку виробництво було направлено більше на підвищення ефективності та потужності через скорочення відходів, ніж на цільове запобігання потрапляння відходів у навколишнє середовище. Однак кінцевий

результат і тієї й іншої діяльності один і той же – в навколишнє середовище потрапляє менше відходів. Процес запобігання забруднення навколишнього середовища став виділятися в середині 1970-х у відповідь на збільшення і ускладнення екологічних вимог. Тоді було створено Агенство з охорони навколишнього середовища (ЕРА). Першою спробою, спрямованою на зменшення забруднення навколишнього середовища, було, головним чином, встановлення обладнання «end-of-pipe», яке здійснює контроль над фактичними викидами відходів, і дорогого додаткового обладнання. Усунення джерела проблеми забруднення не було пріоритетом. Коли це сталося, причина, в основному, полягала у прагненні отримати прибуток або підвищити ефективність, а не в намірі захистити довкілля. Тільки недавно бізнесмени звернули увагу на мінливу обстановку і прийняли більш конкретну точку зору на цю проблему. Однак підходи бізнесменів до питання про запобігання забруднення навколишнього середовища можуть значно відрізнятись.

У свій час основною метою став не контроль за забрудненням, а запобігання забруднення. В умовах реального запобігання забруднення навколишнього середовища відповідні програми, також як і особливі технології повинні перевірятися. Для досягнення позитивних результатів однаково важливі як великомасштабні програми щодо запобігання забруднення навколишнього середовища, так і індивідуальні технології. У той час як розвиток технологій є необхідною умовою, неможливо буде повністю виконати поставлені завдання в оздоровленні екологічної ситуації, якщо організаційні структури не підтримають і не реалізують ці технології. Проблема полягає в тому, що необхідно домогтися загальної участі в процесі запобігання забруднення навколишнього середовища. Деякі компанії вже повністю освоїли цей процес і організують його виконання на всіх рівнях за допомогою добре налагоджених всеосяжних програм. У США можна виділити три широко відомі подібні програми: програму компанії 3M Pollution Prevention Pays (3P), Chevron's Save Money and Reduce Toxics (SMART) і Dow Chemical's Waste Reduction Always Pays (WRAP) [14].

Мета подібних програм полягає в максимально можливому, з технологічної точки зору, скороченні відходів. Однак технічно не завжди можна покладатися виключно на скорочення. Утилізація та переробка відходів також мають стати частиною програми по запобіганню забруднення навколишнього середовища, і вищевказані програми – приклад тому. Коли від кожного службовця потрібно не тільки домагатися ефективності виробництва, але і знаходити шляхи продуктивного використання кожного побічного продукту або залишкових матеріалів, запобіганню забруднення навколишнього середовища стає частиною загальної культури.

Виявлено, що у всіх успішних програмах по запобіганню забруднення навколишнього середовища були присутні такі елементи:

- дотримка з боку вищого керівництва;
- залучення всіх співробітників;
- визнання досягнень;
- вільний вибір кращого методу для досягнення спільних цілей;
- обмін інформацією між структурами;
- оцінка результатів;
- утилізація та переробка відходів.

Крім того, було виявлено, що кожне з підприємств перейшло від розгляду питань забруднення в процесі виробництва до їх розгляду на етапі планування. Питання забруднення навколишнього середовища придбали загальну цінність. Для програми повного оперативного запобіганню забруднення навколишнього середовища необхідна підтримка з боку вищого керівництва. Представники керівництва, як на рівні корпорацій, так і на рівні підприємств повинні попереджати всіх службовців про те, що запобіганню забруднення навколишнього середовища є складовою частиною їхньої роботи. Цей процес повинен починатися від головного адміністратора (СЕО), оскільки він задає тон для всієї діяльності. Публічні виступи перед співробітниками компанії, в цьому сенсі, можуть виявитися дуже ефективними. Друга причина успіху – це залучення співробітників. Технічний і виробничий персонал більше інших залучені в розробку нових процесів і продукції. Але співробітники на будь-якому місці

можуть бути також притягнуті і до скорочення витрат за допомогою переробки, використання та утилізації в рамках відповідної програми. Вони знають область своєї діяльності значно краще експертів з навколишнього середовища. Для того щоб задіяти співробітників, компанія повинна навчати їх, розповідати про ті проблеми, з якими вона стикається. Наприклад, підвищення обізнаності співробітників може сприяти випуск статей з питань екології в корпоративних інформаційних виданнях.

Визнання досягнень і заслуг може здійснюватися різними способами. Так, наприклад, головний адміністратор (СЕО) компанії ЗМ присуджує особливі нагороди від керівництва не тільки тим співробітникам, які вносять вклад у досягнення цілей компанії, але також і тим, хто сприяє виконанню екологічних завдань. Крім того, досягнення у галузі охорони навколишнього середовища щорічно розглядаються в оглядах. На рис.2.4. зображено екологічні програми, що діють або знаходяться на стадії прийняття в Україні.

Оцінка результатів також надзвичайно важлива, оскільки є рушійною силою в діяльності співробітника. Деякі програми на рівні підприємств і корпорацій вимірюють всі відходи, тоді як інші перевіряють облік відпустки токсичних речовин (TRI) або проводять інші виміри, найкращим чином відповідають специфіці їхньої культури або особливим програмам.

Концепція проектування, орієнтована на охорону навколишнього середовища, стає все більш важливою, однак технології, використовувані для запобігання забруднення настільки ж різні, наскільки різні самі компанії. Загалом, ця концепція може бути дотримана допомогою технічних нововведень в чотирьох областях:

зміна продукції: розробка продуктів або процесів через використання різної сировини;

модифікація процесів – зміна виробничих процесів для отримання нешкідливих або менш шкідливих;

переобладнання – зміна встаткування під певні умови або наявні ресурси;

відновлення ресурсів – утилізація побічних продуктів для продажу, використання іншими компаніями або для виробництва інших продуктів.

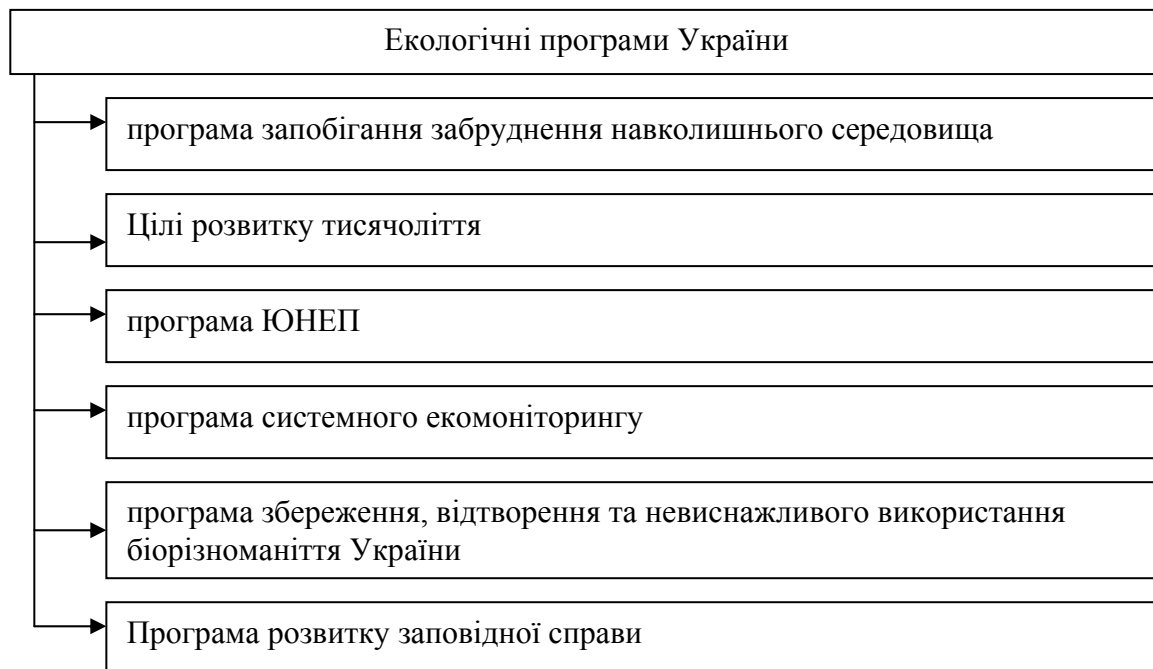


Рис. 2.4. Екологічні програми України [14-16]

Зосередження зусиль в кожній з цих областей може означати виробництво нових, менш шкідливих продуктів, заощадження витрат і задоволення покупця.

Зміна продукції може виявитися найскладнішою. Багато невід’ємні якості матеріалів, які ідеально підходять для передбачуваного використання, можуть виявитися проблемними з точки зору екології [14].

Оскільки охорона навколишнього середовища є глобальною проблемою, 1975 року під егідою ООН було створено глобальну систему моніторингу. Нині міжнародне товариство об’єднує свої зусилля для втілення Програми ООН з охорони навколишнього середовища (ЮНЕП). Вона координує дії у справі проведення спільного моніторингу, обміну інформацією про природні зміни під впливом антропогенних факторів, яку дають станції глобального моніторингу. З 1991-го у межах України використовується програма

системного екомоніторингу України (СЕМ, Україна), в якій беруть участь близько 30 різних організацій [15].

Діяльність ЮНЕП включає в себе різні проекти в області атмосфери Землі, морських і наземних екосистем. Також ЮНЕП відіграє значну роль у розвитку міжнародних конвенцій в галузі екології та охорони навколишнього середовища. ЮНЕП часто співпрацює з державами і неурядовими міжнародними організаціями. Також ЮНЕП часто спонсорує і сприяє імплементації пов'язаних з екологією проектів.

У сферу діяльності ЮНЕП також входить розробка рекомендацій та міжнародних договорів з таких питань, як потенційно небезпечні хімікати, транскордонне забруднення повітря і забруднення міжнародних судноплавних русел.

Робота ЮНЕП ведеться в наступних семи напрямках:

раннє попередження та оцінка конфліктів;

імплементація екологічної політики;

технологія, виробництво і економіка;

регіональна співпраця;

екологічне право та конвенції;

захист навколишнього середовища на глобальному рівні;

комунікації та громадська інформація [16].

У 1948 році був утворений Міжнародний союз охорони природи і природних ресурсів (МСОП) – неурядова міждержавна організація, що представляє понад 100 країн, неурядові організації та міжнародні урядові організації.

Пріоритетне завдання МСОП – розвиток міжнародного співробітництва держав, національних і міжнародних організацій, а також громадян з метою:

реалізації регіональних програм охорони природного середовища;

збереження природних екосистем, рослинного і тваринного світу;

збереження рідкісних і зникаючих видів рослин і тварин, пам'яток природи;

організації заповідників, резерватів, національних природних парків;

екологічної просвіти [17].

Україна володіє близько 35% біорізноманіття Європи, займаючи менше 6% її площі. Протягом останніх років спостерігається збільшення кількості видів рослин і тварин, занесених до Червоної книги України, що підлягають особливій охороні через загрозу зникнення. Незважаючи на це, у країні відсутні загальнодержавна програма збереження, відтворення та невиснажливого використання біорізноманіття України, а також загальнодержавна програма розвитку заповідної справи, тому державна політика в даних сферах є невизначеною.

Однак, було розроблено проект закону «Про Державну програму збереження біорізноманіття України на 2005-2025 роки», з метою сприяння реалізації державної політики у сфері збереження та невиснажливого використання біорізноманіття України, забезпечення концентрації фінансових, матеріально-технічних, інших ресурсів, виробничого та науково-технічного потенціалу а також координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ, організацій у цій сфері, визначення та здійснення загальнодержавних і регіональних заходів щодо збереження та невиснажливого використання біорізноманіття України.

Даним проектом визнається, що біорізноманіття України є її національним багатством, збереження та невиснажливе використання якого визнано одним з пріоритетів державної політики в сфері природокористування, екологічної безпеки та охорони природного довкілля, невід'ємною умовою екологічно збалансованого соціально-економічного розвитку. Також надається загальна характеристика біорізноманіття України, його сучасний стан, тенденції зміни та проблеми збереження.

Метою Програми є:

подолання тенденції деградації живої компоненти довкілля;

екологізація сфер суспільної діяльності, які можуть негативно впливати на компоненти біорізноманіття та довкілля;

здійснення заходів щодо максимального відтворення первинного природного стану комплексів.

Об'єктами Програми є:

популяції організмів і таксономічні групи (популяційно-видовий рівень);

ценози та біотопи, насамперед природні рослинні угруповання, фауністичні комплекси (ценотичний рівень);

екосистеми та екотопи (екосистемний рівень);

біоми та зони (біомний рівень);

біорізноманіття України (національний екомережний рівень).

Основними завданнями Програми є:

мінімізація негативних впливів на біорізноманіття;

максимальне зміцнення природної основи біорізноманіття;

проведення відповідних наукових досліджень, виховання громадянина та формування розуміння населенням фундаментальної ролі біорізноманіття в життєдіяльності людини і суспільства.

Реалізація Програми здійснюватиметься шляхом розроблення та здійснення нормативно-правових, інституційних, економічних, фінансових, науково-експертних, експертних, аудиторських, інформаційно-освітніх заходів щодо об'єктів рослинного та тваринного світу, їх угруповань та комплексів, екосистем та об'єктів екомережі. Реалізація цих заходів дасть змогу:

уникнути безповоротної втрати частини гено-, демо-, цено- та екофонду, забезпечити підтримання екологічної рівноваги на території України;

впровадити в практику господарювання елементи екологічно безпечного, збалансованого використання природних ресурсів;

оптимізувати природно-ресурсний потенціал, насамперед рекреаційний, туристичний та біоресурсний, особливо в Карпатах, Криму та Поліссі, переорієнтувати відповідні сектори економіки на екологічно орієнтоване та економічно більш вигідне в стратегічній перспективі господарювання;

поліпшити інфраструктуру регіонів та збалансувати їх соціально-економічний розвиток, зменшити рівень безробіття та соціальної напруги;

поліпшити стан здоров'я населення;

удосконалити економічні механізми та концептуальні підходи до збереження біорізноманіття, поліпшити стан фінансування заходів щодо збереження біорізноманіття;

поліпшити просторові та якісні показники біорізноманіття, що сприятиме позитивним змінам у стані довкілля на локальному та регіональному рівні (мезоклімат, якість водних ресурсів, обводнення, зокрема малих річок);

сформувати цілісну національну екомережу України, що сприятиме, зокрема відтворенню біогеохімічних кругообігів, розширенню межі поширення дикорослих рослин і тварин, підвищенню ймовірності виживання нечисленних популяцій;

зменшити загрозу спустелювання, дегуміфікації та деградації земель;

покращити систему екологічного виховання, освіти та інформування;

враховувати ризики, пов'язані з появою живих змінених організмів, під час застосування біотехнологій;

відтворити деградовані екосистеми та сприяти збереженню видів тварин, які перебувають під загрозою зникнення;

запобігати інтродукції неаборигенних видів організмів, які загрожують екосистемам, аборигенним видам або здоров'ю населення;

систематизувати нормативно-правові документи й гармонізувати їх з міжнародними з метою підвищення іміджу України;

скоординувати діяльність органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів господарювання та громадських організацій щодо збереження біорізноманіття;

активізувати міжнародну співпрацю щодо збереження біорізноманіття, забезпечити виконання зобов'язань України в цій сфері [18].

Загалом, існують різні підходи щодо розв'язання соціально-екологічних проблем сучасності (рис.2.5.) [19].

Перший підхід – превентивний – пов'язаний з усуненням бар'єрів у вигляді державних кордонів в частині прийнятих еколого-орієнтованих рішень (прикладом може служити так звана Північна конвенція про захист навколишнього середовища 1974 р., в якій беруть участь Данія, Фінляндія, Норвегія та Швеція). Превентивний підхід найбільш прийнятний на субрегіональному рівні, дозволяючи сконцентрувати зусилля обмеженого кола держав, які відчують схожі або ідентичні екологічні труднощі [8].

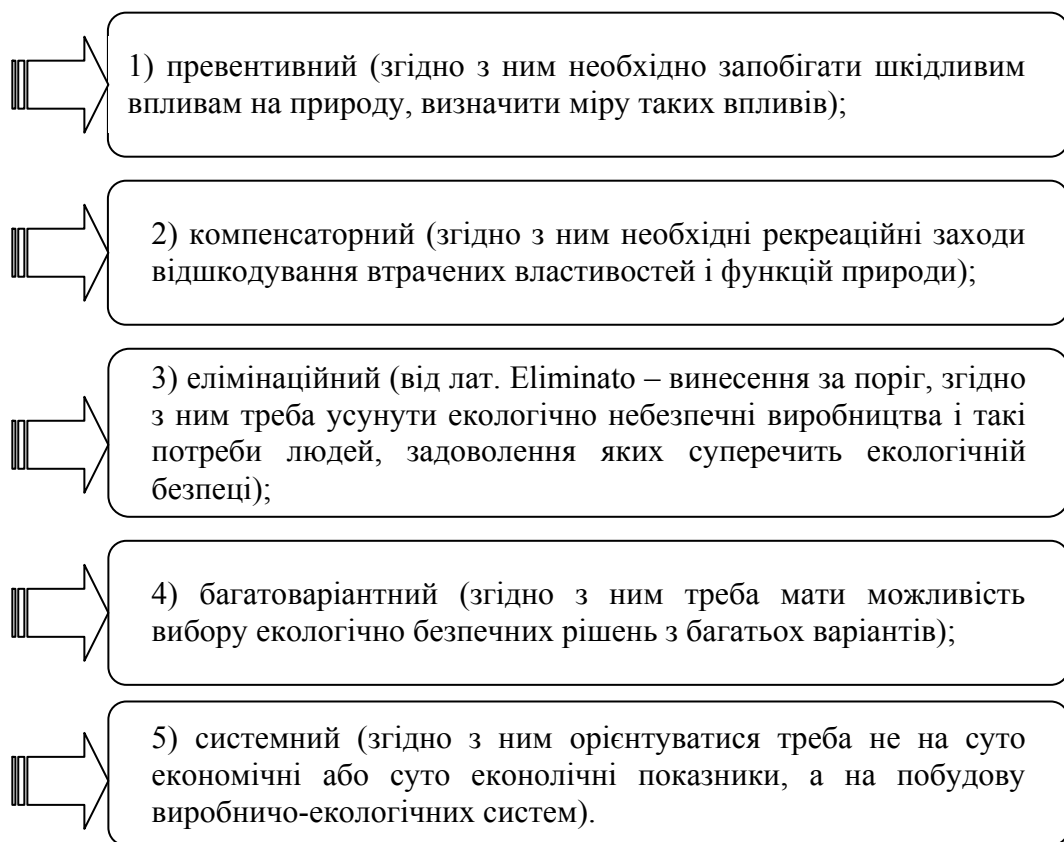


Рис. 2.5. Основні підходи щодо розв'язання соціально-екологічних проблем сучасності

Превентивний захист носить випереджальний характер і спрямований на пом'якшення негативного впливу суб'єктів господарювання на навколишнє середовище. Забезпечити позитивну і ефективну його дію можна тільки через деякий механізм, який повинен мати визначений набір елементів, за допомогою яких державні органи зможуть безпосередньо впливати на суб'єкти

економічної діяльності. Цей механізм доцільно розглядати, як сукупність методів (економічних, екологічних, адміністративних) випереджального характеру, які застосовуються державою з метою мобілізації ресурсів, що спрямовані на зниження негативного впливу господарюючого суб'єкта на довкілля.

Забезпечення превентивного захисту навколишнього середовища є складним процесом, який повинен враховувати реальний стан довкілля та можливість застосування інструментів як адміністративного, так й економічного характеру. Приймаючи до уваги результати реформування економіки України, необхідно відзначити, що найбільш перспективними, з погляду запобігання забруднення НПС, є економічні методи. Їх призначення полягає у використанні зв'язаних з функціонуванням ринків стимулів для впливу на економічні інтереси та економічне поведіння суб'єктів господарювання в екологічному напрямку. Але при цьому треба враховувати інтереси як держави, так і підприємств, що дозволить уникнути конфліктні ситуації між ними та буде сприяти розвитку їх відношень [20].

Застосуванню того чи іншого інструменту повинен передувати їх добір для проведення екологічної політики з урахуванням ефективного рівня якості навколишнього середовища, рівності граничних природоохоронних витрат і граничного відверненого збитку. Також застосування інструментів залежить від застосування форми управління. При застосуванні централізованих заходів орган управління повинен мати інформацію про розмір граничних витрат і збиток для всіх природокористувачів регіону, що, безсумнівно, зв'язано з величезними труднощами. Ці труднощі стосуються, насамперед, своєчасності та правдивості надання інформації. Децентралізоване управління ґрунтується на природоохоронних заходах, які застосовуються господарюючими суб'єктами. Однак, помилковість прийнятого та реалізованого рішення може привести до негативних наслідків. У цьому зв'язку проблема для підприємства полягає у відсутності достовірної інформації про стан навколишнього середовища до ухвалення рішення про проведення природоохоронних заходів. Безсумнівно, зробити висновок про

позитивне застосування інструментів, джерел механізму превентивного захисту довкілля можна тільки на підставі системи критеріальних оцінок. Ця система повинна носити комплексний характер і містити у собі напрямки: екологічне, економічне, інституціональне, адміністративне.

Таблиця 2.5

Елементи динамічної моделі функціонування механізму превентивного захисту

Елемент	Характеристика
Перший елемент – законодавчі акти	Комплекс нормативно-правової документації, яка розроблена та прийнята на різних рівнях і використовується у діяльності органів управління природоохоронними програмами. Цей комплекс становить собою багатогранну основу природоохоронних норм і правових актів, об'єднаних спільністю об'єкта правового захисту і регулюючих відносин, що виникають між суспільством і природою при здійсненні діяльності господарюючими суб'єктами, і зв'язана із впливом на навколишнє середовище. Призначення цього елемента полягає у забезпеченні правового захисту довкілля від впливу господарюючих суб'єктів. Його доцільно розглядати, як деяку сукупність законодавчо встановлених норм і правил, спрямованих на забезпечення екологічної безпеки, виконання заходів щодо раціонального використання природних ресурсів, охорони довкілля.
Другий елемент – фінансові ресурси	Фінансові ресурси, які забезпечують виконання природоохоронних програм. Основна проблема полягає у формуванні необхідного обсягу ресурсів. У цьому зв'язку пропонується розширити перелік можливих джерел їхнього фінансування. Крім традиційного, Державного фонду охорони навколишнього природного середовища, доцільно включити екологічні інвестиції, до яких можна віднести і пожертвування суспільних екологічних інституцій, а також надходження від розвитку екологічного бізнесу. Перспективними складовими цього елемента є екологічні інвестиції й екологічний бізнес. Їх постійне варіювання, залучення нових суб'єктів у господарську діяльність, збільшення ресурсів обумовлює динамічний характер моделі превентивного захисту довкілля. Причому, екологічний бізнес, який представлений у малій і середній формах, розглядається, як основна ланка досягнення превентивного характеру захисту навколишнього середовища. Страхові платежі також можуть бути застосовані і розглядаються не тільки з погляду покриття збитку, заподіяного довкіллю, але й можливості розміщення страховою компанією наявних ресурсів у природоохоронні об'єкти (рекреаційні комплекси, очисні споруд міської системи водопостачання). Саме такий підхід може сприяти рішенню двоєдиного завдання: виконання природоохоронної програми та одержання прибутку компанією.

продовження табл. 2.5

Третій елемент – органи управління природоохоронними програмами	Органи управління природоохоронними програмами, що одержують необхідну інформацію про стан довкілля із зовнішнього середовища. Однак, рішення про фінансування тієї чи іншої програми приймається на підставі діючих законодавчих актів і всебічного вивчення та аналізу інформації, яка надійшла. Правильність прийнятого рішення та розміщення фінансових ресурсів на природоохоронні заходи оцінюється на підставі критеріальних оцінок
---	--

Функціонування механізму превентивного захисту довкілля характеризує динамічна модель, яка ґрунтується на програмах розвитку галузей економіки регіону, екологічних інвестиціях в об'єкти природоохоронного значення, а також екологічному бізнесі, розвиток якого здійснюється за підтримкою місцевих органів влади. Найбільш вагомими елементами цієї моделі можуть бути: законодавчі акти (перший елемент), фінансові ресурси (другий), органи управління природоохоронними програмами (третій) [21].

Одним з превентивних інструментів екологічної політики, що використовуються сьогодні практично у всіх країнах світу є екологічна експертиза. Екологічна експертиза заснована на простому принципі: легше виявити і запобігти негативним для довкілля наслідкам діяльності на стадії планування, чим виявляти і виправляти їх на стадії її здійснення. Багато компаній використовують превентивні методи у своїй практиці та організації власної діяльності в табл.2.6 (на основі [22-24]). Таким чином, екологічна експертиза зосереджена на всебічному аналізі можливого впливу планованої діяльності на довкілля і використанні результатів цього аналізу для запобігання або пом'якшення екологічного збитку. Такий підхід дозволяє враховувати економічні й екологічні фактори вже на стадії формулювання цілей, планування і прийняття рішень про здійснення будь якої діяльності.

Екологічна експертиза – це процес систематичного аналізу і оцінки екологічних наслідків діяльності, що намічається, консультацій із зацікавленими сторонами, а також урахування результатів цього аналізу і консультацій у плануванні, проектуванні, затвердженні і здійсненні цієї діяльності [25].

Громадська екологічна експертиза може проводитися у відношенні до тих об'єктів, що і державна, за винятком об'єктів, інформація відносно яких складає державну, комерційну або іншу

таємницю, що охороняється законом. Будь-яка екологічна експертиза, у тому числі і суспільна, припускає роботу із передпроектною і проектною документацією, проектами планів, програм, договорів та іншою обґрунтовуючою документацією [25].

Таблиця 2.6

Проекти захисту навколишнього середовища, заснованих на превентивному підході

Компанія	Мета проекту	Сутність
ДТЕК	Зниження шкідливих вибросів в атмосферу шляхом технології вловлювання та збереження вуглецю	Після проведення моніторингу показників вибросів сірки, азоту та пилу було зроблено висновок, що мета зменшення цих вибросів у десятки разів неможлива у повному масштабі через застарілість обладнання. У зв'язку з цим ДТЕК почав масштабну програму модернізації енергоблоків, що дозволить знизити рівень шкідливих вибросів до європейських та національних стандартів.
DHL Express	Дозволити клієнтам компанії знизити вплив своєї діяльності з пересилки на навколишнє середовище	Послуга DHL Express Envelope забезпечує доставку «від дверей до дверей» термінових відправлень, які не підлягають обкладенню митом та важать до 300 грам, до кінця наступного робочого дня в екологічно чистій упаковці, що підлягає вторинній переробці. DHL здійснює розрахунки викидів CO ₂ , пов'язаних з обробкою і транспортуванням кожного окремого поштового відправлення та вантажу, і компенсує «вуглецевий» вплив цих викидів за допомогою проведення інвестицій в загальноновизнані проекти зі збереження клімату.
Тетра Пак	Створення екологічної упаковки, повністю складається з поновлюваних матеріалів і надає мінімальний вплив на навколишнє середовище	Компанія досягає мети за допомогою трьох ключових моментів: переробка використаної упаковки (показник виріс на 10% в порівнянні з 2011 роком); екологічна продукція (розробка упаковки, яка повністю складається з відновлювальних матеріалів); вироби у навколишнє середовище (скорочення шкідливих вибросів при збільшенні об'єму виробництва)

Екологічні аспекти здійснення будь-якого великого проекту торкають різноманітні інтереси суспільства в цілому, численні організації, соціальні групи та окремих громадян. Врахування інтересів цих сторін, при плануванні діяльності, що намічається,

складає одну з найважливіших задач екологічної експертизи. Процес взаємодії з зацікавленими сторонами в ході експертизи звичайно характеризується як «консультації й участь громадськості» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Характеристика основних елементів поняття «екологічна експертиза»

Категрія	Характеристика
Екологічна експертиза	розглядається як процес, а не просто як дані або документи, що утворюються в результаті цього процесу; розглядається як процес систематичний, тобто відповідний визначеним правилам; не обмежується етапом планування, вона охоплює й етап здійснення діяльності, що намічається
Складові процеса екологічної експертизи	аналіз (прогноз) потенційних впливів діяльностей, що намічаються на навколишнє середовище і оцінка їхньої значимості; консультації з зацікавленими сторонами з метою пошуку взаємоприйнятних рішень; використання результатів прогнозу впливів і консультацій у процесі прийняття рішень, які відносяться до діяльності, що намічається
Об'єкти екологічної експертизи	проекти правових актів нормативного і ненормативного характеру; проекти комплексних і цільових державних програм; проекти генеральних планів розвитку територій; усі види містобудівної документації: генеральний план, проект забудови; проекти схем розвитку галузей народного господарства; проекти міждержавних інвестиційних програм; проекти комплексних схем охорони природи України, схем охорони і використання природних ресурсів; проекти міжнародних договорів; матеріали обґрунтування ліцензій на здійснення діяльності, здатної вплинути на навколишнє середовище; техніко-економічні обґрунтування і проекти будівництва, реконструкції, розширення, технічного переозброєння, консервації і ліквідації організацій і інших об'єктів господарської діяльності, незалежно від їхньої кошторисної вартості, відомчої належності і форми власності; проекти технічної документації на нову техніку, технологію, матеріали, речовини, товари і послуги що сертифікуються
Предмет екологічної експертизи	вплив діяльності, що намічається на навколишнє середовище. Під впливом варто розуміти ті зміни в довкіллі, які цілком або частково є результатом діяльності що намічається. Прогноз і розробка заходів для їх пом'якшення є однією з основних складових процесу екологічної експертизи. Предметом екологічної експертизи можуть бути не тільки окремі проекти, але й ініціативи більш високого рівня – різні плани і програми, галузеві схеми розвитку, проекти нормативних актів, що можуть мати значні екологічні наслідки

Роль зацікавлених сторін у процесі експертизи можна коротко описати таким чином:

вони представляють свої інтереси, а також інтереси інших, іноді більш широких груп;

вони також можуть давати інформацію, необхідну або цінну для проведення експертизи.

Зацікавлені сторони в процесі експертизи можуть бути подані державними органами, – наприклад, спеціалізованими агентствами або органами місцевого самоврядування. Передбачається, що державні органи представляють інтереси суспільства в цілому, або населення визначеної території у сфері своєї компетенції, зокрема при видачі дозволів на якийсь вид діяльності. Однак ця взаємодія не обов'язково припускає одержання формального дозволу. Деякі державні організації можуть служити джерелом інформації, необхідної для виконання експертизи. Іншим організаціям необхідно направляти заяву про вплив на довкілля, або його проект. Потім вони можуть представити офіційні зауваження і коментарі, які носять рекомендаційний характер.

Екологічна експертиза, таким чином, стає лише інструментом запобігання екологічно небезпечних проектів. Тому фахівці і практики думають, що система, у якій «основна частина» експертизи є відповідальністю ініціатора діяльності, є більш ефективною. Необхідною умовою функціонування такої системи є незалежна система контролю якості документації і процесу експертизи, доступ до документації і до участі у процесі громадськості та інших зацікавлених сторін. Передбачається, що ці елементи можуть компенсувати «зацікавленість» ініціатора (або залежного від нього розробника) і в кінцевому рахунку забезпечити адекватну якість результату [25].

Застосування превентивного підходу у рішенні соціально-екологічних проблем навколишнього середовища неможливо без усвідомлення екологічних цінностей суспільством. Мова йде про процес екологізації ціннісних орієнтирів та смисложиттєвих пріоритетів людей як на міжнародному, так і на національному рівні. В Україні цей процес відбувається в межах загальноєвропейського

процесу формування екологічного світогляду та екологізації масової свідомості. Суттю цього процесу є перетворення екологічної якості середовища проживання, товарів та послуг у пріоритетну цінність для все більшої кількості людей. Вказана цінність характеризується насамперед як системна соціокультурна детермінанта управління соціальним розвитком за кількома параметрами. По-перше, населення все більше реагує на екологічну складову у програмах політичних партій та діяльності органів державного управління. По-друге, громадянин як платник податків все більше формулює свої вимоги до органів державної влади з позицій забезпечення екологічних цінностей. По-третє, в громадянському суспільстві загалом формується відношення до екологічної сфери як до універсального механізму постановки й суспільного контролю над розв'язком будь-якої проблеми, пов'язаної з умовами і якістю життя. Таким чином, на ціннісному рівні мова йде про формування принципово нового соціокультурного середовища державного управління в Україні [26].

Рівень відповідальності за збереження довкілля зростає і серед українських виробників. Незважаючи на те, що вітчизняні компанії тільки починають впроваджувати екологічні проекти і технології, деяким із них вдалося досягти значних успіхів. Прикладом компанії, яка сформувала за роки діяльності стратегію безвідходного виробництва, може стати національна корпорація «Оболонь».

Системи управління, які діють у корпорації «Оболонь»:

Система управління якістю (ISO 9001:2008) – система взаємопов'язаних, орієнтованих на задоволення споживачів процесів, які постійно поліпшуються завдяки лідерству керівництва і залучення персоналу, діючих на підставі фактів, а також взаємовигідних стосунків з постачальниками.

Система управління безпечністю харчових продуктів (ISO 22 000:2005) – попереджувальна система для забезпечення безпечності харчових продуктів (постійний аналіз небезпечних чинників та перевірка критичних контрольних точок на всіх етапах виробництва).

Система екологічного керування (ISO 14 001:2004) – розробка та запровадження екологічної політики компанії, керування її екологічними аспектами.

Система управління безпекою та гігієною праці (OHSAS 18 001:2007) – дає можливість організації управляти ризиками в області безпеки і гігієни праці і покращувати свої показники в цій області.

Зростання на засадах принципів сталого розвитку є основою стратегії корпорації «Оболонь». Усвідомлюючи свій вплив на середовище та беручи на себе у повному обсязі відповідальність перед суспільством, працівниками та акціонерами, корпорація впроваджує та використовує соціально відповідальні підходи та технології у повсякденній роботі.

Відповідно до Глобального договору ООН в Україні, котрий є добровільною ініціативою соціально відповідальних компаній, «Оболонь» регулярно надає інформацію з корпоративної соціальної відповідальності у вигляді Соціального звіту. Новий Звіт зі сталого розвитку охоплює показники діяльності компанії в чотирьох областях: економічний вплив, охорона навколишнього природного середовища та комплексна екологічна культура, персонал та умови праці, соціальні інвестиції. Традиційно, дані Звіту відображають ситуацію по всіх корпоративних підрозділах: віддалених виробництвах, дочірніх підприємствах та підприємствах із корпоративними правами [27].

Система екологічного менеджменту є частиною системи корпоративного управління і важливим елементом управління нефінансовими ризиками. Забезпечення єдиного підходу до управління охороною навколишнього середовища на всіх підприємствах Групи на основі такої системи позитивно впливає на конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість ДТЕК.

Питанням екологічного менеджменту в Компанії приділяється особлива увага. У ДТЕК функціонує єдина система управління охороною навколишнього середовища згідно з вимогами міжнародного стандарту ISO 14001:2004. Впровадження екологічного стандарту ISO 14001:2004 в ДТЕК проходило в 2008-2010 рр. У результаті всередині Компанії було розроблено єдині корпоративні вимоги в галузі охорони навколишнього середовища, ідентифіковано екологічні аспекти та ризики, створено ефективну систему управління ними. Це дозволило закласти міцну основу для подальшої

системної природоохоронної діяльності Компанії, використовувати інноваційні методи в управлінні охороною навколишнього середовища і постійно підвищувати екологічну результативність підприємств ДТЕК.

В межах довгострокової стратегії Компанії визначено завдання у сфері охорони навколишнього середовища на період 2010-2026 рр.

Екологічна стратегія ДТЕК включає такі пріоритети:

впровадження та постійне вдосконалення системи екологічного менеджменту (СЕМ) згідно з вимогами стандарту ISO 14001:2004 на всіх виробничих підприємствах ДТЕК;

реалізація екологічних програм у генерації для виконання законодавчих вимог і норм Директиви 2001/80/ЄС;

реалізація екологічних програм на підприємствах з видобутку і збагачення вугілля для досягнення встановлених законодавчих вимог;

реалізація проектів спільного впровадження в межах Кіотського протоколу.

Підприємства Компанії першими у вугільній та енергетичній галузях України успішно пройшли сертифікаційні аудити системи екологічного менеджменту на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 14001:2004. На сьогодні такі сертифікати відповідності мають 15 підприємств ДТЕК. Інвестиції ДТЕК у цей проект в 2010 р. склали 4,6 млн грн, в 2011 р. – 2,9 млн грн.

Переваги впровадження ISO 14001:2004:

створення основи для системної природоохоронної роботи;

підвищення екологічної результативності підприємств;

підвищення уваги керівництва підприємств до питань охорони навколишнього середовища;

підвищення обізнаності, формування відповідального ставлення персоналу підприємств до охорони навколишнього середовища, дотримання встановлених екологічних вимог;

забезпечення ефективного управління діяльністю підприємства в межах чинного законодавства в галузі охорони навколишнього природного середовища та раціонального природокористування;

підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємств Компанії [28].

Охорона навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності людини – невід'ємна умова сталого економічного та соціального розвитку України.

З цією метою Україна здійснює на своїй території екологічну політику, спрямовану на збереження безпечного для існування живої і неживої природи навколишнього середовища, захисту життя і здоров'я населення від негативного впливу, зумовленого забрудненням навколишнього природного середовища, досягнення гармонійної взаємодії суспільства і природи, охорону, раціональне використання і відтворення природних ресурсів.

Завданням законодавства про охорону навколишнього природного середовища є регулювання відносин у галузі охорони, використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки, запобігання і ліквідації негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, збереження природних ресурсів, генетичного фонду живої природи, ландшафтів та інших природних комплексів, унікальних територій та природних об'єктів, пов'язаних з історико-культурною спадщиною

2.2. Стратегія соціально відповідальної поведінки корпорацій в ринковому середовищі

Соціальна відповідальність корпорації в ринковому середовищі реалізується через різні напрями: соціальної відповідальності перед працівниками, соціальної відповідальності перед державою, соціальної відповідальністю перед суспільством регіону, територій, на яких працює підприємство.

Соціальна відповідальність перед працівниками передбачає створення якісних і безпечних умови праці, гідну, чесну, адекватну оплату праці та систему мотивації й заохочення, справедливую систему

надбавок і компенсацій, корпоративну культуру, відносини, екологію праці.

Соціальна відповідальність підприємства перед державою передбачає своєчасну та сплату податків, відрахувань, штрафів та інших платежів.

Соціальна відповідальність перед суспільством регіону, територій, на яких працює підприємство передбачає ініціативні та компенсаційні витрати та програми з участі у суспільному житті, його розвитку, покращенню умов існування громади на територіях, що оточують підприємство [29].

Різні прояви соціальної поведінки компаній на ринку відображають напрямки її корпоративної стратегії та націлено на ефективність співпраці з зацікавленими особами: споживачами, конкурентами, місцевою владою та громадами, інвесторами, населенням.

Корпоративна соціальна відповідальність реалізується через [30]:

організацію праці та виробничого процесу, що передбачає дотримання норм безпеки та екологічних норм в процесі виробництва, забезпечення якості товарів та їхньої безпеки для споживачів;

збут та продаж товарів, що мають відповідати безпечній технології збуту товарів і нести користь кінцевому споживачу;

продаж, маркетинг і відносини з клієнтами, донесення точної та правдивої інформації в рекламі продукції та на її обгортках, що сприяє встановленню добропорядних відносин між компанією та її клієнтами (споживачами);

розвиток людських ресурсів та трудових відносин, що передбачає охорону і гігієну праці, навчання співробітників, соціальний захист робітників компанії тощо;

фінансове управління і відносини з інвесторами, які вибудовуються через ефективність фінансового контролю, відкритість документації, ведення фінансової звітності, якість роботи ради директорів, внутрішніх торговельних операцій і обсягу вкладень, подолання та запобігання хабарництва та корупції тощо;

відносини з владою, які мають передбачати відкритість та прозорість лобістської діяльності, діалог між приватним та державним секторами для покращення політики і норм, що регулюють такі сфери, як працевлаштування, природоохоронні норми і т. д.;

відносини з іншими зацікавленими сторонами, а саме – відносини з місцевим населенням, участь компанії у громадському житті;

заходи з охорони навколишнього середовища, які передбачають наявність власної природоохоронної політики, екологічної експертизи нових проектів та товарів, звітність перед громадськістю про свій вплив на навколишнє середовище;

підтримка освітніх та дослідницьких програм, їхня реалізація спільно з науково-дослідницькими інститутами, вищими навчальними закладами тощо;

соціальне інвестування, яке передбачає не просто благодійництво та спонсорство, а націлене на вирішення актуальних проблем в сфері зайнятості, боротьби з бідністю, підтримки освіти, медицини тощо [30].

Сьогодні споживачі все частіше цікавляться питаннями сталого розвитку та етичних практик ведення бізнесу. Їхнє рішення щодо купівлі товарів або послуг залежать від того, як вони виробляються – поряд із традиційними критеріями, такими як ціна, якість та безпечність продукту або послуги [31].

Проведення діалогу зі споживачами дозволяє компанії запобігти можливим ризикам перед запуском нової продукції або послуги, покращити свій імідж у суспільстві, краще зрозуміти потреби ринку. Як і у випадку з працівниками, діалог зі споживачами може проводитись напряду або через організації, що представляють інтереси споживачів (це можуть бути організації, що представляють інтереси всіх споживачів або організації, що представляють інтереси споживачів конкретної групи товарів або послуг). Участь у діалозі зі споживачами часто беруть треті сторони:

громадські організації, котрі мають необхідну професійну компетенцію щодо тематики, за якою відбувається діалог;

профспілки в ситуації, коли рішення компаній стосовно споживачів впливають на умови роботи працівників;

органи державної влади також можуть брати участь в діалозі компанії зі споживачами, оскільки їхня діяльність передбачає захист прав споживачів.

Головні КСВ-пріоритети діяльності у сфері залучення споживачів [31].

Зобов'язання щодо споживачів:

1. Моніторити виникаючі потреби щодо здоров'я споживачів:

скласти та оновлювати картку харчування та здоров'я споживачів;

проведення епідеміологічних досліджень з метою визначення локальних недоліків (якщо є).

2. Розробити і запропонувати продукти, що відповідають споживчим потребам. Регулярно оцінювати споживчі якості продукції у порівнянні з рекомендаціями органів охорони здоров'я і конкуруючими продуктами.

3. Розробка нових здорових продуктів задля задоволення потреб споживачів. Розширити існуючу продуктову лінію та створити нові продукти.

4. Продемонструвати переваги здорових продуктів за допомогою переконливих наукових доказів. Проведення клінічних випробувань і публікація результатів.

5. Надання прозорості та практичної інформації про поживну цінність. Надання прозорості та практичної інформації про поживну цінність продуктів, які не підлягають маркуванню щодо нормативних вимог. Надання рекомендованих добових норм щодо калорій, білків, вуглеводів, включаючи цукор, жир, у тому числі, насиченість жирів, клітковини та натрію.

6. Включити надійні заяви про здоров'я на перевагах продукту із використанням мови, дружньої до споживачів. Всі відомості щодо продукції чіткі та зрозумілі для споживачів (точно демонструють наукові докази) і надійні (демонструють рівень наукових доказів).

7. Розробити нові продукти з гарними поживними якостями, доступні для людей з низькими доходами.

В умовах ринкової економіки споживачі надають перевагу товарам та послугам, які найкращим чином відповідають їхнім побажанням. Саме тому, плануючи та втілюючи в життя стратегію розвитку, приділяється максимум уваги питанням якості товарів, які реалізуються, та послуг, які надаються.

Одним з найбільш дієвих інструментів управління якістю у світі є міжнародний стандарт ISO 9000. Сучасні стандарти управління якістю ISO 9001 систематизують успішну світову практику кращих компаній, спираються на сучасні досягнення світової управлінської науки. В їх розробці беруть участь більш ніж 100 міжнародних комітетів, які об'єднують провідних фахівців промислово розвинутих країн. По суті, це перші та єдині загальноприйняті стандарти управління підприємством. На сьогоднішній день розробляються, впроваджуються та постійно вдосконалюються нормативні документи, що регламентують процеси підприємств.

Стандарти ISO 9000 – це комплекс вимог для забезпечення управління якістю продукції і послуг. Вони включають базові принципи побудови роботи компанії, тобто мають відношення не до роботи окремих підрозділів, що відповідають за контроль якості, а до компанії в цілому.

ISO 9000 носить рекомендаційний характер і використовується при підготовці національних стандартів управління. У разі прийняття його національними службами стандартизації, ISO 9000 отримує подвійне найменування – міжнародне та національне. На сьогоднішній день в такому вигляді він прийнятий більш ніж в 50 країнах.

Запровадження системи управління якістю дозволить [32]:

гарантувати споживачам, що вони отримають товари та послуги найвищої якості, а, як наслідок, збільшити обсяги реалізації товарів та послуг за рахунок лояльності споживачів;

здійснювати управління підприємством не за допомогою тотального контролю, а використовуючи переваги процесного та системного підходів;

розробити якісну систему ключових показників діяльності, на основі аналізу якої ми приймаємо найбільш ефективні рішення;

запровадити чітку та прозору систему мотивації персоналу;
знизити відсоток неефективних витрат та витрат на рекламації.

В останні роки в країні питання підвищення якості все активніше починають ставитися на державному рівні. Так, видано Указ Президента України від 23.02.2001 р. №113 «Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції», затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.09.2001 р. №447-р «Концепція державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, робіт, послуг)», прийнято розпорядження Кабінету Міністрів України від 31.03.2004 р. №200-р «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, робіт, послуг)», виданий Указ Президента України від 13.07.2005 р. №1105/2005 «Про заходи щодо вдосконалення діяльності у сфері технічного регулювання та споживчої політики».

Впровадження стандартів ДСТУ ISO 9000 – це важка, але цікава робота. Впровадження цих стандартів пов'язане з необхідністю придбання нових знань, навичок, з освоєнням прогресивних методів роботи. Для багатьох працівників, і в першу чергу для керівників і фахівців, діяльність з освоєння стандартів ДСТУ ISO 9000 – це творча робота, яка дає можливість задовольнити потреби в самовираженні. Вона дає працівникам організації реальну перспективу перейти від чисел і закликів «робити якість» до використання прийомів і методів, заснованих на логіці здорового глузду і досягнення світової науки і практики. Ця робота дає можливість перебороти ірраціональні підходи до якості та ідеологічні бар'єри, сформовані в минулому, відійти від формального ставлення до роботи щодо забезпечення якості та стимулювати активність організації щодо досягнення якісних результатів, залучити діяльність організації до підходів вирішення проблем якості світового рівня [33].

Послідовна та ефективна споживча політика є важливим чинником ефективного розвитку ринку, що забезпечує вплив на повсякденне життя населення, сприяє підвищенню добробуту споживачів та створює сприятливі умови ведення бізнесу для сумлінних виробників товарів та послуг. Основним завданням органів

державної влади є продовження процесу перетворення України на заможну європейську державу, пріоритетом якої є створення високих стандартів життя населення [34].

Політика корпоративної соціальної відповідальності – це стратегічно орієнтована політика, яка вимагає інвестування знаних коштів, тому реалізація більшості її заходів вимагає постійної уваги та планових інвестицій, й не може здійснюватися за залишковим принципом чи час від часу, адже втрати будуть занадто великими, а запланованого ефекту можна й не отримати. Саме тому, ступінь готовності споживача, як члена суспільства з певним рівнем розвитку, де сприйняття КСВ має враховуватися як визначальний чинник щодо структури заходів, які корпорація у конкретній країні має здійснювати у рамках обраної політики у сфері КСВ.

Сьогодні принципи КСВ стають однією зі складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію компанії, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників [35].

Ще одна сторона взаємин із споживачем, суміжна з захистом навколишнього середовища і доступніша невеликим компаніям. Йдеться про формування у самого клієнта поняття про охорону навколишнього середовища за допомогою товарів і послуг, які не завдають їй шкоди. У той час як великі виробничі підприємства обтяжені власним обладнанням і високим рівнем відходів, у малого і середнього бізнесу найчастіше таких проблем немає. Стаючи заручником власного «шкідливого» бізнесу, великі компанії змушені витратити величезні кошти на різні компенсації завдається природі шкоди, на модернізацію і перехід на менш шкідливі технології. А набагато менш шкідливий малий і середній бізнес отримує, в тому числі, козир у маркетинговій грі на ринку у вигляді не стандартного перерахування витрат на відшкодування екологічного збитку, як це роблять у своїх звітах про сталий розвиток великі підприємства, а у вигляді можливості позиціонування себе, своїх товарів і послуг як захисників навколишнього середовища, що дуже перспективно на увазі набирає обертів загальносвітового КСВ-руху. Малим підприємствам самими початковими умовами бізнесу дано шанс показати себе чесними захисниками планети від забруднення, що

укупі з збільшенням обсягів продажів може привнести значний соціальний ефект в цілому [36].

Під участю в житті суспільства, крім перерахованих вище аспектів, зазвичай мається на увазі діяльність підприємств у вирішенні найбільш поширених проблем, таких як недолік фінансування та соціального захисту найбільш уразливих груп населення, недолік фінансування освітньо-культурних установ та заходів, недолік фінансування муніципальних і загальнодержавних соціальних програм. Участь компаній в житті суспільства найчастіше асоціюється з фінансуванням соціальних проектів, що призводить до не завжди вірного ототожнення понять «соціально відповідальний бізнес» і «благодійність». Якщо все-таки розглядати благодійність, то за умовою доступності реалізації малі та середні підприємства не набагато поступаються великим компаніям. Але шляхом пайової участі у соціальних проектах, можна добитися значного збільшення можливостей фінансування і, як наслідок, – вирішення більш масштабних соціальних завдань. Тобто, неучасть малого та середнього бізнесу у вирішенні соціальних проблем бере коріння не в нестачі ресурсів, а в стереотипі нездатності невеликих компаній брати участь у соціально значущих проектах і у відсутності управлінської волі та ініціативи з боку керівників малих і середніх підприємств. Можна припустити, що інформування керівників підприємств малого та середнього бізнесу про необхідність участі в соціальних ініціативах місцевих громад має виходити від представників місцевих адміністрацій, що і відбувається в сучасній Україні [37]. В табл.2.8 наведено ініціативи з управління соціальною відповідальністю для малих та середніх підприємств для розкриття різних напрямків впровадження принципів КСВ.

Результати розгляду основних соціальних аспектів ведення економічної активності показали, що невеликі компанії не тільки можуть демонструвати відповідальне ставлення до зацікавлених в їх діяльності сторонам, а й часто знаходяться в більш виграшному положенні, ніж великі підприємства [36].

Таблиця 2.8

Інструменти з управління відповідальністю для малих та середніх підприємств (на основі [37])

Інструмент	Використання
Керівництво по звітності для малих підприємств і НКО CERES	Спрямовані на те, щоб допомогти малим підприємствам і НКО розкрити цінність соціальної та / або екологічної звітності.
Інструменти з управління екологічної відповідальністю для малих і середніх підприємств (Environmental Management Tools for SMEs : A handbook), ISO 14001 та EMAS - Eco- Management and Audit Scheme	Як малі та середні підприємства можуть використовувати екологічний менеджмент для поліпшення своїх економічних показників. Розглядаються системи екологічного менеджменту.
SA8000	Даний стандарт створений компанією «Social Accountability International», місія якої полягає у просуванні прав людини для працівників у всьому світі. Ця система управління, покликана забезпечити гідні умови праці на робочих місцях постачальників в усьому світі.
Кодекс поведінки для електронної галузі – Electronics Industry Supplier Code of Conduct (EICC)	Даний стандарт розроблений в 2004 р. компаніями Hewlett-Packard, Dell, і IBM. Кодекс був розроблений для встановлення і просування єдиних стандартів очікуваного соціально відповідальної поведінки для всіх постачальників електронної галузі в світі. Цей стандарт також прийняли інші найбільші корпорації електронної галузі, такі як Intel, Microsoft, Cisco.
Малий бізнес і КСВ (Small business and CSR)	Проект канадського офісу, спрямований на створення інструментів, які дозволять невеликій компанії розробити програму соціальної відповідальності, не вдаючись до великих витрат.
SME Key	Ресурси з соціальної відповідальності для середніх і малих підприємств. Сайт підтримується організацією CSR Europe

Світовий досвід показує, що усвідомлення соціальної відповідальності як додаткового ресурсу розвитку підприємств, призводить до поступового зростання кількості організацій, зацікавлених у взаємодії із суспільством. Поширення інформації, щодо одержання практичної користі від реалізації соціальної відповідальності, на сьогоднішній день трансформується у додаткову

форму стимулювання залучення національних підприємств до соціально відповідальної взаємодії [38].

Сучасна економічна наука потребує подальшої розробки цієї проблематики у напрямку механізму реалізації соціально-відповідального маркетингу підприємства та залучення підприємств до впровадження якісних методів соціально-відповідального маркетингу, який буде задовольняти потреби споживачів і всього суспільства в цілому на високоморальному та етичному рівні.

Відповідальний маркетинг є важливою складовою корпоративної соціальної відповідальності. КСВ – це не тільки допомога дітям, охорона навколишнього середовища і допомога нужденним. Йдеться також про відповідальне та етичне ставлення до суспільства в цілому. Це також означає діяльність, що оминає гендерні стереотипи, які впливають на чоловіків і жінок і створення реклами, яка відображає ті ж цінності[39].

Соціально відповідальний маркетинг підприємства – це неухильне виконання вимог державних нормативних актів у сфері забезпечення соціальної відповідальності бізнесу на території країни базування і країн, в які експортується продукція підприємства; неприпустимість виробництва і реалізації продукції небезпечної для моралі, здоров'я, життя і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища і суспільства в цілому; неприпустимість недоброчесної реклами і методів психологічного впливу на споживачів з метою нав'язати йому будь-яку покупку; прояв соціально спрямованих ініціатив [38].

Сьогодні концепція соціально-відповідального маркетингу базується на наступних гіпотезах:

бажання споживачів не завжди сполучаються з їхніми інтересами, а також інтересами суспільства у цілому;

споживачі віддають перевагу підприємствам (організаціям), які демонструють щире турботу про задоволення їхніх бажань і потреб, індивідуального й суспільного добробуту;

головне завдання організації полягає в адаптації до цільових ринків таким чином, щоб забезпечувати не тільки задоволення

бажань і потреб, а також індивідуальний і колективний добробут для того, щоб залучити й зберегти покупців [40].

Найбільш популярним в Україні інструментом соціально-відповідального маркетингу залишається спонсорство та благодійність. Більшість компаній розміщують свої принципи відповідального маркетингу в окремих розділах своїх Кодексів поведінки.

Важливим фактором для реалізації принципів відповідального маркетингу виступає підготовка працівників, залучених до маркетингової діяльності компанії. Методами такої підготовки можуть бути інформаційні тренінги для представників маркетингових департаментів та керівників відділів маркетингу. Такі тренінги і курси можуть проводитись як самою компанією, так і залученими спеціалістами, які представляють компанії чи організації, що надають консультативні послуги в сфері відповідального маркетингу.

Одним із видів відповідального маркетингу є так званий «зелений» маркетинг, що передбачає відповідальність перед довкіллям під час впровадження маркетингових і рекламних кампаній. Екологічний маркетинг не повністю інтегрований у поточну діяльність компанії, і належить до довгострокової стратегії її розвитку.

На глобальному і національному рівнях зростало розуміння ролі неурядових організацій, стимулювання діяльності організацій громадянського суспільства, профспілок, заохочення органів місцевого самоврядування до вирішення проблем соціально відповідального бізнесу.

Неурядова організація (НУО) – громадські об'єднання індивідів або груп за певними інтересами, які беруть участь у громадській діяльності. Неурядові організації в Україні називаються громадськими та існують у найрізноманітніших формах: спілки, ліги, благодійні організації та фонди, фундації, об'єднання тощо. Міжнародні НУО поширюють свою діяльність за межі державних кордонів. Найвідоміші правозахисні НУО: Amnesty International (Міжнародна амністія), Human Rights Watch (Нагляд за правами людини), International Commission of Jurist (Міжнародна комісія

юристів) і Minority Rights Group (Група захисту прав меншин). Українські громадські (неурядові) організації існують з 1992 року, відколи Верховна Рада України прийняла Закон України «Про об'єднання громадян» (рис. 2.6.) [41].

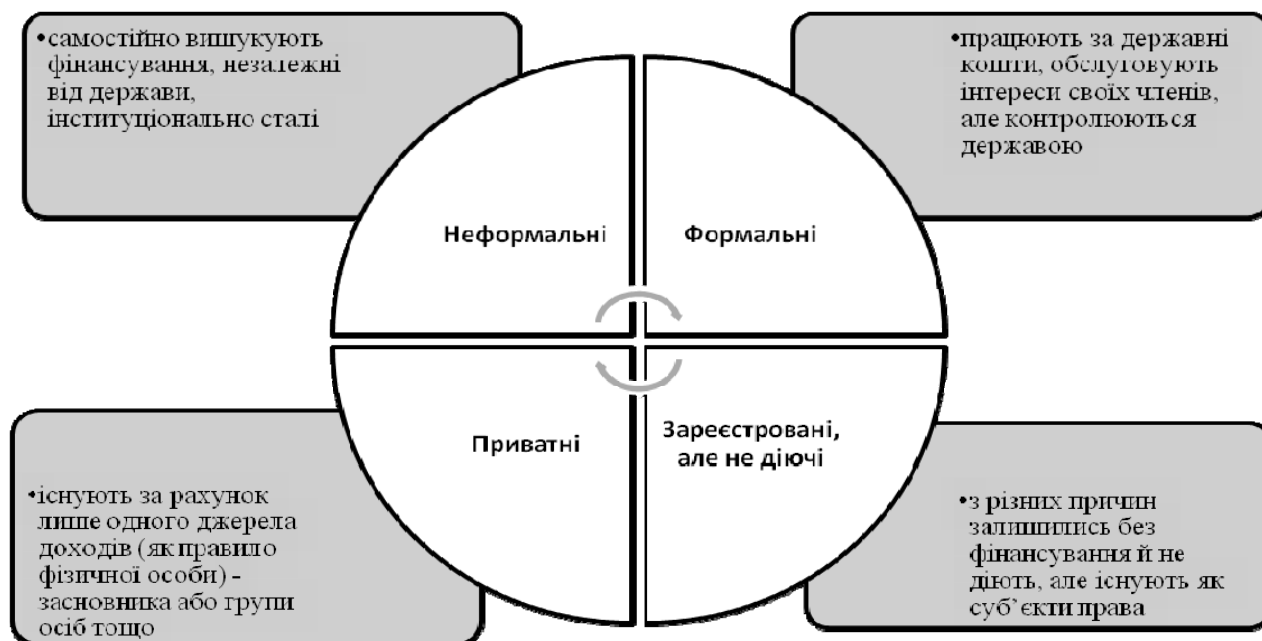


Рис. 2.6. Організації та їх види [3]

В сучасному світі, зростає кількість великих корпорацій, інтегрованих підприємств, котрі у своїй діяльності орієнтуються на стандарти дотримання прав людини у сфері трудових відносин, соціального забезпечення, екологічної безпеки, охорони здоров'я.

Сучасний список стандартів соціально відповідального бізнесу включає положення щодо стійкого розвитку, соціально відповідального інвестування, соціального аудиту. Передбачається поширення цих стандартів на різні сфери і напрями бізнесової діяльності. Гарантом їх дотримання виступають великі корпорації, які у зв'язку з цим стають об'єктом пильної уваги як міжнародної спільноти й окремих держав, так і всього громадянського суспільства – переважно в індустріальних країнах Європи та в США [42].

На глобальному рівні підвищенням стандартів корпоративної поведінки традиційно опікується ООН. Важлива роль у цій справі як на глобальному, так і на регіональному рівнях належить

Всесвітньому економічному форуму, впливовим міжнародним організаціям [43].

Неурядові організації, які мають історично усталені зв'язки з комітетами й комісіями ООН, в 2000 рр. почали активну кампанію проти компаній порушників соціальних, правових, екологічних стандартів корпоративної поведінки. Так, 1997 року Коаліція за екологічно відповідальний бізнес (Coalition for Environmentally Responsible Economies – CERES) започаткувала Глобальну ініціативу зі звітності (GRI), яка стала своєрідним консорціумом представників великого бізнесу і неурядових організацій. У співробітництві з Програмою ООН з довкілля (UNEP) та кількома фондами GRI розробила перелік стандартів екологічної та соціальної поведінки. Перші стандарти були оприлюднені 1999 року. Згодом вони не раз змінювались і доповнювались. Ідеї підвищення стандартів корпоративної поведінки і сприяння оформленню соціально відповідального бізнесу зацікавили багато міжнародних організацій. Приміром, Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) однією з перших посприяла встановленню міжнародних стандартів для діяльності багатонаціональних корпорацій. Завдяки співпраці з нею було вироблено стандарти корпоративної поведінки в багатьох країнах світу. У Європі пропозиціями ОЕСР скористалися Хорватія, Угорщина, Чехія, Росія, у Латинській Америці – Аргентина, Бразилія, Чилі [43].

Мінекономрозвитку України співробітничає з ОЕСР у рамках виконання Євразійської програми конкурентоспроможності (проект ОЕСР «Стратегія секторної конкурентоспроможності для України»). У лютому 2013 Кабінет Міністрів України затвердив план дій щодо поглиблення співробітництва між Україною та Організацією економічного співробітництва та розвитку на 2013-2016 роки [3].

Міжнародна організація стандартизації (ISO) розробила стандарти сертифікації для соціально відповідального бізнесу. Крім того, неурядові організації, які мають певний статус при міжурядових організаціях, пропонують послуги «соціального аудиту» для великих корпорацій.

Слід відзначити, що в період боротьби неурядових організацій за встановлення соціальних стандартів корпоративної поведінки самі корпорації зазнавали трансформації, викликані загостренням боротьби на світових економічних і фінансових ринках. На початку ХХІ століття перед багатонаціональними корпораціями постала проблема вдосконалення управління бізнесом. Зростання тиску міжнародних міжурядових та неурядових організацій, численних grass roots (низових, локальних, місцевих) організацій громадянського суспільства на корпорації примушувало корпорації враховувати такий чинник, як громадський потенціал у їх політиці управління [43]. Проте можливості стейкхолдерів (зацікавлених сторін) впливати на характер корпоративного управління у європейських та американських корпораціях значно відрізнялися. В США ради директорів формувалися з незалежних управлінців. Їх дії щодо вирішення питань соціального характеру були прозорими для організацій громадянського суспільства, профспілок, органів місцевого самоврядування. В Європі ж ініціатива щодо взаємодії бізнесових структур і громадянського суспільства виходила від держав. Відтак у здійсненні корпоративного управління найбільший вплив мали власники і менеджери компаній, їх зв'язки з суспільством були слабкими. І нині на міжурядовому рівні обговорюється питання, варто чи ні залучати громадянське суспільство до вироблення стандартів корпоративної поведінки. Значну роль у вдосконаленні системи корпоративного управління та залучення стейкхолдерів до вирішення проблем соціально відповідального бізнесу почав відігравати Європейський Союз, розпочинаючи свою діяльність щодо поліпшення стандартів корпоративного управління, формував підходи до подальшого співробітництва із стейкхолдерами (табл. 2.9). Діяльність ЄС від самого початку орієнтувалася на уряди країн [43].

Відповідно до рішення Єврокомісії, 2003 року було створено Європейський форум соціально відповідального бізнесу (European Multi Stakeholder Forum on CSR). До його складу увійшли представники великих корпорацій, профспілок, екологічних, правових, споживчих та інших неурядових організацій. Завдання форуму – підтримка взаємодії між зацікавленими стейкхолдерами

стосовно поліпшення корпоративної поведінки. Згідно з стратегією ЄС, пріоритетними сферами співробітництва стали соціальна та екологічна політика компаній.

Таблиця 2.9

Джерела корпоративної відповідальності Європейського Союзу (на основі: [44-45])

Нормативний документ	Основні положення
Договір Європейського співтовариства та Європейського Союзу	Всім громадянам ЄС гарантовано чотири основні свободи, необхідні для створення єдиного внутрішнього ринку: свобода пересування товарів, осіб, послуг і капіталів. У свою чергу, в рамках свободи пересування осіб розглядають свободу пересування робочої сили (трудящих) і свободу заснування та економічної діяльності.
ISO 9000	Серія стандартів <u>ISO</u> , які застосовуються при створенні та удосконаленні систем менеджменту якості організацій. Стандарти серії ISO 9000, прийняті більш ніж 90 країнами світу в якості національних, застосовні до будь-яким підприємствам, незалежно від їх розміру, форм власності та сфери діяльності. Мета серії стандартів ISO 9000 — стабільне функціонування документованої системи менеджменту якості підприємства-постачальника. Вихідна спрямованість стандартів серії ISO 9000 спрямована на відносини між компаніями у формі споживач/постачальник.
«Зелена книга з корпоративної соціальної відповідальності»	Розширення меж звітності організацій та додання соціальних і екологічних аспектів до фінансових показників діяльності.
Глобальний договір ООН	10 принципів у сферах прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та протидії корупції
Комюніке Європейської Комісії, 2006	Підтримка сталого розвитку компаній, що призводить до покращення ситуації на ринку праці, а також якості продуктів і послуг, що надаються компаніями

Наприкінці 2004 року Єврокомісія створила спеціальний консультативний орган – Європейський форум з корпоративного управління. До цієї структури увійшли представники інвесторів,

аудитори, незалежні експерти, вчені. Вони сприяють вирішенню питань щодо прав та інтересів акціонерів, прозорості діяльності ради директорів і менеджерів, заохочення керівництва корпорацій до проведення стейкхолдерської політики управління. Рекомендаційний характер діяльності форуму не дозволяє кардинально впливати на зміни параметрів корпоративного управління. Проте цей орган може зробити певний вклад у справу поліпшення стандартів корпоративної поведінки великого бізнесу [43].

Профспілки ЄС, використовуючи досвід неурядових організацій, створюють власні мережеві структури для посилення своєї діяльності у стейкхолдерстві. Спільно з неурядовими організаціями вони беруть участь у щорічних форумах, присвячених проблемам соціально відповідального бізнесу, які скликаються за ініціативою Єврокомісії.

Європейці прагнуть заохочувати розвиток соціально відповідального бізнесу. Так, визнання з дотримання екологічних стандартів виробництва можна отримати від Європейської ради з хімічної промисловості. Існує також премія за екологічну звітність, котра присуджується бухгалтерським об'єднанням європейських країн. Екологічне маркування продукції, яке здійснюється на основі критеріїв Ради з присудження знаку «еко лейбл», також є однією з форм сприяння соціально відповідальному бізнесу. Нині розробляються стандарти соціального маркування, що особливо актуально для корпорацій, які працюють в країнах, що розвиваються (табл. 2.10).

Капіталізація підприємництва, позбавленого соціальної відповідальності, призвела до появи опозиційних рухів неурядових організацій громадянського суспільства. При підтримці міжнародних неурядових організацій, профспілок, місцевих громад вони стають каталізатором змін для великих корпорацій.

Завдяки традиційним формам діяльності, гнучкої організації роботи, медіаторським функціям, оперативності інформування неурядові організації змогли привернути до себе увагу корпоративного бізнесу та міжнародної спільноти. Співпраця з бізнесом є важливим показником здатності НУО не просто

співіснувати поруч із цим сектором, а й залучати місцеві бізнес-структури до фінансування діяльності НУО та встановлювати взаємовигідні ділові стосунки.

Таблиця 2.10

Масштабні кампанії щодо залучення стейкхолдерів до вирішення соціальних завдань (на основі [46])

Назва компанії	Програми залучення
Фонд «Грантодавці Північної Каліфорнії»	Заохочує великі компанії створювати професійні навчальні заклади, поліпшувати умови шкільної освіти для дітей працівників корпорацій. Щороку видаються гранти майже на 1 мільярд доларів.
Компанії «American Express» у співпраці з громадською організацією «Share Our Strength»	Впродовж різдвяних свят American Express передавала 2 центи від кожної транзакції за її кредитними картками на підтримку Share Our Strength. Розрекламувавши свою благодійну програму, компанія American Express спонукала споживачів користуватися саме її кредитними картками та допомогла громадській організації зібрати 21 млн. доларів на потреби дітей.
«Macy's» з громадською організацією «Reading is Fundamental»	Щороку Macy's проводить фандрейзингові тижні разом з Reading is Fundamental і пропонує своїм клієнтам, які зробили покупки на 50 доларів, спеціальні знижки на 10 доларів, якщо ті погодяться донувати 3 долари на підтримку кампанії. Щороку Macy's збирає для Reading is Fundamental майже 1,5 мільйона доларів. Це покращує репутацію торгівельної мережі серед покупців, а на зібрані кошти організація закуповує літературу для дітей з бідних родин і будує для них бібліотеки. Від часу заснування у 1966 році, організація передала 400 мільйонів книжок майже 35 мільйонам американських дітей.
Reading is Fundamental з мережею з 3900 ресторанів по всій Америці	Тижнева національна програма «Dine Out For No Kid Hungry» (Жодної голодної дитини). Програма реалізується впродовж Різдва, коли відвідуваність ресторанів значно зростає: лише за тиждень ресторани-партнери збирають для «Reading is Fundamental» до 0,5 мільйона доларів.
«Sturbucks» з гуманітарною організацією CARE	Sturbucks почав фінансувати проекти CARE у Африці та Азії, зокрема тренінгові програми для десятків тисяч фермерів, що вирощують каву в Ефіопії, Гватемалі, Кенії, Коста-Риці, Індонезії, Анголі та Індії. Завдяки профінансованим Sturbucks освітнім проектам, CARE боровся з безграмотністю сотень тисяч дітей, роздаючи навчальні посібники та розвиткові журнали.
McDonald's спільний проект з «Environmental Defense Fund»	Перехід на паперову упаковку та зменшення твердих відходів

Аналіз співпраці НУО з бізнес-сектором є ще більш цікавим з огляду на значний відсоток у бюджеті організацій коштів, що надходять з бізнесових джерел. Так само, як і при дослідженні співпраці між НУО, представники організацій третього сектору мали визначити основні чинники, що заохочують їх до співпраці з бізнесом (рис. 2.7.) [47].

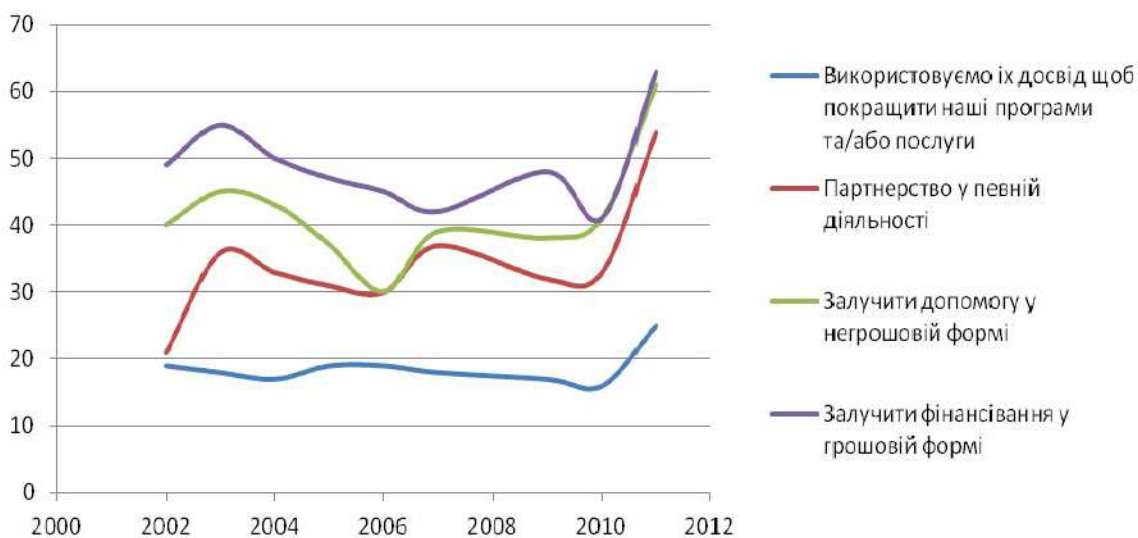


Рис. 2.7. Основні причини співпраці НУО з бізнес-структурами [47]

Як видно з рис. 5.3., для НУО бізнес-структури є насамперед джерелом фінансової та матеріальної допомоги, а також партнерами у виконанні певної діяльності, рідше – джерелом додаткового досвіду. Частка, що переконана у використанні досвіду бізнесу, яка суттєво не змінювалася протягом 2002-2010 років (16% у 2010 р.), у 2011 році мала зростання до 25%, хоча й залишається найменшою порівняно з іншими варіантами відповіді.

Це можна пояснити збільшенням можливостей бізнесу після закінчення фінансової кризи, а також ефективнішою взаємодією НУО з бізнесовими структурами. Відповідальність за недостатній рівень співпраці між НУО та бізнесом опитані організації, як правило, покладають насамперед на бізнес-структури [47].

Для того, щоб ефективно визначити програми КСВ, корпораціям слід не лише знати про традиції доброчинності, потрібно також

зважати на особливості соціально-економічного розвитку України. Деякі з таких особливостей:

1. Нерозвинена система соціального захисту населення та робітників підприємств.
2. Економічна залежність вітчизняної економіки від важких галузей, таких, як металургійна промисловість.
3. Неефективне розміщення ресурсів, неефективні технологічні, екологічні та управлінські технології.
4. Національне самовизначення – значне зростання інтересу до національних питань. Сфера інтересів населення звужується до рівня місцевості, інтерес до місцевого національного розвитку. Вищезгадані особливості здатні помітно вплинути на стратегію КСВ. Наприклад, компанії, у власність яких перейшли великі індустріальні комплекси, повинні забезпечити наявність соціальної інфраструктури, до якої працівники звикли. З огляду на традиції української доброчинності, від компаній очікуватимуть допомоги для закладів культури або заходів, що сприяють національному самовизначенню [48].

Зростання ролі відповідальності бізнесу в забезпеченні сталого розвитку суспільства вимагає перегляду корпоративних стратегій з точки зору інтегрування КСВ в систему корпоративного управління. Управління програмами КСВ відповідає загальносвітовим тенденціям і забезпечує збалансований економічний, соціальний та екологічний розвиток суспільства. Рішення даної задачі припускає перехід до управління, орієнтованого на довгостроковий стійкий розвиток, з урахуванням інтересів різних зацікавлених сторін компанії. Діалог зі стейкхолдерами в контексті розвитку громади необхідне компаніям для створення соціального капіталу у громадах та отримання більшої довіри, для активного покращення відносин, об'єднання ресурсів (людські, технологічні, грошові, знання та навички) для вирішення проблем та досягнення цілей, що не можуть бути досягнуті однією організацією, для нових стратегічних можливостей та розвитку інновацій тощо.

2.3. Формування корпоративної стратегії на основі соціальної відповідальності

Сутність концепції корпоративної стратегії зводиться до двох питань: які напрями діяльності будуть здійснюватися в компанії і яким чином буде здійснюватися управління цими напрямками.

Корпоративна стратегія – це сукупність дій, в якій окремі комбінації поведінки підприємства підпорядковані заздалегідь обдуманому плану, що допомагає йому досягти встановленої мети [49].

Концепція корпоративної стратегії спрямована на досягнення однієї мети – збільшення добробуту власників капіталу через збільшення біржової вартості акцій корпорації. Але важливо зазначити, що обираючи загальну мету корпоративної стратегії, корпорація повинна визначитися з основними її орієнтирами. Типові стратегічні орієнтири корпоративної стратегії наведено у табл. 2.11 (на основі [50]).

Питання розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності турбує багато компаній у світі, і ще більше – консультантів, які заробляють на цьому гроші. Стратегія КСВ – це корпоративна заява, що визначає цінності, стандарти і норми, якими керується компанія в своїй діяльності щодо співробітників, партнерів, громад і екології, і яка пов'язана з її бізнес-стратегією.

Інтеграція стратегії КСВ в щоденну діяльність компанії є надзвичайно складним, але важливим питанням. Вона включає ефективну комунікацію всередині компанії, розробку управління показниками і введення системи заохочень, тренінгів та розробку системи звітування за ними.

КСВ реалізується в компаніях способом управління бізнесом для надання сприятливого впливу на суспільство за допомогою економічних, екологічних і соціальних дій. КСВ дедалі частіше привертає увагу керівників підприємств як нова можливість для диференціації і росту.

Таблиця 2.11

Типові орієнтири концепції корпоративної стратегії

Орієнтир	Етноцентричний	Поліцентричний	Регіоцентричний	Геоцентричний
Провідна мета	Прибутковість	Суспільне визнання	Прибутковість і суспільне визнання	Прибутковість і суспільне визнання
Вид управління	Згори донизу	Знизу вгору	Взаємні переговори між регіоном та його філіалами	Взаємні переговори на всіх рівнях організації
Структура	Ієрархічний розподіл	Ієрархічний зональний розподіл при автономних національних одиницях господарювання	Товарна та регіональна організація, пов'язані між собою через матричну структуру	Мережа організацій
Культура	Країни-інвестори	Країни, що приймає	Регіональна	Глобальна
Технологія	Масове виробництво	Серійне виробництво	Гнучке виробництво	Гнучке виробництво
Маркетингова стратегія	Розробка товару визначається переважно потребами споживачів країни-інвестора	Розробка місцевого продукту, що базується на місцевих потребах	Товар є стандартизованим у межах одного регіону	Глобальні товари з місцевими модифікаціями
Стратегія використання прибутку	Прибутки вивозяться до країни-інвестора	Прибутки залишаються у країни, що приймає	Прибутки розподіляються у межах регіону	Перерозподіл здійснюється в глобальному масштабі
Персонал	Операції за кордоном здійснюються під керівництвом персоналу з країни-інвестора	Місцеві громадяни виконують обов'язки головних менеджерів	Мешканці регіону посідають провідні управлінські посади регіоні	Спеціалісти з будь-якої країни посідають управлінські посади

Раніше для організацій КСВ означала зосередження на дотриманні вимог законодавства та благодійності; зараз багато компаній розглядають КСВ як можливість для зростання. Щоб скористатися такими можливостями, компанії впроваджують ряд нових потужностей і технологій, починаючи від ініціатив в галузі корпоративної прозорості, спрямованих на поліпшення репутації їх торгової марки та більш ефективного відстеження ланцюжка постачань,

і, закінчуючи «зеленими» центрами обробки даних, націлених на більш раціональне використання енергоносіїв і керування викидами вуглекислого газу [51].

Вплив КСВ на внутрішнє середовище підприємства здійснюється за рахунок забезпечення гідних умов праці та оплати своїх працівників, підвищення їх професійного рівня та надання їм комплексу соціальних гарантій понад законодавчого мінімуму. Внаслідок цього зростає мотивація працівників, середній рівень їх кваліфікації та продуктивності праці, а також рівень і якість життя населення регіону в цілому, соціальна захищеність населення.

В Україні через початкову стадію формування соціальної відповідальності підприємств існує нерозуміння цілісності концепції. Як і раніше, соціальна відповідальність залишається орієнтованою на найближче коло стейкхолдерів – державу, власників і персонал (та організації, які його представляють). Більш широке коло заінтересованих сторін (місцеві співтовариства, територіальні громади, регіони, постачальники, споживачі) практично вилучені з даного процесу [52].

Економічна ефективність впровадження елементів соціальної відповідальності в системі управління підприємством полягає в рості не тільки показника соціального ефекту (ефективності для суспільства), а й зростанні вигоди для підприємства – вплив на основну діяльність. При цьому, кажучи про економічні вигоди соціальної відповідальності підприємства, треба зазначити, що ці вигоди найбільш яскраво проявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг й продажі, управління персоналом. Окрім цього, слід зазначити цінність заходів соціальної відповідальності в такій області як управління ризиками. Вигода характеризується створенням стабільного бізнес середовища, зниженням операційних ризиків, створенням позитивного іміджу, зміцненням довіри, збільшенням капіталізації, зростанням фінансових показників, підвищенням продуктивності праці, розвитком інновацій, що сприяє зростанню ринку та ін.

Організація та реалізація ефективної стратегії соціальної відповідальності передбачає чітке розмежування зовнішньої та

внутрішньої сфери КСВ. Найбільш важливими напрямками КСВ у зовнішній сфері є: співпраця з місцевими громадами; взаємини з бізнес-партнерами, постачальниками і споживачами (так званими групами впливу); дотримання прав людини в бізнес-діяльності; екологічна політика. У внутрішньому середовищі компанії КСВ зосереджено на управлінні людськими ресурсами; охороні здоров'я та безпеці праці; управлінні впливами на довкілля та використанні природних ресурсів. Серед найбільш важливих форм реалізації концепції КСВ у внутрішньому середовищі є такі: соціальна політика; прозорі програми мотивації і кар'єрного росту; етичні стандарти діяльності; прозора звітність компаній, яка обов'язково включає і соціальну звітність [53]. Фактори впливу на формування напрямків КСВ у стратегії корпорації наведено на рис. 2.8.

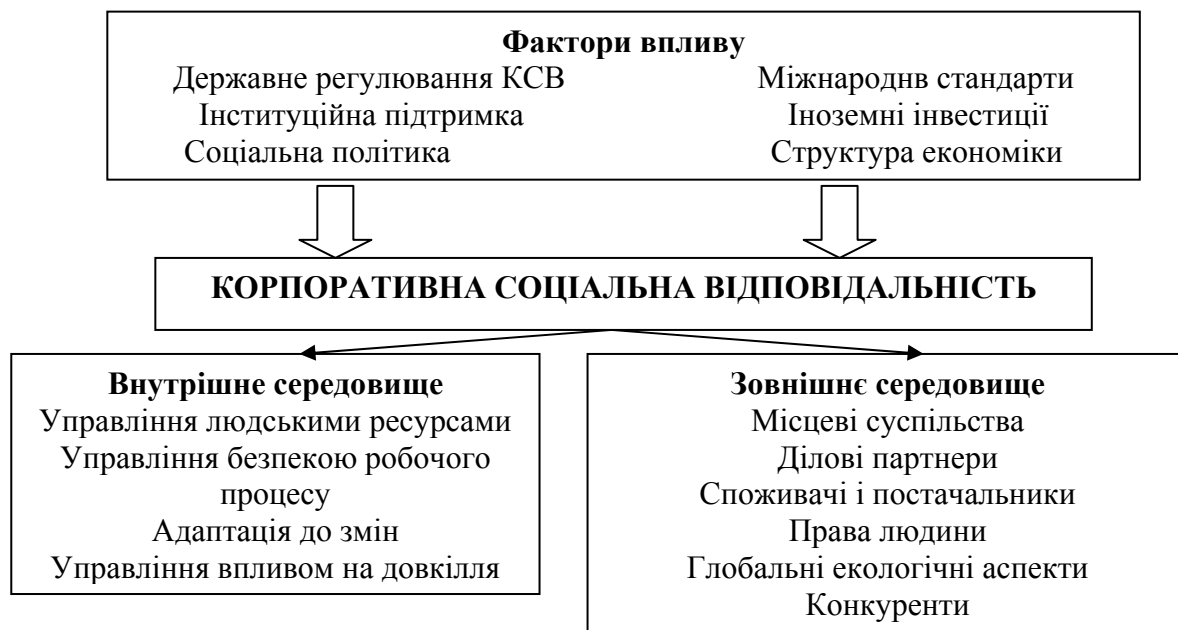


Рис. 2.8. Фактори впливу на КСВ

Для формування ефективної корпоративної стратегії соціальної відповідальності на основі принципів Глобального договору, запропоновано Модель управління Global Compact, яка є практичним інструментом для розвитку корпорацій. Модель складається з шести етапів управління: формальне впровадження, оцінка, визначення, реалізація, вимірювання та передача стратегії корпоративної стабільності (рис. 2.9.).

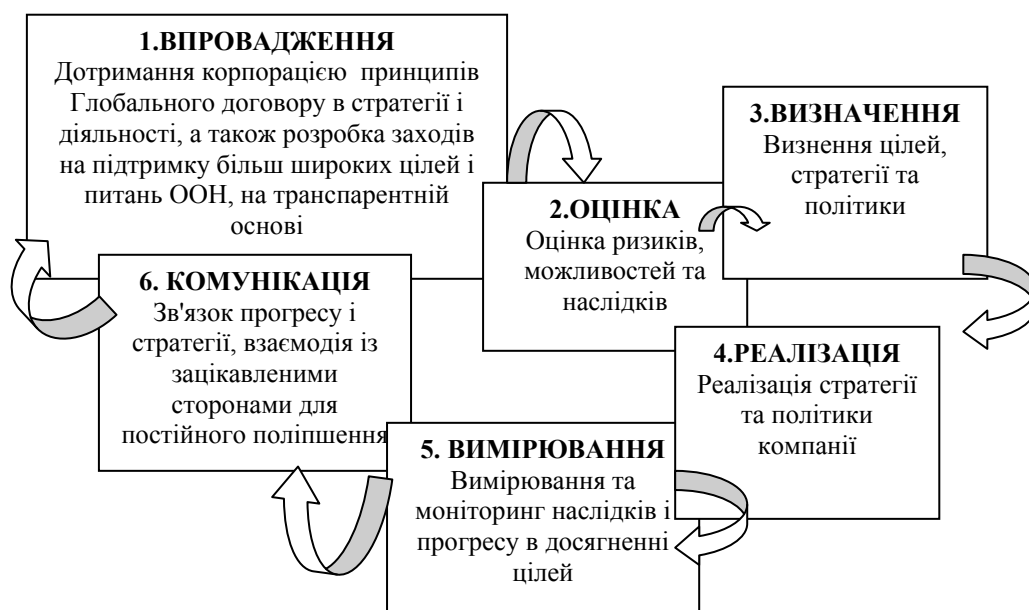


Рис. 2.9. Модель управління Global Compact (на основі [54])

Модель спирається на широке визнання і практику управління, призначена для досягнення максимальної корпоративної стійкості. При використанні моделі на постійній та періодичній основі, шість етапів моделі утворюють круговий процес, при якому компанії можуть постійно коригувати і вдосконалювати відповідності десяти принципів, а також місцеві та міжнародні норми.

Сьогодні 8000 компаній у 140 країнах приєдналися до Глобального договору ООН, прийнявши його принципи управління. Корпоративні учасники представляють майже кожен галузь в розвинених країнах і країнах, що розвиваються. Виконавчий директор кожної заявленої фірми зобов'язалися впровадити права людини, охорону праці, навколишнього середовища та принципи боротьби з корупцією у своїй діяльності і розкривати цю інформацію кожен рік. На рис. 2.10. наведено значення факторів сталого розвитку на всіх етапах запропонованої моделі управління.

З наведеного рис. 2.10. можна зробити висновок, що основними компонентами на всіх етапах управління є значення навколишнього середовища та основних положень охорони праці в корпораціях.

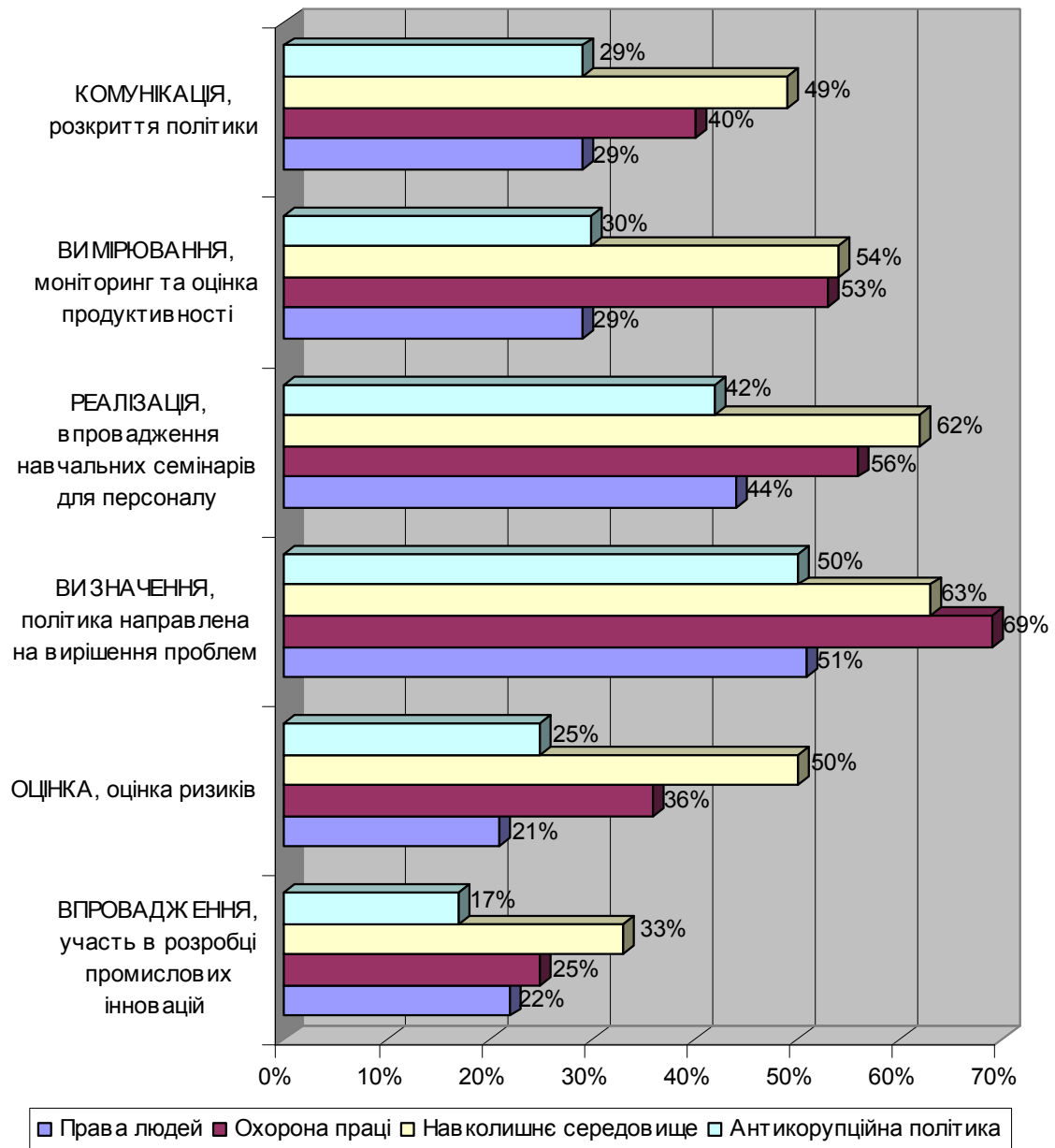


Рис. 2.10. Значення факторів сталого розвитку на всіх етапах моделі управління [54]

Результати дослідження показують, що чим довше компанії мають намір підтримувати принципи Глобального договору і сталого розвитку, тим більше вони вживають заходів. За чотири роки (2009-2012 рр.), компанії зробили значний прогрес у визначенні політики та реалізації заходів за принципами Глобального договору та етапами управління, починаючи з першого року участі (рис. 2.11).

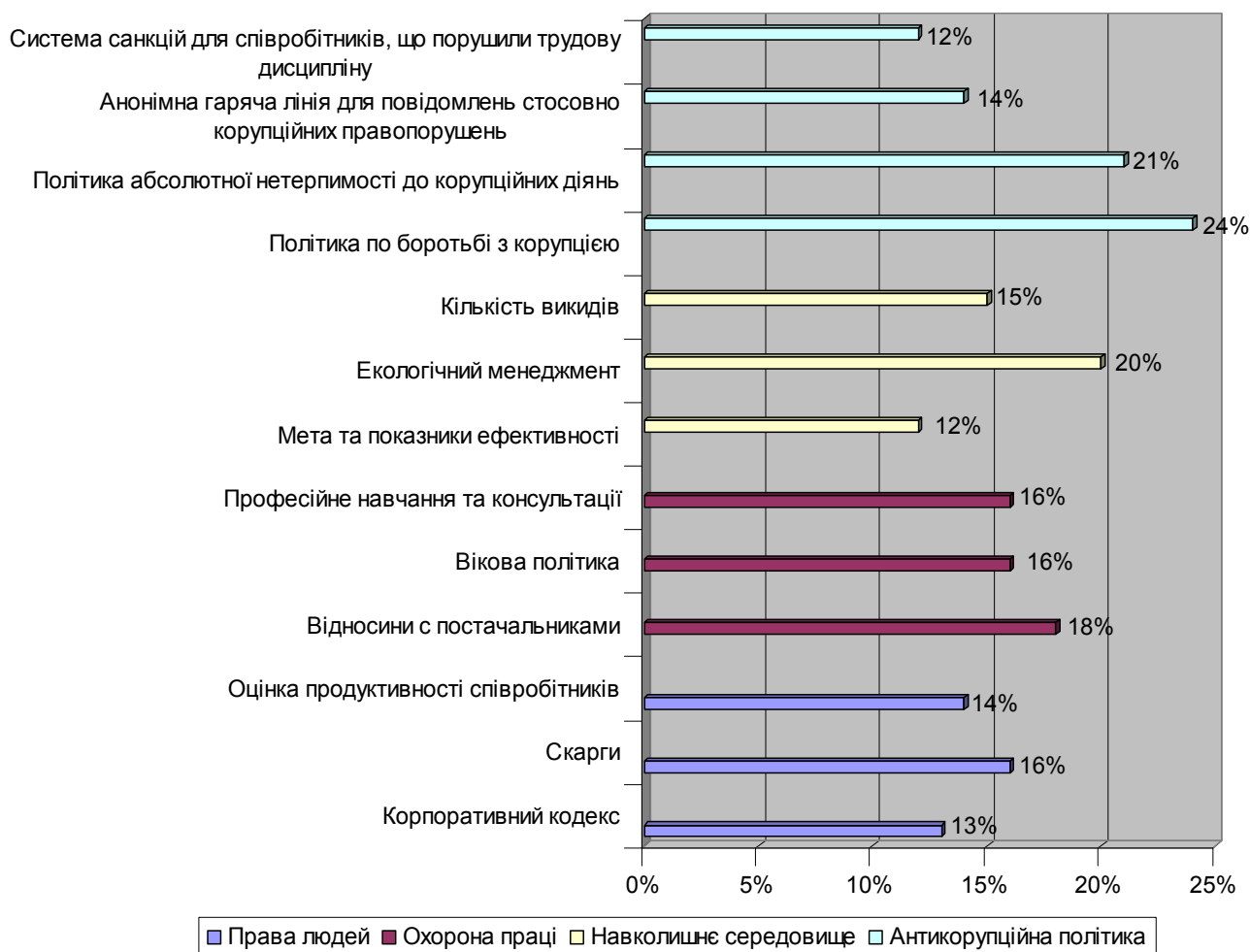


Рис. 2.11. Темпи приросту прогресу корпорацій, які дотримуються принципів Глобального договору з 2009 року по 2012 рік [54]

З наведеного рис. 2.11. можна зробити висновок, що найбільший прогрес в корпораціях з 2009 по 2012 рік спостерігається в сфері антикорупційної політики (24%) та охорони навколишнього середовища (20%).

З усіх факторів стійкості, які впливають на продуктивність, розмір компанії є найбільш значущим.

З майже 8000 компаній, які беруть участь в Глобальному договорі, більшість (56%) – малі та середні підприємства (МСП) з менш ніж 250 співробітниками. Це незначна частина в порівнянні з минулими роками, коли їх кількість була 2000 великих компаній з

більш ніж 5000 співробітників. Корпоративна стабільність має стати більш поширеною бізнес-концепцією з більшою кількістю учасників.

В якості основного постачальника робочих місць у приватному секторі та двигуном світової економіки є малий та середній бізнес. Але в той час як є більш і більше МСП приєднуються до Глобального договору, вони відстають від великих компаній, в яких більш ніж 5000 співробітників, у вживанні заходів з проведення і сприяння стійкості.

Одним з десяти принципів Глобального договору є «сліпий розмір» і однакове ставлення до компанії незважаючи на те, чи мають вони 10 співробітників чи 50000. Проте, з усіх факторів, які впливають на рівень продуктивності компанії, розмір компанії має найбільш істотний вплив.

Наприклад, 58% великих компаній підтримують права людини, запровадивши механізм розгляду скарг на місці, в порівнянні з 23% МСП.

Таблиця 2.12

Вплив розміру компанії на продуктивність на кожному з етапів розвитку корпоративної стабільності [54]

Етапи розвитку корпоративної стабільності	Права людини		Охорона праці		Охорона навколишнього середовища		Антикорупційна політика	
	підприємства малого та середнього бізнесу	великі компанії	підприємства малого та середнього бізнесу	великі компанії	підприємства малого та середнього бізнесу	великі компанії	підприємства малого та середнього бізнесу	великі компанії
Впровадження	15%	36%	22%	47%	29%	62%	9%	28%
Оцінка	12%	29%	25%	33%	30%	61%	11%	39%
Визначення	43%	65%	62%	79%	55%	77%	40%	66%
Реалізація	22%	48%	36%	58%	37%	68%	16%	58%
Вимірювання	28%	35%	48%	60%	37%	81%	15%	48%
Комунікація	18%	40%	22%	41%	21%	66%	17%	49%

В оцінці впливу розміру компанії на продуктивність на кожному з етапів розвитку корпоративної стабільності прийняли компанії, які

умовно можна поділити на дві групи: великі компанії з більш, ніж 5000 співробітників, та підприємства малого та середнього бізнесу з менш, ніж 250 працівниками (табл.2.12).

З наведеної табл. 2.12 можна зробити висновок, що у великих компаній більш ніж в два рази більше шансів для моніторингу та оцінки екологічних показників. В той час як 48% великих компанії займаються оцінкою ризиків від корупції, тільки 15% малих і середніх підприємств роблять те ж саме. 35% великих компаній розкривають трудову політику і практику, в порівнянні з 28% - малих і середніх підприємств.

Невеликі компанії стикаються з фундаментальними бар'єрами на шляху прогресу стійкості. Але це не ті ж самі бар'єри. Великі компанії все частіше бачать «стійкість», як стратегічне питання і використовують принципи Глобального договору, які допоможуть розставити пріоритети (рис. 2.12.).

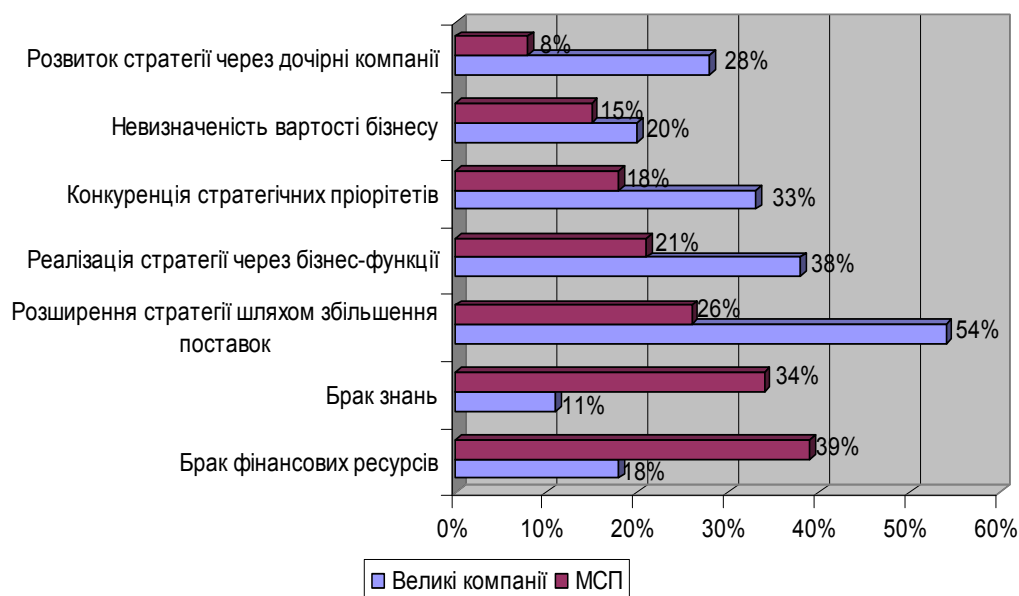


Рис. 2.12. Бар'єри розвитку корпоративної відповідальності [54]

З наведеного рис. 2.12. можна зробити висновок, що чим більша компанія, тим більше бар'єрів на шляху до сталого розвитку. Найбільшим бар'єром для великих компаній є розширення стратегії шляхом збільшення поставок (54%) та реалізація стратегії через бізнес-функції (38%). Найбільш впливовим бар'єром для

підприємств малого та середнього бізнесу на шляху сталого розвитку є брак фінансових ресурсів (39%) та брак знань (34%) [54].

Для розробки стратегії і програми КСВ потрібно створити структуру управління КСВ на топ-рівні компанії. Це є надзвичайно важливим у стратегічному плані, оскільки це забезпечить підтримку і обов'язок вести бізнес відповідально, створить культуру ведення бізнесу в компанії. За результатами дослідження компанії Ernst&Young серед 31 міжнародної компанії, які працюють в 20 галузях і входять до рейтингу FTSE 1000 (цей рейтинг не включає українські компанії), в 71% компаній один із членів ради директорів відповідає за питання КСВ. В Marks&Spenser – виконавчий директор. Це – одна з головних мрій менеджерів, відповідальних за КСВ-питання в українських компаніях. Але сьогодні і в наших компаніях ситуація змінюється – створюються робочі групи або комітети з КСВ, до яких входять керівники різних департаментів, про рішення інформують топ-менеджера. Один з ефективних моментів – це комунікація в рамках подібної групи з копією на топ-менеджера (справді, ефективно! особливо щодо присутності на засіданнях) [55].

В міжнародних компаніях існують декілька відділів і осіб, які відповідають за питання КСВ, з вузькою спеціалізацією, наприклад, в одній англійській компанії є окрема посада, у посадові обов'язки якої входять лише комунікації і діяльність за Глобальним Договором. В Україні сьогодні є посади менеджерів з КСВ, які займаються, зазвичай, соціальними і благодійними проектами. В іноземних компаніях, які приймали участь у дослідженні Ernst&Young, менеджер з КСВ займається: співпрацею з громадськими організаціями, громадою; питаннями навколишнього середовища, зміни клімату; питаннями бізнес-етики; залученням співробітників компанії; охороною праці.

Як показують дослідження у сфері КСВ, одним із найбільш важливих чинників розвитку соціально відповідальних ініціатив у вітчизняному підприємницькому середовищі стала інтеграція українського бізнесу у міжнародний економічний простір, у якому стандарти соціальної відповідальності стали нормою та обов'язковою умовою міжнародного інвестування. Нагальною проблемою, котра

може бути частково розв'язана із впровадженням практик КСВ українським бізнес-середовищем є оптимізація інвестиційних можливостей та покращення інвестиційного клімату. Важливим стратегічним пріоритетом упровадження КСВ є розширення можливостей щодо залучення та мотивування співробітників компанії, що є особливо актуальним з огляду на тенденцію до постійного зниження як рівня продуктивності праці, так і економічної активності українського населення загалом. Рівень економічної активності населення є одним із найнижчих у Європі і становить 56%, що значно обмежує можливості використання потенціалу людського капіталу в Україні. Разом з тим експерти та аналітики відмічають тенденцію зростаючої соціальної вразливості населення. Саме в межах стратегії КСВ існує можливість для оптимізації внутрішньої соціальної політики підприємств, що, зрештою, сприятиме формуванню та нарощуванню соціального капіталу компанії, стабілізації ринку зайнятості та зростанню ефективності мотивації трудових ресурсів. [53].

Міжнародна практика розвитку КСВ-стратегій наводить приклади впровадження різноманітних напрямів та програм корпоративної соціальної відповідальності, в основі яких лежать екологічні, соціальні та інноваційні проекти. Приклади інтегрування КСВ у бізнес-стратегію корпорацій наведено у табл. 2.13.

Відповідно до сформульованих та затверджених принципів корпоративної соціальної відповідальності кожна компанія обирає основні напрями КСВ, які потребують розвитку [56].

Яскравими прикладами розвитку стратегії корпоративної соціальної відповідальності в Україні у 2012 році стали мобільні оператори та компаній групи СКМ. Мобільний оператор life:) підвів підсумки діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності за 2012 рік, який став початком нових соціальних проектів і вдалим продовженням уже традиційних ініціатив. Отже, за звітний період life:) випустив свій третій соціальний звіт, розширив освітню програму для студентів-старшокурсників «Стрибок у життя :)» і успішно продовжив програму «life:) Волонтери», провів акцію «Близькі не за горами», яка отримала не тільки відгуки з вдячністю

від безпосередніх учасників, а й нагороду на виставці КСВ-проектів CSR MarketPlace 2012, запустив освітній проект «Школа мобільного зв'язку:»)» для старшокласників і благодійну ініціативу «Час добрих справ!» [57].

Таблиця 2.13

КСВ у бізнес-стратегії корпорацій (міжнародний досвід)

Проекти КСВ	Приклади міжнародних практик
Екологічні проекти	стійкість ланцюжка поставок рибної продукції (Бельгія), скорочення використання пестицидів (Іспанія), очищення берегів річок Румунії, скорочення вуглецевого сліду в сільському господарстві (Італія), використання органічних добрив для зменшення забруднення земель Данії, скорочення CO ₂ в ланцюжку поставок (Австрія)
Здоров'я, благополуччя та забезпечення основних соціальних потреб, соціальна інтеграція	забезпечення виробничої практики для інвалідів (Чорногорія), інноваційна система підбору персоналу серед уразливих груп населення (Фінляндія), професійна підготовка знедолених дітей (Чехія), додаток для мобільних телефонів по збору даних про стан здоров'я груп людей в країнах, що розвиваються (Фінляндія), підвищення рівня виживаності новонароджених (Сербія)
Допомога в управлінні фінансами	програма з відкриття банківських рахунків для соціально ізольованих шарів населення (Австрія), управління комунальними платежами боржників (Угорщина), еко-ефективність (енергозбереження, оптимізація використання води) родин з низьким доходом (Франція)
Розвиток інноваційних продуктів і послуг, ефективніше використання ресурсів	залучення споживачів, відкриття нових ринків для стоматологічної клініки в Болгарії; сербська Media Group знайшла 150 нових бізнес-клієнтів, проекти з енергоефективності в Словенії, які ведуть до скорочення витрат компанії, ресурсоефективність (вода, енергія) при бутілювання в Норвегії, впровадження системи збору дощових вод (Греція)
Зв'язок між КСВ та бізнес-стратегією	будівельна компанія забезпечує водну інфраструктуру в Швейцарії, телекомунікаційна компанія розробляє програму інтернет-безпеки для молоді в Польщі, інжинірингова компанія підтримує наукові дослідження в Хорватії

Група Метінвест у співпраці з Євросоюзом, Програмою розвитку ООН та громадами завершила два енергозберігаючих проекту в містах Вуглегірськ і Юнокомунарівськ. Заходи, спрямовані на створення комфортних умов для городян, були реалізовані в рамках програми «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду-2», яка вперше здійснювалася в Донецькій області за участю малих міст.

Вклад Єнакіївського метзаводу Групи Метінвесту в обидва проекти склав 100 тис.грн.

ДТЕК впровадив у Києві проект «Енергоефективні школи», який став частиною програми ДТЕК «Енергоефективність у комунальному секторі», спрямованої на підвищення енергоефективності навчальних закладів та формування енергоефективної поведінки громадян.

«Київстар» запустив програму «ЛідерФест», яка націлена на розвиток керівників департаментів та відділів компанії і покликана посилити управлінську культуру відповідального лідерства. Відповідальність керівника охоплює три ключові зони його уваги: відповідальність за себе, відповідальність за свою команду і відповідальність за компанію в цілому [58].

Наприкінці червня 2012 р. в Брюсселі відбулося урочисте нагородження переможців першої європейської премії з корпоративної соціальної відповідальності – European CSR Award. 30 країн-учасниць – 749 заявок – 63 проекти-переможця. Кращою від України стала програма компанії Прикарпаттяобленерго «Стабільне електропостачання та збереження біорізноманіття», яка представила свій проект отримала нагороду Європейської премії і увійшла до «Золотої книги». У фінал конкурсу також вийшли ДТЕК з проектом з енергоефективності в школах; Київстар з соціальною програмою з безпеки дітей в Інтернеті; Microsoft Україна і її проект з профілактики безробіття через навчання молоді комп'ютерної грамотності [59].

Розширення кола економічних інтересів українських корпорацій, який включає не тільки профільні, експортно-орієнтовані сегменти, але і галузі, направлені на внутрішній ринок, потребує сучасних механізмів розвитку корпоративної стратегії з впровадженням нових елементів в їх корпоративну стратегію: проведення моніторингу ефективності роботи корпорацій (ефективність методів управління, структура власників та капіталу, інвестиційні можливості, рівень економічної незалежності, інформаційна прозорість, нефінансова звітність); впровадження світових норм корпоративного управління і принципів корпоративної соціальної відповідальності. Наведені елементи корпоративної стратегії дозволять вітчизняним корпораціям мати конкурентні

переваги на міжнародному ринку та покращити імідж економіки України в цілому.

2.4. Соціальна відповідальність вищої освіти та науки України

Стоячи перед складністю теперішніх і майбутніх глобальних викликів, вища освіта має соціальну відповідальність для покращення нашого розуміння багатогранних проблем, які включають соціальний, економічний, науковий і культурний виміри і нашу здатність відповідати їм. Вона повинна привести суспільство до створення глобальних знань, які б відповідали глобальним викликам, між іншим викликам продовольчої безпеки, зміни клімату, розподілу водних ресурсів, міжкультурного діалогу, запровадження відтворювальних джерел енергії та охорони здоров'я [60].

Напрями реалізації соціальної відповідальності освіти, які ґрунтуються на постачанні суспільству професіоналів певного рівня, сприянні розмиванню соціальних бар'єрів у суспільстві, поширенні у суспільстві знань з соціальної відповідальності, наукової та виробничої співпраці з бізнесом, незалежно від будь-яких факторів, повинні реалізовуватися у розвинутій країні.

Проблема молодіжного безробіття є актуальною для всіх країн. За даними Міжнародної організації праці, рівень безробіття серед молоді у світі досяг рекордних позначок і у 2012 році становив 12,7%. В Україні рівень безробіття серед молоді – 11%, що є вищим за середній по Україні (7,5%) [61].

Високий рівень молодіжного безробіття зумовлений тим, що значна частина молодих людей не мають належних професійних навичок і досвіду роботи. Крім того, в Україні поглиблюється тенденція невідповідності попиту і пропозиції на ринку праці.

Водночас загальні бюджетні витрати на освіту в Україні перевищують показники інших країн. Так, якщо інвестиції у вищу освіту (як державні, так і приватні) перевищують 2% ВВП лише у

США та скандинавських країнах, то в Україні протягом 2009-2010 років тільки державні видатки на освіту становили 2,3% ВВП, а з 2011 р. – 2%.

Дисбаланс попиту і пропозиції на ринку праці є вже давно. Його головними причинами стали комерціалізація освіти та намагання молоді здобути професію, що приносить великі доходи і забезпечує високий соціальний статус. Виявилася негнучкою і система підготовки фахівців за держзамовленням, яка не враховує суспільної потреби в тих чи інших спеціалістах на перспективу. Як наслідок, протягом останніх десятиліть частка випускників ВНЗ, які звертаються до Державної служби зайнятості, є достатньо великою (у 2003 р. – 45,8 тис., у 2012 р. – 52,9 тис. осіб). Водночас компаніям в Україні важко прогнозувати потребу в працівниках різних спеціальностей, оскільки є проблеми зі стратегічним плануванням [61].

Серед проблем розвитку університетської освіти як складової частини системи вищої освіти у XXI столітті можна виділити: масовизацію вищої освіти; фінансову кризу університетів; неефективну диверсифікацію вищих навчальних закладів; проблеми якості вищої освіти; низький рівень технології навчання і проблема відкритості і конкурентоспроможності університетів; проблеми соціальної відповідальності університетів.

Під соціальною відповідальністю вищої освіти розуміється відповідальність вищих навчальних закладів, зокрема, університетів як соціального інституту перед суспільством за результати і якість своєї професійної діяльності [60].

Соціально – відповідальна діяльність освіти як суб'єкта надання освітніх послуг, а закладів освіти – як організацій, що є суб'єктами ринку освітніх послуг, виконує наступні завдання:

соціальна відповідальність щодо працівників навчально-виховних і освітніх закладів;

соціальна відповідальність у відносинах зі споживачами (учні, батьки, студентство, роботодавці тощо);

ведення основної діяльності закладу освіти відповідно до концепції корпоративної соціальної відповідальності;

дотримання принципів добросовісної конкуренції, соціально відповідальний маркетинг;

етична поведінка закладу щодо контрагентів;

розвиток партнерств з місцевою владою та громадою, співпраця з неурядовими організаціями;

відповідальне ставлення до довкілля [62].

Заклади вищої освіти, через їх основні функції (дослідження, навчання і послуги громадськості), що здійснюються в контексті інституційної автономії і академічної свободи, повинні збільшити свою міждисциплінарну спрямованість і просувати критичне мислення і активну громадянську позицію. Це сприяло б сталому розвитку, соціальної відповідальності громадян, добробуту і реалізації прав людини, цінностей демократії [60].

У трансформаційний період розвитку вітчизняної економіки втрачено тісні зв'язки і ефективну співпрацю між підприємницькими структурами, державними організаціями та вищими навчальними закладами (ВНЗ). За час становлення вітчизняної економіки кожен із суб'єктів намагався насамперед вижити самостійно, і втрачені механізми співпраці до сьогодні не відновлено.

Отже, існують різні вимоги до підготовки фахівця як з погляду роботодавця, так із позиції освітніх організацій, відсутні інвестиції з боку бізнесу для підготовки висококваліфікованих кадрів, навчально-науковий процес ізольований від бізнес-середовища.

Сьогодні на ринку життєвий цикл продукції з кожним днем скорочується. І для того щоб підприємство було конкурентоздатним, необхідно постійно шукати нові технології, ідеї тощо. Якщо проаналізувати досвід співпраці у цьому напрямі в інших країнах світу, то можна побачити, що конкурентоспроможні підприємства розміщуються навколо наукових центрів, ВНЗ. Своєю чергою, ВНЗ також виграють від взаємодії з бізнесом. Успішними прикладами співпраці ВНЗ та бізнес-структур є Стенфордський університет, Мічиганський технологічний університет. Така співпраця та формування на одній території науково-навчально-виробничих центрів надзвичайно слабо розвинена в Україні, і ВНЗ роблять лише перші спроби її розвинути, зокрема і за участі ДПС України.

З іншого боку, стратегічним ресурсом будь-якої організації є працівники. Їхні знання, навички, вміння закладаються в процесі навчання. Однак ці знання часто не відповідають вимогам та потребам сучасних організацій [63].

Тому для досягнення результату навчальні заклади і бізнесові компанії створюють партнерські відносини, виграшні для обох сторін. Університети забезпечують себе доходами і новими ідеями зі сфери бізнесу, що допомагає їм проводити наукові дослідження при підготовці студентів. Бізнес може надати навчальному закладу зворотний зв'язок щодо готовності випускників до успішної професійної діяльності, зорієнтувати систему підготовки майбутніх спеціалістів на формування актуальних для сучасного ринку праці професійних компетенцій. Окрім цього, налагоджена система роботи ВНЗ з потенційними роботодавцями підвищує привабливість навчального закладу в очах студентів і абітурієнтів.

Деякі дослідження, які проводяться в Україні, теж фіксують активну участь компаній у практичній підготовці студентів. Так, за результатами дослідження «Досвід працевлаштування випускників навчальних закладів: погляд випускників та роботодавців», 71% компаній у співпраці з ВНЗ допомагають у стажуванні, проходженні практики студентів, 32% – залучають студентів до роботи на підприємстві, 18% компаній укладають договори з ВНЗ про контрактно-цільову підготовку фахівців за заявкою компанії тощо, і тільки 10% компаній беруть участь у навчальному процесі (викладають спеціальні курси, факультативи тощо) [64].

Світовий досвід свідчить, що ВНЗ активно розвивають співпрацю з компаніями у напрямі наукової та інноваційної діяльності. Так, за даними дослідження «Огляд партнерства бізнесу та університетів в Канаді» (2011 р.), компанії визначають такі найпоширеніші форми співробітництва з університетами:

- стажування – 25 %,
- менторство – 17 %,
- благодійна грошова допомога – 15%,
- підтримка дослідних проектів – 14%,
- контрактні дослідні проекти – 11%,

взаємодія з дослідною кафедрою – 5%,
створення бізнес-інкубаторів – 4%.

А основними мотивами для налагодження партнерства визначають доступ до компетенцій та експертиз, розроблених в університеті – 43%, доступ до висококваліфікованих фахівців – 42%, доступ до інноваційних технологій – 22% [65].

Національні ВНЗ сьогодні здебільшого не виконують ролі наукових центрів, оскільки мають застарілу матеріально-технічну базу, незначні видатки на наукові дослідження та проблеми захисту авторських прав тощо. Погіршилась ситуація і з фінансуванням науки загалом. Як наслідок, Україна посіла 84 місце зі 148 у Глобальному індексі конкурентоспроможності за 2013-2014 рр., втративши 11 позицій, якщо порівняти з попереднім роком. Одну з найнижчих позицій Україна посідає за складовою «інновації» – 93 місце порівняно з 71 місцем у 2012-2013 рр. Особливий інтерес становить динаміка такої підскладової, як «взаємодія бізнесу та університетів у сфері досліджень» (рис. 2.13.).

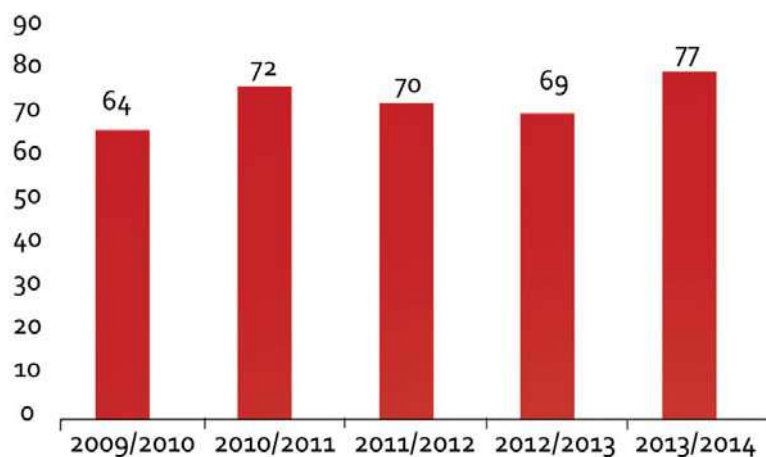


Рис. 2.13. Динаміка місця України у Глобальному індексі конкурентоспроможності за підскладовою «взаємодія бізнесу та університетів у сфері досліджень» (за даними [66])

Дослідження Центру «Розвитку КСВ» в Україні зафіксувало, що співпраця компаній і ВНЗ набирає стратегічного характеру (табл. 2.14). І ректорат навчальних закладів, і топ-менеджмент компаній

прагнуть до партнерства, більше половини з них мають стратегії, політики або інші документи, які регламентують співпрацю. Більше половини компаній зазначили, що мають окрему статтю бюджету, а половина вищих закладів створили мережу випускників, яка активно допомагає ВНЗ. Розмір бюджету більшості компаній за статтею партнерства становить до 5000 дол. на рік.

Загалом партнерство університетів із бізнесом у країнах ЄС залишається доволі нерозвиненим [68]. Приватні партнерства за участю університетів набули там поширення лише в 2000-2005 рр., а в країнах, що розвиваються, законодавство про таке партнерство тільки формується.

Таблиця 2.14

Розвиток управління партнерськими відносинами (за 10-бальною шкалою, де значення 1 – 3 – низький рівень, 4 – 7 – середній, а 8 – 10 – високий рівень характерності) [67]

Елемент управління	Ступінь розвитку	
	у компаніях	у ВНЗ
Вищий рівень керівництва прагне до партнерства	7,7	9,25
Розроблено стратегію, політику або інший документ, що регламентує партнерство	6,1	6,4
Виділена окрема стаття бюджету	5,8	-
Створено мережу випускників, які активно допомагають ВНЗ	-	5,0

На рівні Європейського Союзу ухвалено чимало актів щодо підтримки інновацій, захисту інвестицій та інтелектуальної власності, що також впливають на рівень партнерства між компаніями й університетами. Окремим індикатором партнерства в ЄС виступає кількість випускників, які влаштувалися на роботу за спеціальністю або відкрили власні компанії протягом певного терміну.

Законодавство про освіту та оподаткування у різних країнах (Австралія, Індія, Росія, США, ФРН) має значні відмінності. Наприклад, реформування вищої освіти у ФРН мало на меті створити підприємницькі навчальні заклади. А в університетах Великобританії представники приватного сектора беруть активну участь у розробці добровільних кодексів етики закладів.

Серед глобальних пріоритетів партнерств «бізнес – ВНЗ» типовими є:

дослідження і розробки;

розробка та оцінка курсів/програм (у деяких країнах, наприклад, Німеччині, Ірландії, Франції, представники бізнесу входять і до незалежних загальнонаціональних органів, які проводять акредитацію програм);

мобільність студентів як працівників;

захист інтелектуальної власності.

У більшості країн вищі навчальні заклади мають право створювати наукові парки та бізнес-інкубатори в структурі університетів, інноваційні компанії (часто співвласниками є бізнес-компанії), центри технологічних досліджень або холдинги з управління інтелектуальною власністю. Найпоширеніша ця практика у США та Японії. Так, коледж нанотехнологій в університеті Олбані отримав інвестиції на суму 6 млрд. доларів. Серед успішних прикладів останніх років – інвестиційний фонд StartX у Стенфордському університеті для фінансування венчурних дослідних компаній.

У США, як і у Великобританії, університети створюють як власні бізнес-компанії, так і різноманітні приватні партнерства (особливо для управління об'єктами нерухомого майна та інтелектуальної власності).

У Фінляндії участь університетів у бізнес-компаніях для наукових досліджень може затверджувати міністерство. У Франції та Швеції партнерства створюються на випадок державних закупівель або для фінансованих державою досліджень за умови відшкодування витрат університетів.

Майже всі університети Іспанії володіють науковими парками; вони мають право вільно створювати партнерства з бізнес-компаніями, фонди і компанії для досліджень [68].

Основними формами співпраці між навчальними закладами і представниками бізнесу є організація стажувань на підприємстві.

Наприклад, у США бізнес є реальним замовником освітніх і наукових послуг. Оплата за ці послуги забезпечує розвиток

навчальних закладів і надає практичний матеріал для навчання. Бізнес фінансує 60% науки у ВНЗ. Для підтримки компаній, що активно співпрацюють з навчальними закладами, створено систему пільг і додаткових прав (безкоштовне використання державних наукових лабораторій, пільги на купівлю сировини, матеріалів, податкові пільги);

допомога в модернізації навчального обладнання;

участь професіоналів (практиків з бізнесових компаній) у процесі навчання – зокрема, проведення працівниками компанії гостьових курсів для обраного ВНЗ;

програми спільної підготовки спеціалістів навчальними закладами і компаніями (взаємодія на етапі організації навчального процесу).

Без участі бізнесу в підготовці спеціалістів важко розраховувати на те, що академічна підготовка буде повністю задовольняти вимоги ринку праці. Також варто відзначити проблему відсутності чіткого планування зайнятості студентів, котра є у всіх ВНЗ країни. Вона полягає в розбіжностях між роботодавцями і ВНЗ країни. Сьогодні існує декілька методів юридичного закріплення відносин між ВНЗ і компаніями.

Альянси – об'єднання декількох компаній з університетами на основі угоди про спільне фінансування, розробки і модернізації продукції (освітньої програми). Учасники альянсу вносять свій вклад у вигляді інтелектуальних, матеріальних та інших ресурсів, після досягнення результату отримують свою долю інтелектуальної власності.

Структурою, що сприяла би плідній взаємодії підприємств та ВНЗ, можуть виступати освітньо-промислові групи (ОПГ). ОПГ – це сукупність навчальних закладів та підприємств, що об'єднують за принципом спільної участі свої матеріальні та нематеріальні активи на базі відповідної угоди про створення ОПГ для реалізації інвестиційних та інших проектів.

Одним із найвидатніших прикладів співпраці між компаніями і ВНЗ є Міжкорпоративний університет – перший в Україні партнерський проект у галузі освіти, що об'єднав найбільших

працедавців і провідні вищі навчальні заклади. Проект орієнтований на довгострокову перспективу і передбачає інтеграцію унікальних практичних знань і досвіду компаній у процес підготовки майбутніх фахівців. Міжкорпоративний університет об'єднує три ВНЗ країни (Національний університет ім. Т. Шевченка, Києво-Могилянську академію, Київський політехнічний інститут) і компанії, що працюють у різних секторах економіки (МТС, Вімм-Білль-Данн Україна, МЕТРО Кеш енд Кері Україна, Київську інвестиційну групу) [69].

Програма спрямована на розвиток у студентів базових управлінських і комунікативних навичок: ведення переговорів, роботи в команді, проведення презентацій, тайм-менеджменту, управління проектами тощо. До програми входять аудиторні тренінги і стажування у компаніях-учасницях. Викладають в МКУ кваліфіковані бізнес-тренери, а також топ-менеджери компаній-учасниць. Навчання відбувається у групах у вечірній час два-три рази на тиждень і не перетинається з навчальним процесом у ВНЗ.

Після закінчення теоретичної частини слухачі проходять спеціально розроблену програму стажувань, яка складається з трьох частин. Перша частина – корпоративний тренінг «Ласкаво просимо в компанію». У другій частині програми студенти знайомляться з основними бізнес-підрозділами компаній. Третя частина стажування – спеціалізація: за стажерами закріплюється наставник, завданням якого є, з одного боку, допомога у вивченні нормативно-правової бази (посадових інструкцій, положень, наказів тощо), а з іншого – навчання і контроль за виконанням окремих службових обов'язків за посадою, на яку претендує випускник МКУ. Упродовж стажування слухачі знайомляться з різними аспектами діяльності компанії та відповідною посадою, застосовуючи на практиці теоретичні знання, отримані в університетах, і практичні навички, набуті на тренінгах МКУ.

Завершивши навчання, студенти проходять підсумкову атестацію і отримують сертифікати, які засвідчують участь у тренінгах і стажуванні. Далі компанії-учасниці розглядають кандидатуру кожного випускника окремо і приймають рішення:

прийняти на роботу, продовжити стажування або зарахувати студента до кадрового резерву [69].

Освіта в галузі науки, технології, інженерної справи і математики (STEM-освіта) є предметом особливої важливості в більшості країн з зростаючим інноваційним потенціалом. Основні аспекти системи освіти STEM служать прикладом гострої необхідності її впровадження в країнах з високим рівнем безробіття.

Активізація розвитку STEM може стати ключем до вирішення багатьох освітніх проблем, посиленню масового характеру освіти в поєднанні з його гнучкістю, зростанню можливостей економії фінансів. Недооблік ролі STEM-освіти в сучасних умовах підриває конкурентоспроможності країни. Частка STEM-дисциплін складає в національній системі освіти США 17 %, тоді як у Японії – 64%, в Китаї – 52%, в Південній Кореї – 40%, Росії – 33%, Індії – 23%. З меншою часткою американського STEM в освітній системі США в порівнянні з іншими країнами зв'язується зменшення показників США в природничих і математичних науках. США зараз відстають від більшості країн світу за часткою випускників в галузі науки і технологій. У результаті США знаходяться на 29-му місці з 109 країн за показником частки молоді з математичним або науковим ступенем серед всієї молоді у віці 24 років. Незважаючи на те, що економіка США стає все більш наукоємною, кадрів підготовляється все менше [70].

Практика впровадження STEM-освіти в Америці показує, що розвиток науково-математичних шкіл є інституціональною інновацією, яка довела свою ефективність у підготовці зростаючої кількості вчених та інженерів. Це веде до набагато більш високого рівня їх подальшого вступу до коледжів та отримання спеціальностей в різноманітних наукових галузях.

У найближчому майбутньому університети, що не відповідають міжнародним STEM-стандартам підготовки, будуть все швидше програвати в конкуренції з іншими вузами, досвід США це доводить. Ключ до розуміння цієї тенденції – глобалізація сучасної економіки, розвиток глобальної інноваційної системи, формування єдиного поля вищої освіти.

Фрагментарність STEM-підготовки робить більш популярним закордонну освіту навіть тоді, коли в цьому немає економічної необхідності. В Україні особливо технічні вузи поки конкурентоспроможні і могли б давати більш якісне інженерну освіту, підтягуючись до рівня міжнародних стандартів.

У всьому світі великі корпорації розробляють свої програми освіти, Microsoft не є виключенням. Одна з найвідоміших освітніх програм «Партнерство в освіті» принесло користь мільйонам людей і продовжує виконувати свою головну місію: забезпечувати викладачів ресурсами для навчання студентів навичкам ХХІ століття. А сьогоднішні студенти завдяки їй отримали можливість ефективно підготуватися до вимог завтрашнього ринку праці [71-72].

Також в Україні діє тенденція, коли не тільки іноземні корпорації приймають участь у освітній підготовці але й українські корпорації самі вирощують і навчають майбутніх співробітників, починаючи зі студентської лави. Наприклад, «Мрія Агрохолдинг» запрошує на літню практику стипендіатів «Завтра UA» – програми Фонду Віктора Пінчука. У Тернополі компанія відкрила Українську бухгалтерську школу і запустила корпоративну MBA-програму агролідерства. Довгострокову програму «Почни кар'єру з МХП» для студентів з подальшим працевлаштуванням і наданням житла запустив «Миронівський хлібопродукт». У Національному гірничому університеті в Дніпропетровську корпорація «ДТЕК» відкрила цілу кафедру «Видобуток і збагачення вугілля». Інвестиції тільки в устаткування склали 150 тис.грн. Це перший випадок в Україні, коли приватна компанія відкриває кафедру в державному вузі.

Роботодавці сьогодні більше довіряють державним вузам. Так у трійці лідерів рейтингу «Компас-2013» – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», який отримав 98 місце, Київський національний університет імені Тараса Шевченка з показником 65, а також Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана на 50-у. Далі: Національний університет «Львівська політехніка», Донецький національний технічний університет і Національний університет «Києво-Могилянська академія» [73].

На думку вітчизняних фахівців на формування рівня безробіття впливає три фактори: бізнес, освіта і уряд. Бізнес орієнтований на легалізацію робочих місць і співпрацю з освітою. Втім, бізнес можна критикувати за короточасні стратегії. Освіта націлене на поступове реформування галузі та нові форми співпраці з бізнесом. Тим часом, інертність і відставання від потреб ринку віддаляє його від ринку праці [72].

Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів пов'язана з тим, що саме у системі вищої освіти формується інтелектуальна еліта нації. Фахівці з вищою освітою є показником освіченості, цивілізованості країни, її професійного, наукового потенціалу і конкурентоспроможності. Соціально відповідальна вища освіта має забезпечити високий рівень реалізації не тільки традиційних – навчальної і дослідницької функцій, але і нових – інноваційної і підприємницької.

Розвитку партнерства бізнесу та університетів заважає ціла низка бар'єрів для ефективної співпраці. За результатами опитування, можемо зробити висновок, що, на думку представників вищої школи, основними бар'єрами є недостатня поінформованість бізнесу про можливості співпраці з ВНЗ та орієнтованість бізнесу лише на швидке отримання прибутку (табл.2.15).

Таблиця 2.15

Основні бар'єри в ефективній взаємодії бізнесу та ВНЗ (на думку представників бізнесу) (оцінка за 5-бальною шкалою) [67]

Бар'єр	Оцінка
ВНЗ не розуміють реалій бізнес-світу	3,0
ВНЗ занадто бюрократичні структури	2,6
Складність узгодження правових аспектів інтелектуальної власності	2,4
Відсутність конкретно визначених осіб у ВНЗ, що відповідають за контакти з бізнесом	2,3
Недостатня поінформованість про можливості співпраці з ВНЗ	2,1
У ВНЗ немає власних ресурсів для розвитку партнерства	2,1
Проблеми конфіденційності інформації	2,0

Для створення сприятливих умов розвитку партнерства ВНЗ і компаній потрібно вдосконалити законодавчі та організаційні заходи:

надання більшої автономності ВНЗ в управлінні та фінансуванні (можливості створення ендавмент-фонду), спрощенні процедури отримання благодійної допомоги вищим навчальним закладом, визначенні власної стратегії у сфері науково-дослідної роботи;

збільшення розміру внесків компаній до ендавментів або фондів досліджень університетів (не менше ніж 10% прибутку);

передбачення у вирішенні питань виділення бюджетних місць для навчання та фінансуванні ВНЗ врахування індикаторів партнерства (передусім результатів спільних наукових досліджень і мобільності студентів);

спрощення процедури внесення змін до навчальних програм і планів ВНЗ, передбачення можливості участі компаній у цьому процесі;

передбачення можливості створення й діяльності інноваційних підприємств шляхом об'єднання зусиль і ресурсів компаній та ВНЗ для реалізації проектів і програм у сфері досліджень та розвитку;

урегулювання питань захисту інвестицій і прав інтелектуальної власності при розвитку партнерства;

забезпечення публічного доступу до фінансових звітів університетів;

надання пільг компаніям (у т. ч. і фінансових), які підтримують вищі навчальні заклади (у т. ч. пріоритет у працевлаштуванні надають найкращим випускникам ВНЗ).

Для розвитку партнерства потрібно також поживавити процес комунікації бізнес-структур і вищих навчальних закладів, створивши різноманітні платформи (форуми, зустрічі тощо) та поширити найкращі приклади партнерства компаній і ВНЗ, зокрема й закордонного.

Світові та українські тенденції свідчать, що співпраця між бізнесом та ВНЗ може приносити взаємовигідні дивіденди. Вищий навчальний заклад вже давно не є організацією, де займаються тільки навчанням та науковою роботою, в якого є визначене майбутнє, яке повністю залежить від державної підтримки. За сучасних умов, ВНЗ – це великий, складний, вимогливий, конкурентний соціально-відповідальний бізнес, виживання якого великою мірою залежить від

злагодженої співпраці з іншими суб'єктами ринку та врахування їх вимог у навчальному та науковому процесі.

Література до розділу 2

1. Гриффин Р. Международный бизнес. 4-е издание. [Текст] / Р.Гриффин, М.Пастей. – Пер. с англ. под ред. А.Г.Медведева. – СПб.: Питер, 2006 – 1088 с.

2. Міжнародне співробітництво у сфері охорони навколишнього природного середовища [Електронний ресурс] // Студопедія. Режим доступу: http://studopedia.com.ua/view_ekologia.php?id=62.

3. Інформаційний сайт «wikipedia» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.

4. Офіційний сайт ICES [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ices.dk/Pages/default.aspx>.

5. Морозова В.Н. Мировая экологическая политика и международное экологическое сотрудничество [Электронный ресурс] / В.Н. Морозова // Учебные материалы. Режим доступу: <http://txtb.ru/23/index.html>.

6. Офіційний сайт ООН [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.un.org/ru/>.

7. Цілі розвитку тисячоліття від ООН [Електронний ресурс] // Інформаційний сайт «Центр майбутнього». Режим доступу: <http://futurecenter.in.ua/uncategorized/tsili-rozvytku-tysyacholittya-vid-onn>.

8. Цілі розвитку тисячоліття – Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй, Україна [Електронний ресурс] // United Nations Development Programme in Ukraine. Режим доступу: <http://www.undp.org.ua/ua/millennium-development-goals/mdgs-in-ukraine>.

9. Декларация «Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию» від 14.06.1992 р. Україна [Електронний ресурс] / Законодавство // Верховна Рада України. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_455.

10. Пустовойт В.І. Порядок денний на ХХІ сторіччя як механізм реалізації концепції сталого розвитку [Електронний ресурс] / В.І. Пустовойт. Режим доступу:

http://archive.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_gum/Gileya/2012_59/Gileya59/F23_doc.pdf.

11. Федулова Л.І. Менеджмент організацій: Підручник [Електронний ресурс] / Л.І. Федулова. – К.: Либідь, 2004. - 448 с.

12. Кількість виданих сертифікатів по ISO 14001 в світі світу [Електронний ресурс] / Сертифікация систем менеджмента в мире по данным ISO / Сертифікация систем менеджмента / Дополнительно // Інтерсертифіка-ТЮФ. Режим доступу: <http://www.qcert.ru/rus/docs/certification--management-systems/cert-count/cert-world-14001/>.

13. Гусев А.А. Деятельность Европейского Союза в сфере формирования экологической политики и реализации программ устойчивого развития [Электронный ресурс] / А.А. Гусев // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. Режим доступу: <http://jurnal.org/articles/2008/polit11.html>.

14. Robert P. Bringer, Tom Zosel. «Environmental Pollution Control: Making Pollution Prevention a Corporate Priority», [Online]. Vol. 8. Available at: <http://www.ilo.org/oshenc/part-vii/environmental-policy/item/750-environmental-pollution-control-making-pollution-prevention-a-corporate-priority> (Accessed 10 Now 2013).

15. Штангрет В. П. Основи екологічної безпеки територій та акваторій [Електронний ресурс] / В.П. Штангрет // Lubbook. Режим доступу: http://lubbook.net/book_534_glava_10_1._N.p._Sposterezhennja_jj_kon.html.

16. Програма ООН з навколишнього середовища [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://znaimo.com.ua/Програма_ООН_з_навколишнього_середовища.

17. Інформаційний портал «Право, теория и понятие права» Международные организации по охране окружающей среды [Електронний ресурс] // Партнерство, сотрудничество, тендеры, исследования. Режим доступу: <http://partnerstvo.ru/lib/pravo/node/779>.

18. Проект Закону України «Про Державну програму збереження біорізноманіття України на 2005 - 2025 роки» [Електронний ресурс] / Законодавство // Верховна Рада України. Режим доступу: http://www.sukraine.kharkov.ua/bio_zu.html.

19. Арутюнов В. Х. Методологія соціально-економічного пізнання: Навч. Посібник [Електронний ресурс] / В. Х.Арутюнов, В.М.Мішин, В.М.Свінцицький. – К.: КНЕУ, 2005. — 353 с.

20. Пашенцев О.І. Теоретичні підходи до формування принципів випереджального захисту довкілля в контексті економіки природокористування [Текст] / О. І. Пашенцев // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2009. – №245. – С. 933– 939.

21. Пашенцев О.І. Методологічні підходи щодо механізму превентивного захисту навколишнього природного середовища [Електронний ресурс] / О. І. Пашенцев // Electronic Sumy State University Institutional Repository. Режим доступу:<http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/11211/1/Pashenchev.pdf>.

22. ДТЭК принял участие в обсуждении проблем зеленой энергетики на международном уровне [Электронный ресурс] // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net>.

23. DHL представила услугу экологически чистой доставки [Электронный ресурс] // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net>.

24. Тетра Пак на пути к достижению экологических целей на 2020 год [Электронный ресурс] // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net>.

25. Екологічна експертиза [Електронний ресурс] // Офіційний сайт інформаційного порталу «Портал знань». Режим доступу: <http://www.znannya.org/?view=ecoexp-intro>.

26. Балашов А.М. Міжнародні чинники та проблеми екологізації державного управління в Україні [Електронний ресурс] / А.М.Балашов // Державне управління: удосконалення та розвиток. Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=31>.

27. Корпоративна відповідальність «Оболонь» [Електронний ресурс] // Оболонь. Режим доступу: <http://www.obolon.ua/ukr/corporate-responsibility/ecology/>.

28. Корпоративна відповідальність «ДТЕК» [Електронний ресурс] // ДТЕК. Режим доступу: <http://www.dtek.com/uk/corporate-social-responsibility/environment>.

29. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства [Текст] / Ф.Котлер, Н.Лі, С. Яринич. – К.: Стандарт, 2010. – 302 с.
30. Переваги корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу [Електронний ресурс] // Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/print/643>.
31. Саприкіна М. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям [Текст] / М.Саприкіна, Д. Каба. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011 – 475 с
32. Відповідальність перед споживачами [Електронний ресурс] // Соціальний звіт «Віді груп». Режим доступу: http://www.vidigroup.com/upload/iblock/2d7/social_report.pdf.
33. Шелудешова А. Міжнародні стандарти з управління якістю ISO 9000 в Україні [Текст] / А.Шелудешова. – К., 2010.
34. Nickols F. The Stakeholder Scorecard: A Stakeholder-based Approach to "Keeping Score" [Електронний ресурс] / F. Nickols // Performance Management. – 2002. - August 21. - Режим доступу: <http://home.att.net/~nickols/scorecrd.htm>.
35. Лук`янихіна О.А. Значення корпоративної соціальної відповідальності в розвитку компаній та громадян / О.А.Лук`янихіна, О.І.Аноколова // Electronic Sumy State University Institutional Repository. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/31180/1/lykynixina.pdf>.
36. Мачек Е. Принципы социальной ответственности в малом и среднем бизнесе [Электронный ресурс] / Е.Мачек // Канал ресурсов бизнеса. Режим доступу: <http://krb.in.ua/?p=12666>.
37. Хромов-Борисов С. Корпоративная Социальная Ответственность для малого и среднего бизнеса [Електронний ресурс] / С.Хромов-Борисов // Корпоративная социальная ответственность. Режим доступу: <http://www.csrjournal.com/144-statja-direktora-po-issledovanijam-centra.html>.
38. Хамідова І. Соціально-відповідальний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств хімічної промисловості [Електронний ресурс] / І.Хамідова // Маркетинг в Україні. – 2013. - №2 (54). – с.38-40.
39. Малик І.П. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / І.П.Малик // Національна бібліотека

ім.Вернадського. Режим доступу:
http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_13/malik.pdf.

40. Орлов П. Проблеми підвищення соціальної відповідальності маркетингу та конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / П.Орлов // Маркетинг в Україні. – 2013. - №2. – с.25-31

41. Круглик С.Б. Роль неурядових організацій у розбудові громадянського суспільства в сучасній Україні [Електронний ресурс] / С.Б.Круглик // Національна бібліотека ім.Вернадського. Режим доступу:
http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2009_26/Gileya26/P2_doc.pdf.

42. Соціально відповідальна діяльність бізнесу і держави – партнерство заради розвитку [Електронний ресурс] // Український союз промисловців і підприємців. Режим доступу:
<http://www.uspp.org.ua/actual/138.socialno-vidpovidalna-diyalnist-biznesu-i-derzhavi-partnerstvo-zaradi-rozvitku.htm>.

43. Клименко О. Неурядові організації і боротьба за соціально відповідальний бізнес [Електронний ресурс] / О.Клименко // Благодійна організація «Шлях до майбутнього». Режим доступу:
<http://mecenatstvo.org/statti/235-neuriadovi-orhanizatsii-i-borotba-za-sotsialno-vidpovidalnyi-biznes>.

44. Кібенко О.Р. Європейське корпоративне право на етапі фундаментальної реформи: перспективи використання європейського законодавчого досвіду у правовому полі України / О.Р.Кібенко. – Х., 2005. – 432 с.

45. Дейч М.Є Соціальна відповідальність бізнесу в системі соціально-трудових відносин [Електронний ресурс] / М.Є.Дейч // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2012. - №2(4). – с.52-60.

46. Смаглій К. Співпраця бізнесу та неприбуткових організацій [Електронний ресурс] / К. Смаглій // Інформаційний сайт «МВА Field». Режим доступу: <http://mbafield.com.ua/ua/news/60/biznes-i-negosudarstvennyye-organizatsii-objedinajtes>.

47. Падивода Л. Стан та динаміка розвитку неурядових організацій України 2002-2011 [Електронний ресурс] / Л.Падивода, С.Голота // ТОВ «ВидавничийДім «КуПол». Режим доступу:
<http://uniter.org.ua/data/block/CSO2010ukr.pdf>.

48. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс] / В.Воробей // Журнал «Києво-Могилянська Бізнес Студія». Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>.
49. Концепция корпоративной стратегии [Электронный ресурс] // Академия. Режим доступа: <http://www.academy35.ru/answers.php?id=6052>.
50. Юрчак О. Формулювання та реалізація стратегії [Електронний ресурс] / О.Юрчак, А.Старинська // Management. Режим доступу до ресурсу: <http://www.management.com.ua/strategy/str202.html>.
51. Орлова Н.С. Механізми розвитку корпорацій в інформаційному суспільстві: Монографія [Текст] / Н.С. Орлова. – Донецьк: ТОВ «Цифрова типографія», 2011. – 370 с.
52. Костін А.Є. Корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток: світовий досвід та концепція [Електронний ресурс] / А.Є.Костін Стратегический менеджмент / Менеджмент / Интернет-библиотека // Издательская группа «Дело и сервис». Режим доступу: <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2005/3/3735.html>.
53. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н.А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009.
54. Global Corporate Sustainability Report 2013 Global Corporate Sustainability Report 2013 [Електронний ресурс] // United Nations Global Compact. Режим доступу: http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/global_corporate_sustainability_report.html
55. Саприкіна М. Як розробити «душевну» стратегію корпоративної соціальної відповідальності? [Електронний ресурс] / М. Саприкіна // Наш блог : блог сайта csr-ukraine.org // ГО Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Режим доступу: <http://blog.csr-ukraine.org/myblog/2008/09/23/yak-rozrobiti-%C2%ABdushevnu%C2%BB-strategiyu-korporativnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti/>.
56. Поважний О.С. Корпоративні відносини в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: Монографія [Текст] / О.С.Поважний, Н.С.Орлова. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 197 с.

57. Социальные инициативы life:) за 2012 год [Электронный ресурс] / КСО-практики // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/index/socialnye-iniciativy-life-2012.html>.

58. КСО-приктики [Электронный ресурс] // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/kso-2.html>.

59. Европейская награда по КСО выбрала лучших из лучших [Электронный ресурс] // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: http://www.csr-review.net/index/_6.html.

60. Нова динаміка вищої освіти і науки для соціальної зміни і розвитку: матеріали Всесвітн. конф. з вищої освіти [Електронний ресурс] / Законодавство // Верховна Рада Україна. Режим доступа: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/952_011.

61. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

62. Иванова І.В. Проактивна позиція освіти в реалізації соціальної відповідальності [Текст] / І.В. Иванов, Н.М. Ушакова // Вчені записки Університету «КРОК»: зб. наук. праць. – К.: Університет економіки і права «КРОК», 2011.

63. Утвердження співпраці між освітою та бізнесом: від інноваційної теорії – до практичних результатів [Електронний ресурс] // Кафедра АФМ Львівської політехніки. Режим доступа: <http://lp.edu.ua/node/4987>.

64. Досвід працевлаштування випускників вищих навчальних закладів: погляд випускників та роботодавців [Електронний ресурс] // Best Universities. Режим доступа: <http://bestuniversities.com.ua>.

65. A Look at Canadian University-Industry Collaboration / Board of Trade of Metropolitan Montreal [Електронний ресурс]. Режим доступа: http://www.ccm.ca/documents/activities_pdf/autres/2010_2011/ccmm_rdv-savoir_2011_en.pdf.

66. Офіційний сайт Світового економічного форуму [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://www.weforum.org/>

67. Зінченко А. Якісна вища освіта: роль партнерств [Тест] / А.Зінченко, М.Саприкіна, О.Янковська, О.Вінніков // Центр «Розвиток КСВ» – К.: 2013 – 20 с.

68. The State of European University-Business Cooperation. Final Report - Study on the cooperation between Higher Education Institutions and public and private organisations in Europe [Електронний ресурс] / Todd Davey, Prof. Dr. Thomas Baaken, Victoria Galan Muros, Arno Meerman. - Science-to-Business Marketing Research Centre, 2011. Режим доступу: http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc/studies/munster_en.pdf.

69. Рекомендації для бізнесу «Як налагодити партнерство» [Електронний ресурс] // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org>.

70. Роль STEM – образования в «новой экономике» США [Електронний ресурс] / Новая экономика // Экономическая библиотека. Режим доступа: <http://shsb.ru/rol-stem-obrazovaniya-v-novoj-ekonomike-ssha/>.

71. «Партнерство в образовании» Microsoft: 10 лет работы и 10 малоизвестных фактов [Електронний ресурс] / КСО-практики // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/index/partnerstvo-raboty-faktov.html>.

72. Мацур Т. Уровень безработицы в Украине составил 8% [Електронний ресурс] / Т.Мацур / Экономика. Экономические новости Украины // «ForUm». Режим доступа: <http://for-ua.com/economics/2013/08/20/145026.html>.

73. Специалисты считают, что сотрудничество вузов с бизнесом дает широкие возможности по подготовке высокопрофессиональных кадров [Електронний ресурс] // Голос столицы. Режим доступа: http://newsradio.com.ua/rus/2013_07_10/Sotrudnichestvo-vuzov-s-biznesom-daet-vozmozhnost-gotovit-visokoprofessionalnie-kadri-jekspert/.

РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА ПРОЗОРІСТЬ КОРПОРАЦІЙ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

3.1. Міжнародні стандарти звітності сталого розвитку корпорацій

Сьогодні більшість світових корпорацій приділяють значну увагу концепціям сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу. У цьому контексті, великі компанії, які займають провідні позиції в галузях функціонування, переходять до якісно нового підходу в управлінні корпорацією, зорієнтованому на її результатах в сфері сталого розвитку. Регулярне звітування про результативність діяльності корпорації з точки зору сталого розвитку сприяє підвищенню її ринкової привабливості, дозволяє створити їй позитивний діловий імідж та ділову репутацію перед державою та суспільством, підсилити прозорість та інвестиційну привабливість тощо [1]. Як показало дослідження Центру корпоративного громадянства Бостонського Коледжу та компанії Ernst & Young (2013 р.) 95% компаній, які входять до списку найбільших світових корпорацій Global 250 складають звіт зі сталого розвитку [2]. Звичайно, зміст такого звіту у різних корпорацій може суттєво відрізнятися, що обумовлено відмінностями в сферах їх діяльності, країнах, масштабах, програмах корпоративної соціальної відповідальності тощо. Однак в цілому від раціональності побудови звіту зі сталого розвитку корпорації залежатиме наскільки інформаційні потреби стейкхолдерів в тому, як саме компанія діє в сфері управління стійким розвитком, будуть задоволені. На сьогодні ряд організацій в світі пропонують використовувати розроблені ними стандарти складання соціальної звітності; лише одиниці з цих стандартів широко використовуються в міжнародній практиці, набувши при цьому статусу міжнародних стандартів нефінансової звітності. Стисла характеристика діяльності міжнародних організацій, які пропонують розроблені ними стандарти в сфері звітності з

корпоративної соціальної відповідальності, наведена в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Міжнародні організації, які розробляють міжнародні стандарти звітності зі сталого розвитку [3-8]

Організація	Рік заснування	Зміст діяльності організації
1	2	3
Міжнародна організація по стандартизації (International Organization for Standardization, ISO)	1947 р.	Одна з найбільш крупних організацій, що займається розробкою міжнародних стандартів, які поширюються майже на всі аспекти технології та бізнесу, в тому числі в сфері соціальної звітності (ISO 26000)
Конференція ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD)	1964 р.	Діяльність спрямована на створення умов для подальшої інтеграції країн, що розвиваються в світову економіку в контексті їх внутрішньої політики та міжнародних умов. Головною задачею Конференції є створення форуму для міжурядових обговорень, проведення досліджень та надання технічної допомоги з метою забезпечення сталого розвитку світової економічної системи
Фінансова ініціатива Організації об'єднаних націй з оточуючого середовища (United Nations Environment Programme Finance Initiative, UNEP FI)	1992 р.	Була створена в якості платформи, яка пов'язує ООН та фінансовий сектор у всьому світі. Ініціатива працює більше ніж з 200 членами в трьох фінансових секторах: банківська справа, страхування та інвестиції, які визнають сталий розвиток як частину колективної відповідальності за результати своєї діяльності для оточуючого середовища та суспільства
AccountAbility	1995 р.	Допомагає корпораціям, некомерційним організаціям та урядам країн впроваджувати етичну, екологічну, соціальну та управлінську підзвітність у свої організаційні структури
Глобальна ініціатива із звітності (Global Reporting Initiative, GRI)	1997 р.	Сприяє використанню звітності зі сталого розвитку в якості засобу підтримки стійкості організації та сприяння сталості глобальної економіки. Місія організації – зробити звітність зі сталого розвитку стандартною практикою для компаній у всьому світі. Розробляє міжнародні стандарти звітності зі сталого розвитку
Проект Carbon Disclosure (Carbon Disclosure Project, CDP)	2000 р.	Пропонує онлайн анкету для компаній, які шукають спосіб скласти звіт про їх вплив на оточуюче середовище
Міжнародна рада з інтегрованої звітності (The International Integrated Reporting Council, IIRC)	2010 р.	Міжнародна рада з інтегрованої звітності є глобальною коаліцією регуляторів, інвесторів, компаній, недержавних організацій, яка розробляє стандарти інтегрованої звітності, що

продовження табл. 3.1

1	2	3
		дозволяє компаніям комплексно оцінювати їх фінансові, соціальні показники та показники діяльності в екологічній сфері та сфері управління
Рада зі стандартів обліку сталого розвитку (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)	2011 р.	Неприбуткова організація, яка розділила компанії на десять секторів, які охоплюють 89 галузей, за ступенем використання їх ресурсів та потенціалом, та розробила для них стандарти обліку та звітності зі сталого розвитку для розкриття інформації про їх екологічний, соціальний та управлінський вплив на оточуюче середовище. Особливостями стандартів є те, що вони призначені для використання корпораціями, акції яких котируються на американській фондовій біржі

На сьогодні найбільш широкого використання отримали стандарти GRI – міжнародні стандарти зі сталого розвитку, розроблені Глобальною ініціативою із звітності.

Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative, GRI) була створена в 1997 році Коаліцією за екологічно відповідальний бізнес. Перший проект GRI у сфері сталого розвитку, що містить набір критеріїв, на основі яких будується звітність з економічної, екологічної та соціальної результативності компаній, пройшов випробування більш ніж в 20 компаніях [9].

В основі підходу GRI лежить концепція сталого розвитку, тобто знаходження балансу між потребами нинішнього покоління в економічному добробуті, сприятливому навколишньому середовищі і соціальному добробуті і аналогічними потребами майбутніх поколінь. Підготовка звітності у сфері сталого розвитку має на меті аналіз економічного, екологічного і соціального впливу діяльності компанії, а також її продукції чи послуг, на зовнішнє середовище [10].

Керівництво GRI отримало міжнародне визнання, як найбільш популярне керівництво з нефінансової звітності, розроблене Глобальною ініціативою зі звітності в 2000 р. Керівництво призначене для використання в якості загальноприйнятої системи

нефінансової звітності щодо економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності компаній (триєдиний підсумок) у сфері сталого розвитку [11]. Керівництво:

пропонує принципи звітності, а також конкретний зміст, який може використовуватися в якості керівництва з підготовки звітів в галузі сталого розвитку на рівні організації;

допомагає організаціям у формуванні збалансованої і обґрунтованої картини їх економічної, екологічної та соціальної результативності;

сприяє підготовці порівняльних звітів у сфері сталого розвитку для широкого кола організацій, багато з яких здійснюють широкий спектр діяльності у різних регіонах, в той же час дозволяючи врахувати практичні міркування, пов'язані з розкриття інформації;

сприяє оцінці та порівнянню результативності організацій у сфері сталого розвитку відповідно до критеріїв, що задаються галузевими кодексами, стандартами результативності та добровільними зобов'язаннями;

є інструментом, сприяючим залученню зацікавлених сторін [12].

Все більше і більше компаній і організацій прагнуть створити стійку організаційну діяльність, налагодити процес ведення звіту, поставити цілі в галузі сталого розвитку, і позитивно впливати на зміни у виробництві. Звіт зі сталого розвитку є основною платформою для відображення позитивних і негативних сторін організаційної діяльності, а також для збору інформації, яка може впливати на політику компанії, стратегію та операції на постійній основі.

За результатами дослідження 2013 р. Центру корпоративного громадянства Бостонського Коледжу та компанії Ernst & Young, більше ніж 2/3 респондентів відмітили, що їхні організації використовують стандарти GRI при підготовці нефінансової звітності [2]. Серед компаній, які використовують стандарти GRI при складанні нефінансової звітності, можна назвати 3M, Intel, Johnson & Johnson, Alcoa, AT&T, Bristol-Myers Squibb, DuPont, Ford Motor Corporation, Hewlett Packard, Nike, Polaroid, Procter & Gamble (США), Adam Opel, BASF AG, Bayer AG, Deutsche Telekom, Volkswagen AG

(Німеччина), British Airways, BT Group, Severn Trent, Shell International (Великобританія), Canon, Hitachi, Mitsubishi Corporation, Fujitsu, Nippon Steel, Pioneer Group, Seiko Epson, Sharp, Toshiba Corporation (Японія), Electrolux, Scandinavian Airline Systems, Volvo Car Corporation (Швеція), Gaz de France, Renault (Франція), Budapest Power Plant (Угорщина), MTR Corporation (Китай), Nokia (Фінляндія), Novartis International AG (Швейцарія), Philips Electronics (Нідерланди) та ін. [13]. На сьогодні база даних звітності зі сталого розвитку організації GRI налічує 15653 звіти, з яких 14737 підготовлені відповідно до стандартів GRI [14].

Згідно з даними офіційного сайту Глобальної ініціативи зі звітності, щорічно збільшується кількість звітів, складених компаніями за стандартами GRI. Зростаючу динаміку в складанні звітності зі сталого розвитку за стандартами GRI на основі інформації бази даних Глобальної ініціативи зі звітності наведено на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Динаміка розвитку звітування за стандартами GRI [14]

З наведеного рис.3.1. можна зробити висновок, що кількість звітів, складених за стандартами GRI з кожним роком збільшується, досягнувши значення в 2012 році – більше 2,5 тис. звітів.

Структуру звітування зі сталого розвитку за географічними регіонами наведено на рис. 3.2.

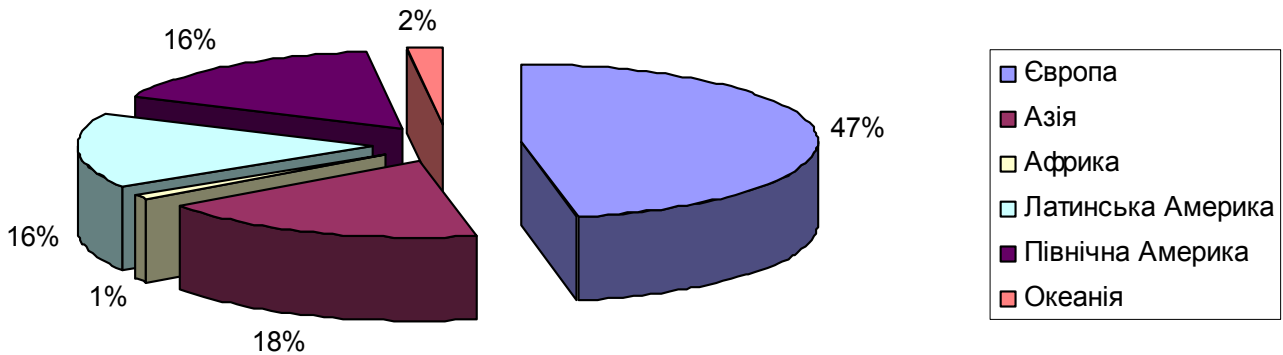


Рис.3.2. Звітність зі сталого розвитку за географічними регіонами в 2012 р.[14]

Таким чином, можна стверджувати, що саме компанії Європи надають найбільшу кількість звітності зі сталого розвитку (47%).

Розглядаючи географічне поширення складання звітності зі сталого розвитку корпораціями, слід відмітити, що використання стандартів GRI при підготовці звітів є більш притаманним для європейських компаній, ніж для американських чи азіатських.

Звітність зі сталого розвитку представляє собою практику вимірювання та розкриття інформації внутрішнім та зовнішнім зацікавленим сторонам, предметом якої є результати діяльності корпорації по відношенню до цілей сталого розвитку.

Звіт зі сталого розвитку – це звіт, що розкриває інформацію про діяльність організації в економічній, екологічній, і соціальній області, а також в галузі управління [14].

GRI являє собою методологію зовнішньої звітності, яка дозволяє компанії повідомити про:

- 1) своїх діях щодо поліпшення економічної, екологічної та соціальної результативності;
- 2) результати цих дій;
- 3) стратегіях, націлених на покращення.

Звітність зі сталого розвитку, заснована на Системі звітності GRI, представляє досягненні результати, а також наслідки, які наступили протягом звітного періоду, в контексті обов'язків організації, її стратегії та підходів до менеджменту. Звітність зі сталого розвитку є життєво важливим ресурсом в управлінні змінами до сталої глобальної економіки, оскільки поєднує в собі

довгострокову прибутковість компанії з її етичною поведінкою, соціальною справедливістю та охороною навколишнього середовища. Цілі використання звітності представлені на рис.3.3.

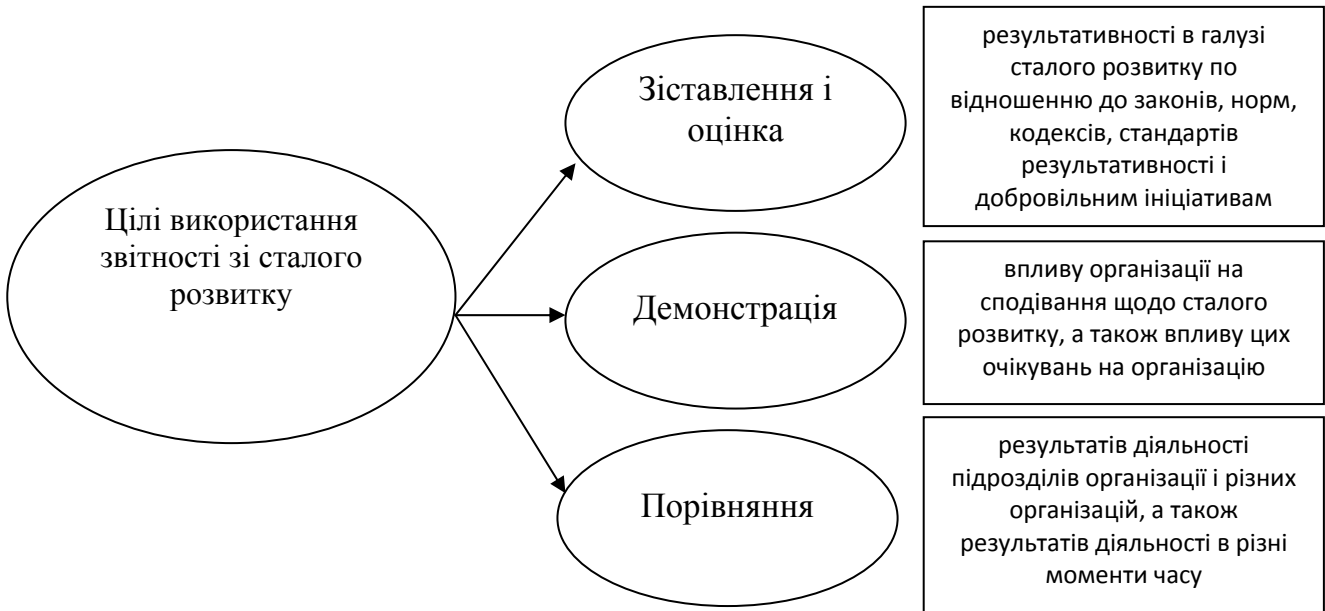


Рис.3.3. Цілі використання звітності зі сталого розвитку [14]

Система звітності GRI призначена для використання в якості загальноприйнятої системи звітності у сфері економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності організації будь-якого розміру, галузі та місце розташування. Організаційно-методичною базою складання звітності зі сталого розвитку за стандартами GRI є [14]:

1. Керівництво зі звітності в сфері сталого розвитку, яке містить принципи побудови звітності зі сталого розвитку. В нього входять Стандартні елементи звітності, які складаються з Показників результативності та інших характеристик, а також рекомендації за конкретними технічними питаннями звітності;

2. Протоколи до показників, розроблені для кожного з Показників результативності. Вони містять визначення, рекомендації за збором та узагальненням інформації, а також інші дані, призначені забезпечити однообразну інтерпретацію Показників результативності;

3. Галузеві положення. Вони доповнюють Керівництво рекомендаціями до його застосування в різних галузях, а також містить Показники результативності, специфічні для кожної конкретної галузі;

4. Технічні протоколи містять рекомендації за окремими питаннями звітності, наприклад, визначення меж звітності.

При цьому Керівництво представляє собою детально розроблений підхід до формування звітності зі сталого розвитку, а протоколи та положення виступають в якості доповнення до нього.

Керівництво було розроблено з врахуванням інших відомих стандартів звітності зі сталого розвитку, таких як OECD Guidelines of Multinational Organizations, ISO 26000 та the UN Global Compact [2].

Керівництво зі звітності в галузі сталого розвитку складається з двох частин:

Частина 1 – Принципи та рекомендації зі звітності. Рекомендації описують варіанти, які звітуюча компанія може розглядати при прийнятті рішення відносно змісту звіту, та допомагають визначити використання Системи звітності GRI. Принципи характеризують результати, які повинні бути досягнені за допомогою підготовки звіту, а також спрямовують рішення, які приймаються в процесі його підготовки. Принципи звітності розділено на дві групи, характеристика яких наведена на рис. 3.4.

Звіт повідомлений відображати як сприятливі, так і несприятливі результати діяльності організації, а також теми, що можуть впливати на рішення зацікавлених сторін, у відповідності з їх істотністю. Звіти повинні проводити чітку межу між фактичною інформацією та її інтерпретацією з боку організації, що підготувала звіт [14].

Частина 2 – Стандартні елементи звітності, які слід включати в звітність зі сталого розвитку. Виділяють три типи Стандартних елементів:

1. Стратегія та характеристика: елементи, які визначають загальний контекст, необхідний для розуміння результатів діяльності організації, такі як її стратегія, характеристика та корпоративне управління;



Рис. 3.4. Принципи Системи звітності GRI [14]

2. Підходи менеджменту: елементи звітності, які описують те, яким чином реагує організація на визначений перелік тем, та визначають контекст, необхідний для розуміння результатів

діяльності організації в конкретній області;

3. Показники результативності: показники, які дають співвідносну інформацію про економічні, екологічні та соціальні результати діяльності організації. При складанні звітності за стандартами GRI показники результативності об'єднуються у 6 груп за сферами впливу, наведені на рис.3.5.



Рис.3.5. Групи показників результативності діяльності компанії за GRI стандартами [14]

Кожна група налічує від 8 (показники результативності взаємодії з суспільством) до 22 (показники екологічної результативності) показників. Для кожного показника наведена характеристика, яка містить обґрунтування, для чого компанії необхідно його визначати, порядок підготовки та розкриття інформації стосовно його виконання, джерела інформації та посилання на відповідні міжнародні стандарти та інші документи. Наприклад, стисла характеристика показників економічної результативності наведена в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Показники економічної результативності за стандартами GRI [14]

Показник	Повна назва	Характеристика	Міжнародні стандарти, які слід використовувати при розрахунку
1	2	3	4
ЕС1	Створена та розподілена пряма економічна вартість, включаючи доходи, операційні затрати, виплати співробітникам, пожертвування та інші інвестиції в співтовариство, нерозподілений прибуток, виплати постачальникам капіталу та державам	Відображає створення та розподілення економічної вартості; показує, яким чином компанія створює матеріальні цінності для зацікавлених сторін	МСФЗ 12 «Податки на прибуток», МСФЗ 14 «Сегментна звітність», МСФЗ 18 «Виручка», МСФЗ 19 «Винагорода робітникам»
ЕС2	Фінансові аспекти та інші ризики й можливості для діяльності організації у зв'язку зі змінами клімату	Зі змінами клімату пов'язані ризики та можливості для компанії та її зацікавлених сторін. Компанії можуть стикатися з фізичними ризиками, пов'язаними зі зміною кліматичних умов, ризиками, викликаними діяльністю уряду в цій сфері тощо	-
ЕС3	Забезпечення зобов'язань організації, пов'язаних з планом пенсійного забезпечення	Характеризує наслідки, які несе для компанії наявність або відсутність забезпечення своїх співробітників планами завершення трудової діяльності	МСФЗ 19
ЕС4	Вагома фінансова допомога, отримана від органів державної влади	Відображає підтримку компанії з боку урядів тих країн, в яких вона здійснює свою діяльність	МСФЗ 20 «Облік державних субсидій та розкриття інформації про державну допомогу»
ЕС5	Діапазон співвідношення заробітної плати початкового рівня та встановленої мінімальної заробітної плати в суттєвих регіонах діяльності	Допомагає продемонструвати вклад компанії економічне благополуччя співробітників в суттєвих регіонах діяльності компанії, а також дає уяву про конкурентоспроможність зарплат в компанії	-
ЕС6	Політика, практичні підходи до закупівель у місцевих постачальників та питома вага таких закупок в суттєвих регіонах діяльності організації	Показує можливий вплив компанії на місцеву економіку шляхом підтримки місцевого бізнесу	-

продовження табл.3.2

1	2	3	4
ЕС7	Процедури найму місцевого населення та питома вага вищих керівників, які представляють місцеве населення, в суттєвих регіонах діяльності організації	Відображає вплив компанії на економічне благополуччя місцевого населення. Крім того, забезпечення участі місцевого населення в вищому керівництві дає змогу компанії краще розуміти потреби місцевого населення	-
ЕС8	Розвиток і вплив інвестицій в інфраструктуру та послуги, які надаються в першу чергу для суспільного блага, шляхом комерційної, натуральної або благодійної участі	Відображає капіталовкладення компанії в економіку	-
ЕС9	Розуміння та опис суттєвого непрямого економічного впливу, включаючи область впливу	Містить важливі вказівки на потенційні загрози для репутації компанії, можливості розширення доступу до ринків, а також наявність «соціального мандату»	-

Перша версія «Керівництва GRI зі звітності в галузі сталого розвитку» була випущена в 2000 р. На сьогодні більшість крупніших міжнародних корпорацій використовують третю версію Керівництва GRI G3/G3.1 при підготовці нефінансової звітності [14].

На глобальній конференції зі Сталого розвитку та Звітності громадськості-2013 було представлено четверту версію Керівництва GRI G4, розробкою якої більше двох років займалися тисячі учасників по всьому світі. Задачами Керівництва GRI G4 є [15, с.46]:

- 1)забезпечити зручність у користуванні;
- 2)підвищити технічний рівень документа як основи для підвищення якості розкриття інформації;
- 3)забезпечити зв'язок з іншими міжнародними стандартами звітності;
- 4)зробити акцент на істотність при визначенні змісту звітів;
- 5)надати рекомендації з розкриття питань сталого розвитку при використанні різних форматів звітності, включаючи інтегровані звіти;
- 6)поліпшити доступ до інформації, яка міститься в звітах, шляхом використання формату XBRL.

В цілому, нова версія Керівництва спрямована на спрощення процесу підготовки нефінансової звітності. Основними відмінностями GRI G4 від попередньої версії наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Відмінності міжнародного стандарту звітності зі сталого розвитку GRI G4 від GRI G3 [15, с.46-61]

№ з/п 1	Основні відмінності 2	Характеристика 3
1.	Нова структура і формат документа	Керівництво представлене у формі двох документів: «Принципи та стандарти» і «Керівництво по реалізації». У випадку різного трактування окремих понять між двома документами, пріоритет має перший
2.	Зміна підходу до визначення звітів Рекомендаціям GRI і питань незалежного заповнення звітів	GRI G4 закріплена вимога обов'язкового інформування організації GRI в випадках використання стандарту при підготовці звітності незалежно від того, чи відповідає фінальна версія звіту Керівництву або розкриває його окремі стандартні елементи. Крім того, виключена можливість декларації С, В, А рівнів використання Керівництва. Тепер звіт може бути підготовлений або відповідно до стандарту GRI G4, або з використанням окремих стандартних елементів GRI. В залежності від готовності компанії розкривати інформацію, Керівництво пропонує два набори інформації до розкриття: базовий та розширений. При цьому стандартом передбачено вузьке коло допустимих варіантів обґрунтування не розкриття суттєвих елементів для розширеного варіанту звіту
3.	Корегування та деталізація загальних підходів до визначення змісту звітів і розкриття інформації	Положення раніше окремого Технічного протоколу по дотриманню принципів визначення змісту звіту відтепер включені у Керівництво по реалізації
4.	Визначення істотних меж для їх розкриття	Акцент у визначені меж розкриття інформації перемістився з юридичної структури групи на суттєвість впливу діяльності, який розділено на внутрішній та зовнішній по відношенню до компанії. Стандарт GRI G4 вимагає не тільки перелічити суттєві аспекти, але й привести інформацію про межі суттєвих аспектів
5.	Опис підходів у галузі менеджменту	Стандарт GRI G4 вимагає приведення інформації про підходи в галузі менеджменту за кожним суттєвим аспектом, однак можливо і для групи суттєвих аспектів, керованих подібним чином
6.	Підвищення ступеня розкриття інформації за рядом напрямків сталого розвитку:	

продовження табл.3.3

1	2	3
6.1.	Корпоративне управління	Стандартний елемент «Процеси оцінки власної результативності вищим керівним органом» деталізований в 11 показниках, введені елементи звітності, які стосуються оплати праці
6.2.	Ланцюги поставок	Надано визначення «ланцюг поставок», «постачальник», введені показники, які характеризують політику компанії в оцінці постачальників за дотриманням ними трудового та природоохоронного законодавства, прав людини тощо
6.3.	Професійна етика, сумлінність і протидія корупції	Введені стандартні елементи, які описують механізми консультацій за етичними питаннями та контролем етичної поведінки співробітників компанії та бізнес-партнерів
6.4.	Електроенергія і викиди	Викиди стали самостійним аспектом. Введені показники інтенсивності викидів парникових газів та енергоємності виробництва
7.	Внесення значної кількості змін до вимоги щодо розкриття окремих аспектів і показників результативності	Головним нововведенням в описі категорій та аспектів специфічних стандартних елементів звітності є включення розділу «Взаємозв'язок з іншими документами», який показує взаємозв'язок між положеннями GRI G4, Керівництвом Організації економічного співробітництва та розвитку для міжнародних підприємств, Глобальним договором ООН

За даними GRI, сьогодні у світі з 500 глобальних компаній близько 80% застосовують при підготовці звітності у сфері сталого розвитку Керівництво GRI. Залежно від числа розкритих у звіті стандартних елементів і показників йому присвоюється рівень застосування GRI (від С до А - найбільш просунутий рівень) [16].

Бачення Глобальної ініціативи в звітності полягає в тому, що звітність про економічні, екологічні та соціальні результати діяльності була настільки ж звичайна і порівняна, як фінансова звітність.

GRI реалізує це бачення шляхом розвитку, постійного поліпшення і підвищення потенціалу щодо використання Системи звітності у сфері сталого розвитку GRI. Всі компоненти Системи звітності розробляються в рамках глобального процесу із залученням різних зацікавлених сторін, і орієнтовані на пошук консенсусу [17].

Основне призначення інформаційної політики підприємства – надання дієвого інструменту і правил для оцінки важливості інформації та ефективного використання її в інтересах підприємства з мінімальним ризиком збитку.

Метою інформаційної політики є забезпечення ефективного досягнення бізнес-цілей підприємства шляхом:

інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень;
забезпечення співробітників підприємства актуальною, своєчасною, повною, достовірною, об'єктивною інформацією для вирішення конкретних посадових завдань;
запобігання втрати, витоку, спотворення інформації;
забезпечення швидкого підвищення рівня компетенції працівників до рівня, що дозволяє ефективно вирішувати поставлені завдання;
забезпечення постановки завдань співробітникам з урахуванням рівня їх компетенції;
підтримки інформаційного забезпечення взаємодіючих з підприємством дружніх і нейтральних контрагентів;
інформаційної підтримки інтересів підприємства в органах державної влади;
інформаційної протидії конкурентам [18].

Інформаційне забезпечення створює основу для прийняття управлінських рішень, які стосуються впровадження КСВ, забезпечуючи зв'язок як між підприємством та зовнішнім середовищем, так і між окремими структурними одиницями. Джерелами необхідної для прийняття управлінських рішень інформації можуть виступати: документи для внутрішнього користування, звіти, результати соціологічних та маркетингових досліджень, аналітичні розробки незалежних агенцій тощо [19].

У сфері корпоративної соціальної відповідальності інформаційна політика має бути побудована на принципах рівноправності, оперативності, повноти, вірогідності, доступності, регулярності, захищеності (табл. 3.4.[на основі [20]).

Особливим аспектом інформаційної політики у галузі корпоративної соціальної відповідальності є те, що вона окрім бази для формування фінансових звітів, є ще базою формування нефінансових звітів. Тому процес роботи з інформацією вимагає декількох суттєвих кроків:

1. Визначення джерел інформації. Інформація, необхідна для нефінансового звіту, може міститись у внутрішньокорпоративних ІТ-системах. Зважаючи на процес автоматизації обліку інформації, який ще триває у більшості українських компаній, часто інформація доступна виключно у паперовому форматі. У деяких компаніях відповідальному за збір даних доведеться стикнутись з декількома

системами, які використовуються у різних підрозділах. Потрібно також зважати на існування паралельних систем обліку: управлінського та податкового. Рекомендується скласти внутрішній перелік усіх можливих джерел даних про діяльність компанії. У деяких випадках єдиним джерелом отримання інформації є проведення інтерв'ю з відповідальними особами.

Таблиця 3.4

Принципи інформаційної політики

Принцип	Сутність
Принцип рівноправності	Підприємство забезпечує всім зацікавленим особам рівні права і можливості в одержанні й доступі до інформації, зокрема забезпечує всім акціонерам та їхнім представникам рівні права на одержання інформації і документів, що підлягають наданню, з урахуванням винятків, установлених законом та установчими документами.
Принцип оперативності	Підприємство в можливо короткий термін інформує акціонерів, інвесторів, інвестиційне співтовариство та громадськість про найбільш істотні події і факти, що зачіпають їхні інтереси.
Принцип повноти	Підприємство надає про себе інформацію, достатню, щоб сформувані об'єктивне бачення в акціонерів, інвесторів та громадськості в питанні, яке їх цікавить.
Принцип достовірності	Підприємство надає своїм акціонерам та інвесторам інформацію, що відповідає дійсності, а також уживає всіх розумних заходів, щоб розповсюджувана інформація не була перекручена.
Принцип доступності	Способи доведення значущої інформації до акціонерів, інвесторів та громадськості мають забезпечувати вільний і необтяжливий доступ до такої інформації.
Принцип регулярності	Підприємство на регулярній основі надає своїм акціонерам, інвесторам та громадськості інформацію про себе за допомогою наявних у його розпорядженні засобів інформування.
Принцип збалансованості	Підприємство намагатиметься знайти баланс між відкритістю і прозорістю з одного боку, і конфіденційністю – з іншого, для забезпечення прав акціонерів на отримання інформації та обмеження доступу до «чутливої інформації».
Принцип захищеності	Підприємство застосовує допустимі законами способи й засоби захисту інформації, що становить державну, службову й комерційну таємницю.

2. Отримання та перевірка даних. Доступ до інформації вимагає мандату вищого керівництва та чіткого виконання завдань посадовцями. У цьому випадку неоціненною є допомога членів міжфункціонального комітету з підготовки звіту, які краще розуміються на тому, хто володіє потрібними даними у їхньому підрозділі. Дані потрібно перевіряти на відповідність або за

допомогою спеціалістів відділу внутрішнього аудиту, або звіряючи зі звітами, підготовленими для контролюючих органів, або для внутрішніх цілей. За наявності декількох центрів збору даних (структурні підрозділи, розташування заводів тощо) виникає питання фахового зведення даних.

3. Зведення даних до потрібного формату. Зібрані дані можуть не відповідати визначеним показникам для підготовки звіту. У таких випадках необхідно виносити ці питання на обговорення комітету з підготовки звіту, порівнювати ситуацію з іншими компаніями, які стикались з подібною ситуацією, або шукати власний підхід до вирішення проблеми.

4. Обробка даних. Надзвичайно важливо визначити систему для зберігання та обробки даних. Саме кількісні показники можуть викликати найбільше запитань від груп впливу, а отже, компанія повинна бути готовою надати роз'яснення щодо них. Система зберігання даних має містити інформацію про те, хто і коли надав інформацію, хто і коли перевіряв дані, в який спосіб дані було зведено у відповідний показник, кому і ким було затверджено використання даних та показників. Рекомендується використовувати існуючі ІТ-системи для цього процесу. Наявність системи обробки даних дозволить спростити процес звітування у наступному звітному періоді [21].

Проблеми формування та розвитку принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) займають важливе місце в діяльності високоавторитетні міжнародних організацій, об'єднують зусилля ділових кіл, громадських та державних структур різних країн. Безліч найбільших міжнародних організацій сьогодні виступають з ініціативами у сфері КСВ і займаються розробкою стандартів щодо складання корпоративних соціальних звітів. Незважаючи на різні економічні ситуації країн, державні органи у своїх національних політиках з КСВ приділяють особливу увагу конкурентоспроможності країни при реалізації принципів КСВ. Важливим інструментом з регулювання та впровадження КСВ в практику корпорацій є нефінансовий звіт, підготовка якого практично

у всіх країнах Європи чітко регламентована і контролюється з боку держави.

У розвинених країнах публічні компанії все більше уваги приділяють питанням ефективності корпоративного управління, прийняття стратегічних управлінських рішень, ефективності корпоративних систем фінансової звітності, контролю та управління ризиками. Все більша кількість компаній, разом з річними фінансовими звітами, публікують інформацію про свої соціальні програми виходячи з принципів Глобального договору.

Там, де раніше розкриття звітності із сталого розвитку було нововведенням для достатньо нової або соціально-орієнтованої компанії, сьогодні це найкраща практика, яка використовується компаніями всього світу.

Акцент на стійкості допомагає організаціям керувати їх соціальними і екологічними наслідками і підвищити ефективність управління ресурсами, залишатися життєво важливим компонентом для акціонера, співробітника і зацікавлених осіб.

Один з найважливіших моментів в розвитку звітності зі сталого розвитку прийшов в 2009 році, коли агентство Bloomberg надало звіт зі сталого розвитку, який містив дані наявних термінальних абонентів як частину своєї регулярної підписки.

Стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність» – це перший в світі аудирований стандарт, який визначає вимоги до соціального захисту, що дозволяють організації розробляти, підтримувати та впроваджувати політику й методи управління питаннями соціального захисту, які вона може контролювати, а також демонструвати це зацікавленим сторонам.

Міжнародний стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність» був розроблений Міжнародною неурядовою організацією «Соціальна відповідальність» (Social Accountability International), яка розташована в США. SA 8000 базується на принципах 11 Конвенції Міжнародної Організації Праці, Конвенції ООН з прав дитини, Всесвітньої декларації Прав Людини. Цей Стандарт є універсальним засобом для практичної реалізації моральних і етичних норм у діяльності адміністрації підприємства [22].

Стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність» визначає вимоги щодо соціального захисту, які дозволяють компанії:

розробляти, підтримувати і запроваджувати політику й методи управління питаннями, які компанія може контролювати або на які вона може впливати;

демонструвати зацікавленим сторонам, що її політика, методи і дії відповідають вимогам даного стандарту.

Всі 95 % компаній всього світу публікують звіт зі сталого розвитку. Фірми постійно шукають нові способи поліпшити продуктивність, захистити репутаційні активи, і отримати від акціонера та зацікавлених осіб довіру [23].

Станом на 2012 рік, уряди або фондові біржі 33 країн досягли деякого рівня розвитку звітності зі сталого розвитку. Це такі країни, як: Аргентина, Німеччина, Мексика, Австралія, Греція, Нідерланди, Австрія, Угорщина, Норвегія, Бразилія, Індія, Саудівська Аравія, Канада, Індонезія, Сінгапур, Китай, Ірландія, Південна Африка, Данія, Італія, Іспанія, Еквадор, Японія, Швеція, Єгипет, Корея, Туреччина, Фінляндія, Люксембург, Великобританія, Франція, Малайзія, США.

Деякі прихильники звітності зі сталого розвитку вважають, що інтегрована звітність – це шлях вперед. Аналітики очікують, що попит громадськості і попит інвесторів на звіти зі сталого розвитку будуть рости. Одна частина переходу до стандартизації є поштовхом для щорічних звітів, що включають і з'єднують інформацію про фінансові та нефінансові аспекти бізнесу. Оскільки аналітики, інвестори та інші зацікавлені сторони звертають увагу на соціальні ініціативи, багато фірм прийшли до розуміння, що довіра має важливе значення.

Серед опитуваних у Бостонському коледжі і Ernst & Young 35% мають певний рівень впевненості щодо звіту зі сталого розвитку. З цих звітів, 55% мають свої повні звіти, 45% мають деякі показники щодо соціального інвестування. Таблиця 3.5. ілюструє використання інструментів звітності зі сталого розвитку корпораціями.

Таблиця 3.5

Використання звітності зі сталого розвитку

Глобальна ініціатива зі звітності	Сутність
Тип / опис	Системи звітності: G3.1 є набір в керівних принципах звітності зі сталого розвитку (GRI), G4 випустили в травні 2013 року. Показники ефективності систематизовані в наступні три групи: економічні, екологічні та соціальні. www.globalreporting.org
Користувачі	Більше 4000 організацій світу звітують за GRI або GRI - вказівкам
Використання	Усі державні та приватні організації
Основні предмети звіту	Організаційне управління Права людини Практика Довкілля Сумлінні ділові практики Споживчі Участь у громадському житті та розвитку
Сторінки веб-сайту	Глобальна ініціатива зі звітності www.globalreporting.org GRI - Звіти - List - 1999-2013 www.globalreporting.org/reporting/reportservices Сторінки / Discover - Database.aspx GRI у сфері сталого розвитку Розкриття бази даних database.globalreporting.org

Підготовка нефінансової звітності корпораціями показує зацікавленим особам (інвесторам, акціонерам, споживачам, державним органам) стратегічні напрямки розвитку підприємства, які базуються на принципах ГД. Серед провідних корпорацій, які регулярно публікують свої соціальні звіти, можна назвати такі всесвітньо відомі компанії як: «BP Amoco», «Джонсон & Джонсон», «Коніка», «Nokia», «Проктер & Гембл», «Royal Dutch Shell», «Банк ABN AMRO», «Група Данон», «Форд», «Інтел», «Нестле», «Юнілівер» [24].

Прикладами впровадження принципів КСВ служать більше 40 найбільших компаній Ірландії, що реалізують політику соціальної відповідальності та є членами організації «Бізнес і суспільство», які пожертвували місцевим громадським організаціям більше 16,7 млн. євро. Корпоративні волонтери цих компаній залучили понад 3,3 млн. євро. Програми організації розроблені з урахуванням великої

кількості відгуків зацікавлених сторін і включає зобов'язання компанії з розвитку більш стійкого бізнесу (напрямки розвитку: енергетика та зміна клімату, стійка пакування та переробка, водні ресурси, продукти, здоровий спосіб життя, розвиток суспільства, трудові відносини) [25].

Ще одним прикладом може стати корпорація Coca-Cola Enterprises, яка в 2011 році оголосила про запуск спільного підприємства з британським переробником пластикових пляшок Eco Plastics. Новий завод буде переробляти використані пластикові пляшки з-під напоїв для створення нових пляшок, що сприятиме скороченню емісії вуглекислого газу на 33 500 тонн щорічно. Тим самим компанія планує досягти поставленої мети по збільшенню використання перероблених пляшок у виробництві напоїв до 25% [25].

Більше 3000 організацій по всьому світу, включаючи більше двох третин компаній зі списку Fortune Global 500, регулярно випускають нефінансові звіти, які стали інструментом відкритості та прозорості діяльності корпорації в контексті корпоративної соціальної відповідальності [25].

Британський Університет Лідса і французька Євромед управління школою проаналізували більше 4000 нефінансових звітів за останні 10 років. Їх висновки були невтішні: багато компаній використовують непідтверджені заяви, незрозумілі дані і неточні цифри. Відповідно, цінність таких звітів різко знижується, виникає питання довіри до них, що призводить до зміцнення тенденції перевірки нефінансового звіту третьою стороною [25].

Європейська Комісія 16 квітня 2013 запропонувала внести поправку до чинного законодавства з бухгалтерського обліку з метою підвищення прозорості великих європейських компаній з соціальних та екологічних питань. Найбільші корпорації - з кількістю працівників понад 500 осіб - будуть законодавчо зобов'язані розкривати інформацію про політику, ризики та результати таких аспектів діяльності як: охорона навколишнього середовища; наймані співробітники та інші соціальні питання; повагу прав людини;

боротьба з корупцією та хабарництвом; різноманіття («різноманітність») складу Ради директорів.

Згідно зі змінами, великі компанії будуть зобов'язані розкривати актуальну соціальну та екологічну інформацію в своїх річних звітах. Компанії повинні надавати коротку інформацію, яка забезпечує розуміння розвитку компанії, а не готувати повноцінні і докладні звіти зі сталого розвитку. Розкриття нефінансової інформації може надаватися на рівні групи, а не кожної окремої компанією, що входить в групу.

Пропонована звітність залишає компаніям значну гнучкість у виборі того, як саме вони хочуть розкривати відповідну інформацію. Компанії, за своїм бажанням, можуть використовувати міжнародні чи національні керівні принципи (наприклад, Глобальний договір ООН, ISO 26000). Що стосується прозорості ради директорів, то великі компанії повинні надати інформацію про свою політику в даному питанні (зокрема, як представлені члени ради за віковою, гендерною та географічною ознакою + освіту та професійний досвід). У нефінансових звітах повинні бути описані цілі політики «різноманітність», їх реалізація та результати. В даний час близько 2500 великих компаній ЄС (менше 10 %) розкривають екологічну та соціальну інформацію на регулярній основі [26].

Асоціація Дипломованих Сертифікованих Бухгалтерів (АДСА) стала першою глобальною бухгалтерською організацією, яка ввела інтегровану звітність в свої кваліфікації. Кваліфікація АССА покликана забезпечити професійні знання, вміння та навички, а також професійні цінності в області бухгалтерського обліку. АССА – одна з найбільших міжнародних організацій з бухгалтерського обліку, що налічує більше 500 000 членів і студентів. Студентів, що навчаються за програмами АССА, будуть екзаменувати на знання інтегрованої звітності. Ця дисципліна стане постійною складовою професійної сертифікації з грудня 2014 р.. Рішення АССА пов'язане з публікацією Міжнародним комітетом з інтегрованої звітності (ІІРС) «Основ інтегрованої звітності». Міжнародна рада з інтегрованої звітності (ІІРС) - це глобальна коаліція регулюючих органів, інвесторів,

компаній, розробників стандартів, бухгалтерів та бухгалтерський фірм.

Американський Інститут бухгалтерів в області управлінського обліку - Institute of Management Accountants (ІМА) - позначив можливі дії з трансформації корпоративної звітності, які могли б зробити її ближче широкому користувачеві. Проте представники ІМА вважають, що перед тим, як готувати інтегровану звітність, необхідно спочатку чітко визначити її цілі та визначити наступні чотири важливих завдання.

1. Кінцева мета – аж ніяк не єдиний інтегрований звіт. Потрібно підходити з іншого боку, мотивуючи укладачів звітності на те, щоб ті більш детально інформували своїх інвесторів та інші категорії користувачів.

2. Від ринку потрібно отримати більш актуальні свідчення, що можливо шляхом зміщення акценту від оцінки переваг інтегрованої звітності в сторону реальної вартості для учасників процесу, серед яких представники ІМА розрізняють власників бізнесу, менеджерів, фінансових директорів, укладачів звітності, інвесторів, аналітиків.

3. Як базовий потрібно вибрати підхід «навчання та зростання» («learning and growth»). Тут експерти хочуть сказати, що зміни повинні бути поступовими і поетапними, зміни повинні здійснюватися з урахуванням ключових принципів GRI, а впровадження інтегрованої звітності на обов'язковій основі, швидше за все, призведе до зворотного результату.

4. Не варто забувати про допоміжні технології обробки даних і складання звітності, оскільки це може значно поліпшити ключове співвідношення користі до витрат стосовно до інтегрованої звітності в цілому.

Цікавим є досвід Росії з розвитку звітності із сталого розвитку. Міністерством економічного розвитку внесено в уряд концепцію поступового переходу компаній на обов'язковий звіт за результатами їх діяльності в соціальній сфері. У своїх соціальних звітах компанії будуть повинні розкривати прийняті заходи щодо соціального захисту своїх співробітників, взаємовідносини з контрагентами та споживачами, а також ділові практики - наприклад, заходи, прийняті

для боротьби з корупцією усередині організації і вплив, який чиниться компанією на політичні процеси в країні.

Першими за 2014 про свою соціальну діяльність повинні будуть відзвітувати найбільші держкорпорації (такі як «Газпром», «Роснефть», РЖД, «РусГідро», Ощадбанк). Після чого до них приєднуватися інші компанії з державною участю, а також приватні великі фірми. Відповідно до концепції для публікації обов'язкової звітності буде розроблений спеціальний сайт. Крім того, публікація звіту стане обов'язковою в діючих системах розкриття річних звітів і істотних фактів компаній.

Впровадження обов'язкових соціальних звітів пройде в чотири етапи. На першому етапі (2014) звіти зобов'язані опублікувати найбільші держкорпорації, на другому етапі (2015-2016 рр.) їх коло розширюється за рахунок державних і унітарних підприємств с активами понад 3 млрд. рублів, на третьому етапі (2017-2019 рр.) відзвітувати будуть повинні вже держпідприємства з активами вище 1 млрд. рублів, а на четвертому етапі (з 2020 року) до них приєднуватися і великі приватні компанії з активами понад 15 млрд. руб.

Компанії та організації ведуть звіт зі сталого розвитку з багатьох причин, в тому числі:

- більш глибоке розуміння ризиків і можливостей, з якими стикається організація / компанія;

- покращення репутації бранда організації / компанії;

- розвиток уявлення зацікавлених сторін про вплив сталого розвитку та його процесів на навколишнє середовище;

- визначення зв'язку між фінансовими і нефінансовими результатами діяльності;

- вплив на довгострокову стратегію, управління, політику, і бізнес - плани;

- порівняльний аналіз і оцінка діяльності у сфері сталого розвитку щодо законів, норм, кодексів, стандартів і добровільних ініціатив;

- визначення впливу сталого розвитку на організацію, і вплив організації на процес сталого розвитку;

- порівняння продуктивності всередині та між організаціями;

дотримання державних законів або вимоги фондових бірж [6].

Таким чином з вищезазначеного можна виділити сім великих бізнес-переваг використання звітів про сталий розвиток:

1. Фінансові показники. Нові дослідження показують, що значення розкриття поширюється на бухгалтерський баланс фірми. Аналіз результатів більше 200 незалежних емпіричних досліджень з вивчення взаємозв'язку корпоративної соціальної та екологічної продуктивності корпоративної фінансової діяльності дозволяє зробити висновок що компанії могли б отримати вигоду від збільшення засобів комунікації [23]. Недавні дослідження показали, що якість розкриття інформації фірмою має позитивні результати. Навіть після реалізації управління продуктивність, найбільш прозорих компаній в дослідженні, як правило, мати найвищу ціну [27].

2. Доступ до капіталу. Відповідно до недавнього дослідження, інвестори все частіше вважають за краще інвестувати в прозорі підприємства, пов'язані з високою довірою зацікавлених осіб – менеджерів [28]. Недавні дослідження виявили, що фірми, що надають звіт зі сталого розвитку мають високий Kaplan-Zingales Index (на 0,6 пункти нижче, ніж оцінки компаній з низьким рівнем стійкості). Низький бал означає менше обмежень капіталу [29].

3. Інновації, скорочення відходів, і ефективність. Звітність може запропонувати фірмам розуміння можливих змін в процесі і бізнесі. Інноваційні підприємства можуть використовувати соціальні та екологічні ініціативи, як можливості для навчання [30].

Дослідження стійкості в 2012 показало, що 88 % опитаних вказали, що звітність допомогла зробити рішення їх організації більш ефективними [31].

4. Управління ризиками. Зв'язки між матеріальним бізнес середовищем, екологічними та соціальними ризиками припускають, що стійке управління бізнесом і його ключовими показниками стають більш значимими в оцінці загального бізнесу [32].

Звітність фірми зможе передбачити і покращити управління ризиками. Участь у звітності зі сталого розвитку може дозволити фірмам:

передбачати і підготуватися до питань громадськості, підвищити оперативності та поліпшенні процесу, передбачити і підготуватися до майбутніх дефіциту сировини.

5. Репутація і довіра споживачів. Звітність може виявитися потужним інструментом для корпорацій, який допоможе побудувати або відновити довіру. Недавнє дослідження Ernst & Young показало, що «ризик сприйняття» ризику був одним з десяти найпоширеніших ризиків глобального бізнесу та що корпорації можуть отримати вигоду з спілкування прозоро з громадськістю [33]. У 2013 році опитування Бостонського коледжу Центру корпоративного громадянства та Ernst & Young показало, що понад 50% респондентів використовують звітність зі сталого розвитку, як інструмент покращення репутації фірми.

6. Лояльність і набір співробітників. Активне провадження корпоративної відповідальності вашої фірми робить позитивний вплив на продуктивність компанії [34].

Більше 30% опитуваних Бостонського коледжу Центру Корпоративного громадянства і Ernst & Young підтвердили позитивні зміни в діяльності компаній та у відносинах зі стейколдерами за умов випуску звіту зі сталого розвитку (рис. 3.6.).

7. Соціальні пільги. Дослідження корпоративної соціальної відповідальності дозволили зробити висновок, що компанії, які беруть участь у соціальних ініціативах можуть одночасно збільшити успіх, знизити негативний соціальний вплив і підвищити вигоду для суспільства [35].

Однією з основних відмінностей і переваги GRI Полягає в тому, що цей стандарт дозволяє використовувати рекомендації поетапно. Компанія, яка тільки становиться на шлях звітності про сталий розвиток, може на першому етапі використовувати тільки загальні принципи документа.

Також GRI передбачає можливість підготовки звіту тільки по одній або декількох областях діяльності з поступовим поширення на всі інші сфери. Таким чином, міжнародний стандарт звітності із сталого розвитку GRI дозволяє підготувати звіт високого ступеня

комплексності та деталізації оцінки діяльності компанії за всіма сферами корпоративної соціальної відповідальності.

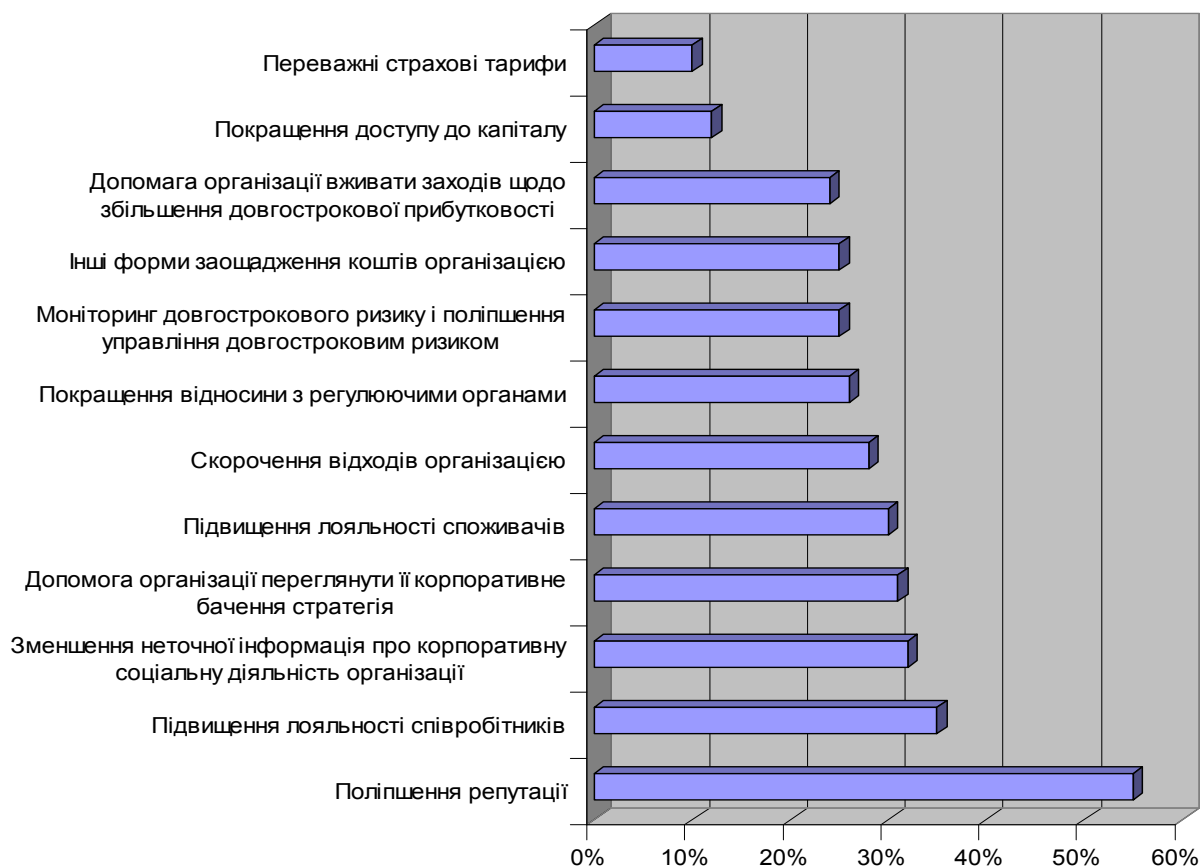


Рис. 3.6. Вплив випуску звітності зі сталого розвитку на показники корпоративної діяльності компанії [2]

А введення в найближчий час стандарту GRI G4 в практику складання нефінансової звітності дозволить, по-перше, зробити цей процес більш зручним для корпорації, а по-друге, значно підвищити якість та все сторонність охопту впливу результатів діяльності компанії на всіх зацікавлених сторін.

3.2. Методичні основи оцінки корпоративної соціальної відповідальності

За останні сорок років сформувалася безліч різних підходів до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Виділяють три відносно незалежних теоретико-методичних напрямки

досліджень з оцінки КСВ: теоретичні підходи до методології оцінки ефектів; емпіричні дослідження на основі взаємозв'язку КСВ та фінансових результатів; практичні інструменти складання нефінансової звітності та самооцінки компаній (рис.3.7.)

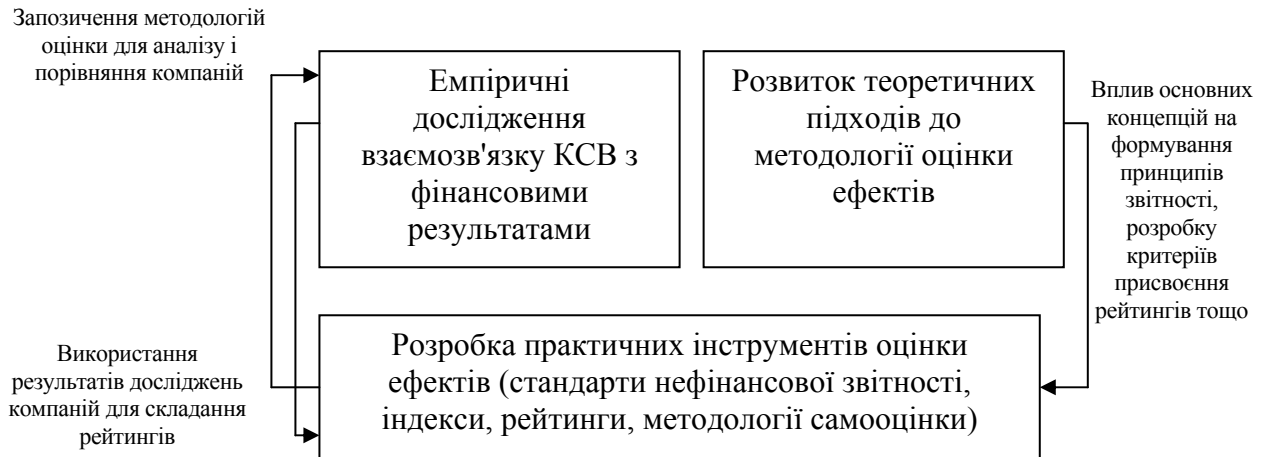


Рис. 3.7. Три напрямки наукових підходів до оцінки КСВ [36]

До першого з них відносяться наукові підходи, в яких специфікуються і описуються деякі методи оцінки, практично не тестовані авторами на практиці. Методологія оцінки ефектів в таких підходах є центральної темою і метою дослідження, тому емпірика або опускається, або відходить на другий план. До другого напрямку наукових підходів можна віднести значну кількість емпіричних досліджень, метою яких стали або пошук кореляційного зв'язку КСВ з фінансовими показниками підприємства, або якесь порівняльне дослідження з виявлення ефективності діяльності корпорацій, де математичні моделі оцінки є методологічним інструментом. Третій напрям наукових досліджень спрямоване на застосування практичних інструментів оцінки КСВ, такі як стандарти соціальної звітності, соціальні індекси і рейтинги, методології самооцінки відносно поведінки корпорації та її зацікавлених осіб.

Концепція КСВ, яка має на увазі «систему принципів соціальної відповідальності, процесів соціальної сприйнятливості і відповідних результатів, релевантних відносин компанії з суспільством, представленим набором зацікавлених осіб» [37, с. 693], є більш

адекватною при оцінці, оскільки оперує не загальним поняттям відповідальності, а конкретним значенням результату, який може піддаватися вимірюванню. При цьому під ефектом КСВ розуміється зміна добробуту компанії та/або її зацікавлених сторін в результаті реалізації принципів КСВ за допомогою здійснення соціальних інвестицій. Останні, в свою чергу, мають на увазі матеріальні, технологічні, управлінські, фінансові та інші ресурси, що направляються на задоволення очікувань різних зацікавлених сторін.

Ефекти КСВ можна поділити на два основних типи:

1) ефект зміни добробуту безпосередньо компанії (і її акціонерів), який визначається як бізнес- ефект КСВ;

2) ефект зміни добробуту зовнішніх і внутрішніх зацікавлених сторін (виключаючи акціонерів, оскільки їх інтереси практично аналогічні інтересам належної їм компанії), який визначається як соціальний ефект КСВ.

Аналіз наукової літератури, присвячену оцінці КСВ показав, що всі практичні дослідження спрямовані на оцінки бізнес-ефекту, а оцінкою соціального ефекту стурбовані лише різні підприємства, які намагаються відповідати різним стандартам звітності (табл. 3.6.).

У 2001 р. М. Орліцкій і Дж. Бенжамін докладно розглянули взаємозв'язок КСВ та ризику фірми і аргументували необхідність включення в оцінку ефектів КСВ її впливу на ринкові та фінансові ризики. З точки зору авторів, на зміни в області КСВ першим повинен реагувати ринок: зміцнення взаємин із зацікавленими сторонами позитивно позначається на репутації та інвестиційної привабливості корпорації [38].

Варто проаналізувати які з методів оцінки КСО прийняті на сучасному етапі розвитку корпорацій та впровадження принципів сталого розвитку, визначити сучасні індекси і рейтинги, вплив їх на ділову репутацію компанії та на прийняття рішення зацікавленими особами.

Таблиця 3.6

Найбільш популярні методи оцінки КСВ (зарубіжні дослідження) [36]

Методи оцінки	Найвідоміші дослідники
Використання систем самооцінки (анкетування)	[Aupperle, Carroll, Hatfield, 1985; Aupperle, Van Pham, 1989]
Змістовний аналіз відкритих джерел інформації про КСО	[Abbott, Monsen, 1979]
Використання репутаційних індексів і рейтингів	[Гизатуллин, 2007; Cochran, Wood, 1984; Aupperle, Carroll, Hatfield, 1985; Wokutch, Spencer, 1987; McGuire, Sundgren, Schneeweis, 1988; Herremans, Akathaporn, McInnes, 1993; Brown, Perry, 1994; 1995; Simerly, 1994; Griffin, Mahon, 1997; Preston, O'Bannon, 1997; Waddock, Graves, 1997; Stanwick, Stanwick, 1998; Heinze, Sibary, Sikula, 1999]
Соціальний аудит чи оцінка зовнішніх оглядачів	[Vance, 1975; Sonnenfeld, 1982]
Оцінка ризику	[McGuire, Sundgren, Schneeweis, 1988; O'Neill, Saunders, McCarthy, 1989; Fombrun, Shanley, 1990; Herremans, Akathaporn, McInnes, 1993; Simerly, 1994; Pava, Krausz, 1996; Waddock, Graves, 1997]
Оцінка цінностей та принципів КСВ корпорації	[Davenport, 2000]
Аналіз дискреційної діяльності та екологічних показників	[Griffin, Mahon, 1997]

Ділова репутація – це цілісне уявлення про підприємство, яке складається з оцінки результатів його діяльності різними зацікавленими особами (стейкхолдерами), які у тій чи іншій мірі впливають, або на яких впливає життєдіяльність компанії [39]. З іншого боку соціальна відповідальність підприємства спрямована саме на цих стейкхолдерів, саме вони є тією ланкою яка безпосередньо пов'язує соціальну відповідальність та ділову репутацію підприємства (рис.3.8.).

Методи оцінки репутації підприємства поділяють на:

- 1) методи, засновані на якісних дослідженнях;
- 2) методи, засновані на кількісному вимірі ділової репутації.

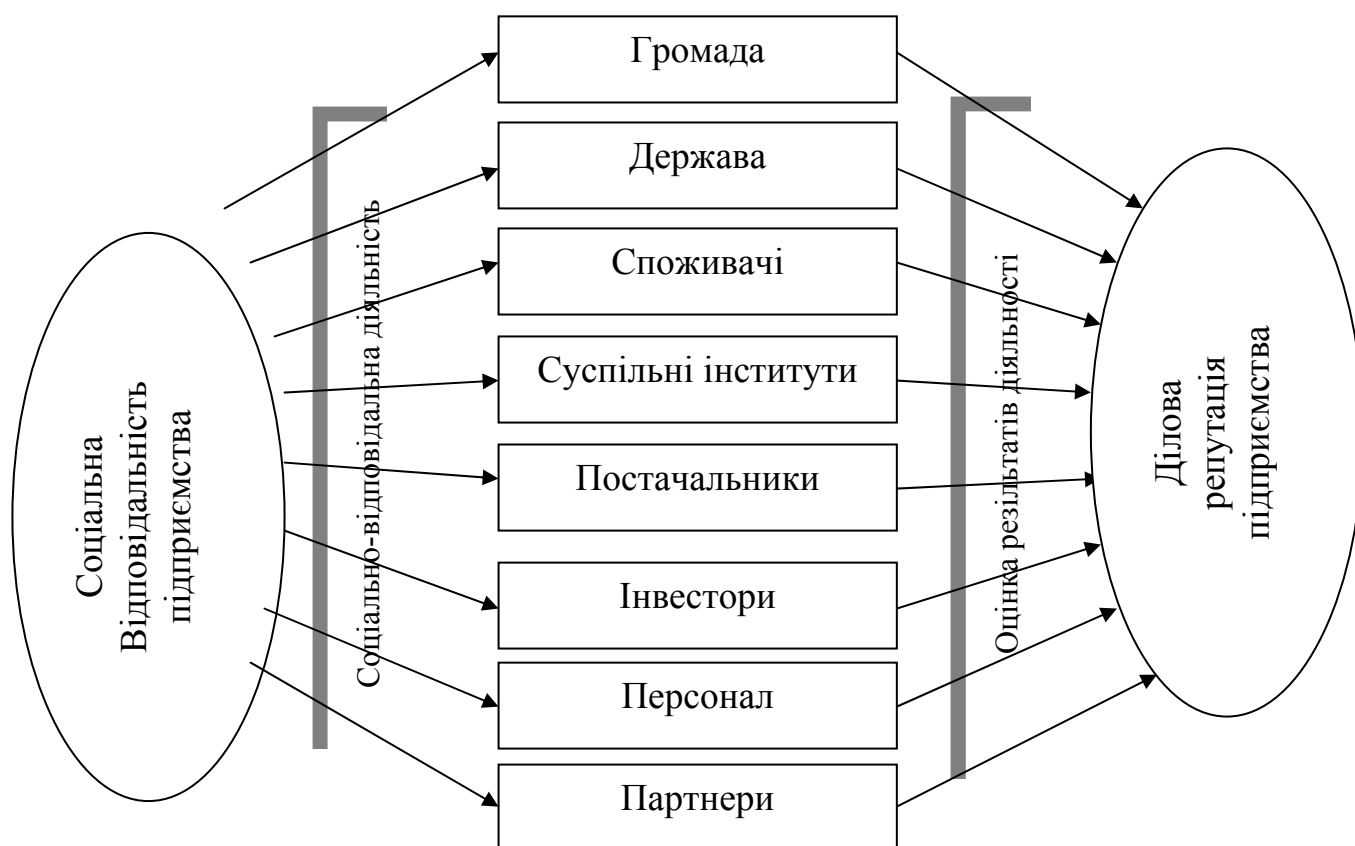


Рис. 3.8. Зв'язок між соціальною відповідальністю та діловою репутацією підприємства [39]

До якісного підходу відносяться експертний метод та метод соціологічного опитування. Перший ділиться на рейтинговий і рекомендаційний методи.

При використанні методу соціологічних опитувань дізнається думка стейкхолдерів про підприємство. До стейкхолдерів в даному випадку відносять представників виконавчої та законодавчої влади, ринкових аналітиків, інвесторів, акціонерів, представників засобів масової інформації, а також споживачів продукції. Вважається, що така оцінка є самою вірною, а інші методи здатні лише уточнювати ситуацію [40].

Рейтинговий метод ґрунтується на отриманні інформації від незалежних компаній, які аналізують внутрішні дані (установчі документи, звіти, баланс) і проводять, як правило, фінансовий аналіз. Також існують рейтинги корпоративного управління, їх складанням

займаються рейтингова служба Standard & Poor's та Інститут корпоративного права і управління.

В основі рейтингового методу лежить складання рейтингів ділової репутації підприємства незалежними організаціями. Головною особливістю даного методу є те, що підприємство, яке бажає оцінити свою репутацію, не повинне проводити опитувань або якось впливати на думку опитуваних під час складання рейтингу. Рейтинги становлять шановані незалежні організації (наприклад, журнал Fortune, газета Financial Times).

Крім рейтингів ділової репутації існують близькі до них рейтинги корпоративного управління. При складанні рейтингу використовуються різні чинники, які безпосередньо впливають на рівень ділової репутації підприємства, наприклад, взаємини між акціонерами, менеджментом, радою директорів та іншими фінансово зацікавленими особами [40].

Рекомендаційний метод полягає в обговоренні репутації фірми експертами піар-компаній, яких наймає сама фірма, і складанням певних рекомендацій [41].

При експертному методі беруть інтерв'ю у представників аудиторій. Традиційно до числа експертів, що беруть участь у репутаційному аудиті, попадають чиновники різних рівнів, представники партнерських підприємств, менеджери фінансових установ, аналітики ринку, журналісти. Слід враховувати, що високий статус опитуваних не завжди позитивно, та, головне, об'єктивно, впливає на визначення реального положення справ. До недоліків цього методу можна віднести те, що при критичному положенні справ, коли підприємство володіє негативною репутацією, складно дістатися достовірної інформації від експертів, а найбільш критично налаштовані респонденти взагалі відмовляються від інтерв'ю [42].

Кількісні методи вимірювання ділової репутації включають в себе наступні способи отримання інформації [43]:

метод надлишкового прибутку (використовується компаніями Brand Finance і Interbrand, в основі якого лежить припущення про те, що репутація - це бренд) – суть методу полягає в оцінці середньогалузевого прибутку на активи та його порівняння з

аналогічним показником досліджуваного підприємства. Вважається, що підприємство з певною репутацією отримує додатковий прибуток від використання цього виду нематеріальних активів. Даний прибуток шляхом множення на коефіцієнт капіталізації і представляє собою вартість ділової репутації підприємства. При цьому коефіцієнт капіталізації виводиться зі ставки дисконтування шляхом утримання очікуваних середньорічних темпів зростання прибутку [44];

метод надлишкових ресурсів – модифікація методу надлишкового прибутку (при розрахунку вартості створеної ділової репутації враховується ефект використання не тільки власних, а й залучених коштів). Застосування методу надлишкових ресурсів припускає зворотний алгоритм дій за допомогою порівняння фактичної ринкової вартості використаних ресурсів з їхньою номінальною вартістю. Слабкою стороною даного методу є припущення того, що отримання прибутку підприємством забезпечується тільки чистими скоректованими активами, і надлишкові ресурси формуються тільки за рахунок власних коштів. А насправді більшість підприємств фінансується не тільки за власний рахунок, що допомагає отримувати надприбутки [45];

визначення показників ринкової капіталізації;

визначення ціни репутації у разі угоди злиття/поглинання (вказаний в ПБО 14/2000 «Облік нематеріальних активів»), тобто ділова репутація – це різниця між ціною підприємства (як придбаного майнового комплексу в цілому) і вартістю всіх його активів з бухгалтерського балансу [46];

визначення вартості репутації за міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ № 22 «Об'єднання компаній»), в яких ділова репутація (гудвіл) – перевищення покупної вартості активів над їх справедливою вартістю на день проведення операції [47].

Процес оцінювання рівня та ефективності застосування програм КСВ на підприємстві доцільно починати з діагностики раціональності корпоративного управління цим суб'єктом господарювання.

Процес управління підприємством передбачає не тільки управління його технічними засобами, інформаційними і матеріальними потоками, а також працівниками (групами

індивідуумів) і зацікавленими особами (стейкхолдерами), що має аспект корпоративної взаємодії.

Структура корпоративного управління сьогодні повинна визначати основні права зацікавлених осіб і заохочувати активну співпрацю між ними і підприємством у забезпеченні довготривалого і стабільного розвитку підприємства [48].

Існують наступні підходи, щодо оцінки впливу корпоративної соціальної відповідальності (табл. 3.7) [49]:

Таблиця 3.7

Сучасні підходи оцінки впливу КСВ

Автор	Напрями оцінювання
Дж. Вайзер	Показник окупності інвестицій, спрямованих у добродійні програми, показник ефективності добродійної допомоги порівняно з ефективністю інших, недобродійних, засобів – реклама, стимулювання продажів і показник процесу реалізації добродійних програм.
Іголенс і Гонд	Корпоративне управління; суспільні відносини і добродійність; дотримання прав меншин; дотримання прав працівників; політика у сфері охорони навколишнього середовища; дотримання прав людини; якість продукції та відносини зі споживачами.
Н. Ненашев	Розвиток персоналу, охорона здоров'я та безпечні умови праці, соціально відповідальна реструктуризація, природоохоронна діяльність і ресурсозберігання, розвиток місцевого співтовариства, добросовісна ділова практика.
Методика Account Ability Rating™	Взаємодія із суспільством, керівництво, стратегія, управління, незалежне підтвердження, розкриття інформації.
Форум соціально відповідального бізнесу України	Відповідальність перед споживачами, постачальниками, персоналом, екологічна відповідальність, показники відповідального ставлення організації до суспільства.

Корпоративні добродійні та соціальні програми не спрямовані на отримання додаткового прибутку, проте їх реалізація приводить до виникнення не тільки ефекту соціального, але бізнес-ефекту. З-поміж сфер діяльності компанії, в яких найбільш імовірно отримання бізнес-ефекту, виокремлюють фінанси, маркетинг і продажі, управління персоналом, ризиками. Найчастіше бізнес-ефект характеризується створенням стабільного бізнес-середовища, зниженням операційних меж, зміцненням довіри, створенням позитивного іміджу,

збільшенням капіталізації, зростанням фінансових показників і продаж, підвищенням ефективності комплексу маркетингу і підвищенням продуктивності праці, розвитком інновацій, що сприяють розширенню ринку, і іншими отриманими вигодами.

Для оцінки саме соціальної відповідальності програм використовують метод потрійного підсумку, метод збалансованої карти оцінок, метод Лондонської групи порівняльного аналізу, стандарт SA 8000, Європейську модель якості, індекс корпоративної благодійності, соціальний індекс, індекс стійкості Доу-Джонса, індекс FTSE4Good, індекс DominiSocial та ін. (табл. 3.8) [48].

Таблиця 3.8

Загальні методи оцінки КСВ та їх характеристики [48]

Методи оцінки КСВ	Критерії оцінювання	Недоліки
1	2	3
Індекс Domini Social Investmen (DSI 400)	- соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших за капіталізацією підприємств, що не відносяться до «заборонених галузей»; - оцінка на основі рейтингу KLD за 9 факторами, які характеризуються за принципом «сильних слабких місць»	- не розглядаються характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі підприємства
Індекс стійкості Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	- економічна основа для розвитку підприємства; - соціальна активність; - екологічна діяльність	- не береться в розрахунок характер взаємозв'язків і форм взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі підприємства
Індекс FTSE4Good	- фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства, що не відносяться до «заборонених галузей»	- не враховуються характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі компанії
Глобальний прозорості Індекс	- внутрішні і зовнішні соціальні програми	- неможливо оцінити всі підприємства

продовження табл.3.8

1	2	3
Соціальний індекс (Social Index – SI) Датського міністерства соціальної політики	– внутрішні і зовнішні соціальні програми	– не розглядаються економічні і екологічні результати діяльності підприємства, взаємини з органами влади
Індекс корпоративної добрودійності (Corporate Philanthropy Index)	– добрودійність; – взаємини з основними партнерами	– не враховуються економічні й екологічні результати діяльності підприємства, взаємовідносини з державою
Стандарт SA 8000	– соціальні аспекти системи управління компанії	-не враховуються економічні й екологічні результати діяльності, а також зовнішня соціальна активність підприємства
Метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard)	– фінансові показники, – відносини з клієнтами, – внутрішні бізнес-процеси, – інновації і навчання	– не розглядаються характер взаємин і форми взаємодії з державою і місцевим співтовариством, а також екологічні результати діяльності підприємства
Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line)	– економічні показники; – екологічні показники; – соціальні результати діяльності	– не враховуються характер і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами, а також ефективність цієї взаємодії
Метод Лондонської групи порівняльного Аналізу (London Benchmarking Group)	– соціальна залученість підприємства	– не враховуються фінансові й екологічні показники, взаємини і взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами
Європейська модель якості (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence)	– якість продукції; – відповідальність перед споживачами	– не враховуються фінансові і соціальні результати діяльності підприємства, взаємини з державою і місцевим співтовариством

Щоб оцінити соціальну відповідальність корпорацій в зарубіжній практиці існують спеціальні етичні індекси. Компанії включаються до них за трьома основними критеріями: ефективність діяльності по захисту навколишнього середовища, якість взаємовідносин з співробітниками і акціонерами і дотримання прав людини [50].

Індекс Domini Social Index (DSI) 400 – загальновизнаний і найвідоміший соціально орієнтований індекс, заснований в травні 1990 р. Це зважений за капіталізацією індекс 400 компаній, відібраних за допомогою соціальних та екологічних критеріїв. Серед відсікаючих фільтрів, що використовуються при формуванні розрахункової бази DSI 400: виробництво зброї, алкоголю, тютюну, ядерна енергетика і азартні ігри [51].

За даними агентства MSCI Barra станом на жовтень 2013 року визначено 10 лідерів даного індексу (табл. 3.9).

Для оцінки фінансової діяльності компаній, що є міжнародними лідерами сталого розвитку, застосовується цільовий орієнтир в галузі розрахунку вартості акціонерного капіталу – це індекс глобальної сталості Dow Jones Sustainability World Index (DJSI).

Таблиця 3.9

Лідери індексу Domini Social Index 2013 [52]

Компанія	Індекс %	Сектор економіки
GOOGLE A	4,24	Інформаційні технології
JOHNSON & JOHNSON	3,95	Охорона здоров'я
PROCTER & GAMBLE CO	3,36	Споживчі товари
IBM CORP	2,87	Інформаційні технології
MERCK & CO	2,07	Охорона здоров'я
PEPSICO	1,97	Споживчі товари
INTEL CORP	1,84	Інформаційні технології
CISCO SYSTEMS	1,83	Інформаційні технології
QUALCOMM	1,82	Інформаційні технології
HOME DEPOT	1,73	Роздрібна торгівля (товари для дому)

Річний огляд компаній, які відповідають критеріям цього індексу, базується на ретельній оцінці економічних показників, показників впливу на навколишнє середовище та соціальної діяльності, враховують питання корпоративного управління, зміну ділового клімату, стандартів в галузі поставки та умов праці [48].

Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) базується на аналізі економічної, екологічної та соціальної діяльності і охоплює 2500 найбільших підприємств світу. Але лише перші 10% найкращих компаній, які показують сталий розвиток,

входять в індекс DJSI. Тому бути включеними до індексів є вже великим досягненням для компанії.

Для аналітиків та інвесторів так званий «сталий розвиток» підприємства – це найважливіший індикатор успіху компанії та її перспектив у майбутньому. Адже індекс DJSI бере до уваги такі важливі фактори, як корпоративне управління, престиж торгової марки, управління ризиками, просування торгових марок і стандарти постачань, захист навколишнього середовища [53].

Аналітичне агентство SAM випустило свій останній Індекс стійкості Доу- Джонса (Dow Jones, DJSI). Щорічне дослідження засноване на поглибленому аналізі економічної, екологічної та соціальної діяльності компаній. При цьому оцінюються методи корпоративного менеджменту, управління ризиками, протидія зміні клімату, трудові відносини тощо.

Одним з пакетів етичних індексів є FTSE4Good. Цей індекс охоплює такі сфери діяльності як: забезпечення екологічної стійкості, створення позитивної взаємодії з заінтересованими сторонами та захист і підтримка прав людини.

Багато компаній з самого початку не можуть розраховувати на включення до FTSE4Good. Наприклад, тютюнові фірми, виробники зброї і компанії сектора атомної енергетики [50].

У 2013 році лідерами індексу стали наступні компанії: Peugeot, Unicredit Bank, Johnson Matthey, Man Group, Nestle, Coca-Cola HBC, Puma, L'Oreal, Marks & Spencer Group, Next, Nokia, Hewlett-Packard, Vodafone Group, Electrolux та ін. [55].

Особливість Індексу прозорості полягає в тому, що об'єктом оцінки є веб-сайти компаній, які розглядаються як основне джерело надання інформації про корпоративну соціальну відповідальність. Сайти оцінюються за кількома критеріями. Це наявність звіту про діяльність компанії в соціальній і екологічній сфері, прозорість рівня розкриття інформації за ключовими сферами КСВ, легкість доступу читача сайту до інформації. Вивчається також потенційна доступність веб-сайту.

Social Index (SI) Данського міністерства соціальної політики приділяє пріоритетну увагу створенню робочих місць. Індекс розраховується на підставі опитування співробітників і вимірюється за шкалою від 0 до 100. Компанії, у яких значення індексу перевищує

60, отримують право використовувати спеціальний логотип корпоративної соціальної відповідальності.

Типові соціальні показники, використовувані в рейтингах соціальної відповідальності: соціальна цінність продукції; внесок продукції в зростання добробуту населення; вплив на здоров'я людини; забезпечення рівного доступу до необхідних ресурсів життєдіяльності (вода, їжа, житло, охорона здоров'я).

Етичні норми, які оцінюються у рейтингах: дотримання етики бізнесу; вимоги до ділових партнерів дотримуватися аналогічних етичних норм.

Відносини з співробітниками: забезпечення безпеки на робочому місці; забезпечення фінансових і соціальних гарантій (справедлива заробітна плата тощо); невикористання дитячої праці.

Відносини з місцевими громадами: повна сплата податків; благодійний внесок компанії в розвиток місцевих громад; соціальні інвестиції в розвиток місцевих громад; участь співробітників компанії в роботі на благо місцевих громад – пожертви, волонтерство, експертиза [56].

Серед групи нефондових методів оцінки виокремлюють два рейтинги – Accountability Rating та Corporate Responsibility Index, які розробляються двома міжнародними організаціями AccountAbility та Business in the Community. Так, методологія визначення Accountability Rating розроблена з урахуванням вимог стандартів підготовки соціальних звітів AA 1000 та GRI. Особливістю цієї методики є можливість оцінки нефінансової діяльності підприємств на всіх етапах її розробки та впровадження. Невід'ємною складовою такого рейтингу, як і покладеного в його основу стандарту звітування AA 1000, є налагодження активної співпраці з зацікавленими сторонами, врахування їх поглядів за умови розробки нефінансової діяльності.

Методика визначення Corporate Responsibility Index дещо схожа на розглянуту вище методику визначення Accountability Rating. У першу чергу, це стосується основних напрямів діяльності підприємства, які оцінюються під час його розрахунку та охоплюють розробку й інтеграцію стратегії КСВ у діяльність підприємства, систему управління, підготовку звітів і оцінку впливу КСВ програм. У той же час не передбачено поділ діяльності підприємства на фінансову та нефінансову, що, у свою чергу, дозволяє уникнути проблеми ідентифікації джерел виникнення та наслідків впливу КСВ

діяльності підприємства [57]. Компанії, які стали лідерами індексу у 2013 році зазначені у табл.3.10.

В розвинених країнах високий філантропічний імідж є частиною стратегії по зміцненню корпоративного бренду. Представники західних фондів відкрито говорять про те, що компанії, які не розуміють важливість благодійної діяльності, просто неконкурентоспроможні на сучасному ринку. На Заході існують навіть методики оцінки ефективності інвестицій в благодійність. Одна з таких методик вводить індекс корпоративної благодійності CPI (Corporate Philanthropy Index), який дозволяє оцінити реакцію потенційних партнерів компанії на підвищення її благодійних витрат [58].

Таблиця 3.10

Corporate responsibility Index 2013 [57]

Платинові Big Tick	Золоті компанії	Срібляні компанії	Бронзові компанії
EDF Energy	Camelot UK Lotteries Ltd.	Siemens plc	The Clancy Group plc
Jaguar Land Rover	Imperial Tobacco Group plc	Friends Life	Midlands Co-operative Society Ltd.
Marks & Spencer	VocaLink	Miller Construction	L&Q Group
HEINEKEN UK Ltd.	Morgan Sindall plc	Greggs plc	Cobham
M.A.G	John Lewis Partnership	Southern Water Services Ltd.	Northern Powergrid Holdings Company
Toyota Motor Manufacturing (UK) Ltd.	FirstGroup plc	Rentokil Initial plc	State Street Corporation

Система збалансованих показників (Balanced Scorecard) (ЗСП) – це механізм послідовного доведення до персоналу стратегічних факторів успіху, цілей компанії і контроль їх досягнення через ключові показники ефективності (Key Performance Indicator). Цей порівняно новий підхід розроблений на основі висновків дослідження, проведеного на початку 1990-х років професором Harvard Business School Робертом Капланом (Dr.Robert S. Kaplan) і президентом консалтингової фірми Renaissance Solutions Девідом Нортоном (David P. Norton).

Основний принцип ЗСП, який багато в чому став причиною високої ефективності цієї технології управління, - управляти можна тільки тим, що можна виміряти. Інакше кажучи, мети можна досягти

тільки в тому випадку, якщо існують показники, що піддаються числовому виміру, які говорять управлінцю, що саме потрібно робити і чи правильно з точки зору досягнення мети він робить те, що робить [59].

Ефективність функціонування компанії, фірми, підприємства, організації зумовлена вмінням управляти фінансовими та інвестиційними коштами з метою отримання максимальних прибутків якомога швидше, з найменшими ризиками і витратами, з максимальною ефективністю використання. У зв'язку з цим, зростає потреба у використанні сучасних обліково-аналітичних інструментів стратегічного менеджменту та управлінського обліку, як засобів забезпечення відповідності діяльності підприємства його стратегічним цілям. Такими функціями наділена збалансована система показників (ЗСП). Як і традиційні системи, BSC містить фінансові показники, які є основними критеріями оцінки результатів діяльності підприємства, але ця система підкреслює важливість показників не фінансового характеру, що оцінюють задоволеність покупців і акціонерів, ефективність внутрішніх бізнес-процесів, потенціал співробітників з метою забезпечення довгострокового успіху компанії [60].

Питання розробки і впровадження збалансованої системи показників вперше було поставлене Р.Капланом, професором з розвитку лідерства в Гарвардській школі бізнесу, та Д.Нортоном. У результаті наукового дослідження, вони виявили, що неможливо адекватно робити висновки про конкурентоспроможність підприємства, беручи до уваги лише фінансові результати діяльності, оскільки ці фінансові результати зазвичай відображають лише діяльність у минулому і не відображають майбутній розвиток підприємства [61].

ЗСП – не тільки система, спрямована на підвищення операційної ефективності (покращення якості продукції, зменшення часу обробки замовлення, тривалості виробничого циклу, зниження вартості тощо), а й інструмент управління стратегією. ЗСП ефективно виконує функцію доведення до працівників різних рівнів управління нових стратегічних планів та ініціатив компаній, виокремлюючи при цьому

ключові процеси, які впливають на стратегію, та оцінюючи їх ефективність.

Збалансована система показників включає фінансові й не фінансові показники діяльності підприємства для внутрішніх управлінських цілей і насамперед спрямована на зв'язування показників у грошовому вираженні з операційними вимірниками таких аспектів діяльності підприємства, як задоволення клієнта; внутрішньофірмові господарські процеси; інноваційна активність; заходи з поліпшення фінансових результатів. ЗСП охоплює зв'язок між монетарними й немонетарними величинами виміру, стратегічними й оперативними рівнями управління, минулими й майбутніми результатами, а також внутрішніми й зовнішніми аспектами діяльності підприємства [62].

Система збалансованих показників є стратегічним інструментом, що дає можливість менеджменту підприємства, та, взагалі будь-якої організації, наочно представити шлях до досягнення встановлених стратегічних цілей для всіх зацікавлених сторін, встановити обов'язки щодо ведення процесу і розмежувати етапи досягнення ефективності.

Збалансована система показників – це система стратегічного управління організацією на підставі вимірювання та оцінки ефективності її діяльності за набором показників, підібраних таким чином, щоб врахувати всі суттєві (з точки зору стратегії) аспекти діяльності організації (фінансові, маркетингові, виробничі) [61,63-65] (рис.3.9). Вона трансформує місію і загальну стратегію організації у систему взаємозв'язаних показників.

Основні напрямки застосування ЗСП:

- при оцінюванні ефективності діяльності підприємства;
- при оптимізації організаційної структури підприємства (ЗСП може стати основою для делегування повноважень);
- при побудові адекватної системи мотивації;
- при поєднанні стратегії з оперативною діяльністю та бюджетом;
- при мінімізації витрат на адміністрування виробничого підприємства, що реалізує стратегію інтеграційного зростання;



Рис. 3.9. Комплекс категорії «збалансована система показників» [66]

при підвищенні ефективності управління інноваційними проектами підприємства;

при плануванні і реалізації інновацій, як засіб систематичного виявлення інноваційних можливостей підприємства.

ЗСП можна розглядати як організаційну структуру, яка дає змогу розширити можливості вимірювання, оцінювання і контролю на рівні стратегічного й операційного управління фірмою.

Традиційну структуру ЗСП можна досить легко модифікувати, проте у ній фактично неможливо обрати кінцевий орієнтир, тобто базовий показник, за яким можна вимірювати успішність реалізації стратегії та ефективність функціонування фірми. Є й певні труднощі у процесі створення цієї системи (табл. 3.11 на основі [61]).

Таблиця 3.11

Недоліки у створенні та впровадженні ЗСП на підприємстві

Структурні недоліки	Організаційні недоліки	
	у керівництві	у часових рамках
1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> - нефінансові показники лише виявляють дефектність і недостатність фінансових; - показники дуже загальні й не вказують працівникам на необхідну для досягнення успіху поведінку; - показники не можуть бути базою для вирішення питань про розміщення ресурсів, визначення стратегічних ініціатив і створення фінансової підтримки 	<ul style="list-style-type: none"> - невідпрацьованість процесів реалізації; - повноваження з розроблення і розвитку ЗСП делегуються середньому рівню менеджерського складу; - застосування до поточної господарської діяльності оцінних методик не приводить до позитивного прориву в діяльності; - ЗСП не може бути створена способом запозичення досвіду інших компаній 	<ul style="list-style-type: none"> - надмірна інтенсивність і тривалість пошуку найбільш досконалого варіанта ЗСП; - відсутня можливість отримання достатньої інформації з ряду оцінних показників; - розробники переорієнтовуються на пошук і створення надійних інформ-систем, що надовго відволікає їх від розроблення ЗСП; - виключення можливості нагромадження досвіду

Узагальнюючи, можна зазначити, що ЗСП надає організації зовсім новий інструмент управління, який дає змогу переводити бачення організації та її стратегію в набір взаємозв'язаних збалансованих показників, що оцінюють критичні фактори не тільки поточного, а й майбутнього розвитку організації.

У рамках КСВ можна виділити внутрішню і зовнішню відповідальність. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність обмежена простором компанії і зазвичай спрямована на її працівників, розвиток корпоративної культури. Це стійка структура управління системою взаємодії всередині організації, заснована на обліку соціальних потреб працівників та побудована залежно від соціальної стратегії підприємства. До

внутрішньокорпоративної соціальної відповідальності також належить прийняття і проходження соціальних зобов'язань, норм і цінностей як керівників, так і працівників [67].

Політику підприємства у напрямі внутрішньої КСВ визначають Принципи 3,4,5 та 6 у сфері Глобального договору ООН.

Багато науковців вважають, що саме внутрішня КСВ грає дуже важливу роль у діяльності організації, тому що, перш за все, існування організації залежить від робітників, акціонерів, та інших зацікавлених осіб. Розпочинати впровадження соціально відповідальної політики компанії необхідно з власного персоналу. Адже, як відомо, робітник організації являється спрощеною моделлю цієї самої організації. Тому не варто доводити, що рівень успішності працівників відображає успішність та конкурентоспроможність компанії, в якій вони працюють.

Внутрішня соціальна відповідальність – це, перш за все, ділова практика по відношенню до власного персоналу [68]. Основна функція корпоративної соціальної відповідальності полягає в забезпеченні стійкості організації як відкритої системи за рахунок регулювання конфлікту інтересів у зовнішній і внутрішньому середовищі та залученні стейкхолдерів корпорації в процес прийняття рішень і формування стратегії розвитку підприємства [69].

Говорячи про внутрішнє спрямування КСВ, слід відзначити, що сучасні вітчизняні підприємства потребують вдосконалення в даній сфері. Адже здійснення внутрішньої соціально відповідальної активності розуміється ними як, в більшій мірі, своєчасна виплата зарплатні. Таким чином, в управлінні внутрішнім спрямуванням корпоративної соціальної відповідальності слід керуватися наступними принципами: принципом розуміння та визнання працівників; принципом довіри керівництва до персоналу; принципом ефективності морального задоволення; принципом ефективної організації робочого місця; принципом цілісності організації та її працівників; принципом ефективності додаткового відпочинку; принципом підвищення кваліфікації; принципом упевненості у завтрашньому дні; принципом безпеки праці; принципом залучення робітників до управління. Дотримання усіх

вищеперерахованих принципів дозволить покращити показники якості трудового життя та рівня корпоративної соціальної відповідальності. Отже, говорячи про внутрішню спрямованість КСВ, слід виокремити наступні показники, які зазначені у табл.3.12.

Таблиця 3.12

Показники внутрішньої соціальної відповідальності підприємства [70]

Показник	Характеристика	Приклади
1	2	3
Розвиток персоналу	Напрямок соціальних програм компаній, які проводяться в межах стратегії розвитку персоналу з метою залучення та утримання талановитих працівників.	навчання та професійний розвиток персоналу; застосування мотиваційних схем оплати праці; надання співробітникам соціального пакету; підтримання внутрішніх комунікацій в організації; участь співробітників у прийнятті управлінських рішень; участь працівників у розподілі прибутку
Розвиток охорони здоров'я та безпечних умов праці	Напрямок соціальних програм компаній, який забезпечує створення та підтримання додаткових по відношенню до законодавчо встановлених норм охорони здоров'я та умов безпеки робочого місця.	охорона праці та техніка безпеки; медичне обслуговування персоналу на підприємстві; підтримання санітарно-гігієнічних умов праці; підтримка материнства та дитинства; створення ергономічних робочих місць; профілактика професійних захворювань; додаткове медичне страхування.
Розвиток соціально відповідальної реструктуризації	Напрямок соціальних програм компаній, який фокусується на забезпеченні проведення реструктуризації соціально відповідальним чином, перш за все в інтересах персоналу компанії.	створення інформаційних кампаній, які висвітлюють структурні зміни в майбутньому; заходи з професійної перепідготовки кадрів; сприяння у працевлаштуванні; здійснення компенсаційних виплат працівникам, які потрапили під скорочення штату.
Розвиток соціально-культурного сервісу	Напрямок соціальних програм компанії, який фокусується на покращенні морального стану працівників.	надання компанією житла працівникам; створення та підтримка власних творчих колективів із числа робітників; створення мережі соціальних закладів: дитячий садок, будинок культури, пансіонат; створення умов для відпочинку: фінансування путівок, проведення екскурсій.

Отже, керівникам вітчизняних підприємств слід враховувати у своїй діяльності не лише суворе дотримання трудового законодавства, не лише створення сучасних і безпечних робочих місць, але й упровадження принципів відповідальної ділової практики, удосконалення механізмів управління персоналом відповідно до міжнародних стандартів та моральних цінностей [70].

Сьогодні у країнах розвинутої ринкової економіки відбувається інтенсивний процес розвитку соціального аудиту, який знаходить своє відображення у:

швидкому зростанні числа корпорацій, організацій самих різних країн та регіонів, які вдаються до послуг соціального аудиту;

формування правової бази соціального аудиту як на національних, так й на міжнародному рівні;

розробці міжнародних та галузевих стандартів соціальної відповідальності;

наявності ринку соціального аудиту з достатньо стійкими групами аудиторських агентств і клієнтами, попитом та пропозицією на ц послуги;

формуванні особового наукового напрямлення, який має свій предмет вивчення і спирається на визначенні технології та методики;

соціальний аудит визнаний самостійною професією, підготовка за якою введеться у системі спеціальної професійної освіти;

формуванні асоціації практиків, факультетів вищих навчальних закладів, функціонуванні агентства соціального аудиту. В багатьох країнах створені Інститути соціального аудиту, та ось вже більш ніж десять років функціонує Міжнародний інститут соціального аудиту (м. Париж) [71].

Соціальний аудит як метод обстеження соціоекономічних відносин являє собою вельми складну процедуру, так як він повинен дати оцінку соціального клімату на різних рівнях (мікро-, мезо- та макро-), а також проаналізувати не тільки економічні, фінансові та інші матеріальні фактори, але й відповідність існуючого положення справ нематеріальним (неекономічним) стандартам відтворення людських ресурсів (правовим та етичним нормам), критеріям ділових відношень, соціальної відповідальності перед суспільством.

Історія соціального аудиту розпочалася в 1940-х рр. у США, коли побудова соціальних рейтингів компаній стала постійною складовою їх діяльності. Ці рейтинги оцінювали відносини компанії з

персоналом та профспілками, з місцевою громадою, філантропічну (пожертвування) та волонтерську діяльність, інші програми, що проводилися для місцевих спільнот. У 1960-1970-х рр. все частіше економічне зростання відбувалося за рахунок забруднення навколишнього середовища, зниження безпеки виробництва, погіршення якості товарів. При цьому урядом і суспільством основний тягар відповідальності за соціальну несправедливість і економічну нерівність був покладений на бізнес. Населення стало менше довіряти корпораціям, і, як наслідок, кількість покупців скоротилася. Такий суспільний тиск на бізнес мав на меті регулювання соціально значущих аспектів діяльності компаній. У відповідь на це бізнес став частіше виступати ініціатором «соціально відповідальної поведінки» [72].

У теперішній час існує багата кількість визначень соціального аудиту. Кожен автор, вчений розглядає соціальний аудит з різних боків бачення. Визначенні поняття «соціальний аудит» представлений у табл. 3.13.

Таблиця 3.13

Визначення соціального аудиту

Автор	Соціальний аудит - це
Р.Ват'є	Це інструмент керівництва, управління і способу спостереження, який, за аналогією з фінансовою або бухгалтерською ревізією, дає можливість оцінити здатність підприємства або організації управляти соціальними проблемами, що викликані його професійною діяльністю.
П.Канду	Незалежна діяльність зі спостереження, аналізу, оцінки і виробленню рекомендацій стосовно управління соціальними проблемами, що дозволяє здійснити діагностику і виявити причини цих проблем, оцінити їх значущість і, нарешті, сформулювати рекомендації по здійсненню конкретних дій, спрямованих на вирішення цих проблем.
А.Куре та Ж.Ігаленс	Ставить за мету аналізувати певні чинники соціальних ризиків у діяльності підприємства [72].
С.Волков та А.Андрущенко	Механізм оптимізації управління розвитком соціальної сфери [73].
Л.П. Кулаковська	Контроль за виконанням колективних договорів між адміністрацією і колективом фірми, дотримання психофізичних рекомендацій при призначенні працівників на посаду, дотримання правил економії [74].
В.Мешков	Реальна система діагностики соціоекономічних відносин на підприємстві, в галузі або у регіоні, що передбачає також аналіз ефективності діяльності органів виконавчої влади [75].

Сучасний соціальний аудит оцінює організацію з позиції її внеску у вирішення соціальних, економічних і екологічних завдань. Такий аудит дозволяє зрозуміти, наскільки діяльність організації відповідає суспільним цілям і цінностям, оцінити ступінь досягнення некомерційних цілей шляхом систематичного, регулярного моніторингу її діяльності та поглядів представників різних груп інтересів.

Складені за результатами соціального аудиту публічні звіти інформують суспільство, акціонерів, співробітників, партнерів і клієнт про темпи реалізації планів підприємства у напрямі соціального забезпечення, економічної й екологічної стабільності [77].

Соціальний аудит на підприємстві, може мати як внутрішній, так і зовнішній характер. Важливим є стороннє оцінювання соціальної ефективності організації трудової діяльності персоналу та всієї системи соціально-трудова відносин на підприємстві.

Основним завданням стороннього аудиту мають бути, у першу чергу, забезпечення керівництва підприємства інформацією про соціальні та функціональні характеристики персоналу, а також визначення можливості щодо їх поліпшення. При цьому відповідне оцінювання має виконуватися переважно зовнішніми аудиторами, адже об'єктом виступають соціально-трудова відносини, які практично завжди емоційно забарвлені, що погіршує об'єктивність результатів аналізу.

Другим завданням соціального аудиту є створення інформаційного базису для розробки комплексу заходів щодо усунення виявлення недоліків, які безпосередньо впливають на ефективність функціонування трудового колективу. Ще одним принципово важливим напрямом соціального аудиту є з'ясування основних принципів планування кар'єри персоналу (та рівня дотримання менеджменту організації задекларованим принципам), що передбачає оцінювання діяльності, системи підготовки і перепідготовки кадрів.

Для практичного створення моделі соціального аудиту на підприємстві, як складової підходу до управління персоналом його можна поділити на п'ять етапів (рис.3.10.).

1. Методологічний – розробка (уточнення) методології проведення соціального аудиту в умовах конкретного суб'єкта господарювання.

2. Попередній – пов'язаний із аналізом та оцінюванням нормативної документації, підприємства щодо організації соціальної роботи з персоналом.

3. Дослідний – безпосереднє збирання інформації про соціальну роботу з персоналом, що ведеться на підприємстві (в установі).

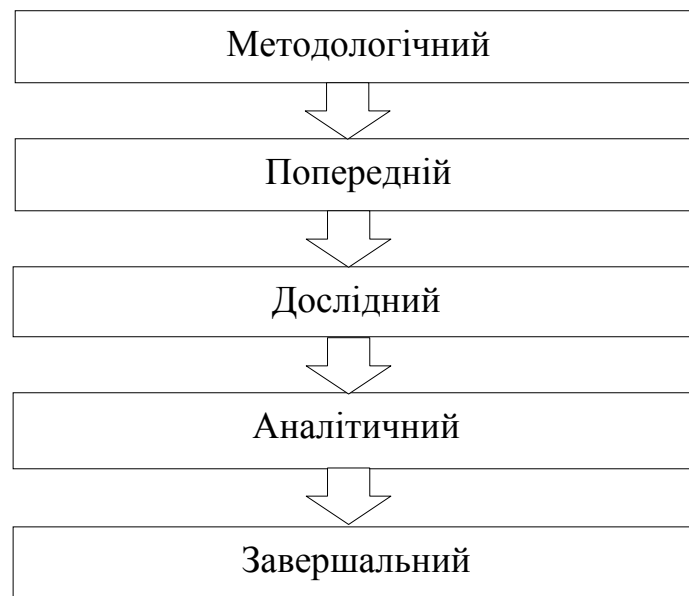


Рис.3.10. Етапи створення моделі соціального аудиту на підприємстві [78]

4. Аналітичний – пов'язаний із систематизацією, порівнянням та оцінюванням отриманої інформації. На цьому етапі здійснюються основні порівняльні процедури, пов'язані із встановленням ефективності структури заробітної плати, можливостей повноцінного виконання нею її функції тощо.

5. Завершальний – пов'язаний із розробкою еталонно-нормативної системи організації соціальної роботи з персоналом та створення системи заходів, спрямованих на приведення наявного стану до встановленого еталонного.

Реалізація практичних завдань соціального аудиту вимагає уточнення загальних методичних прийомів та безпосередніх напрямів аудиторської перевірки. До основних напрямів соціального аудиту

відносять: аудит формування персоналу; аудит організації та нормування праці; аудит оплати праці; аудит системи управління розвитком персоналу; аудит охорони праці; соціально-екологічний аудит [78].

При проведенні соціального аудиту необхідно з того, що в ідеалі організація повинна забезпечувати:

а) споживачам – високу якість товарів і послуг, повагу до їх людської гідності;

б) працівниками – достойну оплату праці і умови роботи, охорону здоров'я і працездатності, турботу про проблеми і потреби, рівні права і можливості трудової діяльності незалежно від статі, віку, расової належності;

в) власникам і інвесторам – ставлення довіри, гарантування оптимального прибутку на вкладений капітал, вільний доступ до інформації, обмежений тільки рамками закону і умовами конкуренції;

г) постачальниками – справедливе і чесне відношення з ними, розвиток довгочасних і стабільних зв'язків, обмін інформацією і залучення до участі у процесі планування;

є) місцевому населенню – дотримання загальнолюдських норма поведінки, підтримку миру і безпеки, дотримання прав людини, спонсорських акцій, участь у суспільному житті;

е) конкурентам – взаємну увагу, розвиток відкритих ринків товарів і капіталів, відказ від використання сумнівних засобів досягнень конкурентних переваг, повагу прав власності у тому числі інтелектуальної;

ж) навколишнє середовище – виконання всіх санітарних норма, проведення заходів по охороні природи [79].

Наразі в Україні у сфері соціальної політики розроблено лише Концепцію формування національної моделі соціального аудиту, що є недостатнім для всебічного впровадження соціального аудиту в країні (рис. 3.11.).

1. Демографічна ситуація: щільність населення за регіонами, чисельність постійного (наявного) населення, природний приріст (скорочення) населення, народжуваність, материнська і дитяча смертність.

2. Охорона здоров'я та безпека праці: захворюваність населення за видами хвороб, зокрема туберкульозом, кількість ВІЛ-інфікованих, осіб з розкладами психіки, обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря, умови праці працівників, зайнятих в основних галузях економіки та за окремими видами економічної діяльності, чисельність потерпілих від травматизму.



Рис. 3.11. Перешкоди впровадження соціального аудиту в Україні

3. Освіта: чисельність осіб, які навчалися у навчальних закладах; кількість загальноосвітніх навчальних закладів, професійно-технічних навчальних закладів, вищих навчальних закладів I-IV рівнів акредитації, показники прийому студентів до ВНЗ за джерелами фінансування їх навчання, показники діяльності аспірантури та докторантури; розподіл населення за рівнем освіти, за статтю та місцем мешкання.

4. Соціальна напруженість: заборгованість із виплати заробітної плати та окремих видів соціальної допомоги, заборгованість населення з оплати житлово-комунальних послуг, рівень безробіття, чисельність працівників, які перебували у відпустках з ініціативи адміністрації, кількість страйків та їх наслідки, порушення трудового законодавства, коефіцієнти злочинності, чисельність жебраків, кількість самогубств.

5. Зайнятість населення: економічна активність населення (за місцем проживання, статтю, віковими групами), звільнення працівників (за регіонами).

6. Житлові умови: забезпеченість населення житлом, введення в експлуатацію житлових будинків, кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку, одержали житло та поліпшили свої житлові умови, надання житла окремим категоріям населення.

7. Пенсійне забезпечення: види та розміри пенсій, чисельність пенсіонерів за регіонами, середній розмір пенсій, співвідношення середніх розмірів пенсії та заробітної плати працівників, зайнятих в економіці.

8. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств: розмір, склад, житлові умови, наявність і використання земельних ділянок, характеристики особистих підсобних господарств, рівень освіти населення, рівень розвитку фізкультури та спорту, структура доходів та витрат, споживання продуктів харчування.

9. Заробітна плата: середньомісячна номінальна заробітна плата працівників (за галузями економіки, регіонами, видами діяльності), структура фонду оплати праці, індекси заробітної плати та інфляції, галузеві співвідношення заробітної плати, співвідношення заробітної плати та прожиткового мінімуму для працездатної особи.

10. Індекс людського розвитку. За методикою ООН, вимірами людського розвитку є узагальнені показники здоров'я (середня очікувана тривалість життя при народженні), освіти (осереднений показник тривалості освіти) та добробуту населення. За вітчизняною методикою, вимірами є: стан та охорона здоров'я, фінансування людського розвитку, рівень освіти населення, екологічна ситуація, демографічний розвиток, розвиток ринку праці, соціальне

середовище, матеріальний добробут населення, умови проживання населення.

11. Соціальне партнерство: кількісний склад, функції, завдання соціальних партнерів, діяльність Національної ради соціального партнерства, ведення колективних переговорів, укладення колективних договорів і угод всіх рівнів, причини та шляхи вирішення колективних трудових спорів.

12. Стан дотримання Кодексу законів про працю України на підприємствах різних форм власності: структура порушень трудового законодавства (про трудові договори, ведення трудових книжок, робочий час і час відпочинку, оплату праці, гарантії та компенсації, укладення і виконання колективних договорів, трудові відносини у разі банкрутства, працю жінок, молоді, інвалідів, трудову дисципліну тощо).

13. Соціально-економічна захищеність населення: базова захищеність, захищеність доходів, професійних умінь, безпека ринку праці, умов праці, гарантії зайнятості та волевиявлення, соціальна справедливість.

14. Бідність: порівняльний аналіз бідності в Україні та в інших країнах, розшарування населення, вплив стану ринку праці на бідність, рівень та структуру споживання бідних, бідність у демографічному вимірі, склад бідних верств населення, регіональна диференціація рівня бідності [80].

Соціальний аудит здатний надати соціальним партнерам на підприємстві, органам влади, професійним об'єднанням об'єктивну інформацію, сформовану в результаті обстеження реального стану справ на підприємстві. Ця інформація буде сприяти соціальному діалогу і допоможе відповідальним особам прийняти більш виважене рішення, простежити за його реалізацією, передбачити можливі труднощі, вчасно вжити необхідні заходи для їх вирішення.

Таким чином, аналіз усіх можливих підходів і методів оцінки рівня та ефективності КСВ у діяльності підприємства показав їх різноманіття та визначив значну кількість недоліків. Кожний з підходів і методів дозволяє проаналізувати лише певну складову або групу складових КСВ, не дозволяючи розкрити повної картини стану

КСВ. Усі зазначені методики мають різну базу аналізу, що ускладнює поєднання отриманих результатів за аналізом різних складових і елементів КСВ. Отже, виникає потреба розробити таку систему оцінок, яка б дозволила зацікавленим сторонам проаналізувати стан КСВ того або іншого підприємства з метою прийняття господарського рішення відносно нього [48].

Ключовим недоліком показників, застосовуваних під час оцінювання рівня КСВ, є їх значна суб'єктивність. Більшість з показників ґрунтується на даних експертних оцінок і не включають розрахункові або прямі об'єктивні дані про діяльність певного підприємства та складових його КСВ.

Оцінюючи стан та динаміку змін у КСВ підприємства, доцільно звертати увагу на капіталізацію активів підприємства залежно від зміни його іміджу, участі в екологічних програмах і проектах, реалізації соціальних проектів тощо. Щоб мати впевненість в ефективності і результативності впровадження соціальної відповідальності у практику всіма складовими організації, важливо здійснювати моніторинг діяльності, пов'язаної з основними темами і суттєвими питаннями соціальної відповідальності. Вибираючи дії, які підлягатимуть моніторингу, корпорація повинна зосередитися на тих, які є істотними, і прагнути зробити результати контролю легкими для розуміння, надійними, своєчасними і такими, що відповідають увазі зацікавлених осіб.

3.3. Особливості підготовки соціальної звітності корпораціями України

Соціальна звітність (нефінансова звітність, звітність зі сталого розвитку) є інструментом соціальної відповідальності бізнесу. Вона представляє собою документально оформлену сукупність даних корпорації, що відображає середовище її існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності в економічній, соціальній та екологічній сферах життя суспільства [81].

Соціальна звітність – відносно новий інструмент не лише для України, а й для світової практики, оскільки сама ідея складання звітності про соціальну відповідальність бізнесу виникла лише на початку 80-х років двадцятого сторіччя, коли фонди соціальних інвестицій у Великій Британії і США почали відслідковувати соціальні аспекти діяльності компаній та етику бізнесу загалом [82]. На сьогодні більшість компаній в усьому світі, поряд з річними фінансовими звітами, публікує інформацію щодо результатів своєї діяльності в екологічній, соціальній, економічній сфері тощо. Залежно від особливостей ділової культури, національних особливостей та законодавства, пріоритетних напрямків діяльності в різних країнах та корпораціях нефінансові звіти можуть називатися по-різному. Наприклад, в Японії – це частіше за все екологічні звіти, у США – звіти з корпоративного громадянства або корпоративної сталості, в Європі – корпоративні соціальні звіти. Незважаючи на відмінності у назві, зміст цих нефінансових звітів має багато спільного. Насамперед вони дають змогу систематизувати діяльність компанії у нефінансовій сфері (соціальні, екологічні, благодійні та інші програми й ініціативи) й поліпшити якість стратегічного й оперативного управління, що зрештою призводить до підвищення сталості компанії та поліпшення управлінських процесів у ній [83].

Під нефінансовими соціальними звітами розуміються офіційно опубліковані компаніями і організаціями документи, в яких вони звітують про всі або деякі ключових аспектів своєї діяльності. Як правило, мова йде про стратегію КСВ у взаємозв'язку зі стратегією розвитку компанії, дотриманні етичних принципів ведення бізнесу, якості корпоративного управління, вкладі в охорону навколишнього середовища, дотримання прав людини, управлінні персоналом, якістю продукції і послуг, підтримки місцевих співтовариств, впливу компанії на суспільство по всіх ключових напрямках її активності [84].

У сучасному розумінні нефінансовий соціальний звіт є відображенням економічної, екологічної та соціальної результативності компанії в галузі сталого розвитку (так званий триєдиний підсумок) і виконує дві важливі функції:

інформує зацікавлені сторони про досягнуті успіхи;
допомагає підвищити ефективність управління КСВ [11].

Переваги нефінансової звітності тісно пов'язані з вигодами від ведення бізнесу, формує довіру до компанії з боку різних груп впливу, зокрема, для працівників компанії така звітність є значним стимулом і доказом статусності роботи, роз'яснюючи соціальну вагу їх роботи, сприяє формуванню іміджу відповідального роботодавця серед молодих спеціалістів [85].

Соціальний звіт дозволяє компаніям:

надати в консолідованому вигляді інформацію про свої пріоритетні соціальні програми;

довести до свідомості широкого кола громадськості інформацію про дії компанії з метою реалізації соціальних програм.

Вигоди, які отримує компанія від надання соціальної звітності:

корпоративний соціальний звіт діє як рекламна акція, сприяючи покращенню репутації компанії в очах суспільства, що стимулює попит на товари набагато суттєвіше, ніж традиційні звичайні рекламні кампанії.

отримання «зустрічних» пропозицій від громадських організацій та благодійних фондів, які дозволяють компанії відібрати ті ідеї та програми, які принесуть максимальний сукупний результат – як для суспільства, так і для самої компанії [10].

У багатьох аспектах до соціальної не фінансової звітності слід відноситись так, як і до фінансової. Ці різновиди звітності доповнюють один одного, дозволяючи зацікавленим сторонам отримати більш об'єктивне уявлення щодо організації.

Навідміну від бухгалтерського обліку, для обліку не фінансової інформації ще не розроблені жорсткі обов'язкові стандарти. Більш того допускається добровільна форма. Існуючі стандарти нефінансової звітності гарантують певну якість нефінансових звітів, однак деякі спеціалісти мають сумнів щодо відповідності інформації реаліям. Щоб краще зрозуміти сутність нефінансового звіту проведемо його порівняльну характеристику з фінансовим звітом (табл.3.14).

Оскільки підготовка нефінансової звітності в більшості випадків добровільна ініціатива бізнесу, компанії вправі самотійно вирішувати, які теми розкривати у звіті, використовувати чи ні маються стандарти звітності, чи публікувати паперову або тільки електронну версію звіту, де і як її розміщувати.

Таблиця 3.14

Порівняльна характеристика фінансової та не фінансової звітності корпорацій [82]

Критерії для порівняння	Фінансова звітність	Нефінансова звітність
1	2	3
Користувачі	Внутрішні та зовнішні	Внутрішні та зовнішні
Спрямованість на користувача	Абстрактна	Конкретна
Мета складання	Надання інформації про фінансовий стан, фінансові результати тощо	Надання інформації про заходи та результати діяльності у соціальній сфері, вплив на екологію тощо
Предметна складова	Економічні результати	Економічні, соціальні та екологічні наслідки діяльності
Часова спрямованість	Досягнуті результати	Досягнуті результати та плани на майбутнє (прогнози)
Ступінь відкритості інформації	Обмежений	Повний
Вплив на вартісну оцінку бізнесу	Фінансова складова вартості	Нематеріальна складова вартості
Рівень регулювання	Національне законодавство відповідної держави з бухгалтерського обліку	Міжнародні норми
Статус регулюючих документів	Обов'язковий до виконання	Рекомендований до виконання
Необхідність подання	Обов'язковий	Добровільний
Рівень відповідальності	Одноразова матеріальна, кримінальна, адміністративна відповідно до законодавства та внутрішнього регламенту	Не визначена законодавством України, відстрочена і пролонгована, впливає на подальші взаємовідносини зі стейкхолдерами

продовження табл. 3.14

Види вимірників	Вартісні	Вартісні, кількісні та якісні
Види показників (індикатори)	Фінансові (економічні)	Економічні, екологічні, соціальні
Інформаційна база	Дані фінансового обліку	Дані фінансового та управлінського обліку, а також інша відкрита інформація про сферу діяльності
Критерії порівняння	Фінансова звітність	Нефінансова звітність
Змістовне наповнення	Характеристика: - господарських ресурсів; - власного та залученого капіталу; - змін у власному капіталі; руху грошових коштів; - витрат, доходів і фінансового результату за видами діяльності підприємства.	Характеристика продукції, послуг (для клієнтів). Оплата праці, гарантія зайнятості, охорона здоров'я (для працівників). Фінансові показники, вплив на зовнішнє середовище, кількість створених робочих місць, інвестиції у розвиток регіону та ін..
Форми звітності	Комплексна звітність: - баланс; - звіт про фінансові результати; - звіт про власний капітал; - звіт про рух грошових коштів; - примітки до фінансових звітів	Рівнобіжні форми звітності: - звіт про соціальні або екологічні проекти компанії (звіт про КСВ); - звіт з прогресу; - звіт за GRI стандартом; - звіт за стандартом AA1000 та ін.
Точність числової інформації	Не допустимі суттєві відхилення від фактичних даних	Не допустимі суттєві відхилення від фактичних даних
Періодичність подання	Щоквартально (річна)	Раз на 1–2 роки

У якісних звітах можна знайти наступну інформацію:

стратегія розвитку компанії та її взаємозв'язок з концепцією КСВ або сталого розвитку;

наявність оформленої, документально підтвердженої позиції, стратегії, політики компанії в сфері КСВ та / або окремих її напрямків;

організація управління економічної, соціальної, екологічної результативністю: наявність і якість систем управління;

наявність і достатність інформації, що підтверджує досягнення компанії: ключові результати діяльності, динаміка зміни показників;

можливість аналізу і порівняння даних про результати діяльності компанії в контексті кращого світового досвіду (використання універсальних інструментів нефінансової звітності);

характер взаємодії із зацікавленими сторонами, включаючи аналіз, підходи до взаємодії, форми і результати взаємодії, реагування на істотні питання, що піднімаються зацікавленими сторонами [84].

Відомо, що соціальне звітування здійснюється згідно принципів Глобального договору. Глобальний Договір ООН є ініціативою, спрямованою на сприяння соціальної відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки. На сьогоднішній день в Україні до Глобального договору приєдналося більше, ніж 170 організацій, і це найуспішніша ініціатива в галузі соціальної відповідальності бізнесу в Україні [86].

Основним об'єктом розгляду Глобальної ініціативи є нефінансова звітність, тобто корпоративний соціальний звіт. Корпоративний соціальний звіт (КСЗ) – публічне письмове інформування акціонерів, співробітників, партнерів та всього суспільства про те, як та якими темпами компанія реалізує закладені в своїй місії чи стратегічних планах розвитку цілі у сферах:

економічного розвитку суспільства;

соціального добробуту;

екологічної безпеки населення [10].

Соціальні звіти компаній:

розміщуються на корпоративних вебсайтах;

публікуються у вигляді окремих брошур та екземплярів для вільного користування;

розповсюджуються через офіси компаній усім зацікавленим в діяльності компанії сторонам (органам державного управління; об'єднанням споживачів та індивідуальним споживачам; бізнес партнерам; громадським організаціям);

презентуються на публічних ділових заходах (конференціях, круглих столах, ділових сніданках) [10].

Насьогодні інформацію про свої соціальні програми публікують та розповсюджують практично усі провідні компанії. Практика складання не фінансової звітності є суттєвою інвестицією у довгострокові відносини з ключовими із зацікавлених сторін, тому її складання і відповідність дійсності є достатньо важливим елементом КСВ [87].

Складання соціальних звітів має свої тенденції розвитку у кожній країні, в залежності від того як довго та в яких умовах відбувається впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Так в Україні досвід складання корпоративної соціальної звітності лише на етапі початкового розвитку.

В основному публікація корпоративної соціальної звітності є добровільною ініціативою бізнесу. Проте в деяких країнах, таких як Франція, Норвегія, Данія, Швеція, Фінляндія, Голландія, певні категорії компаній, наприклад державні, повинні повідомляти про результати своєї діяльності за певними напрямками і показниками КСВ в обов'язковому порядку [11].

Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку. Зважаючи на недовгу історію нефінансового звітування українські компанії обережно підходять до розкриття інформації про нефінансові аспекти своєї діяльності. Звіти значно відрізняються як за обсягом наданої інформації, так і за глибиною розкриття інформації. Найпоширенішими аспектами нефінансового звітування в Україні є: умови праці та розвиток людського капіталу, збереження і відтворення довкілля, доброчинність і благодійництво, співпраця з місцевими громадами [85].

В Україні концепція соціально відповідального бізнесу та процес соціального звітування з'явилися порівняно недавно і тільки поступово входять в практику корпоративного управління. У зв'язку з цим, крупні вітчизняні компанії створюють власну внутрішню концепцію корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, враховуючи при цьому міжнародні тенденції та стандарти. Так, наприклад, ДТЕК визначає для себе соціально відповідальний бізнес як філософію довгострокового розвитку, котра дозволяє гармонійно

поєднувати успішний бізнес з базовими загальнолюдськими цінностями і в достатній мірі враховувати пріоритети національного розвитку. Для СКМ, це форма структуризації відносин між бізнесом, суспільством і владою на основі взаємної вигоди і з врахуванням міжнародних стандартів. Для корпорації «Оболонь», це гармонійне співіснування, взаємодія та постійний діалог із суспільством [81].

Нефінансові звіти можуть складатися у вільній формі (у вигляді буклетів або інформаційних повідомлень на офіційних сайтах компаній і містити дані про добродійні програми компанії, підтримку закладів і заходів у сфері освіти, охорони здоров'я, культури і спорту тощо) або за стандартами нефінансової звітності. Останні відображають діяльність компанії у сфері корпоративної відповідальності і сталого розвитку, зокрема, внесок компанії в економіку країни та регіонів присутності, вплив на екологію, етичні питання ведення бізнесу, підтримка місцевих співтовариств, персоналу, а також факти корпоративної філантропії. У міжнародній практиці існує кілька стандартів підготовки такої звітності, що має свої особливості й різне призначення. Найбільш поширені такі нефінансові звіти [82]:

1) СоР – Звіт про прогрес (про виконання принципів Глобального Договору ООН), який складається лише підприємствами-членами Глобального Договору ООН. У звіті відображається стан виконання принципів соціальної відповідальності та плани на майбутнє. Звіт повинен складатися щорічно і обов'язково розміщуватися на сайті Глобального договору. Аудит цього виду звітності не проводиться;

2) звіт за GRI-стандартом (Звіт зі сталого розвитку), що містить чіткі індикатори щодо діяльності компанії. Стандартом передбачена можливість проведення аудиту нефінансової звітності;

3) звіт за стандартом AA1000, заснований на діалозі із стейкхолдерами, структурно відповідає їх інформаційним запитам. Звітність може підлягати аудиту.

В Україні поширеним є застосування двох стандартів нефінансової звітності – GRI та СоР. Перелік компаній, які склали соціальні звіти в Україні за цими стандартами наведено на рис. 3.12.

Така ситуація в Україні свідчить, по-перше, про відсутність теоретичного обґрунтування і практичного досвіду у переважній більшості вітчизняних підприємств в сфері соціально відповідального, та по-друге, нерозуміння переваг «стандартизованих» звітів (значущості стандартизованим звітам додає можливість чи необхідність проходження аудиту і, як результат, більша довіра до них користувачів і більший вплив на нематеріальну складову вартості бізнесу) [82]. Крім того, більшість корпорацій, які складають соціальну звітність в Україні, є міжнародними. Лише одиниці вітчизняних компаній сьогодні розкривають інформацію про позитивні та негативні результати своєї діяльності в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

У впровадженні соціальної звітності в Україні в першу чергу зацікавлені компанії, які вийшли або виходять на світові ринки. Одним із ключових моментів, які спонукають вітчизняні компанії складати нефінансові звіти, є вплив глобалізаційних процесів, прагнення виходу на світові ринки, необхідність формування сталої репутації компанії в суспільстві.

Соціальний звіт в Україні – це один із способів подолати недовіру інвесторів, сприяти гармонізації відносин у суспільстві, а також провести аудит соціальної діяльності компаній, яка у більшості випадків має хаотичний характер [4]. Так, за даними соціального опитування, тільки 42% українських роботодавців мають чітку стратегію реалізації соціальних програм, 43% регулярно реалізують корисні для суспільства ініціативи, однак без особливого стратегічного планування та довгострокових задач. Для 16% роботодавців соціальні програми – це лише разові нерегулярні проекти. При цьому, серед крупних українських компаній системно підходять до соціальних програм 60%, серед середніх та невеликих – 30-40% [88].

Перший в Україні звіт із корпоративної соціальної відповідальності був підготовлений та опублікований у 2005 році компанією «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ).

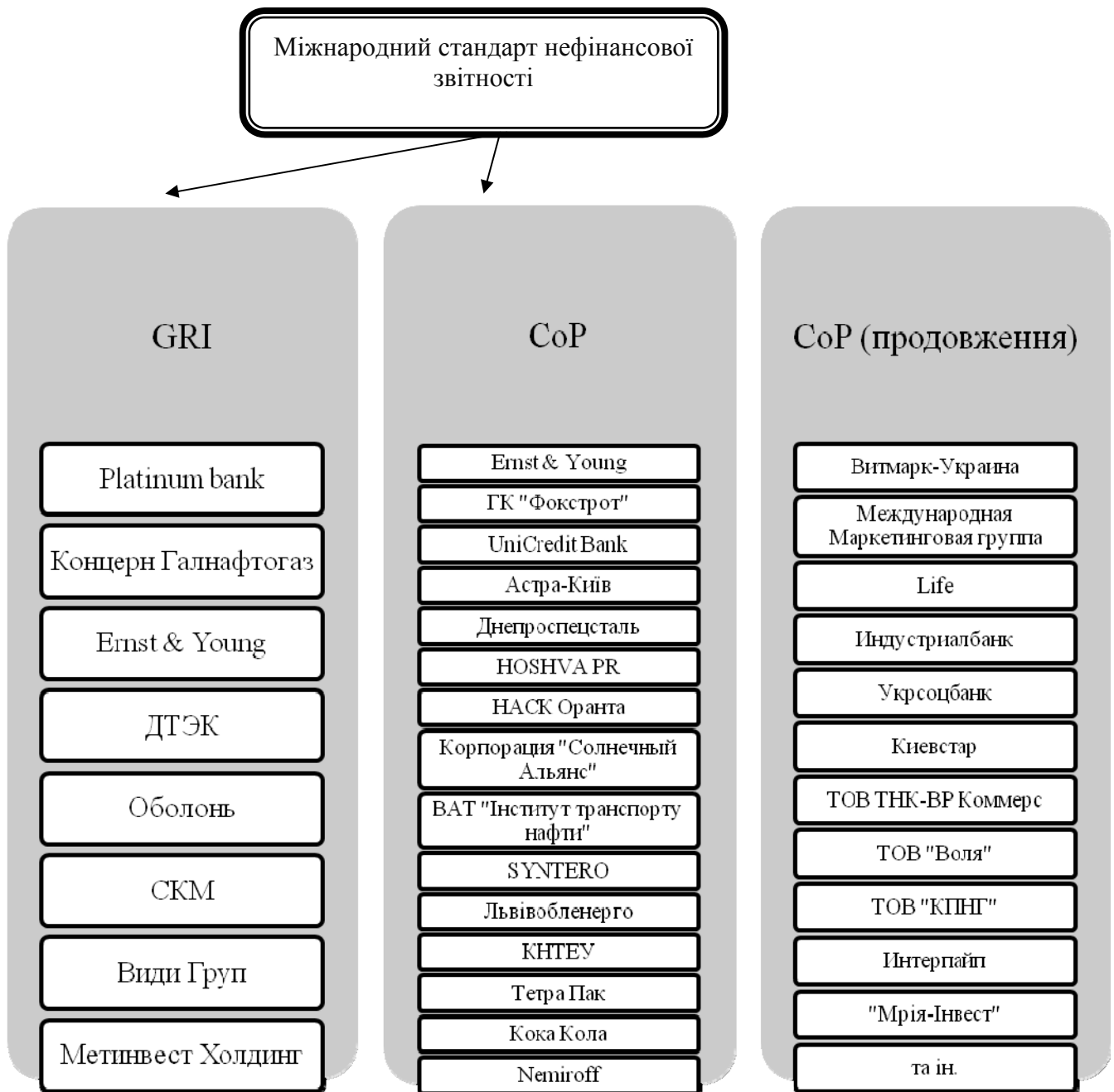


Рис.3.12. Міжнародні стандарти нефінансової звітності в вітчизняній практиці [88]

Така ініціативність компанії дозволила їй посісти одне з ключових місць у сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності, і вже сьогодні компанія щорічно готує звітність зі сталого розвитку за стандартами GRI. Хоча перший звіт відповідно до системи GRI в Україні оприлюднив Надра Банк (рівень застосування GRI – B) [81].

Основні етапи підготовки та поширення корпоративного соціального звіту наведена на рис. 3.13.



Рис. 3.13. Етапи підготовки та поширення корпоративного соціального звіту (на основі [89])

За даними міжнародних рейтингових агентств, трохи менше компаній (44%) висвітлюють свою політику в галузі охорони навколишнього середовища; третина компаній (37%) - діяльність у сфері розвитку громад. Менше приділяється уваги висвітленню питань етики та дотримання прав людини, антикорупційної політики

і діалогу з зацікавленими сторонами. Компанії не висвітлюють результати КСВ стратегії, лише п'ята частина компаній надає інформацію згідно з показниками діяльності з КСВ.

За результатами секторального аналізу найвищий рівень прозорості продемонстрували, як і минулого року, компанії сфери комунікацій. Існують також певні секторальні відмінності у висвітленні КСВ, пов'язані зі специфікою компаній. Так, на сайтах компаній електроенергетики, сектора «нафту і газ», важкої промисловості розміщується інформація про політику з безпеки праці та охорони навколишнього середовища. Загальною тенденцією у висвітленні зусиль з КСВ компаній харчової або важкої промисловості є акцент на питаннях відповідальності перед споживачами або клієнтами за якість продукції, маркетингових стратегій і пропаганди принципів здорового харчування. Транспортні підприємства частіше надають інформацію про вплив своєї політики на робочі місця (враховуючи наявність розгалуженої соціальної інфраструктури), а агропромислові підприємства - про охорону навколишнього середовища.

Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку. Кількісно за період із 2005 по травень 2010 року в Україні 38 компаній опублікували 55 нефінансових звітів у різних форматах, у тому числі: 47 Звітів про прогрес (СОР), 7 звітів за системою GRI (всі від підписантів Глобального договору ООН в Україні), 6 нефінансових звітів іншого формату (табл. 3.15) [81].

Характерними особливостями корпоративної звітності вітчизняних підприємств є:

1. Пасивна соціально-орієнтована діяльність. Не усі власники підприємств розуміють необхідність і важливість корпоративного звітування. Основні причини – це відсутність прибутків і додаткова завантаженість. Втім, варто звернути увагу на статистику, адже близько 50% рейтингу компаній Forbes складають корпоративну звітність. Додаткових витрат вимагатиме також залучення менеджерів, бухгалтерів та аудиторів з урахуванням потреб управління соціально-економічною діяльністю підприємств, вимог щодо складання і використання корпоративних звітів.

2. Відсутність чітко визначеної форми і вигляд звіту. Подання звітів здійснюється у довільній формі у вигляді брошур і буклетів, а також притаманний описовий характер.

3. Інтеграція фінансової та корпоративної звітності. На нашу думку, не доцільно поєднувати звіти, що відображають фінансову і нефінансову сторони діяльності. Корпоративний звіт повинен бути окремої форми, мати регламентований вигляд і містити чіткі рекомендації щодо його заповнення [86].

4. Окремі українські компанії відображають інформацію про соціально відповідальну діяльність або хоча б благодійність у своїх річних звітах. На жаль, такі звіти найчастіше недоступні зацікавленим сторонам. Крім того, інформація про соціальну відповідальність у таких звітах подається в дуже стислому вигляді – всього декілька сторінок – і має характер загального огляду пріоритетних напрямів благодійної, природоохоронної діяльності або соціальної політики компанії. Поряд з цим є компанії-лідери, які відображають свою позицію щодо соціальної відповідальності не лише кількома сторінками в річних звітах, а й на сайтах та навіть опублікували нефінансові (соціальні) звіти [85].

Таблиця 3.15

Види нефінансових звітів, опублікованих компаніями України

Вид звіту	Компанія
1	2
Розділ у річному звіті	Група компаній «Віді ГРУП»
Ініціативи соціальної відповідальності	Компанія «Майкрософт Україна»
Соціальний звіт	АТ Тютюнова компанія «ВАТ – Прилуки» («Бритіш Американ Тобакко Україна») ТОВ «ДТЭК»
Звіт з прогресу	Компанія «Сіменс Україна» Група компаній «Фокстрот» Компанія «Гештальт Консалтинг Груп» Група компаній «ВОЛЯ» Група компаній «НІКО»
Звіт з корпоративної соціальної відповідальності	Фармацевтична компанія «Артеріум» Система компаній «Кока-Кола» («Кока-Кола Україна», «
Звіт з корпоративної соціальної відповідальності	«Кока-Кола Беверіджиз Україна») ВАТ КБ «Надра Банк» Компанія «XXI століття» Компанія «Київстар»
Звіт зі сталого розвитку	Фінансово-промислова група «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ) ВАТ КБ «Надра Банк»

Корпоративна звітність відображає результати діяльності підприємства, яке активно працює та бере активну участь у економічному, соціальному розвитку країни, веде бізнес у гармонії з суспільством. Втім, доцільно удосконалювати дослідження питання корпоративної звітності вітчизняних підприємств з позиції обліку і аудиту [86].

У впровадженні соціальної звітності в Україні в першу чергу зацікавлені компанії, які вийшли або виходять на світові ринки, відповідно, повинні дотримуватися існуючих там «правил гри». Невеликі підприємства, звичайно, не можуть собі дозволити випускати стандартизовані звіти, але вони можуть використовувати принципи, закладені в соціальній звітності – вести діалог зі своїми зацікавленими сторонами й урахувати їхні погляди у своїй повсякденній діяльності.

До того ж, у вітчизняному бізнес-співтоваристві поки що відсутнє єдине розуміння того, яким чином доносити інформацію суспільству про свою соціальну діяльність. Цивілізована практика підготовки нефінансових (соціальних) звітів знаходиться на стадії формування. А одним із ключових моментів, які спонукають вітчизняні компанії складати нефінансові звіти, є вплив глобалізаційних процесів, прагнення виходу на світові ринки, необхідність формування сталої репутації компанії в суспільстві. Крім того, соціальний звіт у нашій країні – це один із способів подолати недовіру й агресію населення, сприяти гармонізації відносин у суспільстві, а також провести аудит усієї своєї соціальної діяльності, яка у більшості компаній до сих пір відбувається хаотично [83].

Але вже на цей час існують компанії, які реалізують певні програми з корпоративної соціальної відповідальності. Розглянемо, як приклади, соціальні ініціативи достатньо різної направленості деяких корпоративно відповідальних компаній України у таблиці 3.16 (складено на основі - [90]).

В Україні існує центр «Розвитку КСВ» - провідна експертна організація в Україні, що не тільки реалізує необхідні для українського бізнесу проекти, але й допомагає компаніям розробляти КСВ стратегії та готувати нефінансові звіти.

Таблиця 3.16

Соціальні ініціативи українських компаній

Компанія	Соціальна ініціатива	Суть ініціативи
life:)	Школа мобільного зв'язку :)	В рамках проекту компанія запрошує школярів відвідати її офіси та Центри обслуговування абонентів в різних містах України та більше дізнатися про природу та історію мобільного зв'язку, новітніх технологіях та перспективи їх розвитку.
	Стрибок у життя :)	Дозволяє студентам з провідних вузів України пройти стажування в компанії і отримати теоретичні і практичні знання з маркетингу, фінансів, проектного менеджменту, основ GSM, оподаткуванню і багатьох інших напрямів.
Platinum Bank	Програма працевлаштування людей з особливими потребами	Надання інвалідам можливості працювати на будь-яких посадах, відповідних їх кваліфікації та досвіду. Надати допомоги в пошуку роботи, найбільш відповідної здібностям і бажанням людини.
Київстар	ЛідерФест	Програма націлена на розвиток керівників департаментів та відділів компанії і покликана посилити управлінську культуру відповідального лідерства.
	Поділися любов'ю до Криму	Понад 200 волонтерів допомагали відновлювати ліс, який постраждав від масштабної пожежі.
МТС	Мобільна медицина	Проект, спрямований на розвиток телемедицини в Україні шляхом об'єднання передового медичного досвіду і сучасних телекомунікаційних технологій. Завданням проекту є будівництво телемедичної мережі та її використання для передачі даних між учасниками проекту.
Samsung	Надія для дітей	Компанія перераховувала 4 грн. від кожної покупки продукції Samsung, зробленої в певний період, до фондів боротьби з дитячим раком. На зібрані кошти було придбано комплекс необхідного обладнання для лікування пацієнтів дитячих онкоцентрів.

За роки існування він: реалізував більше 20 проектів; підготував та видав більше 125 публікацій; пр. овів більше 100 публічних заходів, в яких взяли участь близько 2500 представників бізнесу, громадських організацій та ЗМІ; заснував бізнес Лабораторії для розвитку

компетенції з питань КСВ; приєднав Україну до розробки міжнародного стандарту з КСВ - ISO 26000; провів першу в Україні виставку соціальних та екологічних проектів CSR Marketplace, перший Конкурс на кращий не фінансовий звіт та Національний конкурс бізнес-кейсів з КСВ; підготував першу в Україні книгу «Корпоративна соціальна відповідальність: все, що необхідно знати» [91].

В Україні з початку 2012 року Центр «Розвиток КСВ» проводить оцінку сайтів компаній України за рівнем розкриття інформації з корпоративної соціальної відповідальності, використовуючи методологію Індексу прозорості, яка розроблена компанією BeyondBusiness (Ізраїль). З цієї методології третій рік складають Індекс прозорості та підзвітності ізраїльських компаній. Відмінність індексу від інших рейтингів з КСВ полягає в тому, що об'єктом оцінки є веб-сайт компанії. Сайт розглядається як основне джерело інформування громадськості, в тому числі основних стейкхолдерів компанії, про політику і практики в сфері КСВ.

Веб- сайти компаній оцінювались за 4 основними критеріями: звітність (наявність нефінансового звіту, підготовленого за стандартом Глобальної ініціативи зі звітності, Глобального договору ООН та іншим стандартам) – 40% від загального результату; зміст (розкриття інформації за основними сферами КСВ) - 35 % від загального результату; навігація (зручність користування сайтом) - 10% від загальної інформації; доступність (мова, контактна інформація) - 15 % від загального результату.

Аналітики Центру оцінили сайти 10 найбільших банків України, які були обрані на основі даних Національного Банку України за квітень 2012 року (табл. 3.17).

Лідером Індексу прозорості банківського сектора став Укрсоцбанк, єдиний у якого є нефінансовий звіт (проте цей документ розміщено на сайті Глобального договору ООН, а не на сайті банку).

Середній показник розкриття інформації найбільших банків України склав 20 %, що є найвищим показником серед секторів, які вже були оцінені з початку 2012 року (ІТ -сектор - 10,4 %; АПК - 13,8 %; фармацевтичний сектор - 10 %). Однак, в загальній шкалі оцінки цей результат є низьким і показує, що банки не приділяють достатньо

уваги висвітленню соціальних та екологічних проектів та ініціатив на своїх веб-ресурсах.

Таблиця 3.17

Рівень розкриття інформації банками України за основними напрямками КСВ [92]

Позиція в рейтингу	Назва компанії	Сума балів (максимум 200)	Рівень розкриття інформації (максимум 100%)
1	Укросоцбанк	48	24
2	Альфа-Банк Україна	45	23
3	Перший Український Міжнародний Банк (ПУМБ)	43	22
3	Райффайзен Банк Аваль	43	22
3	УкрСіббанк	43	22
6	Промінвестбанк	35	18
7	Приватбанк	34	17
7	Укрексімбанк	34	17
9	Ощадбанк	31	16
10	ВТБ Україна	30	15

Важливо, що половина компаній (Альфа -Банк, ПУМБ, Райффайзен Банк Аваль, УкрСіббанк та Укросоцбанк) мають на своїх сайтах розділ, присвячений КСВ. Однак значним недоліком є той факт, що контент даного розділу фактично не надає повної інформації про КСВ - діяльність компанії, а описує благодійну діяльність та проекти з розвитку громад.

21 листопада Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» представив Індекс КСВ прозорості сайтів найбільших компаній в Україні (ДОДАТОК В). Учасниками оцінювання в 2013 році стали 88 компаній, які мають веб-сайти українською або російською мовами (чи україномовні сторінки на сайтах материнської міжнародної компанії). Серед них - 26 компаній, які не були представлені в Індексі - 2012.

Рівень прозорості сайтів найбільших компаній України підвищився порівняно з показником 2012 р., але все ще залишається критично низьким - 16,9 %.

Найбільш відкритим і прозорим є сайт компанії ДТЕК (80 % розкриття інформації). «Найбільшим проривом» стала компанія САН

ІнБев, яка поліпшила свій результат на 50 позицій (у порівнянні з 2011 роком).

Компанії стали вдосконалювати свої практики соціальної відповідальності. У порівнянні з результатами минулого року 13 компаній підвищили свій рівень прозорості. Рівень відкритості виріс більш ніж в два рази в компаніях: САН ІнБев Україна, Нестле Україна, Нібулон.

Проведена оцінка зафіксувала відсутність в Україні широкої практики підготовки нефінансових звітів. Кількість звітів, підготовлених найбільшими компаніями України, незначно. Так, в 2011 р. 16 компаній розмістили нефінансові звіти на власних веб-сторінках, в 2012 р. - 9 компаній, в 2013 р. - 13 компаній.

За результатами дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ або як частина фінансового звіту компанії. Міжнародні корпорації готують інтегрований звіт, де представлені як фінансові, так і нефінансові показники, публікація якого забезпечує інформацією акціонерів та інвесторів і працює на імідж компанії. По суті своїй, нефінансовий (соціальний) звіт розкриває питання нематеріальної складової вартості бізнесу і таких його аспектів як репутація, лояльність споживачів, надійність, інтелектуальний капітал.

3.4. Оцінка соціальних інвестицій корпорацій

Організація управління КСВ включає наступні елементи: документально зафіксовані пріоритети у сфері КСВ; створення структури управління; підготовка та перепідготовка персоналу у сфері КСВ; реалізація політики у сфері КСВ; діалог із стейкхолдерами; оцінювання результатів [93].

Соціальний діалог – це визнана Міжнародною організацією праці, європейською спільнотою практика розбудови суспільних відносин на основі узгодження інтересів держави, роботодавців і трудящих. Здобутками соціального діалогу є такі ключові практики у світі праці як восьмигодинний робочий день, охорона материнства, заборона примусової праці, ліквідація дитячої праці, заборона

дискримінації та інші прогресивні стратегії соціально-економічного розвитку.

Форми соціального діалогу у корпораціях: обмін інформацією, спільні консультації; колективні переговори і укладання колективних договорів; контроль за виконанням спільних домовленостей. Сторони та суб'єкти соціального діалогу зазначені на рис. 3.14.

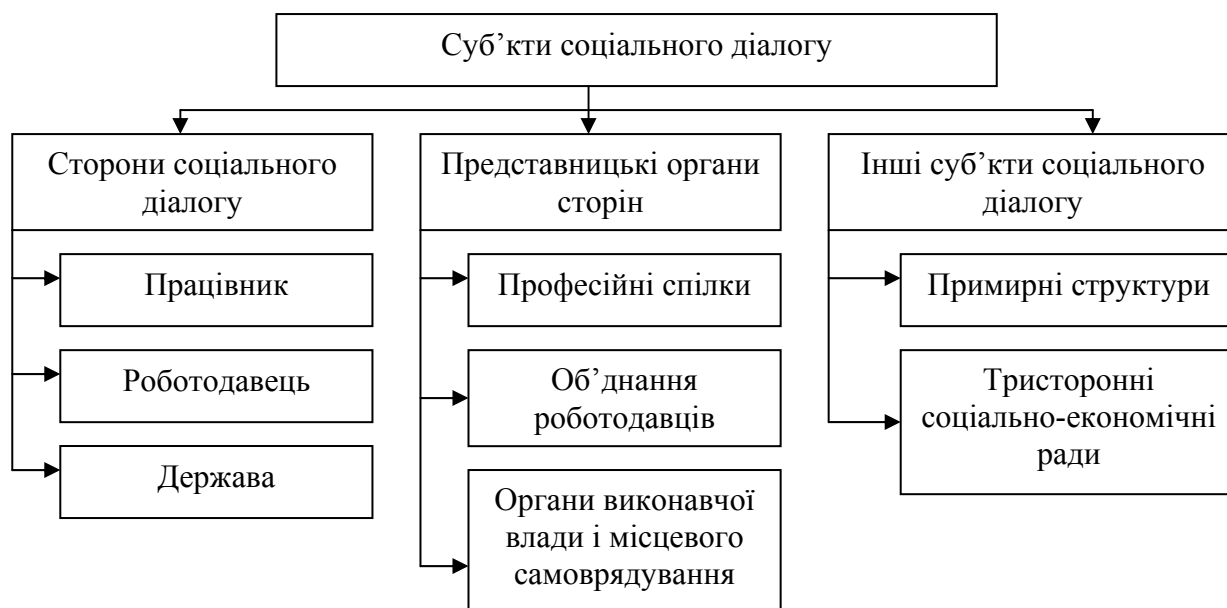


Рис. 3.14. Сторони та суб'єкти соціального діалогу в Україні [94]

Політика соціального діалогу ґрунтується на розумінні, що ринкова економіка створює великі можливості для бізнесу, але вона вимагає необхідності самообмеження і мобілізації бізнесу в інтересах соціальної стабільності і благополуччя в сучасному демократичному суспільстві.

Вивчення досвіду, накопиченого іноземними корпораціями і міжнародними інститутами в цій галузі, корисно для розуміння сутності соціальної відповідальності, однак просте копіювання західних принципів та стандартів без урахування національних особливостей не може бути вирішенням проблеми. Все це вимагає уточнення формулювань, визначення принципів та критеріїв оцінок для формування методичних підходів до дослідження і аналізу розвитку корпоративної соціальної відповідальності в корпораціях.

Низький рівень практики корпоративного управління і недостатня обґрунтованість соціальних відрахувань в корпораціях робить негативний вплив на формування соціально відповідальної поведінки, а також сприяє виникненню більш великих проблем системного характеру на національному та регіональному рівні. Це показує, що крім вдосконалення корпоративного управління та законодавства в даній сфері необхідно визначення якості корпоративної соціальної відповідальності.

Загальну картину корпоративних соціальних інвестицій дає кількісний і якісний індекси, розраховані за агрегованими показниками. Кількісний індекс розраховувався за трьома різновидами: як величина соціальних інвестицій, що доводиться на одного працівника, як відношення соціальних інвестицій до валового обсягу продажів, а також як питома вага соціальних інвестицій в балансовому прибутку.

Якісний індекс соціальних інвестицій демонструє, яким чином вишиковується процес соціального інвестування усередині компаній, наскільки глибоко принципи КСВ інтегровані в стратегію бізнесу і його оперативну діяльність.

Безпосередній розрахунок якісного індексу соціальних інвестицій був вироблений на основі 13 індикаторів, зведених в три групи: інституціональне оформлення стратегії КСВ; система обліку соціальних заходів; комплексність здійснюваних соціальних інвестицій (табл.3.18).

У перелік соціальних інвестицій входять усі види довгострокових соціальних проектів і програм. Сюди ж можна віднести участь компанії в професійних асоціаціях і бізнес-об'єднаннях, які сприяють розвитку бізнесу, у тому числі членство в українських і міжнародних бізнес-асоціаціях.

Об'єднавши якісні індекси соціальних інвестицій компанії і зацікавленої особи, можна розрахувати ефективність корпоративної соціальної відповідальності. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності компанії і стейкхолдера (приватний показник) розраховується за наступною формулою:

$$IQ(ij) = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1, j=1}^n (X_i - Y_j), \quad (3.1)$$

де $IQ(ij)$ -- ефективність корпоративної соціальної відповідальності для компанії і стейкхолдера;

X_i – булева змінна, набуваюча значення 1, якщо i -а ознака присутня у компанії, і рівна 0, якщо ця ознака відсутня;

Y_j – булева змінна, набуваюча значення 1, якщо j -а ознака присутня у стейкхолдера, і рівна 0, якщо ця ознака відсутня;

n – число ознак, по яких оцінюється соціальна діяльність компаній.

Показник IQ варіюється від - 1 до 1, нульове значення означає ефективну взаємодію.

Таблиця 3.18

Індикатори якісного індексу корпоративних соціальних інвестицій [95]

Група	Індикатори
1-а група: інституціональ не оформлення стратегії КСВ	Наявність спеціального документа, в якому закріплена стратегія компанії в області КСВ (окремого документа, затвердженого найвищим органом; колективного договору; етичного кодексу; кодексу корпоративної поведінки або якого-небудь іншого документа) Наявність підрозділу, що відповідає за реалізацію стратегії в області КСВ Наявність критеріїв вибору напрямів корпоративних соціальних інвестицій
2-а група: система обліку соціальних заходів	Наявність щорічних фінансових звітів, підготовлених відповідно до міжнародних стандартів Наявність регулярної нефінансової звітності (соціальної, екологічної або в області стійкого розвитку) Підготовка нефінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів Проведення оцінки ефективності здійснюваних корпоративних соціальних інвестицій
3-а група: комплексність здійснюваних соціальних інвестицій	Розвиток персоналу Охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу Добросовісна ділова практика відносно споживачів Добросовісна ділова практика відносно постачальників і інших ділових партнерів Місцеве співтовариство Природоохоронна діяльність і ресурсозберігання

Оцінка діяльності корпорацій може здійснюватися за ключовими напрямками КСВ (наприклад):

1. виробництво якісних товарів за розумною ціною,
2. захист здоров'я,
3. забезпечення безпеки працівників компанії,
4. захист довкілля,
5. забезпечення гарантованої зайнятості,
6. справедливе відношення до працівників,
7. надання достовірної інформації про можливі негативні сторони вироблюваної продукції,
8. гарантування невикористання дитячої праці,
9. дотримання усіх норм законодавства,
10. вклад в національну економіку,
11. дотримання етичних норм.

Таким чином, $n = 11$ – число ознак, по яких оцінюється соціальна діяльність компаній.

Якість взаємодії групи компаній з одним стейкхолдером розраховується по формулі:

$$IQ_T = \frac{1}{T} \cdot \sum_{n=1}^T IQ(ij), \quad (3.2)$$

де IQ_T - якість взаємодії групи компаній з одним стейкхолдером;
 T – кількість компаній.

Показник IQ_T набуває значень від - 1 до 1, - 1 – означає прояв егоїзму по відношенню до стейкхолдеру, 1 – означає прояв добродійності, 0 – ефективна взаємодія [96].

Аналіз зацікавлених сторін в різних компаніях дозволяє визначити основні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності і проблеми, що виникають в процесі розвитку. При визначенні стейкхолдерів необхідно враховувати комплексність структур (тип організації, галузь, розмір організації), а також той факт, що на стейкхолдерів впливають по-різному представники різних рівнів організаційної структури компанії. Зацікавленість в стейкхолдері підвищується у міру збільшення впливу стейкхолдера на рівнях ієрархії в компанії.

Визначення потреб стейкхолдерів неможливе без вироблення ефективної комунікації з ними. Дуже важливо розуміти, що різні зацікавлені особи можуть мати різні цінності і цілі, і що вони можуть не співпадати з цілями і цінностями організації; тому компанія

повинна чітко визначити свої цілі і цінності і порівняти їх з інтересами зацікавлених осіб. В цьому випадку компанія повинна спробувати взяти до уваги інтереси усіх зацікавлених сторін в процесах бізнес-планування і стратегічної діяльності. Такий підхід приведе до зростання доданої вартості для споживачів, працівників і власників.

Компанія повинна визначати і підтримувати процедури для регулярного інформування усіх зацікавлених сторін про виконання вимог стандартів, включаючи результати аналізу управління і контролюючих заходів.

У випадках коли це передбачено договором, компанія повинна надавати достатню інформацію і доступ до неї усім зацікавленим сторонам, що бажають перевірити, як виконуються вимоги стандартів; якщо це також передбачено договором, аналогічна інформація повинна також надаватися постачальниками і субпідрядниками за допомогою включення такої вимоги в контракти компанії.

Аналізуючи діяльність багатьох корпорацій, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність сприяє розвитку компаній, і, навпаки, уникнення соціальної відповідальності звужує можливості успіху компаній.

Низький рівень практики корпоративного управління і недостатня обґрунтованість соціальних відрахувань в компаніях впливає негативно на формування корпоративної соціально відповідальної поведінки, а також сприяє виникненню більших проблем системного характеру на національному і регіональному рівнях.

Всі зазначені заходи належать до заходів мінімізації або попередження ризиків на підприємстві. Внаслідок того, що КСВ фактично стає системою управління і мінімізації нефінансових ризиків, її можна розглядати як частину корпоративної стратегії стійкого розвитку бізнесу [97].

Без кількісних показників неможливо дати правдиву оцінку діяльності компанії та оцінку її зусиль у реалізації стратегії КСВ. Показники, що сьогодні надаються у звітах, переважно є вибірковими і несистемними. Як правило, вони стосуються точкових ініціатив, а не соціальної відповідальності бізнесу як такої. Без озвучення у конкретних цифрах цілей, які компанія хоче досягти (рівень оплати праці, зменшення викидів, інвестиції у модернізацію тощо) та

кількісного звітування про поступ у досягненні цих цілей, компанії не можуть розраховувати на отримання вигоди від нефінансового звітування у повному обсязі [96].

Одна з найбільш поширених в європейській практиці моделей оцінки ефективності корпоративних соціальних програм розроблена у Великобританії об'єднанням підприємців з питань політики участі в житті суспільства The London Benchmarking Group. До нього увійшли 18 найбільших британських компаній (такі як BP, Diageo, IBM, Marks & Spencer, NatWest Group та ін.), зацікавлених в проведенні оцінки власних соціальних програм. The London Benchmarking Group виділяє декілька способів участі компаній в житті суспільства:

Добродійність – разова допомога у відповідь на прохання і звернення добродійних і громадських організацій;

Інвестиції в суспільство – розуміються цільові довгострокові соціальні програми, спрямовані на рішення однієї або декількох важливих громадських проблем, вибраних компанією як пріоритетні;

Комерційні ініціативи – програми, які можуть принести комерційну вигоду компанії, але, передусім, є важливими для місцевого співтовариства;

Підприємницька діяльність – безпосередня діяльність компаній, що приносить користь суспільству за суттю своєї діяльності через виробництво і продаж товарів і послуг.

Оцінка соціальних програм компаній по моделі The London Benchmarking Group проводиться в прив'язці до вибраних ними способів участі в житті суспільства (добродійність, інвестиції в суспільство, комерційні ініціативи). При цьому у фокусі оцінки знаходиться визначення порівнювання витрат на соціальні програми компаній з їх результатами і довгостроковою дією на життя суспільства [98].

Якісний індекс соціальних інвестицій покликаний оцінити міру комплексності і повноти такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність. Ідея цього індексу полягає в обліку факту наявності (чи відсутності) позитивних параметрів у компанії-респондента. У зв'язку з цим розрізняють приватні і загальні якісні індекси соціальних інвестицій :

Якісний індекс соціальних інвестицій для i -ої компанії $IK(i)$ показує рівень комплексності соціальної діяльності компанії (одиниця виміру - відсотки) і розраховується таким чином [99]:

$$IK(i) = \left(\frac{1}{m} \cdot \sum_{j=1}^m X_{ij} \right), \quad (3.3)$$

де X_{ij} – Булева змінна, набуваючи значення 1, якщо j -а ознака присутня у i -ої компанії, і рівна 0, якщо ця ознака відсутня;

m – число ознак, по яких оцінюється соціальна діяльність компаній.

У ідеалі набір ознак має бути складений так, щоб кожен з них був «крізним», тобто важливим для кожної компанії. Наприклад, можна обрати підприємства певної галузі та розрахувати соціальну діяльність компаній за показниками: добродійність, інвестиції в суспільство, комерційні ініціативи, охорона навколишнього середовища. Таким чином $m=4$ [96].

Забезпечення перелічених ознак можна представити у вигляді матриці з визначенням компаній-респондентів.

Якісний індекс соціальних інвестицій для j -ої ознаки $IK(j)$ міра присутності цієї якісної ознаки в статистичній вибірці компаній-респондентів (одиниця виміру - відсотки) і розраховується таким чином [100]:

$$IK(j) = \left(\frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n X_{ij} \right), \quad (3.4)$$

де n – число компаній, що беруть участь в обстеженні.

На практиці здійснення компанією великих об'ємів соціальних інвестицій може супроводжуватися поганим статистичним обліком засобів, що виділяються, відсутністю централізованого контролю і управління процесом, нераціональною концентрацією грошей на одному - двох напрямках діяльності, стихійністю і нерівномірністю фінансування соціальних заходів.

Практика показує, що соціальні звіти корпорацій розміщуються на корпоративних веб-сайтах, публікуються у вигляді окремих брошур і примірників для вільного використання і поширюються через офіси компанії, всім зацікавленим у діяльності корпорації сторонам: органам державного управління, об'єднанням споживачів і індивідуальним споживачам, бізнес-партнерам, громадським організаціям [90].

Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансових аспектах діяльності в макроекономічному розрізі, то в Україні тільки 10 % компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу готують і публікують нефінансові звіти. Для порівняння - з 250 найбільших компаній у розвинених країнах такі звіти готують 80 % компаній, з 2200 найбільших компаній в країнах, що розвиваються - 45% компаній. Частка компаній, що здійснюють соціальну звітність в Україні, становить 11,44 % ВВП (або 108 774 млрд.грн.) сукупного доходу [85]. Нефінансова звітність в Україні значно відстає за швидкістю поширенням від інших країн, але має значний потенціал для розвитку.

Розвиток української мережі Глобального договору ООН надав поштовх нефінансовому звітуванню в Україні і відіграє ключову роль у залученні більшої кількості компаній до цього процесу. В Україні сформувалася група компаній-лідерів нефінансового звітування, що визначають напрям його розвитку, виконуючи роль першопрохідців [85]. Водночас варто відзначити, що більшість компаній, які звітують за нефінансовими аспектами своєї діяльності, мають український капітал або працюють лише на українському ринку. В інших країнах Східної Європи значну частку компаній, що звітують, складають національні підрозділи міжнародних компаній [81].

Динаміка рейтингу соціально відповідальних компаній України з 2011 по 2013 рік представлена в табл.3.19.

З наведеної табл.3.19 можна зробити висновок, що перші місця в рейтингу соціально відповідальних компаній України в 2011-2013 рр. займають компанії СКМ, ДТЕК, Метінвест.

Для формування рейтингової оцінки компанії розглядаються за рядом показників, та в залежності від ступеня їх зіставлення за кожний показник нараховується певна кількість балів. Основні блоки показників, які впливають на присвоєння компанії рейтингової оцінки:

соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством;

системність в управління КСВ;

відкритість та системність у взаємодії з зацікавленими сторонами.

За показниками цих блоків виставляються бали, а після розраховується інтегральний показник максимальна величина якого складає 100 балів [92].

Таблиця 3.19

Динаміка рейтингу соціально відповідальних компаній України з 2011 по 2013 рік [90]

Місце (рейтинговий показник)	2011	2012	2013
1	Група «СКМ»	Метінвест	ДТЕК
	79,25	97,2	89,25
2	Київстар	ДТЕК	АрселорМіттал Кривий Ріг
	75,56	95,04	87,56
3	Ніко	Група «СКМ»	Платинум Банк
	70,92	87,34	86,92
4	МТС	АрселорМіттал Кривий Ріг	Група «СКМ»
	70,87	76,44	85,39
5	Оболонь	Київстар	Оболонь
	68	74,95	75,5

Детальніше необхідно розглянути досвід у складанні нефінансових звітів найбільш соціально відповідальних компаній України (табл.3.20).

Великий бізнес в Україні все ще не цікавиться і не висвітлює КСВ. Середній рівень відкритості компаній України склав 14%. Даний показник критично низький і свідчить про те, що найбільші українські компанії не є активними у сфері КСВ, а їх сайти (у 18 компаній вони взагалі відсутні) не надають достатньо інформації щодо соціальної відповідальності для стейкхолдерів. Всього лише 34 компанії мають на сайтах сторінки, присвячені їх соціально відповідальній діяльності, та й це не гарантує повноту інформації. Проте є цікаві новації – в 2013 році в Україні з'явився перший міні-сайт – портал з корпоративної соціальної відповідальності компанії СКМ.

Найбільші компанії не готують нефінансові звіти. Лише 9 компаній зі 100 (минулого року – 16) звітують про власну діяльність в сфері корпоративної соціальної відповідальності перед заінтересованими сторонами. Переважають Звіти з виконання принципів Глобального Договору ООН і нефінансові звіти у довільній формі. Лише дві компанії (СКМ та Метінвест) підготували

звіти за стандартом GRI (Глобальна ініціатива зі звітності), рівень застосування «В».

Таблиця 3.20

Досвід у складанні нефінансових звітів найбільш соціально відповідальних компаній України за 2013 рік (на основі [92])

Компанія	Досвід у складанні нефінансових звітів
1	2
ДТЕК	У 2007 році компанія стала підписантом Глобального договору ООН. У 2008-му ДТЕК випустила перший соціальний звіт за 2007 рік - «Енергія лідера: соціальний вимір» (GRI, рівень С +), в 2010-му опублікувала другий нефінансовий звіт в області сталого розвитку за 2008-2009 рр.. -
	«Розумна енергія: соціальний вимір сталого бізнесу» (GRI, рівень В +), в 2012-м - Звіт за 2010-2011 рр.. - «Ера стійкого зростання: контури майбутнього» (GRI, рівень В +).
АрселорМіттал Кривий Ріг	У 2011 році ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» опублікувало перший звіт про КСВ за 2010-й. Другий соціальний звіт (за 2011 рік) підготовлений відповідно до міжнародними стандартами нефінансової звітності (GRI, рівень В +).
Платинум Банк	ПАТ «Платинум Банк» опублікувало два соціальних звіту. Другий (за 2011 рік) - «Дорога в стійке майбутнє» - підготовлено відповідно до міжнародних стандартів (GRI, рівень В).
Група «СКМ»	З 2006 року СКМ – підписант Глобального договору ООН, з 2011-го - Global Compact LEAD («Програми лідерства в сфері сталого розвитку»). Соціальні звіти відповідно до міжнародних стандартів нефінансової звітності компанія публікує з 2007 року.
Оболонь	З 2009 року ПАТ «Оболонь» вже опублікувало чотири соціальні звіту відповідно до міжнародних стандартів.

Найпрозоріші – підприємства сфери комунікацій. На другій позиції – підприємства сфери електроенергетики. Одним відсотком їм поступаються підприємства важкої промисловості, що мають найбільше представництво як серед Топ-100 компаній України, так і серед компаній, що увійшли до першої десятки цього річного Індексу. Найменш «транспарентні» щодо висвітлення інформації про КСВ підприємства видобувної промисловості. Також, низькі показники мають підприємства фармацевтичного сектору і представники агропромислового комплексу.

Незмінно низьким залишається рівень ознайомлення відвідувачів сайтів компаній із міжнародними та національними ініціативами в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Компанії найбільше опікуються питаннями розвитку громад (21% розкриття інформації) й інформацією для споживачів, а найменше - висвітлюють питання етики та корупції. Можна зробити висновок, що компанії України поступово переходять від реалізації внутрішньої КСВ до проектів, спрямованих на зовнішню цільову аудиторію.

Це свідчить про те, що у вітчизняному бізнес-співтоваристві поки що відсутнє єдине розуміння того, яким чином доносити інформацію суспільству про свою соціальну діяльність. Українські компанії використовують різноманітні способи донесення інформації про свою соціально відповідальну діяльність: відображають у річних звітах окремим розділом, подають окремі відомості про екологічну політику або благодійну діяльність на сайтах, публікують нефінансові звіти. При цьому, саме в таких звітах інформація щодо соціально відповідальної діяльності подається в найбільш узагальненому і послідовному вигляді [83].

Нефінансова (соціальна) звітність прямо пов'язана з інформаційною відкритістю компаній, яка, у свою чергу, є відображенням загального стану ділового середовища та рівня розвитку систем корпоративного управління. На жаль, слід констатувати, що сьогодні загальний рівень відкритості вітчизняних компаній дуже низький. З одного боку, така ситуація є природною. Адже впровадження принципів соціальної відповідальності у повсякденну практику українських бізнес-організацій здійснюється дуже повільно. З іншого боку, при доволі низькому рівні відкритості опубліковані вітчизняними компаніями соціальні звіти викликають насторожене, з погляду довіри до інформації, ставлення, насамперед з боку західних експертів і аналітиків. Разом з тим, опубліковані соціальні звіти є значним внеском компаній у підвищення не лише свого іміджу, а й іміджу всього українського підприємництва як усередині країни, так і за кордоном [83].

Поширенню практики складання нефінансових звітів сприятиме покращання професійної підготовки менеджерів, бухгалтерів та аудиторів. З цією метою у 2010 р. Міністерством освіти та науки до програми підготовки студентів галузі знань "економіка та

підприємство" і "менеджмент та адміністрування" освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" введена дисципліна "Корпоративна соціальна відповідальність" [82].

Потребують подальшого дослідження досвід зарубіжних країн з питань державного регулювання нефінансової звітності з метою обґрунтування стратегії нефінансової звітності в Україні, а також організація та методологія обліку для створення необхідної та достатньої інформаційної бази для складання нефінансових звітів [82].

Основними проблемами на шляху формування цивілізованої практики складання нефінансової (соціальної) звітності є такі:

прихованість реальних відносин між вітчизняними бізнес-організаціями і суспільством;

недостатня соціальна активність вітчизняних бізнес-організацій;

наявність значного шкідливого соціального й екологічного впливу з боку вітчизняних бізнес-організацій;

нестача інформації про соціальну й екологічну складові діяльності вітчизняних бізнес-організацій;

відсутність належного досвіду у складанні нефінансової (соціальної) звітності [87].

Найпоширенішими аспектами нефінансового звітування в Україні є [81]:

умови праці та розвиток людського капіталу;

збереження і відтворення довкілля;

добročинність і благодійництво;

співпраця з місцевими громадами.

Якщо соціальна відповідальність бізнесу – це внесок бізнесу у вирішення питань сталого розвитку країни, то стратегія соціально відповідального бізнесу компаній та їхня нефінансова звітність мають відповідно відображувати діяльність компаній у зв'язку з національними особливостями сталого розвитку країни. На жаль, деякі з цих особливостей (які зумовлені передусім історичними чинниками) ще не знайшли достатнього висвітлення у нефінансових звітах, і внесок бізнесу в їх розв'язання неможливо оцінити [81].

Вихід вітчизняних підприємств на світовий ринок дав поштовх вивченню і впровадженню практики соціально відповідального ведення бізнесу. Сучасні вимоги до інформаційної бази управління підприємством виходять за межі фінансових звітів і потребують даних про соціальні та екологічні аспекти діяльності. За твердженням міжнародних експертів, саме звіт із соціальної відповідальності бізнесу є ефективним інструментом внутрішньої та зовнішньої діагностики результатів діяльності підприємств, установ і організацій, основою для розробки та впровадження ними довгострокових проєктів і короткострокових програм. Разом із тим, привнесення зарубіжного досвіду у вітчизняну практику пов'язано з проблемами ідентифікації та адаптації до українського законодавства, забезпеченням довіри до звітності про соціальну відповідальність підприємства. Саме це і зумовлює актуальність дослідження звітності про соціальну відповідальність бізнесу, зокрема її змісту, принципів і методики складання, зарубіжного досвіду підготовки, переваг і застережень щодо впровадження в Україні [82].

Крім того, основними проблемами на шляху розвитку нефінансової (соціальної) звітності в Україні є [81, 83]:

- 1) прихованість реальних відносин між вітчизняними компаніями та суспільством;
- 2) недостатня соціальна активність компаній;
- 3) наявність значного шкідливого соціального й екологічного впливу з боку вітчизняних компаній;
- 4) нестача інформації про соціальну й екологічну складові діяльності вітчизняних компаній;
- 5) відсутність належного досвіду у складанні нефінансової (соціальної) звітності;
- 6) переважання соціальної звітності описового характеру без зазначення кількісних показників;
- 7) відсутність чіткого хронологічного плану складання та оприлюднення нефінансової звітності або використання задовгого циклу звітування;
- 8) невідповідність даних внутрішнього обліку окремих показників до вимог міжнародних практик.

Наявність нефінансової звітності дозволяє українським компаніям зберегти і розширити бізнес з транснаціональними компаніями і вийти на ринки, де КСВ є фактором конкурентної боротьби. Дослідження показали, що рівень корпорацій з підготовки нефінансової звітності з КСВ в Україні ще на низькому рівні, завдяки незацікавленості самих корпорацій, політичних та економічних умов формування корпоративних відносин, неефективної структури корпоративного управління, невизначених пріоритетів соціальної відповідальності корпорацій, недосконалою стратегії державного регулювання розвитку корпорацій в Україні.

Підвищує значущість КСВ глобалізація інформації та глобалізація ринків капіталу. Інвестори і фінансові інститути вважають за краще бути проінформовані про розвиток стійкого бізнесу корпорації з точки зору фінансових, соціальних та екологічних показників.

Державна політика кожної з країн, розвиваючи конкретні напрямки КСВ, виходячи з цілей і завдань стратегічного розвитку країни, впливає на інтеграційні та глобалізаційні процеси в міжнародному просторі, покращує прозорість корпорації на фінансовому ринку, підвищує конкурентоспроможність корпорацій, впроваджуючи і формуючи стандарти корпоративної соціальної відповідальності.

Пріоритетними напрямками розвитку КСВ в Україні та інших розвинених країнах залишаються наступні: розвиток інноваційних процесів політики корпорацій; підвищення ефективності корпоративного управління; співпрацю з зацікавленими сторонами; розвиток соціальних реформ; збереження і відновлення навколишнього середовища; підготовка фінансової та нефінансової звітності по міжнародним вимогам і стандартам. Всі ці напрямки будуть сприяти відповідальній інтеграції корпорацій в міжнародний ринок, що дозволить країнам перейти до сталого розвитку економіки в цілому.

Література до розділу 3

1. Иванова Д.А. Корпоративная социальная ответственность компаний как основа развития новых подходов к управлению [Электронный ресурс] / Д.А.Иванова // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г.Краноярска, конф. 15-25 апреля 2013 г.: тезисы докл. – 2013. Режим доступа: <http://www.conf.sfu-kras.ru/sites/min2013>. – Назва з екрану.
2. Value of sustainability reporting [Электронный ресурс] // A study by Ernst & Young LLP and the Boston College Center for Corporate Citizenship. Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ACM_BC/\\$FILE/1304-1061668_ACM_BC_Corporate_Center.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ACM_BC/$FILE/1304-1061668_ACM_BC_Corporate_Center.pdf). – Назва з екрану.
3. Sustainability reporting and integrated reporting [Электронный ресурс] // IAS Plus. Режим доступа: <http://www.iasplus.com/en/resources/sustainability/sustainability>. – Назва з екрану.
4. The official site of AccountAbility. Available at: <http://www.accountability.org>.
5. The official site of Corporate Social Reporting. Available at: <http://www.reportingcsr.org>.
6. The official site of International Organization for Standardization. Available at: <https://www.iso.org>.
7. The official site of Sustainability Accounting Standards Board. Available at: <http://www.sasb.org>.
8. The official site of United Nations Environment Programme Finance Initiative. Available at: <http://www.unepfi.org>.
9. История GRI [Электронный ресурс] // Медиаресурс Ecorussia. Режим доступа: <http://www.ecorussia.info/ru/ecopedia/global-reporting-initiative>.
10. Соціальна (нефінансова) звітність компаній [Электронный ресурс] / Соціальна відповідальність в промисловому бізнесі // Електронний курс ДВНЗ «КНУ». Режим доступа: <http://www.kneu.dp.ua/moodle-new/course/view.php?id=120>
11. Корпоративная социальная ответственность. Новая

философия бизнеса: учебное пособие [Электронный ресурс] // Внешэкомбанк. – М., 2011. Режим доступа: <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf>

12. Руководство по отчетности в области устойчивого развития [Электронный ресурс] / Глобальная инициатива по отчетности // Эколайн. – М., 2011. Режим доступа: <http://www.14000.ru/reporting/>

13. Кутузова М. КСО: мифы и реальность [Электронный ресурс] / М.Кутузова // Экономика России: XXI век. - №20. Режим доступа: http://www.ruseconomy.ru/nomer20_200511/ec18.html. – Назва з екрану.

14. Отчетность в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // Global Reporting Initiative (GRI). Режим доступа: <https://www.globalreporting.org/languages/russian/Pages/default.aspx>.

15. Скобарев В. GRI G4 – новый шаг в развитии нефинансовой отчетности [Текст] / В.Скобарев, Т.Ляховенко // Устойчивый бизнес. - №4. – 2013. – С. 44-63.

16. Шохин А.Н. Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности [Текст] / А.Н. Шохин, Л.В. Аленичева, Е.Н. Феоктистова, Ф.Т. Прокопов, М.Н. Озерянская / Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2008-2011. – М.: РСПП, 2012. – 102 с.

17. Руководство в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // Global Reporting Initiative. Режим доступа: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Russian-G3-Reporting-Guidelines.pdf>

18. Прокопенко А. Формирование информационной политики предприятия [Электронный ресурс] / А.Прокопенко / МРЦБ Консультационная фирма. Режим доступа: <http://www.mrcb.ru/?7996>

19. Козирева О. В. Розробка механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] / О.В.Козирева // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_7/227.pdf

20. Інформаційна політика у сфері КСВ і соціальна звітність [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://skaz.com.ua/informatika/1287/index.html>

21. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціального відповідального бізнесу [Текст] / В. Воробей, І. Журовська. – К:

Інжиніринг, - 2010. – 84 с.

22. Стандарт SA 8000 «Social Accountability» [Електронний ресурс] / Управління якістю / Матеріали / Прес-центр // Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу. Режим доступу: <http://www.center.gov.ua/pres-tsentr/materiali/item/757-стандарт-sa-8000-social-accountability>

23. Канцір О.С. Соціальні форми ділової репутації суб'єктів підприємництва [Електронний ресурс] / О.С. Канцір // Національна бібліотека України ім.Вернадського. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/21_18/192_Kan.pdf

24. Бурлакова Ю.М. Корпоративна соціальна відповідальність: внутрішнє спрямування [Електронний ресурс] / Ю.М. Бурлакова // Publishing house Education and Science s.r.o. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59062.doc.htm.

25. Орлова Н. С. Нефинансовая отчетность как важный элемент корпоративной социальной ответственности [Текст] / Н. С. Орлова // «Економічний часопис – XXI». – 2013. - №5-6(1). – С.41- 44.

26. Сінько Г.С. Аналіз та оцінка ділової репутації підприємств машинобудівної галузі [Текст] / Г.С.Сінько, В.П.Божко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики – 2009 - № 4 (8) – С. 5-14.

27. J.D. Margolis, H. A. Elfenbein and J. P. Walsh, “Does It Pay To Be Good...And Does It Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance,” Social Science Research Network, 2009

28. M. Plumlee, D. Brown, R. M. Hayes and R. S. Marshall, “Voluntary Environmental Disclosure Quality and Firm Value: Further Evidence,” Social Science Research Network, 2010.

29. D.S. Dhaliwal, O. Z. Li, A. Tsang and Y. G. Yang, “Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting,” The Accounting Review, Vol. 86, No.1, 2011, pp. 59-100.

30. B. Cheng, I. Ioannou and G. Serafeim, “Corporate Social Responsibility and Access to Finance,” Social Science Research Network, 2011.

31. C. E. Hull and S. Rothenberg, “Firm Performance: The Interactions of Corporate Social Performance with Innovation and Industry Differentiation,” Strategic Management Journal, Volume 29, Issue 7,

2008, pp. 781–789.

32. Black Sun Plc, “Understanding Transformation: Building the Business Case For Integrated Reporting,” Black Sun Plc, 2012.

33. Ernst & Young, “Climate change and sustainability: How sustainability has expanded the CFO’s role,” Ernst & Young, 2011.

34. Ernst & Young, “The top 10 risks for business: a sector-wide view of the risks facing businesses across the globe,” Ernst & Young Business Risk Report, 2010.

35. P. Crifo and V. Forget, “The Economics of Corporate Social Responsibility: A Survey,” Йcole Polytechnique, 2012.

36. Савченко А.А. К методологии оценки корпоративной социальной деятельности [Текст] / А.А. Савченко // Вестник СПбГУ (Серия «Менеджмент». – 2009. - №8. - Вып. 4. – С.76-106.

37. Wood D. J. Corporate Social Performance Revisited // Academy of Management Review. 1991. Vol. 16. N 4. P. 691-718.

38. Orlitzky M., Benjamin J. D. Corporate Social Performance and Firm Risk: A Meta-Analytic Review // Business and Society. 2001. December. Vol. 40. N 4. P. 369-397.

39. Зеленко О.О. Можливість оцінки ділової репутації як результату соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] / О.О.Зеленко. Режим доступа: <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1181/1/Zelenko.pdf>.

40. Мокрова Л. Великий Гудвилл. Управление деловой репутацией [Электронный ресурс] / Л.Мокрова // Advertology. Наука о рекламе. Режим доступа: www.advertology.ru/article64319.html.

41. Жученко Ю.Н. Оценка деловой репутации предприятия [Текст] / Ю.Н.Жученко // Российское предпринимательство. – 2010. – № 9 Вып. 2 (167). – с. 32-37.

42. Мандрова Н. Методы оценки деловой репутации [Электронный ресурс] / Н.Мандрова // Региональный PR-портал. – Режим доступа: www.regionpr.ru/page144.html.

43. Сметанин А.М. Оценка гудвилла в принятии финансовых решений [Электронный ресурс] / А.М. Сметанин // Публикации по экономике. Режим доступа: <http://www.smartcat.ru/FinancialManagement/collateralAZ.shtml>.

44. Колесова Е.В. Сертификация систем менеджмента качества организации – путь повышения ее капитализации [Текст] /

Е.В.Колесова, В.К.Лозенко // Стандарты и качество. – 2007. – №3. – С. 56-63.

45. Аверчев И. Оценка гудвилла [Электронный ресурс] / И.Аверчев // Теория и практика управленческого учета. Режим доступа: www.gaap.ru/biblio/gaap&ias34.htm.

46. Положения по бухгалтерскому учету [Электронный ресурс] // В помощь бухгалтеру. Режим доступа: <http://mvf.klerk.ru/books/ebooks.htm#pbu>.

47. Положение по МСФО [Электронный ресурс] // МСФО ФМ. Режим доступа: <http://www.msfofm.ru/updates/51-changes-in-ifs-3-and-27-consolidation->.

48. Буян О.А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні [Електронний ресурс] / О.А.Буян // Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/econ/2012_3/Buyan.pdf.

49. Юзик Л.О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Л.О. Юзик // Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. Режим доступу:

http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf.

50. Левченко, Г.М. Соціальна відповідальність у контексті тенденцій етичного інвестування [Текст] / Г.М. Левченко, О.М. Волк // Механізм регулювання економіки. – 2011. - №2. – С. 183-190.

51. Социально ответственные инвестиции. Влияние моды или результат эволюции капитализма? [Электронный ресурс] // Магазин инвестиционных фондов. Режим доступа: <http://www.vunt.ru/anonce/36.htm>.

52. MSCI KLD 400 Social Index [Электронный ресурс] // MSCI. Режим доступа: http://www.msci.com/resources/factsheets/index_fact_sheet/msci-kld-400-social-index.pdf.

53. Fiat-лідер в галузі сталого розвитку [Електронний ресурс] // Italauto. Режим доступу: <http://italauto.ua/ua/news/flat-lider-v-galuzi-stalogo-rozvitku>.

54. Industry Group Leaders 2013 [Електронний ресурс] // Dou Jones Sustainability. Режим доступа: <http://www.sustainability-indices.com/review/industry-group-leaders-2013.jsp>.
55. FTSE4Good ESG Ratings: Leaders [Електронний ресурс] // Nomura. Режим доступа: <http://www.nomuraholdings.com/csr/news/data/news49.pdf>.
56. Фондовые индексы социальной ответственности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.soc-garant.ru/index.php/Spravochnye-materialy/Profil-nye-rejtingi>.
57. CR Index 2013 Company Ranking [Електронний ресурс] // Business in the community. Режим доступа: <http://www.bitc.org.uk/our-resources/report/cr-index-2013-company-ranking#sthash.5sG94n0j.dpuf>.
58. Нелегальная доброта [Электронный ресурс] // Эксперт. Режим доступа: http://expert.ru/northwest/2004/48/48no-stema2_49539/.
59. Методические рекомендации по использованию учебного кейса «Использование карт сбалансированных показателей (BSC) для оценивания процессов системы менеджмента качества» для студентов V курса всех форм обучения по специальности 080507 «Менеджмент организации» специализации «Управление качеством и конкурентоспособностью» [Текст]. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 16 с.
60. Полозова В.М. Оцінка ефективності підприємства за допомогою збалансованої системи показників [Текст] / В.М.Полозова, Л.В. Бурдельна // Вісник Хмельницького національного університету. – Секція:Економічні науки. – 2008. – №4, Т.І. – С. 108-111.
61. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию; пер.с англ.. – 2-е узд., испр. и доп. [Текст] / Р.Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп – Бизнес, 2003.
62. Лоцилина И.В. Оценка необходимости построения стратегии компании [Электронный ресурс] / И.В. Лоцилина // Журнал «ВУТЕ/Россия». Режим доступа: www.bytemag.ru.
63. Гершун А. Технологии сбалансированного управления [Текст] / А.Гершун, М.Горский. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 415с.
64. Мицкевич А. Структура сбалансированной системы показателей фирмы [Текст] / А.Мицкевич // Экономические стратегии – 2004. - №5-6. – С.132-137.

65. Олексів І.Б. Побудова системи збалансованих показників підприємства на основі мопеді одночасних рівнянь [Текст] / І.Б.Олексів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2006. - №12. – С.132-138.

66. Ковтун О. Инструменты повышения рентабельности в условиях макроэкономических вызовов [Электронный ресурс] / О.Ковтун // Управленческий консалтинг. Режим доступа: <http://piter-consult.ru/home/Articles/strategic-management-articles/real-company-boss.html>.

67. Лещенко О. К вопросу о КСО [Электронный ресурс] / О. Лещенко // Человек и труд. – 2012. - № 12. Режим доступа: <http://chelt.ru/new/?p=2343>.

68. Зарецкий А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика [Текст] / А.Д.Зарецкий, Т.Е.Иванова // Успех и современного естествознания. – 2011. – № 12. – стр. 91-93.

69. Бурлакова Ю.М. Корпоративна соціальна відповідальність: внутрішнє спрямування [Електронний ресурс] / Ю.М.Бурлакова // Publishing house Education and Science s.r.o. Режим доступа: http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59062.doc.htm.

70. Шулус А.А. Социальный аудит [Текст] / А.А. Шулус, Ю.Н.Попова. – М. : Изд. Дом «АТИСО», 2008. – 620 с.

71. Туркин С. Социальный аудит компаний [Электронный ресурс] / С.Туркин / Управление компанией. – 2004. - №8. // Корпоративный менеджмент. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-8/15.shtml>.

72. Колбасов И.В. Диагностический метод аудита в сфере управления человеческими ресурсами как средство повышения эффективности организации [Электронный ресурс] / И.В.Колбасов / Управление персоналом // Современное общество HR-профессионалов – 2008. - №10. Режим доступа: <http://www.hrm21.ru/rus/actual/?action=show&id=4023>.

73. Волков С. Соціальний аудит як механізм оптимізації управління розвитком соціальної сфери [Текст] / С.Волков, А.Андрющенко // Профспілки України. – 2008. – №4. – с. 10-13.

74. Полякова Л.М. Аспекти розвитку системи соціального аудиту в Україні [Текст] / Л.М.Полякова, Н.В.Демків // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія:

Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - №647. – с.475-479.

75. Мешков В.Р. Социальный аудит в системе социального управления [Электронный ресурс] / В.Р.Мешков // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: www.gks.ru/free_doc/2008/konferenc/meshkov.doc.

76. Гриненко А.М. Соціальна політика : [навч.-метод.посіб. для сам ост.вивч.дисципліни] [Текст] / Гриненко А.М. – К. : КНЕУ, 2003. – 309с.

77. Шулуca А.А. Социальный аудит: учебник [Текст] / А.А.Шулуca, Ю.Н.Попова. – М. : АТИСО, 2008. – 524 с.

78. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика: основы взаимодействия [Текст] / Ф.И. Шахмалов. – М. ОАО НПО «Изд-во «Экономика»», 2000 г. – С.-244.

79. Мельник С.В. Концепція формування національної моделі соціального аудиту [Електронний ресурс] / С.В.Мельник, В.Д.Матросов, М.К. Гаврицька // Науково-дослідний інститут соціально-трудоуих відносин. Режим доступу: <http://www.lir.lg.ua/konсер.htm> - Назва з титул.екрана.

81. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс]. – К.: 2010. – 82с. - Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/Nefinansova_zvitnist.pdf. – Назва з екрану.

82. Король С. Нефінансова звітність підприємств [Текст] / С.Король / ВІСНИК КНТЕУ. - № 6. - 2011. – С.102-113.

83. Шаповал В. Становлення інституту нефінансової (соціальної) звітності в Україні [Електронний ресурс] / В.Шаповал // Інституціональний вектор економічного розвитку. – №2. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/iver/2009_2_1/article/5_49-61.pdf. – Назва з екрану.

84. Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности/ Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2008 – 2011. А.Н. Шохин, Л.В. Аленичева, Е.Н. Феоктистова, Ф.Т. Прокопов, М.Н. Озерянская.; М.: РСПП, 2012. 102 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу :

<http://media.rspp.ru/document/1/c/5/c565664f96a568a7d727f19f4f803eb1.pdf>.

85. Шигун М.М. Корпоративна соціальна звітність як перспектива інформування про людський капітал вітчизняних компаній [Текст] / М.М.Шигун, Т.В.Давидюк // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. - №1(9). – с.173-178.

86. Сулима М. Характерні особливості корпоративної звітності вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / М. Сулима // Наукові конференції. Режим доступу : <http://conferences.neasmo.org.ua/node/2569>.

87. Аннаева А.А. Сущность, стандарты и процесс подготовки нефинансовой отчетности [Электронный ресурс] / А.А. Аннаева // Аудит и финансовый анализ. – 2009. - №6. Режим доступу: <http://auditfin.com/fin/2009/6/Annaev/Annaev%20.pdf>.

88. Інформаційно-аналітичний портал «CSRJOURNAL» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.csjournal.com>. – Назва з екрану.

89. Построение инфраструктуры хранения и защиты данных для предприятий Горнорудного дивизиона Метинвест [Электронный ресурс] / Инком // Корпорация Инком. – Электрон. текстовые, граф. дан. – Киев, 2008. – Режим доступа: <http://incom.ua/content/view/371308/12/>. – Загл. с экрана. [Construction of the storage infrastructure and data protection for companies mining division of Metinvest, *Incom Corporation*, 2008. Available at <http://incom.ua/content/view/371308/12/> (Accessed April 17, 2013)].

90. Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] // КСО – Практики. Режим доступу: <http://www.csr-review.net/kso-2.html>.

91. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Центру КСВ. Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org/about.html>.

92. Центр развития «КСО» представляет оценку сайтов крупнейших банком Украины [Электронный ресурс]. – 2012. - Режим доступа: <http://www.csr-review.net/tsentr-razvitie-kso-predstavlyaet-otsenku-saytov>. [Centre for Development of «CSR» is an assessment of sites largest bank in Ukraine, *CSR*, 2012. Available at <http://www.csr-review.net/tsentr-razvitie-kso-predstavlyaet-otsenku-saytov> (Accessed

April 17, 2013)].

93. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі управління організацією [Текст] / Д. Баюра / Технологія і методи викладання дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу» // Літній інститут УАРМБО-2010. – 5 липня 2010 року.

94. Петрос О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: монографія [Електронний ресурс] / О.Петрос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 152 с.

95. Благоев Ю. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях [Текст] / Ю. Благоев, Е. Иванова / Новые Исследования // Российский журнал менеджмента. – Том 7. - №1. – 2009. – С. 3–24.

96. Орлова Н.С. Механізми розвитку корпорацій в інформаційному суспільстві: Монографія [Текст] / Н.С. Орлова. - Донецьк: Вид-во«Ноулідж», 2011. – 370 с.

97. Гафтанюк А. Адміністративно-правові аспекти врегулювання конфліктів у сфері корпоративного управління [Текст] / А. Гафтанюк // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – 2002. – № 4. – С. 238-242.

98. Антонов В. Корпоративное управление [Текст] : учеб. пособие / В. Антонов, В. Крылов, А. Кузьмичев. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2006. – 288 с.

99. Шихвердиев А. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / А. Шихвердиев, А. Серяков // Csrjournal. Корпоративная социальная ответственность. – Электрон. текстовые дан. – Киев, 2009. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/lib/analyticarticle/2033-kachestvennyjj-indeks-socialnykh-investicijj-kak.html>. – Загл. с экрана.

100. Колосова Л. Корпоративне управління в умовах інформаційної економіки: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Л. Колосова // Юридичний журнал. – 2008. -- №4. Режим доступу: <<http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2923>>

101. Ситковский Д. Корпоративные социальные инвестиции как фактор экономического развития на региональном уровне [Электронный ресурс] / Д.Ситковский // Управление экономическими системами : электрон. науч. журн. – Электрон. текстовые дан. – 2010.

– № 4 (24). – Режим доступа: <http://uecs.mcnip.ru/modules.php?name=News&file>. [Sitkovskiy, D., (2010). Corporate social investment as a factor of economic development at the regional level // *Control of economic systems: the electron. scientific. Journal.* Vol.4 no.24. Available at <http://uecs.mcnip.ru/modules.php?name=News&file> (Accessed April 17, 2013)].

102. ГВардия. Рейтинг социально ответственных компаний Украины – 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: : <http://kontrakty.ua/rankings/147>.

103. Методика рейтингу відкритості та системності компаній в сфері КСВ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://kontrakty.ua/doc/methods_CSR_2013.pdf.

104. Sustainability reporting [Электронный ресурс] / KPMG. - Режим доступа: http://www.group100.com.au/publications/kpmg_g100_SustainabilityRep_200805.pdf.

105. Полякова Л.М. Аспекти розвитку соціального аудиту в Україні [Электронный ресурс] / Л.М. Полякова, Н.І.Демків // Львівська політехніка. Режим доступа: <http://vlp.com.ua/node/4578>.

106. В Украине определили наиболее прозрачные компании большого бизнеса [Электронный ресурс] / Исследования в Украине // Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. Режим доступа: <http://www.csr-review.net/index/v-ukraine-opredelili-naibolee-prozrachnyie-kompanii-bolshogo-biznesa.html>.

107. Сотрудничество бизнеса и НПО «Корпоративная социальная ответственность бизнеса и анти-коррупционная политика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bus.znate.ru/docs/index-4353.html?page=11>.

ВИСНОВКИ

Монографія «Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні» є науковим дослідженням, в якому одержано науково обґрунтовані результати щодо формування концептуальних засад впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в Україні, що вирішує важливі та стратегічні завдання державної соціально-економічної політики та забезпечує сталий розвиток країни.

Дослідження довели, що у сучасному світі спостерігаються дві взаємопов'язані тенденції соціально-економічної динаміки: глобалізація і інтеграція. Ці складні багатоаспектні й багатовекторні процеси мають враховуватися при визначенні стратегій сталого розвитку на національному рівні. Баланс рівноваги у державі, її цілісність і сталий розвиток можуть бути забезпечені лише за умови врахування всієї сукупності економічних, екологічних та соціально-інституціональних умов та інтересів країни, дієвості та ефективності соціально-економічної політики й механізмів її практичної реалізації.

В роботі доведено, що головним інструментом реалізації державної соціально-економічної політики в Україні, яка покликана забезпечити необхідний баланс у реалізації різних механізмів подолання економічних, екологічних і соціальних проблем, є впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності, які мають бути підґрунтям формування нової концепції сталого розвитку країни.

Дизбаланс глобальних фінансово-економічних процесів доведе необхідність впровадження нових форм державного регулювання економіки та формування напрямків сталого розвитку суспільства на засадах корпоративної соціальної відповідальності. В роботі авторами обґрунтовано доцільність впровадження міжнародних стандартів та ініціатив для формування концепції сталого розвитку в Україні, що сприятиме соціалізації економіки та її інтеграції до міжнародної спільноти.

Дослідження монографії довели, що рівень корпорацій з підготовки нефінансової звітності з корпоративної соціальної відповідальності в Україні ще на низькому рівні, завдяки незацікавленості самих корпорацій, політичних та економічних умов

формування корпоративних відносин, неефективної структури корпоративного управління, невизначених пріоритетів соціальної відповідальності корпорацій, недосконалою стратегії державного регулювання розвитку корпорацій в Україні.

Проведений авторами аналіз практик корпоративної соціальної відповідальності у зарубіжних країнах та визначення ролі державної політики в умовах сталого розвитку цих країн довели важливість використання міжнародних стандартів з нефінансової звітності та реалізація принципів корпоративної соціальної відповідальності (економічних, екологічних та соціальних), що може стати ефективним інструментом, за допомогою якого корпорації підвищать власну конкурентоспроможність як в окремих галузях, так і в сучасній економіці в цілому.

Увага до різних аспектів сталого розвитку та напрямків КСВ в роботі привела до формування концептуальних і методологічних основ соціально - економічної політики держави на засадах корпоративної соціальної відповідальності, спрямованої, з одного боку, на вирішення прикладних задач розвитку країни, з другого - на подолання асиметрії економічних, екологічних та соціально-інституціональних складових сталого розвитку.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Напрями державної політики у сфері КСВ та приклади практичних дій
(міжнародний досвід)

	Напрями державного регулювання	Приклади практичних дій
Лояльні	1. Інформування громадськості про роль КСВ в розвитку суспільства і кращих практиках соціально-відповідального бізнесу	1) Визначення та популяризація компаній-лідерів в області КСВ; 2) Розробка пропозицій і підтримка ініціатив компаній/партнерських проектів у сфері КСВ; 3) Пропаганда КСВ через веб-сайти, публікації, спеціалізовані видання; 4) Організація діалогу бізнесу, громадянського суспільства, держави з реалізації КСВ; 5) Обмін успішним практичним досвідом та поширення знань про них; 6) Створення спеціалізованих національних ресурсних центрів.
	2. Стимулювання і підтримка добровільних ініціатив бізнесу в області КСВ	1) Агітаційна робота по впровадженню політики КСВ на підприємствах; 2) Публікація звітів з КСВ; 3) Створення сприятливих умов для обміну досвідом та поширення кращих КСВ практик; 4) Популяризація принципів соціально-відповідального інвестування, екологічних стандартів, концепції сумлінної торгівлі, рівних можливостей, волонтерства і т.д.; 5) Сприяння організації та популяризація діяльності національних мереж соціально-відповідальних бізнесів; 6) Організація та популяризація партнерств між державою, суспільством, бізнесом при реалізації КСВ; 7) Проведення круглих столів з кодексам поведінки; 8) Підтримка соціально відповідального споживання; 9) Організація конкурсів з КСВ
Жорсткі	3. Навчання, дослідницька та методична підтримка	1) Фінансування програм досліджень; 2) Підтримка дослідних партнерських проектів (університет, бізнес, громадянське суспільство); 3) Розробка керівництв з КСВ та надання консультаційної допомоги щодо застосування; 4) Організація багатосторонніх форумів, соціологічних досліджень, конкурсів
	4. Зацікавлені сторони (стейкхолдери)	1) Інформування та оцінка КСВ підприємства зацікавленими сторонами (покупці, постачальники, громадські організації, уряд, місцева влада); 2) Ринкові механізми впливу на розвиток КСВ у стейкхолдерів (цінова політика, політика у сфері конкуренції, принципи інвестування); 3) Сприяння діалогу зацікавлених сторін

продовження Додатку А

5. Міжнародне співробітництво	1) Просування і впровадження міжнародних стандартів у галузі КСВ; 2) Пропаганда кращих практик з КСВ; 3) Розвиток міжнародного співробітництва з соціально-відповідальними підприємствами, громадськими об'єднаннями з КСВ
6. Об'єднання інтересів і прозорість діяльності соціально-відповідальних бізнесів.	1) Сприяння стандартизації методів управління, показників, звітності, аудиту в області КСВ; 2) Сприяння у поширенні системи соціальної та екологічного маркування для забезпечення рівних прав торгівлі в різних країнах; 3) Просування принципів соціально-відповідального інвестування; 4) Мотивація включення міжнародних принципів КСВ в корпоративні кодекси поведінки компаній
7. Впровадження систем оцінки та звітності з КСВ	1) Розробка механізму звітності та аудиту КСВ; 2) Звітність по ініціативам, що стосуються економічних, соціальних та екологічних аспектів діяльності; 3) Соціальна та екологічна маркування продукції
8. Використання податкових та інвестиційних інструментів	1) Податкове стимулювання соціальної відповідальності (створення нових робочих місць, гендерна рівність, дотримання балансу праці та відпочинку і т.д.); 2) Субсидювання соціальних заходів, акцій, проектів, що реалізуються бізнесом; 3) Просування соціально-відповідального інвестування через податкові пільги, субсидування і т.д.
9. Спеціальне КСВ законодавство.	1) Обов'язкова соціальна звітність підприємств; 2) Регулювання тендерної політики та укладання державних контрактів; 3) Законодавство з охорони навколишнього середовища; 4) Адаптація вимог міжнародних стандартів до національної системи стандартизації

Принципи Ріо-де-Жанейрської декларації з навколишнього середовища і розвитку

Принципи	Зміст
Принцип 1	Турбота про людей займає центральне місце в зусиллях щодо забезпечення сталого розвитку. Вони мають право на здорове і плідне життя в гармонії з природою.
Принцип 2	Відповідно до Статуту Організації Об'єднаних Націй і принципами міжнародного права держави мають суверенне право розробляти свої власні ресурси відповідно до своєї політики в галузі навколишнього середовища і розвитку і несуть відповідальність за забезпечення того, щоб діяльність в рамках їх юрисдикції або контролю не завдавала шкоди навколишньому середовищу інших держав або районів за межами дії національної юрисдикції.
Принцип 3	Право на розвиток має бути реалізовано, щоб забезпечити справедливе задоволення потреб нинішнього і майбутніх поколінь в областях розвитку і навколишнього середовища.
Принцип 4	Для досягнення сталого розвитку захист навколишнього середовища повинна складати невід'ємну частину процесу розвитку і не може розглядатися у відриві від нього.
Принцип 5	Всі держави і всі народи співпрацюють у вирішенні найважливішої задачі викорінювання бідності - необхідної умови сталого розвитку - в цілях зменшення розривів у рівнях життя і більш ефективного задоволення потреб більшості населення світу.
Принцип 6	Особливому становищу і потребам країн, що розвиваються, в першу чергу найменш розвинених і екологічно найбільш уразливих країн, надається особливе значення. Міжнародні дії в галузі навколишнього середовища і розвитку повинні бути також спрямовані на задоволення інтересів і потреб усіх країн.
Принцип 7	Внаслідок своєї різної ролі в погіршенні стану глобального навколишнього середовища держави несуть загальну, але різну відповідальність. Розвинені країни визнають відповідальність, яку вони несуть у контексті міжнародних зусиль щодо забезпечення сталого розвитку з урахуванням стресу, який створюють їх суспільства для глобального навколишнього середовища, і технологій і фінансових ресурсів, якими вони володіють.
Принцип 8	Для досягнення сталого розвитку і більш високої якості життя для всіх людей держави повинні обмежити і ліквідувати нежиттєздатні моделі виробництва та споживання і заохочувати відповідну демографічну політику.
Принцип 9	Держави повинні співпрацювати з метою зміцнення діяльності з нарощування національного потенціалу для забезпечення сталого розвитку завдяки поглибленню наукового розуміння шляхом обміну науково-технічними знаннями і розширення розробки, адаптації, розповсюдження та передачі технологій, включаючи нові і новаторські технології.

продовження Додатку Б

Принцип 10	На національному рівні кожна людина повинна мати відповідний доступ до інформації. Держави розвивають і заохочують інформованість і участь населення шляхом широкого надання інформації. Забезпечується ефективна можливість використовувати судові та адміністративні процедури, включаючи відшкодування і засоби судового захисту.
Принцип 11	Держави приймають ефективні законодавчі акти в галузі навколишнього середовища. Екологічні стандарти, цілі регламентації і пріоритети повинні відображати екологічні умови і умови розвитку, в яких вони застосовуються.
Принцип 12	Для більш ефективного вирішення проблем погіршення стану навколишнього середовища держави повинні співпрацювати в справі створення сприятливої і відкритої міжнародної економічної системи, яка привела б до економічного зростання і сталого розвитку в усіх країнах. Заходи у сфері торговельної політики, що вживаються з метою охорони навколишнього середовища, не повинні представляти собою засоби довільної або невиправданої дискримінації або прихованого обмеження міжнародної торгівлі. Слід уникати односторонніх дій з вирішення екологічних завдань за межами юрисдикції країни-імпортера. Заходи у сфері охорони навколишнього середовища повинні ґрунтуватися на міжнародному консенсусі.
Принцип 13	Держави повинні розробляти національні закони, що стосуються відповідальності і компенсації жертвам забруднення та іншої екологічної шкоди.
Принцип 14	Держави повинні ефективно співпрацювати з метою стримувати або запобігати перенесення і переклад в інші держави будь-яких видів діяльності і речовин, які завдають серйозної екологічної шкоди або вважаються шкідливими для здоров'я людини.
Принцип 15	З метою захисту навколишнього середовища держави відповідно до своїх можливостей широко застосовують принцип прийняття запобіжних заходів.
Принцип 16	Національні органи влади повинні прагнути сприяти інтерналізації екологічних витрат і використанню економічних коштів, беручи до уваги підхід, згідно з яким забруднювач повинен, у принципі, покривати витрати, пов'язані із забрудненням, належно враховуючи суспільні інтереси і не порушуючи міжнародну торгівлю та інвестування.
Принцип 17	Оцінка екологічних наслідків у якості національного інструмента здійснюється щодо передбачуваних видів діяльності, які можуть мати значний негативний вплив на навколишнє середовище і які підлягають затвердженню рішенням компетентного національного органу.
Принцип 18	Держави негайно повідомляють інші держави про будь-яких стихійних лихах або інших надзвичайних ситуаціях, які можуть призвести до несподіваних шкідливих наслідків для навколишнього середовища в цих державах.
Принцип 19	Держави направляють державам, які можуть виявитися порушеними, попередні і своєчасні повідомлення і відповідну інформацію про діяльність, яка може мати значні негативні трансграничні наслідки, і проводять консультації з цими державами на ранньому етапі і у дусі доброї волі.

продовження Додатку Б

Принцип 20	Жінки відіграють життєво важливу роль в раціональному використанні навколишнього середовища і розвитку. Тому їх всебічну участь необхідно для досягнення стійкого розвитку.
Принцип 21	Слід мобілізувати творчі сили, ідеали і мужність молоді світу в цілях формування глобального партнерства, з тим щоб досягти сталого розвитку та забезпечити краще майбутнє для всіх.
Принцип 22	Корінне населення і його громади, а також інші місцеві громади покликані грати життєво важливу роль в раціональному використанні і поліпшенні навколишнього середовища в силу їх знань і традиційної практики. Держави повинні визнавати і належним чином підтримувати їх самобутність, культуру і інтереси і забезпечувати їх ефективну участь у досягненні сталого розвитку.
Принцип 23	Навколишнє середовище і природні ресурси народів, що живуть в умовах гноблення, панування і окупації, повинні бути захищені.
Принцип 24	Держави повинні поважати міжнародне право, що забезпечує захист навколишнього середовища під час збройних конфліктів, і повинні співпрацювати, при необхідності, у справі його подальшого розвитку.
Принцип 25	Світ, розвиток і охорона навколишнього середовища взаємозалежні і нероздільні.
Принцип 26	Держави дозволяють всі свої екологічні суперечки мирним шляхом і належними засобами відповідно до Статуту Організації Об'єднаних Націй.
Принцип 27	Держави і народи співпрацюють у дусі доброї волі і партнерства у виконанні принципів, втілених у цій Декларації, і в подальшому розвитку міжнародного права в галузі сталого розвитку

ДОДАТОК В

Результати Індексу прозорості компаній України

Місце	Місце в Індексі 2012 р.	Місце в Індексі 2011 р.	Назва компанії	Сектор	Бали	%
1	2	1	ДТЕК	Електроенергетика	163	81
2	4	4	«АрселорМіттал Кривий Ріг»	Важка промисловість	156	78
3	1	5	СКМ	Холдингові компанії	146	73
4	—	3	«Оболонь»	Харчова промисловість/сектор FMCG	140	70
5	3	2	«Метінвест»	Важка промисловість	131	65
6	—	—	«Карлсберг Україна»	Харчова промисловість/сектор FMCG	108	54
7	5	6	«Київстар»	Комунікації	106	53
8	6	7	«Інтерпайп Україна»	Важка промисловість	97	48
9	8	—	«Дніпроспецсталь»	Важка промисловість	88	44
10	—	—	«ОККО-Бізнес»	Нафта і газ	87	43
11	—	67	«САН ІнБев Україна»	Харчова промисловість/сектор FMCG	82,5	41
12	32	—	«Нестле Україна»	Харчова промисловість/сектор FMCG	76	38
13	28	26	«Нібулон»	Аграрний сектор	74	37
14	10	19	«МТС Україна»	Комунікації	71	35

продовження Додатку В

15	9	9	«МЕТРО Кеш енд Кері Україна»	Рітейл	68	34
16	13	б/о*	«Імперіал Тобакко Україна»	Харчова промисловість/сектор FMCG	54	27
16	12	11	«Індустріальний Союз Донбасу»	Важка промисловість	54	27
18	28	86	«Кернел Трейд»	Аграрний сектор	51	25
18	14	89	«Центренерго»	Електроенергетика	48	24
20	15	20	«Миронівський хлібопродукт»	Аграрний сектор	47	23
20	17	31	«Крафт Фудз Україна»	Харчова промисловість/сектор FMCG	47	23

Наукове видання

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Монографія

Українською мовою

АВТОРИ:

Орлова Наталія Сергіївна

*доктор наук з державного управління, професор кафедри фінансів
Донецького державного університету управління*

Харламова Анна Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного університету*

Оригінал-макет:

Нерсесов Вадим Рафаєльович

В авторській редакції