

УДК 330.12.334

**ІВАНИЦЬКА О. М.,**  
д. держ. упр., професор, професор кафедри маркетингу  
та реклами Київського національного торговельно-економічного університету

**ІВАНИЦЬКИЙ О. В.,**  
к. держ. упр., доцент кафедри теорії, історії держави і права  
Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі (УДУФМТ)

### РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ: ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ КРАЇН ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

***Анотація.** Стаття присвячена розкриттю принципів і підходів до впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Проаналізовано досвід європейських країн розвитку руху соціальної відповідальності бізнесу. Визначено основні напрями та шляхи досягнення високого рівня дотримання стандартів корпоративної соціальної відповідальності та соціальної звітності в Україні відповідно до світової практики*

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, нефінансова соціальна звітність, Global Reporting Initiative, прозорість, підзвітність

**Иваницкая О.М.,** д.гос.упр., профессор, профессор кафедры маркетинга и рекламы Киевского национального торгово-экономического университета,

**Иваницкий О.В.,** к.гос.упр., доцент кафедры теории, истории государства и права Украинского государственного университета финансов и международной торговли (УГУФМТ)

### РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ВНЕДРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: ОПЫТ РАЗВИТЫХ СТРАН И УРОКИ ДЛЯ УКРАИНЫ

***Аннотация.** Статья посвящена раскрытию принципов и подходов к внедрению корпоративной социальной ответственности. Проанализирован опыт европейских стран в развитии движения социальной ответственности бизнеса. Определены основные направления и пути достижения высокого уровня следования стандартам корпоративной социальной ответственности и социальной отчетности в Украине в соответствии с мировой практикой.*

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, нефинансовая социальная отчетность, Global Reporting Initiative, прозрачность, подотчетность

### THE ADMINISTRATION OF THE INTRODUCTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: THE EXPERIENCE OF ADVANCED COUNTRIES AND LESSONS FOR UKRAINE

**Olga M. Ivanytska,** Doctor of Public Administration, Professor, Professor of the Department of Marketing and Advertising of the Kyiv National University of Trade and Economics

**Oleg V. Ivanytskiy,** PhD in Public Administration, Assistant Professor of the Department of Theory and History of State and Law at the Ukrainian State University of Finance and International Trade

***Abstract.** The article is devoted to investigation of principles and approaches towards corporate social responsibility incorporation. European countries' experience in the field of the development of business social responsibility movement is analyzed. The main directions and mechanisms of high level standards of corporate social responsibility and social accountability procurement are determined according to world practice.*

**Key words:** corporate social responsibility, nonfinancial social accounting, Global Reporting Initiative, transparency, accountability.

**Постановка проблеми.** Соціальна спрямованість бізнесу – явище, яке потребує спрямування та стимулювання з боку національних урядових структур, міжнародних організацій, професійних асоціацій. Незважаючи на оголошений підхід щодо добровільності дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та надання нефінансової звітності (НФЗ), відбувається поступова трансформація підходів і вимог до розкриття інформації підприємствами, що займаються підприємницькою діяльністю, в напрямку забезпечення обов'язковості надання нефінансової інформації на національному та міждержавному рівні. У низці країн підприємства великого бізнесу, а також державного сектору економіки зобов'язані надавати інформацію щодо певних аспектів виконання їх зобов'язань перед суспільством; також на них перекладається вирішення частини соціальних завдань.

У вітчизняній практиці іде лише становлення системи гарантування КСВ, що потребує уваги когорт вчених і практиків до вирішення проблем, що пов'язані з регулювання процесів розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

**Аналіз останніх публікацій за проблематикою та визначення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Наукові праці, що відбивають основні напрями забезпечення СВБ, належать таким

авторам, як В.Воробей, Л.Грицина, М.Дороніна, О.Лазоренко, М.Саприкіна, Н.Супрун, Р.Колишко, Н.Ушакова та інші. Зазначимо, що дослідження, проведені в рамках цієї проблематики, характеризуються фокусуванням уваги в основному на методології СББ, а також на деяких аспектах відбору показників, що визначають внесок національних підприємств у вирішення соціальних завдань суспільства. В теоретичному плані лишається невирішеною частина проблем, що пов'язана із державним регулюванням запровадження міжнародних стандартів КСВ, нефінансової звітності в Україні, заохоченням значної групи підприємств щодо приєднання до руху соціальної відповідальності тощо.

**Мета підготовки даної публікації** полягає в обґрунтуванні напрямів регулювання процесів впровадження норм і стандартів корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

**Аналіз наукових підходів до визначення соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва виявив, що більшість трактувань підкреслює добровільність процесів впровадження КСВ як одного з найважливіших принципів. Досить розповсюдженим є визначення корпоративної соціальної відповідальності як добровільної ініціативи керівників компанії з розробки та реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, які переслідують мету якісного поліпшення зовнішнього для компанії середовища [1; 2]. Принцип добровільності зазначено і в інших документах. Зокрема, в Зеленій книзі Європейської Комісії вказано, що соціальна відповідальність бізнесу (СББ), по суті, є концепцією, згідно з якою компанії добровільно вирішують робити свій внесок у те, щоб суспільство стало кращим, а навколишнє середовище чистішим [3, с.7]. Українські науковці в своїх публікаціях також підкреслюють принцип добровільності. Зокрема, пошлемось на визначення Н.А.Супрун, яка зазначила, що «корпоративна соціальна відповідальність являє собою комплекс цінностей, заходів і процесів, що відображають добровільне зобов'язання компанії щодо реалізації соціальних ініціатив (як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі), результати яких сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі, зміцненню її ділової репутації, вирішенню завдань сталого розвитку організації та суспільства в цілому [4, с.165].**

Водночас, зауважимо, що в багатьох країнах прийнято норми, що *вимагають* від великих підприємств обов'язкової участі в дієвих заходах соціальної відповідальності та відповідного звітування. В останні роки перехід до законодавчо оформлених вимог є звичайною практикою для низки європейських країн. Одночасно зауважимо, що важко погодитись із твердженням, що ділова репутація та конкурентоспроможність організації напряму пов'язується з реалізацією соціальних ініціатив. На вказані фактори діє ціла низка інших чинників, які можуть викривлювати зв'язок між політикою соціальної відповідальності та іміджем компанії. Зокрема, дія політичних (некоректна з ідеологічних міркувань політична позиція керівника компанії), юридичних (наявність гучного процесу проти фірми), кон'юнктурних (зміна кон'юнктури зовнішнього ринку), продуктових (завоювання ринку більш досконалими новими продуктами фірм-конкурентів) та інших факторів може задавати значно більш вагомий вплив на оцінку конкурентоспроможності, ніж заходи підвищення корпоративної відповідальності. Отже, ми пропонуємо власне визначення соціальної відповідальності бізнесу, під якою розуміються принципи, цінності, стратегічні установки та дії господарюючого суб'єкта, які передбачають побудову такої моделі взаємовідносин із суспільством, органами влади, населенням, іншими суб'єктами господарювання, коли досягається узгодження та/або задоволення соціальних, економічних, фінансових, етичних інтересів усіх сторін при частковій або повній компенсації ринкових неспроможностей і обмежень.

Зазначимо, що існує багато перешкод щодо залучення підприємств різних форм власності до впровадження соціально орієнтованих стандартів ведення бізнесу. Фактор масштабів виробництва може, з одного боку, дати більше простору великим підприємствам діяти відповідно до принципів КСВ, ніж середнім та малим підприємствам, зокрема внаслідок явища економії на масштабі. З іншого боку, великі транснаціональні компанії можуть не ототожнювати себе з певною країною та нацією й уникати соціально спрямованих дій на даній території. Розмір прибутку, який генерують суб'єкти господарювання, з одного боку, дає більше можливостей для проведення соціально відповідальних заходів, однак водночас і збільшує їх виплати державі у вигляді податків. Отримання вигоди від диверсифікації діяльності може нівелюватися кризовим станом однієї з галузей, в якій здійснюється діяльність, та відповідним обмеженням сфери, де компанія проявляє себе соціально відповідальною.

Іноколи власник може знаходитись поза межами територіального утворення, де ведеться підприємницька діяльність. У такій ситуації соціальні інтереси роботодавця не відповідають інтересам громади, де знаходиться виробництво, що стає причиною ухилення роботодавців від соціальних обов'язків, спрямованих на захист регіональних інтересів. Мінливе політичне середовище також створює постійні виклики та загрози, оскільки націленість на довгострокові відносини урядових структур та бізнесу порушується частими змінами центральної та місцевої влади.

Водночас, вигоди від зайняття підприємством соціально відповідальної позиції є очевидними. В Зеленій Книзі Європейської Комісії КСВ розглядається як стратегічна інвестиція і зазначено: «Компанії можуть сприяти досягненню соціальних і екологічних цілей, інтегруючи соціальну відповідальність бізнесу як стратегічну інвестицію у свою ключову бізнесову стратегію, в інструменти менеджменту та операційну діяльність» [3, с.7].

Сприйняття важливості підвищення соціальної відповідальності бізнесу пов'язано із зростаючим дефіцитом ресурсів державного та місцевих бюджетів. Особливо болісно на фінансові обмеження реагує соціальна сфера, що приводить до зростання девіантних і делінквентних вчинків, що загалом підвищує ступінь

нестабільності суспільства. Великі корпорації, які беруть на себе фінансування соціальної сфери і мають значний вплив на соціально-економічний розвиток певної території, можуть послабити тиск проблем. Вони можуть сприяти розвитку місцевої громади та розвивати мережу соціальних послуг на умовах створення взаємовигідного партнерства із державою.

Інституції, що сповідують КСВ, нерідко (хоча і необов'язково) мають репутаційні переваги та збільшений попит на свої продукти. Населення часто «голосує» за них підвищенням рівня споживчого попиту, що робить соціально відповідальний бізнес більш конкурентоспроможним. За даними опитувань, у зарубіжних країнах близько 70% споживачів обирають продукти соціально відповідального підприємця, а споживачі готові платити на 10 доларів вище середньоринкової ціни [5].

Сучасні процеси глобалізації та інтеграції вимагають залучення національних урядів у забезпечення прав людини, охорони довкілля, антикорупційних заходів, розвитку трудових відносин тощо, що в кінцевому рахунку зводиться до прийняття норм солідарної відповідальності за суспільні процеси.

Отже, враховуючи обмеження та проблеми впровадження КСВ, вважаємо, що має відбуватись перманентне регулювання процесів впровадження соціальної відповідальності бізнесу та розвитку його стандартів. Таке регулювання має бути здійснено за певними напрямками, серед яких ми обрали найважливіші.

1. Доцільно передбачити стратегічне управління відносинами держави та бізнесу щодо дотримання принципів КСВ із врахуванням фінансових, організаційно-виробничих та соціальних аспектів їх стимулювання. Суб'єкти підприємницької діяльності, які дотримуються соціальних стандартів і звітують за свою діяльність, мають сподіватися на отримання фінансових преференцій на довгостроковій основі як на центральному рівні, так і на рівні регіону та громади, зокрема:

- першочергове отримання цільових кредитів;
- зменшення ставки оподаткування;
- доступ до інвестицій;
- знижки на оплату зовнішньої (та інших видів) реклами;
- отримання «фінансових канікул»;
- впровадження/подовження строку «grace period» тощо.

Стосовно організаційних аспектів ведення бізнесу, преференції можуть стосуватись можливості вибору зручних для ведення бізнесу територій; полегшення доступу до ринків збуту; першочергове укладання державних контрактів із соціально відповідальними організаціями; стимулювання місцевими органами влади придбання товарів, що виготовлені соціально відповідальним підприємцем тощо.

У соціальному плані допомога в полегшенні ведення бізнесу може бути здійснена шляхом надання можливості відбору кваліфікованих кадрів, доступу працівників до безплатного або пільгового підвищення кваліфікації, пільги на оплату комунальних послуг, пільги та дотації на товари та послуги з охорони здоров'я та ін.

2. Національні уряди мають запроваджувати принципи, норми і стандарти соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), розробка та розвиток яких було результатом зусиль багатьох міжнародних структур, починаючи з кінця 1980-х років. Необхідність їх була обумовлена передусім необхідністю порівняння результатів, що досягнуто різними країнами та суб'єктами господарювання, а також оцінкою ефекту від впровадження СВБ. В основу розроблення стандартів покладено принципи, правила і механізми забезпечення суспільної довіри, партнерства, сталого суспільного розвитку, екологічної рівноваги, досягнення прозорості та підзвітності.

Перші соціальні нефінансові звіти були зроблені європейськими компаніями ще у 70-і роки минулого століття<sup>1</sup>. Проте тоді про стандарти СВБ не йшлося — перші наміри щодо уніфікації нефінансової звітності (НФО) було оголошено наприкінці 1980-х — початку 90-х років [6, с.13].

Основоположним документом, який містить ключові принципи КСВ, є Глобальний Договір ООН, члени (підписанти) якого складають Звіт про прогрес. Як зазначено в Глобальному Договорі, участь корпорацій у вирішенні соціальних завдань має починатися з вибору системи цінностей компанії та опрацювання концептуального підходу до провадження діяльності. До 10 універсальних принципів Глобального Договору належать такі:

- 1) бізнес має підтримувати та поважати принципи захисту прав людини, проголошених на міжнародному рівні;
- 2) переконуватися, що власна діяльність не спричиняє порушення прав людини;
- 3) підтримувати свободу асоціацій, визнаючи право на укладання колективних угод;
- 4) викоринювати всі форм примусової та обов'язкової праці;
- 5) сприяти забороні дитячої праці;
- 6) елімінувати дискримінацію у сфері зайнятості;
- 7) підтримувати та розвивати превентивний підхід до вирішення проблем екології;
- 8) здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення екологічної відповідальності;
- 9) сприяти розвитку та поширенню екологічно «дружніх» технологій;
- 10) протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво та хабарництво [7].

Серед інших документів, яких необхідно притримуватись у національній політиці, зазначимо спільні документи Цільової групи з прозорості та боротьби з корупцією «Великої двадцятки»(G20) та «Ділової

<sup>1</sup> У 50-60-х роках минулого століття поняття «корпоративна соціальна відповідальність» сприймалась як допомога власному персоналу та місцевим органам влади, і лише починаючи з 70-х років це поняття було розширено до взаємодії із суспільством та вирішення його екологічних проблем.

двадцятки" (B20), Принципи ООН щодо відповідальних інвестицій, Керівні Принципи ООН щодо дотримання прав бізнесу та людини, Конвенцію ООН з прав дитини, Всесвітню Декларацію прав людини, конвенції Міжнародної Організації Праці, Кодекси корпоративної поведінки, Європейську декларацію бізнесу проти соціальної ізоляції, «Зелену книгу про корпоративну соціальну відповідальність» Європейської Комісії та ін.

Сформовано низку міжнародних стандартів серії ISO 14000, AA1000, SA 8000. Зокрема, стандарт Social Accountability 8000 (SA 8000) забезпечує визначення етичних критеріїв виробництва товарів і послуг. Стандарт ISO 14000 (ISO 14001) був запропонований Міжнародною організацією зі стандартизації для окреслення кола вимог щодо впровадження системи екологічного менеджменту. Згідно із стандартом AccountAbility 1000 (AA1000) визначено вимоги до процедур і критеріїв вимірювання результатів діяльності компаній з етичних позицій, за якими може здійснюватися соціальний і етичний аудит їх діяльності. Міжнародні стандарти серії ISO 9000 встановлюють показника, за якими оцінюється діяльність компаній з досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва.

3. Одним із ключових завдань національних урядів є організація звітності за стандартами КСВ, тобто, запровадження т.зв. соціальної звітності. З визначенням Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку (WBCSD), соціальна звітність — це добровільне надання інформації про соціальні, економічні та екологічні результати діяльності компанії, яка готує таку інформацію відповідно до однієї з систем показників результативності та представляє її в публічному доступі всім зацікавленим сторонам [8].

Ключове завдання дотримання стандартів соціальної звітності (ССЗ) — це зростання якості життя та роботи працівників компанії, що досягається підвищенням їх кваліфікації, стимулюванням саморозвитку та освіти впродовж життя; веденням діяльності, що не порушує рівновагу довкілля; допомогою уразливим верствам населення.

Для оцінки ефективності реалізації бізнесом політики соціальної відповідальності розроблено низку показників, за якими здійснюється моніторинг і контроль соціальної діяльності компанії. Зокрема, систему показників ООН можна згрупувати таким чином:

- група показників соціальної відповідальності перед працівниками: умови праці порівняно із середньогалузевими, оплата праці, виплати премії, плинність кадрів, проведені тренінги та результати навчання, відпрацьовані понаднормові години, структура робочої сили в гендерному та віковому розрізі, кількість робітників-інвалідів, кількість інцидентів на робочому місці, оцінка працівниками своєї компанії;
- група показників охорони довкілля: вплив та витрати на навколишнє середовище, використання вторинної сировини, споживання енергії та енергоефективність, утилізація відходів, кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів;
- група показників поведінки компанії на ринку: рекламації покупців, скарги на недобросовісну рекламу, штрафні санкції антимонопольного комітету, надання споживачам кращого сервісу [9, с.27].

Зазначимо, що національними урядами затверджено власні методики — наприклад, AS8003 — австралійський стандарт із звітності з КСВ. Ухвалено багато галузевих стандартів, зокрема Керівництво з добровільної звітності в сфері розвитку компаній нафтогазової галузі, Стандарт прозорості ЕІП для видобувної промисловості та багато інших. Також низка стандартів містить не лише показники вимірювання та оцінки результатів КСВ, а й рекомендації щодо ведення менеджменту, управління й аудиту. Сьогодні компанії можуть обирати, якої політики дотримуватись: використовувати при підготовці нефінансової соціальної звітності певні керівництва та стандарти; кілька керівництв одночасно; дотримуватись частини стандартів.

Однією з міжнародних організацій, яка розробляє та впроваджує стандарти соціальної звітності, є Global Reporting Initiative (GRI), яка була створена в 1997 році в США. GRI сформулювала і на власному сайті представила місію: за допомоги публічно представлених керівництв зробити звітність щодо забезпечення стабільного розвитку стандартною практикою. У своїй діяльності компанія орієнтується на організації та підприємства, що здійснюють позитивний вплив на економічну, екологічну, соціальну та управляючу складові діяльності, а також дотримуються принципів прозорості та підзвітності [10].

Стандарти та рекомендації GRI постійно переглядаються, доповнюються та розширюються. У 2013 році на Глобальній конференції зі стійкого розвитку та звітності громадськості була представлена в остаточній редакції четверта версія Керівництва GRI (G4). Версія G4 акумулює глобальний досвід, накопичений при використанні попередніх версій Керівництв, та формує основу для подальшого запровадження стандартів при реалізації концепції стійкого розвитку.

Один з підходів, реалізований у Керівництві G4 (2013 р.) — публікувати лише значиму для зацікавлених сторін інформацію (за принципом «краще менше, але краще»). Компанії можуть звітувати за найбільш важливими для них групами показників, про взаємини роботодавців та найманих працівників і вирішення ними суспільних проблем. Замість обрахунку та розкриття великої кількості показників, компанії здійснюють більш якісний аналіз діяльності на благо суспільства та її членів. Перевагами нового підходу є те, що після збору даних і розрахунку індикаторів компанія може легко ідентифікувати свої недоліки та обмеження, які ще можна виправити та розвинути. Водночас, звітність за GRI G4 дозволяє дізнатися про досягнення, які були раніше приховані, або яким не приділялася належна увага. Зауважимо, що сьогодні стейкхолдерами організації є більш ніж 600 організацій світу, які беруть активну участь у формуванні нових підходів і розробці нових версій GRI. За інформацією організації, станом на червень 2014 року більш ніж 5 тис. організацій приєдналися до практики складання звітів за методикою GRI та використовують Керівництва GRI у своїй діяльності.

4. Важливим напрямом регулювання впровадження КСВ є вибір найбільш вдалої його моделі, виходячи з міркувань відповідності національному законодавству та особливостей ведення бізнесу. Ця модель включає наявність (або відсутність) спеціального законодавства, посади (інституції), вимог до складання нефінансової звітності, масштабів охоплення товаровиробників та певних вимог їх переходу на КСВ тощо.

У розвинених країнах світу існує велике різноманіття підходів до державного регулювання процесів впровадження принципів КСВ. Найбільше розповсюдження ідеї та норми корпоративної соціальної відповідальності знайшли в Європі, де лідерство належить Великій Британії. Діяльність суб'єктів господарювання на засадах КСВ поширена в країнах Північної Америки, Австралії, Азії (особливо в Японії та Північній Кореї).

В ЄС приділяють значну увагу питанням наднаціонального регулювання процесів впровадження принципів соціальної відповідальності. Зокрема, прийнято регуляторний акт Європарламенту та Комісії № 1221/2009 з питань добровільної участі організацій в звітності щодо еко-менеджменту та аудиту (EMAS) [11]. У 2004 році було ухвалено європейські директиви 2004/17 та 2004/18, в яких зазначено заходи заохочення споживачів до придбання товарів саме у товаровиробників, діяльність яких орієнтована на КСВ. Зокрема, багато товарів мають спеціальні знаки та позначки, які вказують на соціально відповідального виробника. Директива 2014/95 ЄС про відкриття нефінансової та різноманітної інформації певними великими утвореннями та групами зобов'язує до грудня 2016 року країн-членів ЄС змінити відповідне законодавство. Згідно з новими правилами, мають бути встановлені вимоги до великих компаній щодо підготовки та оприлюднення звіту про менеджмент, надання інформації про політику, управління ризиками, антикорупційні дії та боротьбу з хабарами, соціальні та трудові відносини, поваги до прав людини тощо. Зобов'язання стосуються компаній з числом працівників більше 500, яких в ЄС налічується близько 6000 структур.

Регулювання впровадження КСВ в європейських країнах опирається на низку нормативно-законодавчих актів. Спеціальне законодавство щодо оприлюднення великими компаніями своїх соціальних звітів існує в Данії, Швеції, Норвегії, Голландії, Франції, Великобританії, отже, понад 3000 великих європейських корпорацій щорічно звітують перед громадськістю та владою. В деяких державах створені відповідні органи та посади, що регулюють відносини держави, бізнесу та населення щодо впровадження КСВ.

У Франції в 1977 році було запроваджено низку соціальних показників (так званий «Соціальний звіт» або «Bilan Social») [12]. Цей звіт мають робити великі компанії, з кількістю працівників понад 300 осіб, що зареєстровані в Франції. Ними оприлюднюється інформація про оплату праці, охорону здоров'я та безпеку роботи, про навчання, професійну підготовку та інші дані, що відображають відносини між керівництвом і персоналом. З 1 січня 2003 року компанії, які котируються на біржі, зобов'язані надавати соціальний звіт із охорони праці, а також оцінювати ступінь відповідності їх діяльності принципам і стандартам, затвердженим у Деклараціях Міжнародної організації праці (МОП). До великих підприємств приєднуються малий та середній бізнес: у 2011 році Всезагальна Конференція малих і середніх підприємств Франції (CGPME) оприлюднила свій перший звіт щодо дотримання КСВ. Зауважимо, що CGPME з 2008 року випускає керівництво під назвою «Корпоративна соціальна відповідальність: можливості для малих і середніх підприємств». У Франції існує спеціальне законодавство, яке регулює економічні питання, пов'язані з соціальною відповідальністю бізнесу та його заохоченням.

Аналогічна практика існує в Бельгії. Надання такої звітності є обов'язковим для компаній із кількістю працівників понад 20 осіб за єдиним обмеженням, що великі компанії роблять повний, а малі та середні — скорочений звіт. Він подається в Національний банк Бельгії, який контролює достовірність інформації.

Діючий у Великій Британії Національний інститут стандартизації випустив стандарт для підготовки обов'язкового корпоративного соціального звіту усіх зареєстрованих у Великобританії підприємств, які котируються на біржі. Підготовка звіту регулюється законодавчо. Зазначимо, що, окрім інформації про трудові відносини, звіт містить дані про інші напрями діяльності: про охорону здоров'я, соціальні ризики, клієнтську базу, впливу на місцеву спільноту, дотримання прав людини і корінних народів. У Великій Британії створена посада урядовця (міністра) з питань КСВ. Водночас, британський уряд ретельно опрацьовує механізми підвищення зацікавленості компаній щодо участі в соціальному житті суспільства, підтримки природоохоронних заходів, орієнтації на використання альтернативних джерел енергії та її економії, а також надання цієї інформації для широкого загалу. Про це свідчить низка законодавчих ініціатив щодо пільгового режиму оподаткування для таких підприємств і організацій [13].

У Німеччині реалізовано стратегічний підхід до досягнення високих показників соціальної відповідальності бізнесу, ініціатива у впровадженні якого належить широким колам підприємців. Водночас, держава підтримує та стимулює ініціативи структур бізнесу. Зокрема, Міністерство праці та соціальних справ ФРН представило широкому загалу Національну стратегію з корпоративної соціальної відповідальності. Головними розділами стратегії є кліматичні зміни; забезпечення прийнятних умов праці; дотримання глобальних стандартів; стабільне споживання; громадська відповідальність тощо. Отже, КСВ включено в концепцію «Менеджменту стійкості організації» (Nachhaltigkeitsmanagement) як важлива її складова. Зазначимо також, що в Німеччині регулярно проводяться конкурси зі КСВ, переможці якого нагороджуються престижною премією Arbeit Plus ("Робота плюс").

В Україні сьогодні створено Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», який виконує функцію провідної незалежної експертної організації та працює в Україні більше шести років. Центр є членом Правління Глобального договору ООН (2010-2013), національним партнером CSR Europe (Брюссель) і

Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку (WBCSD, Женева). Серед найбільш вагомих здобутків Центру: приєднання України до розробки міжнародного стандарту з соціальної відповідальності ISO 26000; реалізація Ініціативи «Підприємство 2020: роль бізнесу в суспільстві», яка переслідує мету узагальнити досвід стратегічного планування найуспішніших компаній України і розробити таку національну модель співпраці бізнесу та суспільства, де компанії намагатимуться брати до уваги соціальні та екологічні питання в своїх бізнес-стратегіях; проведення різних заходів із залученням представників влади, бізнесу та громадськості.

Водночас зауважимо, що українське законодавство та практики лише частково відповідають стандартам Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) в таких напрямках, як формулювання довгострокових цілей державних підприємств, наявність корпоративних етичних кодексів, кодексів корпоративного управління, наявність незалежних членів у спостережних радах. Нормативне врегулювання забезпечення прозорості та підзвітності компаній прийнято лише щодо кількох галузей, зокрема видобувної. Лише окремі великі компанії беруть на себе зобов'язання щодо ведення та надання соціальної звітності. Деякі компанії звітують за окремими групами показників. Отже, існує нагальна необхідність подальшого розвитку ініціатив КСВ та впровадження стандартів звітності, зокрема за Керівництвами GRI.

**Висновки та напрями подальших досліджень.** З урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду впровадження КСВ, вважаємо, що регулювання процесів запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності і стандартів соціальної нефінансової звітності в Україні має бути спрямоване на вирішення таких завдань:

створення довгострокових партнерських відносин між державою та бізнесом на взаємовигідній основі, з ретельним відпрацюванням механізму заохочення підприємств до сповідування концепції КСВ;

впровадження обов'язкового розкриття інформації, у тому числі, нефінансової, державними підприємствами та організаціями, які мають бути флагманами у наданні соціальної звітності<sup>2</sup>;

формування іміджу держави через дотримання її економічними агентами принципів і процедур соціально відповідального бізнесу;

встановлення на законодавчому рівні вимог і правил складання соціальної звітності, зокрема: види та типи підприємств (за формою власності, організаційними формами діяльності, розмірами), для яких нефінансове звітування є обов'язковим; порядок пріоритетного впровадження галузевих стандартів; порядок поступового впровадження обов'язкового звітування за певними групами показників; вимоги до змістовного наповнення корпоративних сайтів; вимоги до оприлюднення інформації фірм, що торгують на біржі тощо;

розроблення низки методичних рекомендацій та інструкцій для уніфікації форм нефінансового звіту (за вимогами GRI G4), забезпечення можливості їх порівняння за різні періоди, по різних галузях і сферах діяльності;

зміни практики менеджменту підприємств з орієнтацією на стратегічне управління, ведення єдиної інформаційної бази, забезпечення прозорості та регулярного звітування перед громадськістю.

#### Список використаних джерел

1. Курицько Р. Осваиваем КСО: просто о сложном / Р.Курицько – К.: Издательство «Журнал «Радуга», 2011. – 204 с.
2. Проект Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
3. Створення умов для поширення соціальної відповідальності бізнесу в Європі (публікація Європейської Комісії): Зелена Книга . — Брюссель, 18.7.2001, COM (2001) 366 фінальний. — 34 с.
4. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії "Європе-2020"/ Н.А.Супрун // Український соціум. — 2013. — № 2(45) — С.163-176.
5. Выговский А. Социальная ответственность как конкурентное преимущество / А.Выговский. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sostav.ru/blogs/31632/1554/>
6. Нефинансовая отчетность компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности: Аналитический обзор / Под общ. ред. А.Н.Шохина. — М.: РСПП, 2006. — 108 с.
7. Глобальний договір ООН [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
8. Beyond Reporting: Creating Business Value and Accountability /by Travis Engen, President & CEO, Alcan and Samuel DiPiazza, CEO, PricewaterhouseCoopers. — WBCSD, 2005. — 24 pp.
9. Соціальна відповідальність бізнесу: Розуміння та впровадження. — К.:UNDP, 2005. — 30 с.
10. Русскоязычная страница организации Global Reporting Initiative (GRI). — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/languages/russian/Pages/default.aspx>.
11. Regulation (EC) No 1221/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the voluntary participation by organizations in a Community eco-management and audit scheme (EMAS), repealing Regulation (EC) No 761/2001 and Commission Decisions 2001/681/EC and 2006/193/EC, 2009.
12. Le bilan social de l'entreprise. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.journaldunet.com/management/pratique/vie-de-l-entreprise/4579/le-bilan-social-de-l-entreprise.html>.
13. Public services in the European Union & the 27 Member States: Statistics, Organisation and Regulations. — Mapping of the Public Services. — May 2010. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN-DPADM/UNPAN043047.pdf>.

<sup>2</sup> На початку 2015 року Міністерство економічного розвитку і торгівлі України розробило Методичні рекомендації щодо забезпечення прозорості діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки. Водночас, зауважимо, що що в п. 2 Загальних положень документу підкреслено, що він має рекомендаційний, інформаційний характер і може бути використаний державними підприємствами, їх об'єднаннями тощо.