



*обговорення*

# НАСЛІДКИ НЕПРИЙНЯТТЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ З КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ) ДЛЯ УКРАЇНИ

**КИЇВ, 2012**

Цей аналітичний звіт підготовлено Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» в рамках проекту «Об'єднаймося заради реформ», що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку та виконується Pact. Підготовка звіту стала можливою завдяки щирій підтримці американського народу, наданої Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Зміст звіту є винятковою відповідальністю Центру «Розвиток КСВ» та необов'язково відображає точку зору компанії USAID, Pact, та американського уряду. Забороняється відтворення та використання будь-якої частини цієї публікації у будь-якому форматі, включаючи графічний, електронний, копіювання чи використання в будь-який інший спосіб без отримання дозволу Центру «Розвиток КСВ» і відповідного посилання на оригінальне джерело.

# Про корпоративну соціальну відповідальність

*За визначенням Європейської Комісії («Стратегія з корпоративної соціальної відповідальності», 20011-2014 рр.), корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це «відповідальність підприємств за свій вплив на суспільство».*

Концепція КСВ широко поширена серед країн Європи. В одних країнах КСВ інтегрована в публічну політику (Данія, Франція, Фінляндія, Швеція), в інших – соціально відповідальні практики є виключно прерогативами компаній (Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія). У Європейському Союзі основна роль КСВ полягає у підтримці сталого розвитку компанії, що призведе до відповідальної бізнес-поведінки, покращенню ситуації на ринку праці, покращенню якості продуктів і послуг, що надаються компаніями, а також сталого розвитку в цілому.

Незважаючи на той факт, що вищенаведені країни, в тому числі ЄС, зрозуміли важливість КСВ і забезпечують його розвитку всіляку підтримку, в тому числі через прийняття національних політик (15 країн Європи в 2011 році мали національні політики з КСВ, в 2012 році до них доєдналась Естонія), в Україні цей процес не входить до розряду першочергових, а прийняття Національної політики з КСВ здебільшого ігнорується державними органами влади.

*Надзвичайно важливе значення у сфері КСВ має концепція «потрійного критерію», що включає у себе додання соціальних та екологічних аспектів до фінансових показників діяльності і розширення меж звітності організацій.*

## Основні характеристики КСВ:

- добровільність;
- інтегрованість у бізнес-стратегію компанії;
- користь для всіх заінтересованих сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, громади, а також для самого підприємства;
- внесок у процес сталого розвитку.

Центр «Розвиток КСВ» спільно з Глобальним Договором ООН вже протягом трьох років намагається привернути увагу Президента України, Кабінету Міністрів України, окремих Міністерств до необхідності прийняття національної політики з КСВ. Концепція Національної стратегії з КСВ була розроблена організаціями спільно з іншими стейкхолдерами у 2009 – 2011 роках, в тому числі й УСПП. Важливим є й те, що Концепція не передбачає додаткових коштів з Державного бюджету України.

На погляд стейкхолдерів, які долучились до розробки концепції, прийняття Національної політики з КСВ сприятиме не лише підвищенню позицій національних компаній й країни в цілому в індексах конкурентоспроможності, а й покращенню якості життя звичайних громадян.

Ця аналітична доповідь покликана прояснити ситуацію, чому КСВ є необхідною умовою розвитку бізнесу й держави. Ми розглядаємо в першу чергу великі підприємства, але, де можливо, малий та середній бізнес (МСБ). КСВ в МСБ є, як правило, менш формальним і «більш інтуїтивним» (за визначенням Європейської Комісії), вона більш тісно пов'язана з особистими і етичними цінностями менеджера-власника. Тому зробити аналіз впливу КСВ в МСБ більш складно, тим не менше ми намагались це зробити.

# НАСЛІДКИ ДЛЯ ДЕРЖАВИ

**Висновок 1: Ігнорування державою теми КСВ, неприйняття або неправильне розуміння цього питання може призвести до збільшення фіскального навантаження на підприємства та втрату конкурентоспроможності як окремого підприємства, так і країни в цілому.**

Багато компаній в ЄС ще не повністю інтегрували соціальні та екологічні питання у свою діяльність та основну стратегію, тому мета Стратегії ЄС із КСВ - поширити впровадження програм сталого розвитку на підприємствах Європи.

Стратегія ЄС із соціальної відповідальності зазначає, що «економічна криза та її соціальні наслідки в деякій мірі зашкодили рівню довіри до бізнесу. Вони зосередили увагу громадськості на соціальній та етичній діяльності підприємств. З відновленням зусиль по сприянню КСВ зараз можна створити умови, сприятливі для стійкого економічного зростання, відповідальної поведінки бізнесу та стабільного створення робочих місць у середньостроковій і довгостроковій перспективі».

Незважаючи на кращі позиції у Індексі конкурентоспроможності цього року, все ж таки Україна ще не повернула свого місця 2008-2009 років. Важливо відмітити й той факт, що у 2008-2009 роках Україна входила до країн другої групи (економіка, заснована на ефективності), але поступово місце України знизилось до перехідного етапу між економікою, що рухається факторами виробництва (конкуренція цін, використання основних факторів виробництва) та економіки, заснованої на ефективності. До речі, наш сусід по групі 2008-2009 року Аргентина вже поступово пішла уперед і знаходиться на етапі трансформації між економікою, заснованою на ефективності, та економікою, що переведена на інновації. В останню групу входять 35 країн (за даними 2011-2012 року), включно з більшістю країн Європейського союзу (табл.2). І саме в них КСВ знаходиться на високому рівні й активно підтримується державою.

Існуюча ситуація з конкурентоспроможністю країни загрожує остаточно підірвати не лише довіру до країни, а й позиції національних виробників не лише на зовнішніх, але і на внутрішньому ринку, зафіксувати технологічне відставання України, сприяти виїзду висококваліфікованих фахівців за кордон тощо. За результатами «Глобального звіту конкурентоспроможності 2011-2012» Всесвітнього економічного Форуму, що включає в себе оцінку 142 країн за 12-ма складовими, Україна посідає 82 місце. Трансформації України за три роки, починаючи з 2009 року до 2012 року показані в таблиці 1.

Таблиця 1: Місце України в щорічному індексу конкурентоспроможності

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

**Висновок 2. КСВ сьогодні може бути рушійною силою соціальних інновацій, що сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості країни на міжнародному рівні.**

В переважній більшості країн з економікою, що переведена на інновації, КСВ визнано на державному рівні і підтримується національними політиками (таб. 2). Внесок КСВ в розвиток соціальних інновацій є значним та важливим для розвитку країни.

Таблиця 2: КСВ в країнах з економікою, що переведена на інновації

№	країна	Статус КСВ
1	Австралія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах (заходи, програми тощо)
2	Австрія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
3	Бахрейн	Нема даних
4	Бельгія	є національний план дій з КСВ, є Міністерство сталого розвитку, підготовлено нефінансовий звіт
5	Великобританія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
6	Гонконг	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
7	Греція	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
8	Данія	Є окремий департамент з КСВ, є окремий закон про звітність великих компаній з КСВ,
9	Ізраїль	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
10	Ісландія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, окрема політика МЗС для просування КСВ ісландських компаній у світі
11	Іспанія	Визнається на національному рівні, є окрема урядова Рада з КСВ
12	Італія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
13	Канада	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, окрема політика МЗС для просування КСВ канадських компаній у світі
14	Кіпр	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
15	Люксембург	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
16	Мальта	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
17	Нідерланди	Визнається на національному рівні, є окрема політика з КСВ
18	Німеччина	Визнається на національному рівні, є Національна стратегія з КСВ
19	Нова Зеландія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
20	Норвегія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, є окрема політика МЗС для просування КСВ норвезьких компаній у світі
21	ОАЕ	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
22	Південна Корея	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
23	Португалія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
24	Пуерто Ріко	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
25	Сінгапур	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
26	Словенія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
27	США	Визнається на національному рівні як політика корпоративного громадянства
28	Тайвань, Китай	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
29	Фінляндія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
30	Франція	Активно просувається державою, є політики в різних міністерствах, була однією з перших країн з впровадження обов'язкової екологічної звітності
31	Чехія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
32	Швейцарія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
33	Швеція	Визнається на національному рівні, є окрема політика з КСВ
34	Японія	Активно просувається державою, є політики в різних міністерствах,

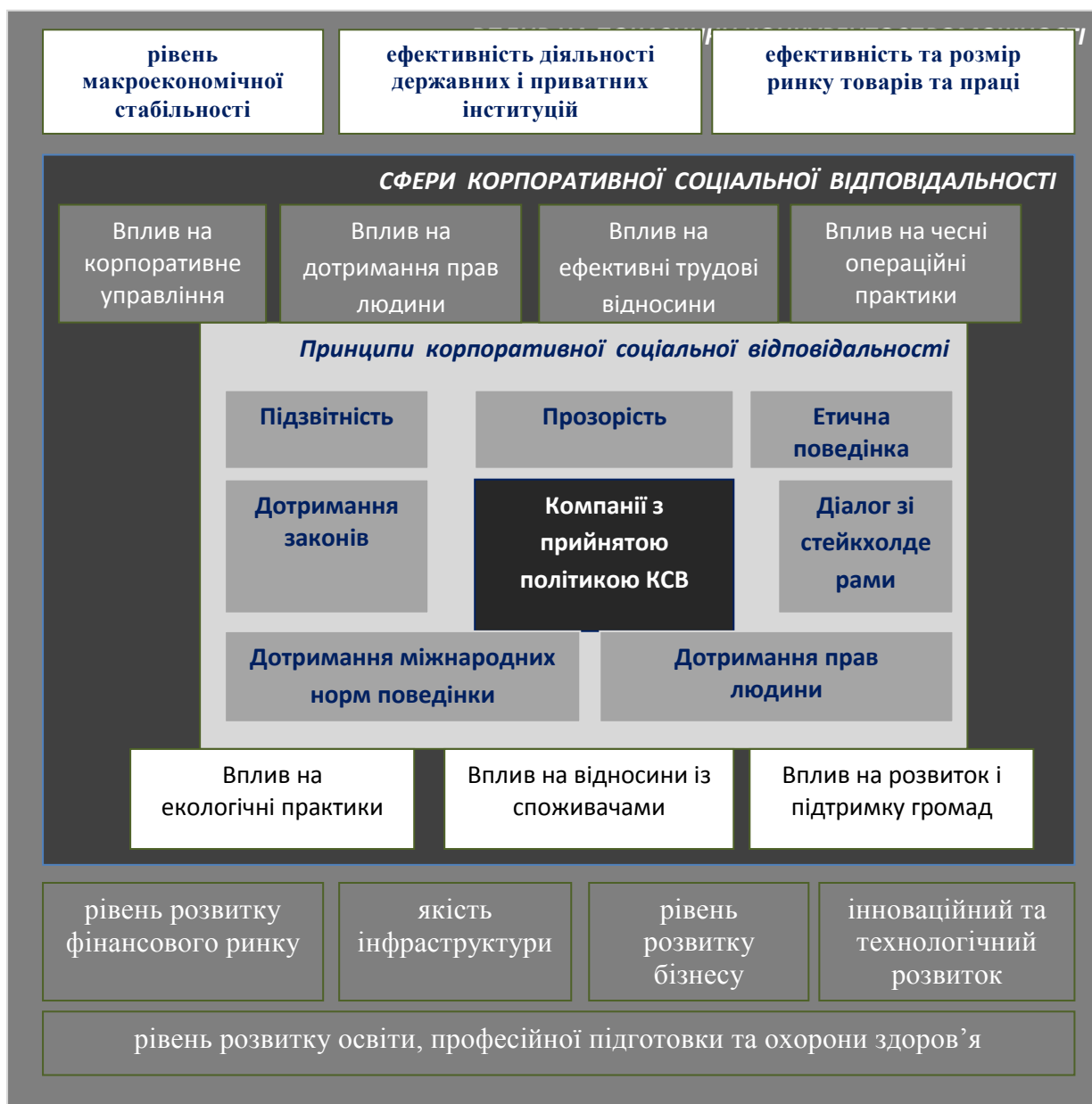
**Висновок 3. Конкуреноспроможність окремих підприємств призводить до конкуреноспроможності сектору та країни в цілому.** При впровадженні політик КСВ окремими підприємствами за сприяння держави покращуються різні показники конкуреноспроможності країни (Центр «Розвиток КСВ» взяв за основу аналітичну доповідь Європейського звіту з конкуреноспроможності 2008, таб. 3)

У Європейському звіті з конкуреноспроможності 2008 року був оцінений вплив корпоративної соціальної відповідальності на 6 показників конкуреноспроможності:

- структуру витрат,
- людські ресурси,
- відносини із споживачами,
- інновації, ризики й управління репутацією,
- фінансові показники.



Таблиця 3: Вплив КСВ на показники конкурентоспроможності



Якщо говорити про конкурентоспроможність на рівні компанії, то «компанія є конкурентоспроможною, коли вона виробляє продукцію або послуги вищої якості або меншої вартості, ніж її внутрішні й міжнародні конкуренти. Таким чином конкурентоспроможність є синонімом довгострокової прибутковості та її можливості винагороджувати співробітників та забезпечувати високу прибутковість своїм власникам». Головними показниками конкурентоспроможності компанії можуть бути: продажі компанії, прибуток, витрати, вартість акцій, якість та вартість продукції, інноваційні послуги або продукти.

**Щодо КСВ, то зазвичай практики компаній з КСВ оцінюють в чотирьох категоріях: ринок, трудові відносини, довкілля й розвиток громад.**

Для категорії «ринок» характерні показники, які стосуються «чесних операційних практик» (відповідальна реклама і маркетинг), «корпоративне управління» (антикорупційні практики, бізнес-етика, взаємодія із постачальниками), і «відносини із споживачами» (взаємодія із споживачами та організаціями споживачів, вирішення скарг споживачів).

Для категорії «трудові відносини» характерні показники, які стосуються «відносин із співробітниками» (найм співробітників, різномаття, умови праці, взаємовідносини із профспілками) та «прав людини» (дотримання практик недискримінації та інші)



Для категорії «довкілля» характерні показники, які стосуються «екологічних практик компаній», а саме: енергоефективність, використання забруднювачів повітря, економія природних ресурсів, еко-послуги та еко-продукти.

Для категорії «розвиток громади» характерні показники, які стосуються також питань «прав людини» (права корінних народів, наприклад), діалог та партнерство з громадами, активний внесок в підвищення якості життя громад (через корпоративне волонтерство, та інші соціальні й екологічні проекти, реалізовану у партнерстві з громадськими організаціями).

## Вплив показників КСВ на показники конкурентоспроможності:

**Структура витрат.** Відповідно до аналітичної доповіді Європейського звіту з конкурентоспроможності 2008, КСВ може сприяти заощадженню коштів в певних умовах, відповідно до характеру КСВ активностей, наприклад екологічні заходи в контексті енергоефективності, управлінню ризиками, управлінню людськими ресурсами, й доступу до фінансів.

**Людські ресурси.** Існуючі дослідження свідчать про важливий вплив КСВ на найм та утримання кадрів, залучення талантів до своєї команди співробітників. Важливо, що цей зв'язок між КСВ та управлінням людськими ресурсами є характерним не лише для великих компаній, а й для середнього й малого бізнесу. Але є одне «але». Це стосується економіки знань, а не економіки, що рухається факторами виробництва.

**Інноваційний та технологічний розвиток.** Доведено, що деякі практики КСВ можуть мати позитивний вплив на конкурентоспроможність за рахунок підвищення потенціалу інновацій. В таких компаніях розвивається декілька видів інновацій: відкриті інновації, інновації, які зрушуються суспільством, інновації, які зрушуються стейкхолдерами або споживачами, екологічні інновації. В 2008 році Європейська комісія провела дослідження серед підприємств, яке виявило той факт, що різноманітні на робочому місці сприяють інноваціям й креативності (63% підприємств це підтвердило). Дослідження Лондонської бізнес-школи у тому ж 2008 році продемонструвало, що рівень інновації вище в тих командах на підприємствах, де існує гендерний баланс.

### Фінансові показники та рівень розвитку фінансового ринку.

Тільки в одній Америці загальна сума інвестицій, наданих соціально відповідальними інвестиційними фондами склала більш, ніж 2,71 трильйонів доларів США. Більш того, провідні інвестиційні компанії, що працюють в Україні, – Європейський банк реконструкції й розвитку, Міжнародна Фінансова Корпорація, - також мають екологічні критерії щодо інвестицій. Загальна сума інвестиції лише у 2011 році ЄБРР в Україні в приватний сектор економіки склав 800 млн доларів. Для того, щоб їх отримати необхідні прописана екологічна політика (одна з умов отримання кредиту). Отже, КСВ - це доступ до значних капіталів. Принципи відповідального інвестування ООН в 2008 році охоплювали 350 фондів, які їх підписали. Станом на вересень 2012 року підписантів вже 1116/

Зазвичай, ці категорії можуть об'єднуватися, наприклад корпоративне волонтерство впливає й на категорію «трудові відносини» (підвищення довіри до компанії, сприяння створенню дружньої команди), так і «розвиток громади» (допомога громадським організаціям, підвищенню якості життя громади). Але вони сьогодні спільно з фінансовими показниками вже використовуються для визначення сильних та слабких сторін компанії (за дослідженням Deloitte, більш ніж три четверті членів Правління та директорів вважають, що фінансові показники вже не є єдиними для визначення переваг та недоліків компанії).

**Перспектива споживачів.** На глобальному рівні можна спостерігати зростаючий попит з боку споживачів щодо «еко-послуг та продуктів». Незважаючи на те, що заяви споживачів про підтримку таких продуктів іноді можуть значно відрізнитись від поведінки, цифри підтверджують зростання нового покоління «небайдужих до КСВ» споживачів. Організація «справедлива торгівля» (Fair trade organization) заявляє про збільшення продажів товарів зі знаком «справедлива торгівля» на 50%. Якщо в 2007 році продажі таких товарів дорівнювали 2,3 млрд доларів, то в 2011 році – 4,9 млрд доларів (на 12% більше, ніж у 2010 році). Інша перспектива – зелені закупівлі, деякі країни поставили собі за ціль досягти 100% «зелених або відповідальних» закупівель до 2010 – 2012 років (Швеція, ЄС, Данія). Ще одна тенденція – це зростання запиту на відповідальний маркетинг та уникнення «зеленого камуфляжу» (green washing). В 2007 році Британська комісія по стандартам в рекламі заборонила 19 кампаній з «зеленими повідомленнями».

**Управління ризиками й репутацією.** КСВ є важливою складовою управління ризиками і репутацією для багатьох компаній. Центр корпоративного громадянства Бостонського коледжу спільно з Репутаційним Інститутом проводять щорічні дослідження, результати яких демонструють чіткий зв'язок між КСВ та репутацією. Також, публічні заяви про зобов'язаність з КСВ роблять компанії все більше прозорими, в тому числі й для громадського контролю, критиці та тиску громадських організацій, тому це сприяє ще більш високому рівню підзвітності. Дані телекомунікаційних компаній також довели, що питання КСВ стосуються важливих факторів корпоративного іміджу й репутації.

### Рівень розвитку освіти, професійної підготовки та охорони здоров'я.

Компанії сьогодні, реалізуючи свої бізнес-стратегії та впроваджуючи соціальні інновації, допомагають розвитку освіти, професійній підготовці й охороні здоров'я. Наприклад, компанія МТС спільно з ДТЕК й Фондом Р. Ахметова «Розвиток України» впроваджують телемедицину в Україні. Та ж компанія МТС створила Міжкорпоративний університет для розвитку м'яких навичок серед студентів. Мобільний оператор life:) проводить свої конкурси для студентів, пропонуючи стажування. Компанії Metinvest, Інтерпайп та інші працюють над підвищенням рівня професійної освіти, в той же час забезпечуючи себе майбутніми працівниками.

**Вищезазначені показники також впливають і на макроекономічний рівень, а саме:**

- рівень макроекономічної стабільності;
- ефективність діяльності державних і приватних інституцій;
- ефективність та розмір ринку товарів та праці;

**Отже, впровадження практики корпоративної соціальної відповідальності впливають на рівень конкурентоспроможності як окремого підприємства, так і країни в цілому. Найбільш сильний зв'язок між КСВ та конкурентоспроможністю прослідковується в управлінні людськими ресурсами, соціальними інноваціями, управлінні ризиками й репутацією компаній.**

#### **Висновок 4. Сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності сприятиме інтеграції України до європейського економічного і соціального простору і, поступовій інтеграції до ЄС.**

У ЄС КСВ включено до політики працевлаштування та соціальних справ, політики підприємництва, екологічної політики, політики захисту прав споживачів, політики державних закупівель та політики зовнішніх стосунків. Свої пріоритети ЄС просуває і у відносинах із партнерами, країнами-учасниками Програми Сусідства, до яких відноситься і Україна, особливо це відмічено в Новій стратегії ЄС з корпоративної соціальної відповідальності 2011-2014 рр.

У затвердженому у 2009 році Порядку денному асоціації між Україною та ЄС передбачається виконання певних завдань, які стосуються корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, за даним документом, Україна має зобов'язання у таких сферах діяльності, які пов'язані зі сферами корпоративної соціальної відповідальності.

#### **Корпоративне управління:**

- подальший розвиток відкритих, конкурентних та прозорих правил та процедур приватизації та їх імплементація відповідно до найкращих практик ЄС (*Економічне співробітництво*);
- Продовження розробки політики корпоративного управління та сприяти дотриманню кодексу корпоративного управління згідно з міжнародними стандартами (*Промислова та підприємницька політика*);
- Сприяння дотриманню міжнародних стандартів бухгалтерського обліку всіма зареєстрованими на національному рівні товариствами (*Промислова та підприємницька політика*);
- Покращення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва, в тому числі шляхом співробітництва щодо впровадження схем якості (Туризм).

#### **Трудові практики:**

- обмін кращими практиками, з метою сприяння дотриманню у повному обсязі прав профспілок і основних трудових стандартів, основаних на конвенціях Міжнародної організації праці, та ефективному застосуванню колективного договору (*Забезпечення дотримання прав профспілок і основних трудових стандартів*);
- Підготовки до імплементації *acquis* ЄС у сферах гендерної рівності, анти-дискримінації, охорони здоров'я та безпеки праці, трудового законодавства та умов праці, зазначеного у відповідних додатках до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (*Соціальне співробітництво*);
- Посилення практичних заходів у сфері гендерної рівності з метою зменшення різниці в оплаті праці за ознаками статі (*Соціальне співробітництво*).

#### **Відносини із споживачами:**

- Сприяння розширенню можливостей споживачів у контексті захисту своїх прав (*Захист прав споживачів*).

#### **Права людини:**

- імплементація Конвенції ООН про права осіб з фізичними вадами і додаткового Протоколу до неї (*Демократія, верховенство права, дотримання прав людини і основних свобод*);
- обмін найкращими практиками стосовно заходів захисту меншин від дискримінації та утисків відповідно до європейських і міжнародних стандартів (*Забезпечення дотримання прав осіб, які належать до меншин*);
- обмін найкращими практиками з метою забезпечення рівності чоловіків і жінок у соціальному й економічному житті (*забезпечення однакового ставлення*);
- Сприяння анти-дискримінації та забезпеченню рівних можливостей, зокрема для людей з інвалідністю, передусім у контексті працевлаштування (розробки стратегічного підходу у сфері зайнятості з метою забезпечення)

#### Довкілля:

- Впровадження Кіотського протоколу, прийнятих критеріїв для використання механізмів Кіотського протоколу, та розробки заходів з пом'якшення наслідків зміни клімату та пристосування до них (Навколишнє природне середовище);
- Обмін найкращими практиками щодо відновлення та збереження природних ресурсів з метою забезпечення ефективного, сталого та високоякісного сільськогосподарського виробництва (Туризм).

*Вже 16 країн (2 країни (Німеччина й Естонія) прийняли у 2011-2012 роках) із 27 країн-членів ЄС мають національні політики сприяння розвитку КСВ. Європейська Комісія розглядає КСВ як важливу частину європейської стратегії зростання та зайнятості, а також нової стратегії Європейського Союзу «Європа 2020». Один із інструментів, через які КСВ може сприяти підвищенню конкурентоспроможності ЄС, це підвищення довіри суспільства до бізнесу, та створення нових відповідальних підприємств.*

#### Підтримка національних ВИРОБНИКІВ

Розвиток торгівельних відносин між українськими компаніями та іноземними діловими структурами значною мірою залежить від виконання вітчизняними підприємствами низки вимог, які сьогодні прийняті відомими європейськими компаніями – «Кодексів постачальників». В останніх зазначено, зокрема, що компанія надає перевагу співробітництву з тими партнерами, які виконують принципи соціальної відповідальності, не використовують працю дітей, не застосовують дискримінацію, не спричиняють шкоду навколишньому середовищу тощо. Якщо компанія-постачальник або партнер не виконує цих вимог, то співпраця з ними зупиняється. Отже, для українських компаній, які прагнуть вийти на інші ринки і, у першу чергу, на європейський чи американський, виконання вимог КСВ є критичним

#### Міжнародні стандарти управління

**SA 8000** представляє собою стандарт сертифікації щодо впровадження соціальної відповідальності з 9 питань: дитячої праці, примусової праці, гігієни праці та безпеки, свободи асоціацій, дискримінації, дисциплінарної практики, тривалості робочого часу, оплати праці та системи управління. **ISO 14001** є міжнародним стандартом системи екологічного менеджменту для організацій різних видів, основну увагу якого зосереджено на визначенні екологічних аспектів діяльності організації, відповідних підходів до охорони довкілля і оцінки найважливіших з цих підходів. **ISO 26000** є керівництвом щодо принципів, що лежать в основі соціальної відповідальності, основних тематик і проблем соціальної відповідальності, а також способів інтеграції соціально відповідальної поведінки в стратегії, практики і процеси діяльності організації. Стандарт ISO 26000 є добровільним, він не включає жодних вимог до сертифікації. **Екологічний менеджмент і аудит (EMAS)** є добровільною екологічною ініціативою ЄС, що була розроблена для вдосконалення показників організацій в сфері охорони навколишнього середовища. Основним завданням EMAS є визнання і заохочення організацій, що постійно покращують свою діяльність в сфері екології і виходять за рамки мінімальних зобов'язань, прописаних у законодавстві. Даний стандарт був створений на основі ISO 14001, проте його вимоги є дещо ширшими, зокрема щодо екологічних законодавчих вимог, екологічних показників, взаємодії із зацікавленими сторонами та залучення співробітників.

#### Чесні операційні практики:

Посилення прозорості та передбачуваності конкурентної політики в Україні, включаючи оприлюднення рішень Антимонопольного комітету України (*Конкуренція*);  
Вжиття ефективних заходів проти піратства та забезпечення ефективної імплементації законодавства і санкцій за порушення прав інтелектуальної власності (*Інтелектуальна власність*).

#### Розвиток та підтримка громад:

- Розробці та імплементації плану дій щодо підвищення безпеки на дорогах (Транспорт);
- Профілактиці та контролі за інфекційними захворюваннями, зокрема ВІЛ/СНІДом, туберкульозом, інфекціями, що передаються статевим шляхом, та гепатитами С і В (*Охорона здоров'я*).

#### ВИСНОВОК 5. ПРИЙМАЮЧИ НАЦІОНАЛЬНУ ПОЛІТИКУ З КСВ, УКРАЇНА ДАЄ ПОШТОВХ УКРАЇНСЬКИМ КОМПАНІЯМ ДО РОЗВИТКУ КСВ, ТАКИМ ЧИНОМ ПІДТРИМУЮЧИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИКА НА ГЛОБАЛЬНИХ РИНКАХ

Наступною вимогою для ділових партнерів є дотримання міжнародних стандартів управління з окремих питань КСВ: стандарт OHSAS 8000, ISO 9001, ISO 14001, ISO 26000, EMAS. Більш того, поступово деякі питання з КСВ ЄС приймає як обов'язкові речі. Наприклад, в цьому році заборонено літати літакам, у яких великі викиди вуглецю. Закон про податок на вуглецеві викиди почав діяти в країнах ЄС, а також Ісландії, Норвегії та Ліхтенштейні з 1 січня 2012 року. Передбачається, що авіакомпанії, чиї літаки літають в Європу або пролітають над нею, включаючи українські авіакомпанії, почнуть отримувати рахунки на оплату нового збору в 2013 році, після того, як буде проведена оцінка викидів вуглецю за попередній рік.



## КСВ ДОПОМОЖЕ ЗАЛУЧИТИ ІНВЕСТИЦІЇ

**Висновок 6**  
*Інвестори все більш схильні розглядати соціальну та екологічну оцінку компанії як спосіб зменшення інвестиційних ризиків.*

Покращення іміджу України через впровадження корпоративної соціальної відповідальності компаній сприятиме збільшенню обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки, оскільки сьогодні у світі набуває поширення тенденція, коли компанії принципово не виходять на нестабільні і ненадійні ринки, дотримуючись принципів чесного і етичного ведення бізнесу. У цьому аспекті можна навести приклад компанії ІКЕА, а також повідомлення комерційних відділів Посольств європейських країн (Данія, Швеція, Норвегія), компанії яких скаржаться на корупцію.

Останнім часом спостерігається швидке зростання інвестиційних фондів, що доповнюють фінансові цілі соціальними, екологічними та етичними факторами при виборі та реалізації стратегії інвестування. В Європі ця сума склала 2,71 млн євро в 2007 році. За деякими оцінками, це 15-20% коштів всіх європейських фондів. В Великобританії станом на 30 червня 2011 року близько 11,3 млрд фунтів було інвестовано в зелені та етичні роздрібні британські фонди (оцінка 83 фондів)

## НАСЛІДКИ ДЛЯ КОМПАНІЇ

### **Висновок 7.**

*Завдяки реалізації заходів КСВ українські компанії зможуть сприяти підвищенню рівня своєї конкурентоспроможності на глобальному, регіональному та внутрішньому ринках.*

*Світові дослідження доводять: в компаніях, що впроваджують КСВ, дохідність продажу зростає на 3%, активів – на 4%, а капіталу та акцій – більш ніж на 10%.*

За результатами дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи», з 2005 по 2010 рік інтенсивність впровадження соціальної відповідальності зросла з 31,3% компаній, які уклали це постійно в 2005 році, до 55% компаній

Один із висновків дослідження – КСВ ще не стала частиною стратегічного менеджменту компанії, існує серйозний розрив між практикою та результатами дослідження. Отже, запит від держави в форматі розробленої Національної політики достатньої суттєво вплине на розробку стратегії КСВ компаніями України. Для кожної четвертої компанії (25%) важлива позиція держави щодо питання, тому прийняття Національної політики з КСВ стане поштовхом для розвитку КСВ всередині організації<sup>1</sup>. На сьогодні в Україні зареєстровано - 1 млн 335 тис 834 підприємства, 25% від них складає 333958 компаній.

Більш того, підвищення лояльності споживачів - запорука успіху компанії. 30% компаній в Україні розпочали свою КСВ діяльність, тому що так роблять їх конкуренти, щоб мати таку ж пропозицію для клієнтів. При збільшенні кількості компаній, що впроваджують КСВ, автоматично зростає кількість й їх конкурентів, які через реалізацію КСВ будуть боротися за свого споживача.

### **Висновок 8. Отже, кількість компаній, що впроваджують КСВ, суттєво зростає після прийняття національної політики з КСВ.**

Свідченням цього твердження може стати кількість компаній ЄС, що приєдналися до Глобального Договору ООН, після прийняття Європейської стратегії з корпоративної соціальної відповідальності, яка зросла на 43%.

1. **Збільшенню рентабельності та прибутків, зокрема, через підвищення продуктивності, енергетичної та матеріальної ефективності, зниження витрат.** Приклад: Якщо взяти за приклад компанію із співробітниками в 4000 осіб, то економія паперу в рамках зеленого офісу складає 312 000 грн, або 78 грн на 1 співробітника. В той же час в масштабах країни, на 10 396 тис. штатних співробітників (дані Держстату, 01.01.2012), то економія могла би бути 810 888 000 грн. Окремо можна порахувати воду, електроенергію – ті ресурси, яких країні не вистачає, і які мають свою вартість для компаній.

2. **Отриманню нових знань та інноваційних рішень.** Значно підвищився би рівень залученості громадських організацій в планування спільних проектів з компаніями, та інвестування в громади (на сьогодні лише 0,5% компаній співпрацюють з громадськими організаціями під час реалізації соціальних проектів), що автоматично покращило би якість життя регіонів. Якщо брати мінімальну суму підтримки компаній проектів у розмірі 8000 грн, то сума, отримана на розвиток громади при мінімальній вартості, дорівнювала би (за умови залучення 25% компаній, для яких важлива позиція й рекомендації держави щодо КСВ) 2671664000 грн (приблизно 334 млн доларів). Таким чином, при нейприйнятті національної стратегії регіони й громадські організації втрачають додаткових 334 млн доларів на свій розвиток.

#### 4. Доступ до капіталу

Тільки в одній Америці загальна сума інвестицій, наданих соціально відповідальними інвестиційними фондами склала більш, ніж 2,71 трильйонів доларів США. В Європі ця сума склала 2,71 млн євро в 2007 році. За деякими оцінками, це 15-20% коштів всіх європейських фондів. В Великобританії станом на 30 червня 2011 року близько 11,3 млрд фунтів було інвестовано в зелені та етичні роздрібні британські фонди (оцінка 83 фондів). Більш того, провідні інвестиційні компанії, що працюють в Україні – Європейський банк реконструкції й розвитку, Міжнародна Фінансова Корпорація – також мають екологічні критерії щодо інвестицій. Загальна сума інвестиції лише у 2011 році ЄБРР в Україні в приватний сектор економіки склав 800 млн доларів. Для того, щоб їх отримати необхідні прописана екологічна політика (одна з умов отримання кредиту). Отже, КСВ - це доступ до немалих капіталів.

#### 3. Збільшенню мотивації працівників і задоволення від роботи;

За останніми дослідженнями<sup>1</sup>, кожному п'ятому співробітнику важливо працювати в соціально відповідальній компанії.

#### 5. Зменшенню ризиків і покращанню репутації компанії.

За результатами міжнародних досліджень, репутація компанії, що впроваджує КСВ, покращується в 2 рази, зокрема через підвищення якості продукції, зниження енерго- та матеріалоемності, покращення трудових відносин і соціального захисту. Отже, мінімальна кількість у 25% компаній мали б більш кращі відносини зі своїми стейкхолдерами, та поліпшену репутацію

**Отже, мінімум 25% компаній, у разі прийняття національної політики з КСВ, матимуть кращу репутацію, кращу економічну вартість і кращий прибуток – їх конкурентоспроможність значно виросте, а сума їх інвестицій в громаду становитиме 334 млн доларів.**

# НАСЛІДКИ ДЛЯ СУСПІЛЬСТВА

## Економічна сфера

1. Інвестиції в підвищення кваліфікації, безперервного навчання та працевлаштування, що необхідні для збереження конкурентоспроможності в глобальній економіці знань.
2. Підвищення рівня зайнятості
3. Покращення життя громад

## Екологічна сфера

Більш раціональне використання природних ресурсів та зниження рівня забруднень, шляхом інвестицій компаній в еко-інновації, а також створення системи екологічного менеджменту; що включає цілеспрямовані екологічні акції, закупівлю енергоефективного обладнання, перехід на альтернативні джерела енергії тощо.

*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. Завдяки своїм особливостям КСВ компаній здатна значною мірою сприяти покращенню якості життя українців.*

## Гуманітарна сфера

1. Повага до прав людини;
2. Співробітництво у сфері підтримки культурної політики в Україні та політики щодо збереження історичної спадщини;
3. Співпраця у сфері громадян України з процесом консолідації та діалогу між соціальними партнерами в ЄС з метою подальшої інтеграції громадянського суспільства у політичні процеси в Україні.

## Соціальна сфера

1. Більш високий рівень інтеграції до ринку праці та соціальної залученості, з огляду на прагнення підприємств залучати більше представників з вразливих груп населення;
2. Розвиток інновацій в соціальній сфері і створення умов праці, що сприятимуть інноваційній діяльності
3. Зменшення рівня бідності

## ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Стратегія ЄС з корпоративної соціальної відповідальності 2011 – 2014: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
2. Overview of the links between Corporate Social Responsibility and Competitiveness: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/csrreportv002\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/csrreportv002_en.pdf)
3. Annual Report Reveals the Strength Behind the Sales <http://www.fairtrade.net>
4. Boeing ad grounded over green claims: <http://www.guardian.co.uk/media/2007/nov/28/asa.advertising>
5. Elisa Minou Zarbafi «Responsible Investment and the Claim of Corporate Change: A Sensemaking Perspective on How Institutional Investors May Drive Corporate Social Responsibility», p.3
6. <http://www.eiris.org/news/statistics.html>
7. <http://www.unpri.org/signatories/>
8. Дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи», що проведене Центром «Розвиток КСВ» у партнерстві з Глобальним Договором ООН, в рамках Проекту UNITER, Раст за підтримки USAID, та компаній ДТЕК, Київстар та Майкрософт.
9. <http://korrespondent.net/business/economics/1385463-v-ukraine-rastet-kolichestvo-predpriyatij>
10. Дані вересня 2011 та лютого 2013, сайт <http://www.unglobalcompact.org>
11. [http://www.umg.ua/upload/pdf\\_file/UMG%20International\\_Socially%20responsibility\\_Presentation\\_2012.pdf](http://www.umg.ua/upload/pdf_file/UMG%20International_Socially%20responsibility_Presentation_2012.pdf)
12. <http://faculty.haas.berkeley.edu/rjmorgan/csr%20as%20reputation%20insurance.pdf>
13. <http://korrespondent.net/business/economics/1385463-v-ukraine-rastet-kolichestvo-predpriyatij>

©Центр «Розвиток КСВ»

