

УДК 005.35:339.9

Петрашко Л.П.

*доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародного менеджменту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

У статті представлено результати дослідження бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) європейських та вітчизняних компаній українського бізнес-середовища у 2015–2016 рр. Зроблено акценти на етичних практиках відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), етичні практики, українське бізнес-середовище.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЕВРОПЕЙСКИХ И УКРАИНСКИХ КОМПАНИЙ

Петрашко Л.П.

В статье представлены результаты исследования бизнес-практик корпоративной социальной ответственности (КСО) европейских и отечественных компаний украинской бизнес-среды в 2015–2016 гг. Сделаны акценты на этических практиках ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность (КСО), этические практики, украинская бизнес-среда.

THE RESEARCH OF ETHICAL ASPECTS OF LIABILITY EUROPEAN & UKRAINIAN COMPANIES

Petrashko L.

The article presents the results of a study of business practices of corporate social responsibility (CSR) European and domestic companies Ukrainian business environment in 2015–2016. To focus on the ethical practices of responsibility.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), ethical practice, Ukrainian business environment.

Постановка проблеми. Сучасне бізнес-середовище з його жорсткою конкуренцією актуалізує необхідність об'єднання зусиль усіх його учасників не тільки та не стільки в підвищенні ефективності бізнесу, але й у боротьбі за виживання та сталий розвиток. Європейські компанії демонструють позитивний ріст практик корпоративного лідерства в сталому розвитку. Лідерами застосування практик корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на глобальному рівні є компанії континентальної Європи та Великої Британії.

Генерація практик КСВ досліджуваних європейських та національних компаній українського бізнес-середовища характеризується різноманітністю форм та стабільною тенденцією до розширення. Постійно збільшуються кількість соціально-відповідальних інвестиційних фондів, кількість компа-

ній, які публікують соціальні звіти, кількість учбових програм та курсів, спрямованих на вивчення КСВ та її практик, кількість компаній, які мають у своїй організаційній структурі спеціальні підрозділи, що несуть відповідальність за розроблення та реалізацію стратегії сталого розвитку компанії.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є вивчення сучасних етичних практик КСВ і порівняння розуміння та реалізації цих практик європейськими та українськими компаніями, що функціонують в українському бізнес-середовищі.

Ключовими завданнями дослідження є ідентифікація практичних підходів до інтегрування етичних практик КСВ в стратегічні орієнтири компаній українського бізнес-середовища, а також активне залучення до участі в дослідженні студентів з метою поширення європейських цінностей та популяризації таких практик в Україні.

Методологія дослідження. Дослідження «Компаративна оцінка бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності: ЄС і Україна» (2015–2016 рр.) є результатом виконання спільного проекту фонду МОНЕ та ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (№ 553110-EPP-1-2014-1-UA-EPPJMO-MODULE) за програмою «Lifelong Learning» [1] за участю команди експертів проекту (викладачів кафедри міжнародного менеджменту) та студентів магістерських програм «Управління міжнародним бізнесом», «Європейська інтеграція», «Міжнародний облік», «Міжнародний фінансовий менеджмент» ДВНЗ «Київського національного економічного університету імені Вадим Гетьмана та Інституту бізнес-освіти.

Опитування проводилось методом особистого інтерв'ю. З метою визначення найкомпетентніших оцінок опитування проводилось на рівні топ-менеджменту компаній українського бізнес-середовища (керівники компаній та їх заступники, керівники спеціалізованих підрозділів сфери управління КСВ та їх заступники). Респонденти володіли інформацією мінімум на 90–100% щодо діяльності компанії у сфері КСВ: стосунки компанії з громадськістю, екологічні аспекти діяльності, внутрішня політика та відносини з співробітниками, її політика та партнерські взаємовідносини з різними групами стейкхолдерів, етичні аспекти таких відносин. Це дало змогу отримати об'єктивні відповіді по кожному з питань анкети дослідження.

Генеральну сукупність дослідження склали 214 європейських та українських компаній українського бізнес-середовища, діяльність яких поширюється на 22 області України. Формування генеральної сукупності обраних для дослідження компаній здійснено за критерієм відповідності плану проходження виробничої практики студентами магістерських програм «Управління міжнародним бізнесом», «Європейська інтеграція», «Міжнародний облік», «Міжнародний фінансовий менеджмент» ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» та Інституту бізнес-освіти 2015–2016 рр. навчання. Такий підхід до відбору компаній визначив основні обмеження цього дослідження: дизайн вибірки респондентів – 214 компаній, відсутність 100% регіональної (табл. 1), та галузевої представленості (рис. 1, 2), що пояснюється виключенням Криму та окупованого регіону Донбасу з охопленої вибірки дослідження.

Розподіл компаній-респондентів дослідження за сферою діяльності представлений на рис. 3.

Досліджувані компанії були розділені на європейські (25% компаній-респондентів) та національні (75% компаній-респондентів). В групу європейських компаній-респондентів опитування віднесені філіали європейських компаній; компанії з європейським іноземним капіталом та менеджментом; компанії, що ведуть свою діяльність на європейських ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наявність у компанії формалізованої політики в сфері КСВ (стратегії КСВ), яка поширюється на діяльність компанії в країні походження та за її межами (зокрема, на постачальників) відзначили 56% європейських респондентів опитування та лише 14% національних. Тобто більшість національних респондентів, на відміну від європейських, веде КСВ несистемно та не в рамках спланованої стратегії. Це означає, що КСВ не сприймається українськими бізнес-структурами як частина стратегічного менеджменту, хоча

Таблиця 1. Регіональна структура дослідження «Компаративна оцінка бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності: ЄС і Україна», 2015–2016 рр.

Регіони	Відсоток компаній-респондентів
Вінницька область	6
Волинська область	4
Дніпропетровська область	4
Донецька область (неокупований регіон)	4
Житомирська область	4
Закарпатська область	4
Запорізька область	4
Івано-Франківська область	4
Кіровоградська область	4
Київська область	10
Луганська область (неокупований регіон)	4
Львівська область	4
Миколаївська область	4
Одеська область	4
Полтавська область	6
Рівненська область	4
Сумська область	4
Тернопільська область	4
Харківська область	4
Херсонська область	4
Хмельницька область	6
Чернігівська область	4
Всього	100

Джерело: авторське дослідження



Рис. 1. Розподіл компаній-респондентів дослідження за сферами послуг, %

Джерело: авторське дослідження



Рис. 2. Розподіл компаній-респондентів дослідження за сферами послуг, %

Джерело: авторське дослідження



Рис. 3. Розподіл компаній-респондентів дослідження за сферами діяльності, %

Джерело: авторське дослідження

більшість опитаних національних респондентів практикує певні заходи КСВ. Перетворення КСВ на обов'язковий елемент стратегії розвитку компанії залишається для національних респондентів справою майбутнього (рис. 4).

Найбільш популярною сферою відповідальних практик і для європейських, і для національних компаній є соціальні практики (відповідно 71% та 54% опитаних респондентів). На другому місці для європейських компаній знаходяться благодійні практики (67%), а для національних – економічні практики (48% опитаних респондентів), на третьому для європейських респондентів – практики відповідальності за продукцію (62%), а для національних – благодійні практики (47%). Етичні практики визначаються сферою відповідальності у 44% європейських компаній та лише у 19% українських компаній (рис. 5).

За результатами дослідження лише 46% опитаних європейських респондентів та 33% національних складають несоціальну звітність (рис. 6). З огляду на те, що прозорість та підзвітність є



Рис. 4. Наявність у компанії формалізованої політики КСВ (відсоток позитивних відповідей опитаних респондентів)

Джерело: авторське дослідження



Рис. 5. Сфери відповідальних практик компаній (відсоток позитивних відповідей опитаних респондентів)

Джерело: авторське дослідження

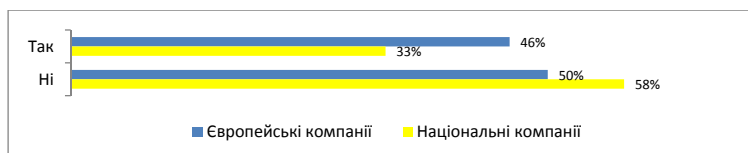


Рис. 6. Чи надає компанія несоціальну звітність? (відсоток позитивних відповідей опитаних респондентів)

Джерело: авторське дослідження

основоположними принципами КСВ компаній, у середовищі, де компанії приховують кількість свого персоналу, рівень доходів, не сплачують податки, немає підстав розраховувати на їх соціальну відповідальність. Потрібні значні зусилля держави та суспільства для зміни цієї ситуації.

Важливою характеристикою опитаних компаній українського бізнес-середовища є їх закритість для широкої громадськості. Так, лише 42% опитаних європейських респондентів та 37% національних надають доступ до своєї звітності. А практики інформаційного обміну демонструють відповідно 29% та 47% респондентів дослідження (рис. 7). Звітність та детальна інформація про діяльність більшої половини респондентів опитування – це інформація винятково для внутрішнього використання.

Оцінки експертів свідчать про те, що лише 21% європейських респондентів дослідження та 16% національних проводять екологічний аудит нових проектів (рис. 8). На думку автора дослідження, це пояснюється недосконалістю екологічного законодавства та його застосування в корпоративному секторі економіки України.

Спроба визначити перелік випадків неетичної поведінки в компаніях, на думку експертів, була невдалою. Приблизно тільки 2 до 15% опитаних і європейських, і національних респондентів вказали на наявність таких випадків в компаніях (рис. 9).

Найбільша їх кількість визначається у сферах правових проблем (15% опитаних європейських та 12% національних респондентів), несправедливого ставлення до працівників (відповідно 8% та 14%), нечесної конкурентної боротьби (відповідно 8% та 13%). Вирішення означених проблем можливе за рахунок використання етичних стандартів (кодексів), що описують загальну систему цінностей і етичні правила, формування комітетів з етики для повсякденної оцінки практик, запровадження посад адвокатів з етики, навчання етичної поведінки.

Висновки з проведеного дослідження. Для компаній-респондентів дослідження загалом характерні низький рівень розуміння КСВ, невизначеність системи її мотивації, неохопленість

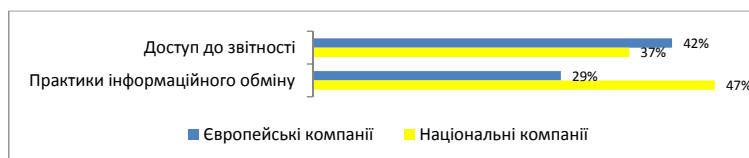


Рис. 7. Інформаційна відкритість компанії
(відсоток позитивних відповідей опитаних респондентів)

Джерело: авторське дослідження

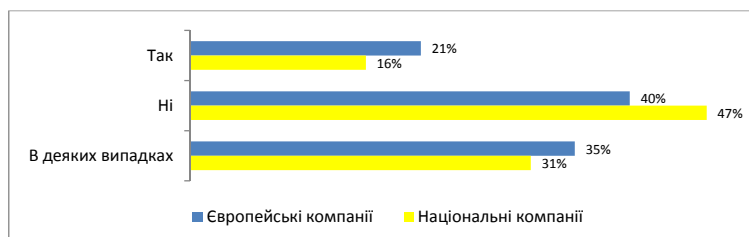


Рис. 8. Чи проводить компанія екологічний аудит нових проектів?
(відсоток позитивних відповідей опитаних респондентів)

Джерело: авторське дослідження

ключових сфер реалізації, відсутність формалізованої політики, недосконалість вибору форм, інструментів та визначення її функціонального забезпечення, відсутність або низька якість моніторингу, наявність законодавчих, економічних, психологічних та інших бар'єрів.

Всі компанії-респонденти практикують певні соціально відповідальні практики. В досліджуваний період (2015–2016 рр.) більшість європейських і національних респондентів корпоративного сектору економіки України здійснює практики КСВ несистемно та не в рамках спланованої стратегії. Це означає, що практики КСВ не сприймаються названими бізнес-структурами як частина стратегічного менеджменту. Інструментами запровадження практик КСВ для багатьох з них є PR-заходи, Кодекси етичного ведення бізнесу або корпоративної поведінки та стандарти звітності.

На першому місці за популярністю сфер застосування практик КСВ опитані європейські та вітчизняні респонденти ставлять соціальний захист співробітників компанії. На другому місці знаходиться екологія та довкілля, на третьому – охорона здоров'я. Етичні практики відповідальності розглядаються лише в менше ніж в половині досліджуваних європейських компаній та менш ніж в п'ятій частині українських компаній.

Регіональні та галузеві відмінності оцінок практик КСВ європейських та національних компаній українського бізнес-середовища не виявили себе значимими. Експертами дослідження чітко окреслена тенденція залежності рівня поінформованості компанії від розміру компанії: чим більша компанія, тим вищий рівень поінформованості її про КСВ.

В Україні протягом останніх десятиліть спостерігається стала тенденція до усвідомлення потреби у соціально відповідальній поведінці бізнесу. Дослідження практик КСВ компаній українського бізнес-середовища 2015–2016 рр., на відміну від сприятливих умов ідентичного дослідження 2010–2011 рр. (науково-дослідний проект в рамках міжкафедральної дослідницької теми «Ресурси і моделі глобального економічного розвитку», номер державної реєстрації 0106004357), проводилось в період глобальної фінансової кризи, яка суттєво вплинула на політику та практики впровадження етичних принципів відповідальної поведінки в бізнес-діяльність. Особливо це позначилось на діяльності компаній малого та середнього бізнесу. Експерти



Рис. 9. Які випадки неетичної поведінки були наявні в компанії? (відсоток позитивних відповідей опитаних респондентів)

Джерело: авторське дослідження

дослідження також зауважують, що його результати слід розглядати перш за все як зріз змін, які сталися в ключових тенденціях розвитку етичних практик відповідальності в Україні за період з 2004 р. до 2016 р., а не як кількісну характеристику розвитку соціальної відповідальності в країні.

За результатами дослідження сформульовані пріоритетні завдання, реалізація яких сприятиме подальшій активізації етичних практик КСВ в українському бізнес-середовищі:

- зміцнення інформаційної та методичної бази інструментарію реалізації етичних практик;
- активізація просвітницької діяльності сфери відповідальності та перефокусування бізнес-інтересів компаній;
- презентація сучасних інструментів стратегічного планування, моніторингу та оцінки практик КСВ;
- вдосконалення законодавчої бази у сфері КСВ.

Результати дослідження можуть бути використані для еволюційних оцінок практик КСВ та їх етичних аспектів, для порівняльних оцінок практики КСВ європейських та національних компаній українського бізнес-середовища, окреслення основних тенденцій розвитку КСВ та застосування бізнес практик КСВ з метою її популяризації під час формування рамкової структури складових елементів національної моделі КСВ.

Усвідомлення професійних інтересів усіх учасників бізнес-середовища, реалізація механізмів «дифузії» власності (розширення участі співробітників у власності та управлінні), дотримання етичних принципів по відношенню до суспільства, держави, бізнес-структури, особистості дасть змогу етичним діловим практикам перетворитися на рушійну силу подолання більшості моральних проблем глобального бізнес-середовища.

1. Компаративна оцінка бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності: ЄС і Україна (2015–2016 рр.): дослідження / [Л.П. Петрашко, П.Г. Петрашко, О.В. Мартинюк, Є.М. Киян] ; за ред. Л.П. Петрашко. – К. : КНЕУ, 2016. – 55 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-eu-jm.com.ua/files/CSR-research.pdf>.

E-mail: ludmila.petrashko@gmail.com