

Poplavska O.V.

aspirant

Khmelnytskyi National University, Khmelnytskyi, Ukraine

**RESEARCH OF CSR RATINGS AND PLACE OF UKRAINIAN
COMPANIES THERE**

Поплавська О.В.

аспірант

Хмельницький національний університет, г. Хмельницький, Україна

**ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЙТИНГІВ КСВ ТА МІСЦЕ В НИХ
УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В статті проаналізовано місце України в рейтингу World Giving Index, розглянуто українські рейтинги та розвиток корпоративної соціальної відповідальності в країні

***Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, не фінансова звітність, Індекс прозорості та підзвітності*

In the article the place of Ukraine in the ranking World Giving Index analyzed, Ukrainian ratings and development of corporate social responsibility in the country considered

***Key words:** corporate social responsibility, not financial reporting, Transparency and Accountability Index, World Giving Index ranking*

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні в основному зосереджувався лише навколо міжнародних організацій та проектів. В 2006 році представництво ООН в Україні розпочало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює більш ніж 140 організацій світу. Незважаючи на це, в країні все ще відсутні бізнес-об'єднання, які б займалися питаннями корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та були б створені та керовані виключно бізнесом на прозорих умовах. Сьогодні спостерігаємо перехід від декларування принципів ведення соціально відповідального бізнесу до практики системного та стратегічного планування й втілення стратегії КСВ шляхом реалізації різних соціальних програм та проектів. За результатами

дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6 %), або як частину свого загального звіту (11,8 %) [1, С. 388].

Незважаючи на розвиток соціальної відповідальності, ми також можемо спостерігати і стримуючі чинники впровадження підходів ведення соціально відповідального бізнесу. До них в першу чергу відноситься брак вільних коштів у бізнесі, особливо після фінансової кризи 2008-2009 років. Так, 61% українських компаній та підприємств не вважають КСВ актуальним. Лише 17% (в основному великий бізнес) мають спеціальні статті в бюджетах (відповідно до проекту UNITER). При цьому більше половини (57%) українських підприємств найчастіше під КСВ розуміють благодійність, тоді як у світовій практиці благодійні акції до соціального ведення бізнесу вже давно не відноситься. Дана ситуація ще більше загострилася після російської анексії Криму та неоголошеної війни з боку Російської Федерації.

Небажання підприємств та окремих людей витратити кошти на КСВ–проекти було викликано відсутністю схильності підтримки матеріально нужденних. Це припущення підтверджується результатами британської благодійної організації Charity Aid Foundation (CAF), яка починаючи з 2010 року щорічно публікує рейтинг благодійності World Giving Index.

У 2012 році рейтинг World Giving Index складався згідно з опитуванням більш ніж 150 тис. респондентів у 146 країнах світу. Так, за рівнем допомоги українське суспільство посіло в рейтингу 111 місце. Лише за показником витраченого часу на волонтерство, Україна зайняла 56 місце, що підтверджує твердження про те, що більше половини українських підприємців під КСВ вбачають саме такі благодійні акції. В 2013 році в Україні значно більше часу почало витрачатися на здійснення волонтерських проектів (рис. 1). За цим показником держава покращила порівнюючи з попереднім роком свій результат, піднявшись по рейтингу на 30 позицій. Це дало змогу з загальному результаті піднятися на 9 пунктів та посісти 102 місце з 135 країн світу, що стало найвищим показником нашої країни за всю історію рейтингу.

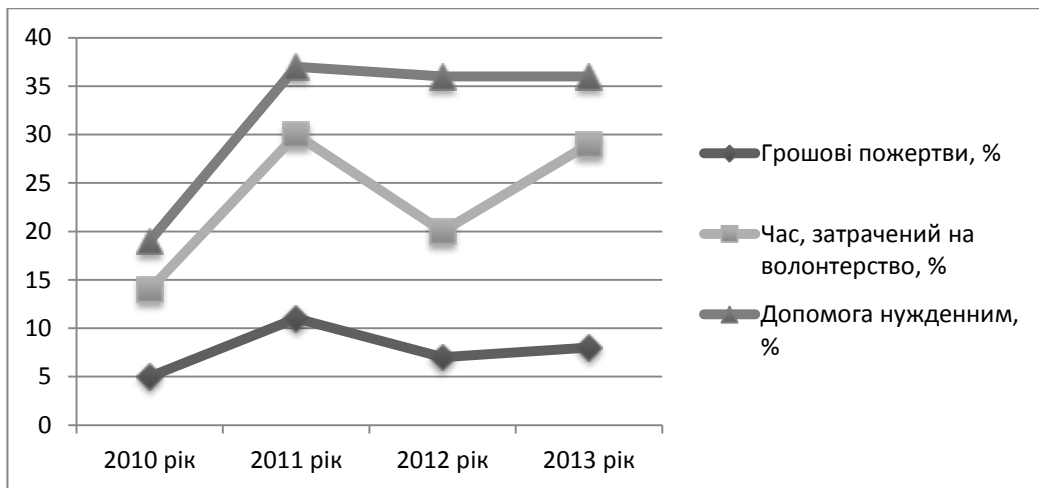


Рисунок 1. Рівень благодійності України відповідно критеріям рейтингу World Giving Index за 2010-2013 роки (складено автором)

Те, що Україна поступово піднімається в рейтингу World Giving Index організації CAF, є наочною демонстрацією того, що збільшується обсяг, рівень, якість нашої благодійності, що вона стає все більш системною, ефективною та дієвою.

За допомогою індексів створюються рейтинги підприємств за рівнем впровадження практики та принципів КСВ. Одним із таких індексів є Індекс прозорості та підзвітності, після визначення якого складається національний рейтинг найпрозоріших компаній та підприємств України з різних галузей економіки. Підприємства обираються за списком Топ 100 («Інвестгазета») в цілому та рейтинги найбільш прозорих компаній в окремих секторах економіки. За результатами першого в Україні Індексу прозорості та підзвітності компаній та підприємств 2011 року першу трійку найбільш прозорих та відповідальних підприємств України очолили «ДТЕК» – 80% прозорості, «Метінвест» – 73%, «Оболонь» – 70%, а середній показник прозорості десятки лідерів українського бізнесу склав 65,5% [2]. До списку прозорих компаній ввійшли також і машинобудівні підприємства: «Мотор Січ» – 31 місце (з показником прозорості 19,5%), Корпорація «Богдан» посіла 53 місце (15,5%), «Запоріжтрансформатор» – 59 місце (15%), «Новокраматорський машинобудівний завод» – 77 (11% прозорості),

«АвтоКраз» – 82 (10%), «Крюківський вагонобудівний завод» – 101 (5,5%), «Стаханівський вагонобудівний завод» – 106 місце (4,5% прозорості). Загалом по всіх досліджуваних компаніях та підприємствах, середній рівень розкриття інформації складав лише 20,5%. Такий результат був досить невтішним та свідчив про небажання підприємств надавати інформацію для широкого кола осіб. Середній показник прозорості всіх оцінених підприємств та компаній становить 20%.

За результатами оцінки КСВ в рамках Індексу прозорості в 2012 році в Україні [3, С. 9] найбільш інформативними і прозорими визнані сайти підприємства «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ) - 73% розкриття інформації, «ДТЕК» - 66%, «Метінвест» - 63%. Що стосується машинобудівних підприємств, то до рейтингу потрапили підприємство «Азовмаш», що зайняло 16 місце з 20% прозорості, «Мотор Січ» – 25 місце (підвищивши свої показники порівняно з 2011 роком) з 16% прозорості, «Крюківський вагонобудівний завод» – 37 місце (в 2011 році – 101 місце) з показником прозорості 13%.

Середній показник відкритості підприємств України у 2012 році склав 14%, що є критично низьким і свідчить про те, що найбільші українські компанії та підприємства не є активними у сфері КСВ, а їх сайти не надають достатньої інформації щодо соціальної відповідальності для зацікавлених сторін. Всього лише 34 підприємства рейтингу мають на сайтах сторінки, присвячені соціально відповідальному веденню справ, та й це не гарантує повноту розкриття інформації.

У 2012 році лише 9 українських підприємств та компаній зі 100 (у 2011 році їх було 16) звітували про діяльність в сфері КСВ перед стейкхолдерами. Переважали Звіти з виконання принципів Глобального Договору ООН і не фінансові звіти у довільній формі. Лише дві компанії – «СКМ» та «Метінвест» підготували звіти за стандартом GRI (Глобальна ініціатива зі звітності). У 2013 році їх кількість зросла до 13 компаній.

Що стосується секторального аналізу, то ми можемо спостерігати, що найпрозорішим сектором щодо висвітлення інформації про КСВ є сектор комунікацій (рис. 2). Далі іде енергетичний сектор, на третьому місті – підприємства важкої промисловості, які мають найбільше представництво серед Топ-100 українських компаній.

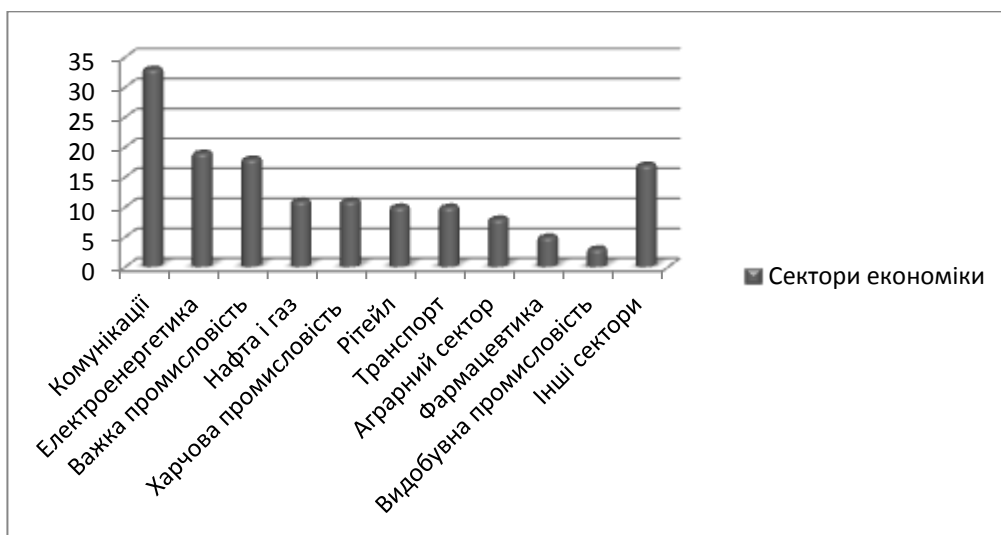


Рисунок 2. Рівень прозорості українських компаній за секторами відповідно до середнього значення за 2012 рік (складено на основі Індексу прозорості компаній в Україні -2012)

Компанії та підприємства найбільше працюють над питаннями роботи з персоналом (в 2013 році 58% підприємств висвітлили свою політику в сфері трудових відносин), охороною навколишнього середовища (44% у 2013 році), розвитку громад (в 2012 році 21% розкриття інформації, в 2013 році даний показник збільшився до 37%) та інформацією для споживачів. Найменше висвітлюють питання етики та корупції, діалогу зі стейкхолдерами. Можна зробити висновок, що компанії поступово починають переходити від реалізації внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності до проектів, спрямованих на зовнішню цільову аудиторію. Але все ж більшість підприємств не висвітлюють результати КСВ стратегії, лише їх п'ята частина надає інформацію згідно з показниками діяльності щодо корпоративної соціальної відповідальності.

В 2013 році в трійці лідер знову компанія «ДТЕК» – 81% розкриття інформації, друге місце посіло підприємство «АрселорМіттал Кривий Ріг» - 78% прозорості та третє місце у «СКМ» - 73%. Сайти зазначених підприємств містять найбільше інформації з питань впровадження соціально відповідального ведення бізнесу. До лідерів індексу прозорості у машинобудівній промисловості потрапили підприємства: «Запоріжтрансформатор», яке посіло 28 місце з рівнем прозорості 18% (у 2011 році 59 місце); «Мотор Січ» - значно погіршивши свій результат порівняно з попередніми роками зайняло 35 місце (у 2011 році – 31, у 2012 році – 25 місце) з показником відкритості інформації 16%; на 46 місці опинився «Крюківський вагонобудівний завод» (13% прозорості); підприємства «Дніпровагонмаш» та «Азовзагальмаш» вперше потрапили до рейтингу та зайняли відповідно 73 та 81 місце (7% та 5% відкритості інформації).

Середній рівень прозорості інформації першої десятки рейтингу 2013 року – 60,7% та всіх оцінених компаній – 16,9%, що на 2,9% вищий порівняно з 2012 роком. Порівнювати з 2011 роком даний показник не доцільно так, як було змінено методологію проведення оцінки.

Однією з головних причин низького рівня відкритості українських підприємств є відсутність практики підготовки нефінансових звітів. Хоча, в 2013 році частка підприємств, які готують звіти, зросла на третину, але їхня чисельність залишається не достатньою, щоб свідчити про високий рівень КСВ. В 2013 році лише 13 підприємств підготували нефінансові звіти, серед них підприємств машинобудівної промисловості немає. Тільки 5 компаній підготували звіти за стандартом GRI (Глобальна ініціатива зі звітності) (тоді як у 2012 році їх було лише 2) та 5 компаній склали звіти про прогрес для Глобального договору ООН, всі інші підприємства та компанії в тому числі і машинобудівні готували звіти у довільній формі.

Як висновок можна впевнено сказати, що загальний рівень відкритості інформації в українських компаніях все ще залишається досить низьким –

лише 5 підприємств у 2012 році та 7 у 2013 році досягли результату в 50% прозорості, та трохи більше третини підприємств та компаній мають рівень розкриття інформації вищий ніж середній.

Відповідно до методики рейтингу «ГВардії», яка заснована на інтегральній оцінці підприємств за чотирма основними показниками у 2011 році більше 41% підприємств, представлених у рейтингу, використовують всі шість основних напрямів КСВ, які враховані в методиці рейтингу: розвиток персоналу, охорона праці та здоров'я, охорона навколишнього середовища та ресурсозбереження, підтримка добросовісної ділової практики та етичної поведінки, програми розвитку суспільства, благодійність, меценатство та волонтерство. П'ять напрямків практикують близько 18% підприємств, чотири – 20,5%, від одного до трьох напрямків – понад 20% [4].

У 2012 році до участі в рейтингу «ГВардії» на запрошення компаній, що увійшли в лист «ГВардия 500» надіслали анкети 41 компанія та підприємство, що на 8% більше, ніж у 2011 році. Більше половини компаній надали інформацію про розміри соціальних інвестицій (59%) – це свідчить про зростання відкритості бізнесу в сфері КСВ. Значно зросла і кількість компаній та підприємств, що публікують соціальну звітність: в 2012 році їх частка склала 68%, з них 8,5% мають звіт, підготовлений на базі GRI 3 (рівень B) і 4,9% - на базі GRI 3 (рівень C) [5]. Майже третина учасників рейтингу готують звіт про прогрес за стандартами Глобального Договору ООН або звіт, складений в довільній формі відповідно внутрішніх вимог підприємств.

В 2013 році в проекті прийняли участь 41 компанія та підприємство, як і в 2012 році. Негативним результатом дослідження рейтингу є те, що в переліку учасників не було жодного підприємства машинобудування.

Недоліком рейтингу є той факт, що оцінюються лише ті підприємства, які подали анкети з даними для розгляду. Це не дає можливість більш повно оцінити стан КСВ в Україні загалом. Відсутність анкет машинобудівних

підприємств викривляють реальність і дискредитують цілу галузь, що не дає можливості говорити про стан соціальної відповідальності в машинобудуванні.

Можна зробити висновок, що дослідження рейтингів продемонструвало явні позитивні зрушення у сфері української корпоративної соціальної відповідальності - це все частіше використання міжнародних стандартів, системний підхід до соціальних інвестицій та їх обсяги, зростаючі сукупні зусилля бізнесу у розвитку людського капіталу, збереженні екології та інші. Але все ж є ряд причин, які гальмують розвиток соціальної відповідальності. На нашу думку, серед причини неефективності та непопулярності ведення практики КСВ на більшості українських підприємствах загалом та безпосередньо машинобудівних є моральні, духовні, економічні, ментальні, інституціональні, соціокультурні та ряд інших чинників.

Література

1. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М.А., Ляшенко О., Саєнсує М.А., Місько Г.А., Зінченко А.Г. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
2. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/>
3. Индекс прозрачности компаний. - К.: Seven Color, 2012 – 28 с.
4. Гвардия социально ответственных компаний – 2011 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://kontrakty.com.ua>
5. Гвардия социально ответственных компаний – 2012 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://kontrakty.com.ua>