

Н. В. Ковальчук, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Університету митної справи та фінансів

РЕЙТИНГИ З КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто рейтинги та критерії оцінювання з корпоративної соціальної відповідальності у розвинених країнах і в Україні. Обґрунтовано доцільність і необхідність вдосконалення проведення українських рейтингів з корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; рейтинг; індекс прозорості; екологічна відповідальність бізнесу; конкурентоспроможність.

The goal of this article is to provide rationale for conducting corporate social responsibility ratings in Ukraine as a tool to improve the competitiveness of enterprises.

The higher the public awareness about ratings and its results, the higher is the enterprise is motivated to systematically approach its social responsibility. Ratings are necessary in Ukraine, there has to be more of them in order to more objectively assess the performance of companies; the ranking gives rise to the study of international experience.

Attention should be brought to imperfections in the ways ukrainian ratings are conducted:

– results of small companies are not taken into account, while they can actually carry out extensive work on social responsibility and show it in their reports;

– information sources should include not only web-sites of the enterprises, but also survey results;

– it is important to assess the impact of companies on the positive changes in the country, and to assess the dynamics in achieving the stated objectives.

Addressing the identified deficiencies will help attract more companies to corporate responsibility ratings, promoting their image and competitiveness in the long term.

Key words: corporate social responsibility; rating; transparency index; environmental business responsibility; competitiveness.

Постановка проблеми. Останніми роками як у США, так і в Європі набуває поширення практика корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) бізнес-структур. Метою діяльності багатьох компаній стає досягнення комерційного успіху з урахуванням сприяння розв'язаний соціальних проблем суспільства. Як правило, стратегію соціальної відповідальності зосереджують у трьох напрямках:

© Н. В. Ковальчук, 2017

економічному, соціальному та екологічному. На початку XXI ст. спостерігається суттєве збільшення уваги до КСВ з боку як бізнесу, так і суспільства та в цілому держави. З'являється запит на порівняння діяльності підприємств щодо задоволення потреб суспільства. “Хто кращий?” – бажають знати як споживачі, так і компанії. Подальший розвиток КСВ в Україні потребує проведення більшої кількості рейтингів, підвищення їх об'єктивності, дослідження нових напрямів зростання конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукова думка другої половини XX ст. була зосереджена на дослідженні теоретичних засад корпоративної соціальної відповідальності, формуванні концепцій, принципів, напрямів. Великий внесок зробили такі вчені, як Г. Боуен (висвітлено засади, рамки соціальної активності та визначено вектори розвитку феномена соціальної відповідальності, К. Девіс (формульовано так званий “залізничний закон відповідальності”; визначено основні аргументи “за” і “проти” корпоративної соціальної відповідальності), А. Керролл (досліджено управлінський аспект і типи КСВ, розроблено відому “Модель А. Керролла”). Дослідженню КСВ в українському бізнес-середовищі значно сприяли праці таких авторів, як А. М. Колот, А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. Серед вітчизняних науковців, які вивчають питання якісних та кількісних показників оцінки КСВ, – О. Ю. Березіна, В. А. Євтушенко, Н. А. Товма, але водночас слід вказати на недостатню повноту та систематизацію підходу до висвітлення сутності рейтингів як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Мета статті – обґрунтування доцільності проведення рейтингів з корпоративної соціальної відповідальності в Україні як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Підвищенню впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах сприяють різні рейтинги. Оцінка соціально відповідальної діяльності компаній лежить в основі міжнародних рейтингів сталих компаній. Найпоширеніші серед них – Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4Good Index, MSCI Index, Corporate Knights Global 100 Most Sustainable Corporations in the World [1]. Участь, отримання лідируючих позицій у тому чи іншому рейтингу підвищує конкурентоспроможність та імідж компанії, лояльність і прихильність споживачів. Купуючи товари або послуги таких компаній, споживачі відчувають і свою причетність до благодійних справ.

У США протягом останніх 16 років рейтинг із соціальної відповідальності на достатньо високому рівні проводиться журналом Корпоративна відповідальність (Corporate Responsibility Magazine). Команда зі 150 співробітників щорічно визначає 100 найвідповідальніших компаній. Оцінювання відбувається у кожній із семи категорій (загалом 303 показники): навколишнє середовище, зміна клімату, трудові відносини, права людини, корпоративне управління, фінанси, благодійництво та підтримка громад. У табл. 1 наведено перші 10 зі 100 компаній рейтингу. Повний перелік компаній рейтингу та детальну інформацію про методологію підрахунку можна отримати на сайті журналу CR (www.thecro.com).

Перші 10 зі 100 американських компаній з найкращою КСВ за 2016 р. *

Рейтинг	Компанія	Середньо-зважений показник	Категорії						
			Навколишнє середовище	Зміна клімату	Трудові відносини	Права людини	Корпоративне управління	Філантропія	Фінансові показники
Питома вага категорії, %			19,5	16,5	16,0	19,5	7,0	12,5	9,0
1	Microsoft Corporation	17,81	1	8	1	14	101	1	69
2	Intel Corp.	30,32	14	55	9	1	65	18	112
3	Hasbro	39,36	9	4	2	6	366	11	94
4	Jonson&Jonson	43,05	28	3	9	4	129	39	233
5	Ecolab. Inc.	43,34	15	9	57	25	111	7	181
6	Bristol-Myers Squibb Co.	49,38	29	59	38	57	36	66	67
7	Xerox Corp.	51,92	3	45	19	63	116	19	201
8	Lockheed Martin Corp.	54,45	6	34	19	87	191	87	38
9	Lexmark International Inc.	58,23	2	17	2	26	395	6	236
10	Campbell Soup Co.	56,47	39	36	57	10	107	23	261

* За даними журналу Corporate Responsibility Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.thecro.com/100-best/the-100-best-corporate-citizens-2/#sthash.UMqyl9mj.dpuf>

Microsoft посіла I місце за прозору і підвітну корпоративну політику. Найбільші успіхи компанія має у сфері трудових відносин. Microsoft вважають найкращим роботодавцем. Компанія була однією з перших, хто запропонував гнучкий графік, job-sharing (розподілення одного робочого місця на двох як варіант неповної зайнятості), допомогу сім'ям працівників тощо.

Крім публікації рейтингів, журнал Corporate Responsibility Magazine проводить аналіз статистичних даних: порівняно з 2015 р. у 2016 р. 36 компаній підви-

щили свій рейтинг у середньому на 15 пунктів, водночас як 43 компанії понизили свої показники на 14 пунктів.

Аналогічно до правил у футболі журнал використовує жовті (для попередження) та червоні картки (для виключення зі списку рейтингу). Жовтий значок поряд з назвою компанії у списку означає, що компанія залишається у списку без змін доти, доки не буде завершено розслідування ситуації. Зокрема, отримали жовті картки-повідомлення такі відомі компанії, як *Intel Corp.* (за порушення “джентельментської угоди” чотирьох компаній *Apple, Google, Intel* і *Adobe* не переманювати персонал один в одного); *Johnson & Johnson* (за випуск неякісного інструменту для хірургії); *AT & T, Inc.* (за введення в оману своїх клієнтів щодо “необмежених можливостей” використання мобільного зв’язку у своїй мережі) тощо. Судові справи цих компаній на момент складання рейтингу ще не були завершені.

Червоні картки отримали, тобто вибули з рейтингу мінімум на один рік, чотири компанії: *DuPont* (за порушення техніки безпеки на підприємствах, які стали причиною загибелі чотирьох робітників); *ConocoPhillips* (за порушення безпеки зберігання пального у підземних сховищах); *Offshore Oil Corp* (за розлив нафти у водах океану). *Citigroup* (за введення в оману інвесторів маніпулюванням валютного курсу). Суди за переліченими справами завершено, розміри штрафів визначено [2].

Таким чином, співробітники журналу не тільки заохочують кращі компанії включенням у рейтинг, але й привертають увагу суспільства до неприпустимих справ деяких компаній щодо їх соціальної відповідальності.

Провідна компанія з вивчення громадської думки *GlobeScan Radar* у 2015 р. опублікувала дослідження рівня КСВ на підставі опитування 1000 громадян із 24 країн. Компанія має унікальну накопичену базу даних за 20 років. Питання ставились про справедливість сплати податків компаніями, виявлення найвідповідальніших галузей. Результати досліджень показали, що вищий рівень КСВ мають підприємства ІТ-технологій (1-ше місце), харчової промисловості (2-ге місце) й телекомунікацій (3-тє місце). Найгірший стан справ у виробників сигарет, алкоголю та в хімічній промисловості. Найкращими у соціальній відповідальності в США були визнані *Walmart, Apple, Costco, Ford, Microsoft*, у Німеччині – *HiPP, Bioland, DM-Markt, Google, Mercedes*. Експерти компанії *GlobeScan* вважають, що основною рушійною силою сталого розвитку в найближчому майбутньому будуть технології та приватні корпорації [3].

Консалтингова компанія *Reputation Institute* також складає рейтинги компаній з найкращою репутацією. На підставі опитувань широких верств населення про відомі світові компанії, що були засновані за сімома критеріями, а саме: продукти та послуги, інновації, робочі місця, управління, громадянська відповідальність, лідерство і результативність. Компанія *Reputation Institute* проаналізувала понад 240 000 тис. рейтингів у першому кварталі 2016 р. від споживачів 15 країн, а саме: Австралії, Бразилії, Канади, Китаю, Франції, Німеччини, Індії, Італії, Японії, Мексики, Росії, Південної Кореї, Іспанії, Сполученого Королівства і Сполучених Штатів Америки.

Споживачі Великої Британії визначили *Rolex* як глобального лідера у сфері продуктів і послуг, в той час як *Apple* залишається світовим лідером у сфері інновацій і лідерства. *Google* набрав кращі оцінки стосовно продуктивності та робочого місця, а *The Walt Disney Company* визнана кращою у сфері громадянства і управління. Зі

100 компаній, які склали список, тільки шість (*Rolex, Disney, Google, Lego, Samsung* і *Sony*) змогли потрапити у першу десятку на кожному з 15 ринків опитування.

Таблиця 2

ТОП-10 компаній зі 100 із найкращою репутацією *

Рейтинг	Компанія	Рейтинг	Компанія
1	<i>Rolex</i>	6	<i>Lego Group</i>
2	<i>The Walt Disney Company</i>	7	<i>Microsoft</i>
3	<i>Google</i>	8	<i>Canon</i>
4	<i>BMW Group</i>	9	<i>Sony</i>
5	<i>Daimler</i>	10	<i>Apple</i>

* За даними компанії Reputation Institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prweek.com>

Microsoft повернулася у першу десятку в цьому році після одного року відсутності, замінивши *Intel*, яка опустилася на 11-те місце. Хоча вона залишається в першій десятці, *Apple* упала із сьомого місця у 2014 р. [4].

В Україні також проводяться рейтинги із соціальної відповідальності. Розуміння підвищення своєї конкурентоспроможності через включення КСВ у стратегію розвитку приходять до все більшої кількості українських підприємств [5]. Найсуттєвіший внесок у цю справу робить “Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності” (далі – Центр).

З 2011 р. Центр складає Індекс прозорості сайтів українських компаній на основі міжнародної методики, розробленої Beyond Business (Ізраїль) та Центром “Розвиток КСВ”. Партнер презентації Індексу – Український союз підприємців і промисловців. Учасники оцінювання – перші 100 приватних компаній відповідно до рейтингу двохсот найбільших компаній рейтингу від Бізнес-Цензора та всі (близько 1800) державні підприємства. Рейтинги щодо приватних і державних підприємств складаються окремо. У 2014 р. середній рівень прозорості державних підприємств становив 12,8 %. Стоєсно приватних підприємств цей показник вищий – 17,1 %.

Інформаційною базою для здійснення рейтингу Центром “Розвиток КСВ” були сайти українських компаній або їх сторінки на сайтах міжнародних компаній. Однак 16 з ТОП-100 компаній не мають сайтів, тому оцінити їх було неможливо. За даними сайтів подавався рівень розкриття інформації з корпоративної соціальної відповідальності за чотирма критеріями: звітність, зміст, навігація і доступність. Вага критерію “Зміст” становить 55 балів. Цей критерій оцінює як політику, так і висвітлення результатів її впровадження за всіма аспектами КСВ – управління, чесні операційні практики, права людини і трудові практики, захист довкілля, відповідальне споживання та відносини з громадою. Критерій “Звітність” дорівнює 20 балів, “Навігація” – 8 і “Доступність” – 17. Позиція компанії в Індексі щодо інших компаній – це сума балів (які потім виражаються у відсотках), отриманих кожною компанією відповідно до перерахованих критеріїв (табл. 3) [6].

Загальні результати Індексу прозорості *

Індекс (2015)	Індекс (2014)	Індекс (2013)	Індекс (2012)	Індекс (2011)	Назва компанії	Бали	Відсотки
1	1	2	4	4	Арселор Міттал Кривий Ріг	170	85
2	4	4	–	3	Оболонь	165	82
3	2	1	2	1	ДТЕК	158	79
4	5	5	3	2	Метінвест	154	77
5	–	–	–	–	Група компаній “Фокстрот”	144	72
6	18	18	28	86	Кернел Трейд	143	71
7	3	3	1	5	СКМ	140	70
8	8	10	–	–	Концерн “Галнафтогаз”	138	69
9	9	9	8	–	Дніпроспецсталь	130	65
10	15	12	32	–	Нестле Україна	126	63

* За даними Центру “Розвиток КСВ” [6].

Для оцінювання державних компаній були відібрані ті, які увійшли до Рейтингу ТОП-100 найбільших компаній України за рівнем доходу та компанії, щодо яких Уряд України запланував провести державний фінансовий аудит окремих господарських операцій. У цілому було оцінено 38 компаній. Лідерами 2015 р. серед державних підприємств стали компанії ДП “НАЕК “Енергоатом” (66 балів), ПАТ “Укргідроенерго” (51 бал), ПАТ “Центренерго” (47 балів), ДП “Укркосмос” (43 бали). У 2015 р. порівняно з 2014 р., середній рівень прозорості державних підприємств виріс з 12,8 до 19,3 % [6].

В умовах інтеграції України до європейського простору вимоги щодо прозорості, відкритості дій і рішень компаній, розкриття інформації, її повнота і достовірність зростають. У цьому контексті індекс прозорості державних компаній стає своєрідним інструментом виміру прозорості державних компаній у формуванні корпоративної політики.

Інший рейтинг найбільш соціально відповідальних українських компаній складався Всеукраїнським рейтинговим журналом “ГВардія”, ділового журналу “Контракти” 2008–2013 рр. Цей рейтинг було розроблено на підставі аналізу анкет компаній, наданих редакції журналу, а також публічних нефінансових звітів і незалежних оцінок провідних українських експертів.

Методикою рейтингу “ГВардії” передбачено використання інтегрованого методу та системного аналізу рівня розкриття інформації, а також діяльності компаній у сфері КСВ, що виражено підсумковим бальним показником. Ґрунтується методика на інтегральній оцінці компаній за чотирма основними показниками. Отже, загальну оцінку рівня відкритості та системності компаній у сфері КСВ розраховують за чотирма блоками: “Соціальний звіт як інструмент діалогу із суспільством”, “Системність в управлінні КСВ”, “Відкритість і взаємодія із зацікавленими сторонами (ЗС)”, “Відкритість і системність діяльності за основними напрямками КСВ” (розвиток пер-

соналу, охорона праці і здоров'я, охорона навколишнього середовища та ресурсощадження, підтримка добросовісної ділової практики та етичної поведінки, вдосконалення продукту і відносин зі споживачами, розвиток громад, благодійність і меценатство). За результатами оцінки 2013 р. у рейтингу взяла участь 41 компанія. Лідером рейтингу соціально відповідальних компаній 2013 р. із загальним балом 89,25 стала компанія "ДТЕК"; друга позиція у ПАТ "Арселор Міттал Кривий Ріг" із загальним балом 87,56; замкнув трійку лідерів Платинум Банк – 86,92 бала [7].

Останніми роками серед українських підприємств відбувається посилення екологічної відповідальності у бізнесу. Це проявляється у дотриманні концепції "зеленого офісу", тобто в управлінні компанією, що спрямовано на економію матеріальних ресурсів та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Концепція "зеленого офісу" насправді комплексна, вона передбачає надзвичайно широкий спектр заходів, які можна представити у таких напрямках: 1) закупівля продукції (придбання товарів з екологічним маркуванням, включно з канцтоварами; придбання офісних приладів і обладнання з енергоощадними властивостями); 2) заощадження водо-, електро-, тепlopостачання; 3) "зелений друк": двосторонній друк, ведення системи електронного документообігу тощо; 4) "зелена реклама": здійснення реклами без використання паперу (через Інтернет, проведення презентацій). Багато соціально відповідальних підприємств та компаній України вже підхопили "зелену хвилю". Серед них: ТзОВ "Астеліт" (TM Life:), компанія "Воля", мережа компаній "Фокстрот", ПрАТ "Оболонь", НАСК "Оранта" та багато ін. [8].

Менш відомий рейтинг "брудних" і "зелених" компаній від ІА "ЛІГАБізнес-Інформ", який складається вже більше десяти років. За підсумками 2011 р. серед 103 українських підприємств, які подали заявки, було визнано, що підприємства важкої промисловості останнім часом ідуть з рейтингів "найбрудніших" компаній, а їм на зміну приходять "комунальники" і Харчопром [9].

Оцінювання об'єкта КСВ за будь-яким методом потребує використання певної системи показників. Виділяють часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники оцінки КСВ. Основні вимоги до обраних оцінних показників КСВ такі: операційність і зручність для менеджменту, відповідність цілям КСВ, урахування критеріїв міжнародних стандартів і галузевої специфіки [10].

Погоджуємося з думкою Н. В. Кирилюка, який вважає, що підтримка уряду не є основною рушійною силою поширення соціальних практик серед представників бізнесу. Каталізаторами таких процесів виступають зростання конкуренції та поширення екоспоживання або становлення соціально відповідального суспільства. Адже екопродукція матиме конкурентну перевагу лише в очах соціально відповідальних споживачів, а акції цих компаній цінуватимуться лише серед соціально відповідальних інвесторів. Так само соціально свідомі працівники надаватимуть перевагу соціально відповідальним роботодавцям [1].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Узагальнюючи огляд рейтингів, слід зазначити, що в Україні складено лише один рейтинг із соціальної відповідальності на основі міжнародної методики, розробленої Beyond Business (Ізраїль) та Центром "Розвиток КСВ".

З погляду розвитку КСВ в Україні зауважимо, що чим більша інформованість суспільства про рейтинги та їхні результати, тим більшою буде мотивація підпри-

емств до системного підходу щодо власної соціальної відповідальності. Під час проведення рейтингів з КСВ в Україні слід узагальнити таке: рейтинги потрібно проводити, їх має бути більше для об'єктивного оцінювання діяльності компаній. Проведення рейтингів дає привід для вивчення міжнародного досвіду.

Однак слід звернути увагу на недосконалість підходів у проведенні рейтингів в Україні, а саме:

по-перше, якщо брати для оцінювання тільки компанії з ТОП-100 найбагатших, то автоматично не будуть взяті до уваги невеликі компанії, які насправді можуть проводити велику роботу із соціальної відповідальності та показувати її у своїй звітності;

по-друге, джерелом інформації мають бути не лише сайти компаній, але й опитування респондентів. Важливе значення має оцінка громадян та суспільства в цілому соціальної спрямованості тієї чи іншої компанії;

по-третє, важливо оцінити вплив компаній на позитивні зміни в країні, динаміку в досягненні задекларованих цілей.

Усунення вказаних недоліків сприятиме залученню більшої кількості підприємств у рейтингах з корпоративної соціальної відповідальності, покращанню іміджу та конкурентоспроможності на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел:

1. Кирилюк Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність: досвід європейських компаній / Н. В. Кирилюк // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17). – С. 107–110.
2. The 100 Best Corporate Citizens [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.thecro.com/100-best/the-100-best-corporate-citizens-2/#sthash.UMqyl9mj.dpuf>
3. CSR. Expections and Perfomans-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globescan.com/component/edocman/?view=document&id=269&Itemid=591>
4. Reynolds A. Poles tops list of best global corporate reputations [Електронний ресурс] / Reynolds A. – Режим доступу : <http://www.prweek.com/article/1388522/rolex-tops-list-best-global-corporate-reputations#ppSRrjuWbvvg0Tiur.99>
5. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України [Електронний ресурс] / К. В. Комарова, Н. В. Ковальчук // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5–6. – С. 25–30. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_6
6. Центр “Розвиток КСВ” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org>
7. Гвардия. Рейтинг социально ответственных компаний – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kontrakty.ua/article/62569>
8. “Зелені офіси” для українських компаній: міф чи реальність? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.oroga.ua.org>
9. Складено рейтинг найбільш “зелених” компаній України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net>
10. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники [Електронний ресурс] / В. А. Євтушенко // Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2013. – № 46. – С. 53–63. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/UJRN/Vcpitp2013468>