

Лиска П. О.
*аспірант кафедри обліку та бізнес-консалтингу,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
м. Харків, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-362-3-10>

ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КСВ КОМПАНІЯМИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Сучасна світова ринкова економіка постійно розвивається та шукає нові шляхи для прогресу. Одним із таких способів стала імплементація соціальної відповідальності в діяльність підприємства, оскільки трансформація цінностей суспільства та соціально-політичні події скорегували стратегії поведінки приватного бізнесу на ринку шляхом внесення в них соціальних складових. Таким чином з'явилася ідея корпоративної соціальної відповідальності (надалі – КСВ), яка стала невід'ємною частиною буття сучасного бізнесу.

Для України дана концепція не є новою, але глобального поширення вона набула лише після повномасштабного вторгнення РФ 24 лютого 2022 року. Тому дослідження питання практики реалізації політики КСВ в умовах війни є актуальним не лише для науки, але і як приклади для інших підприємств.

На сьогодні немає єдиного підходу до визначення дефініції «корпоративна соціальна відповідальність». При порівнянні різних визначень можна знайти чимало спільних рис, на основі яких розроблено та запропоновано власне трактування КСВ. Так, корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством та державою, а також в активній участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Політика ж КСВ полягає у розробці напрямів діяльності та розвитку компанії у сфері корпоративної соціальної відповідальності для задоволення потреб та інтересів як бізнесу так і соціуму або певної соціальної групи. Політику КСВ розробляють або спеціально створені

відділи на підприємствах, організаціях, установах або самостійно керівництвом. Реалізація політики КСВ може відбуватися через діяльність у чотирьох основних проявах: зовнішньо-соціальна, внутрішньо-соціальна, екологічна, фінансова.

За даними дослідження CSR Ukraine у 2022 році 52% компаній мають офіційно затверджену програму (стратегію) КСВ, а 83% впроваджують КСВ [1]. Це досить великий відсоток. Даний центр створив електронний каталог, у якому зібрано практику 310 компаній (227 національних та 83 іноземних) [2].

Загальна сума фінансової допомоги, яку направили на підтримку армії склала понад 2 млрд грн (2,772,124,613 грн). Крім фактичного перерахунку грошей, ще 107 компаній самі купували необхідні речі та передавали продукти для армії, передавали автомобілі та техніку, створювали власні фонди для збору коштів. На гуманітарну допомогу було перераховано понад 3 млрд (3,452,493,000 грн). Допомога продуктами від компаній становить більше 200 млн грн (201,600,000), проте це сума, яка зазначається самими компаніями, а насправді, ця сума може бути в кілька десятків разів більша. Загалом, 136 компаній передавали продукти армії, лікарням та громадам. Також 17 компаній допомагали логістикою та збором допомоги, а ще 15 – організували процес евакуації населення. Було передано більше ніж 60 тисяч літрів палива від АЗС та підприємств для потреб армії та лікарень (карет швидкої допомоги). 19 компаній, в тому числі фармбізнес, аптеки, клініки, передали ЗСУ, лікарням та населенню на території бойових дій ліків на суму понад 70 млн грн (71,300,000 грн). За даними центру, 17 компаній сплатили податки наперед на суму більше ніж 3 млрд грн (3,666,290,000 грн). Також компанії організували релокейт працівників до Західної України та за кордон, відкривали нові офіси та, навіть, відкривали нові вакансії для українців. Компанії пропонували віддалену роботу та в офісах на більш-менш безпечних територіях. Підприємства намагалися зберегти роботу та зарплати, надавали матеріальну допомогу. Допомога включала наступні види: матеріальна допомога, релокейт, психологічна підтримка, а також допомога сім'ям та впроваджені програми для дітей співробітників [3].

Розглянемо одні з найбільших компаній в Україні, які реалізовували політику КСВ з початку повномасштабного вторгнення. Так корпорація АТБ витратила на підтримку ЗСУ та постраждалих від війни мирних мешканців понад 200 млн грн. Наприклад, в Дніпрі лише за місяць разом з покупцями зібрали для бійців понад 4 тис. тон

продуктів. 10 тис. Додаткові набори вирушило до бійців, що служать у найгарячіших точках. Таку підтримку армії вдалося організувати завдяки співпраці з партнерами. Також з лютого 2022 для потреб військовослужбовців було передано більше 500 автотранспортних засобів різного призначення. Супермаркети мережі оперативно відкриваються у звільнених українських містах [4]. У 2023 році для армії було зібрано 168 млн грн в рамках «ювілейного» марафону, на які закупили та передали 240 багатофункціональних пікапів та 470 БПЛА. Також компанія у 2023 році сплатила 25,06 млрд грн податку до бюджетів різних рівнів (16,49 млрд – державний бюджет; 6,02 – місцеві та 2,55 млрд – цільові фонди).

Один із найбільших операторів мобільного зв'язку Київстар з 24 лютого компанія надала послуг і бонусів у сумі еквівалентній 577 млн грн, забезпечуючи безоплатними послугами зв'язку клієнтів мобільного та фіксованого зв'язку в Україні та за кордоном. Компанія забезпечує інтернетом бомбосховища (наразі таких понад 1400) та понад 700 модульних містечок для вимушених переселенців. У перші місяці повномасштабної війни Київстар надав бонуси на мобільний зв'язок лікарів у гарячих точках воєнних дій. Оператор телекомунікацій перерахував більше 130 млн грн на гуманітарну допомогу ЗСУ, лікарням, літнім людям та постраждалим від війни. Київстар також підтримав ініціативу Президента України «United24» щодо залучення коштів на відбудову України і виділив 300 млн грн на відновлення цифрової інфраструктури [4]. Окрім цього, після хакерської атаки, котра повністю унеможливила користування послугами компанії протягом декількох днів – оператор телекомунікацій надав кожному користувачу компенсацію у вигляді безкоштовного користування своїми послугами протягом одного місяця.

Компанія «Нова пошта» у 2022 році у сфері проведення політики КСВ здійснила наступне: реалізація різноманітних соціальних програм (видача готівки, пенсій, зарплат, стипендій, перекази коштів без комісії на рахунки ЗСУ та благодійних фондів, поповнення мобільних, пільги для військовослужбовців та волонтерів, творчі конкурси з призами для дітей) [5, с. 22–27, с. 136–137]; інвестиції в Перемогу склали 391,8 млн грн (з них 183,5 – підтримка армії, 143,03 – підтримка мобілізованих співробітників, 41,01 – гуманітарна пошта, 11,36 – підрозділам ДСНС, 5,05 – медичним закладам, 4,44 – прикордонникам), закупівля та передача різноманітних речей на фронт від авто та безпілотників до павербанків та одягу, а також впровадження проекту

«Свої для своїх» – внутрішній волонтерський рух для підтримки військовослужбовців [5, с. 64–73, с. 86–87]; підтримка гуманітарної допомоги: доставлено більше 40 тис. тон; одноразова оплата доставки вантажу для волонтерських організацій; відкриття 4 гуманітарних хабів та модульних відділень з безкоштовним інтернетом та видачою гуманітарної допомоги на деокупованих територіях; встановлення укриттів у Миколаєві, Харкові та Херсоні [5, с. 90–96]; гуманітарне партнерство з бізнесом та недержавними організаціями [5, с. 98–100]; допомога зооволонтерам та населенню під час блекаутів [5, с. 101–102]; реалізація та перенаправлення коштів в рамках проекту «Незламні, як Азовсталь» [5, с. 106]; організація та підтримка різних суспільних заходів: «Ультрамарафон для всіх», співпраця з Музеєм історії України у Другій світовій війні, ARTARMOR, «Спаський двіж, «Зимова країна» [5, с. 107–110]; виконання різноманітних екологічних ініціатив [5, с. 111]; підтримка працівників: евакуаційні рейси; матеріальна допомога; інвестування в умови та безпеку праці; створення штабу SOS; психологічна підтримка; навчання та розвиток [5, с. 118–122, с. 126–127]; співпраця з державою: сплата податків у розмірі 7,1 млрд грн [5, с. 141], доставка гуманітарної допомоги з-за кордону та лр тимчасово окупованих територій в рамках співпраці з Міністерством з питань реінтеграції [5, с. 145], співпраця з Червоним Хрестом та підрозділами ООН [5, с. 146–147].

Таким чином основними напрямками реалізації політики КСВ є: внутрішньо-соціальна (піклування про добробут працівників); зовнішньо-соціальна (побудова тимчасових містечок, укриттів, пунктів «Незламності»); фінансова (гуманітарна допомога, сплата податків наперед, підтримка армії). Практика вищевказаних компаній показує, що в організаціях наявна чітка стратегія розвитку та реалізації політики КСВ не тільки сьогодні, а й в майбутньому, після закінчення війни. Також дані компанії хоч і мають великий бюджет, але вони співпрацюють з іншими компаніями задля підвищення ефективності реалізації КСВ, залученню додаткових фінансів до нашої Вітчизни та підтримці стійких ділових відносин з закордонними партнерами.

Література:

1. Головна сторінка офіційного веб-сайту Українського центру розвитку КСВ. URL: <https://csr-ukraine.org>

2. Каталог внеску бізнесу в Перемогу в російсько-українській війні. URL: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/>

3. Український бізнес і війна: унікальний каталог від CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/news/ukrainskiy-biznes-i-viyna-unikalni/>

4. КСВ воєнного часу. Топ-10 компаній. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/ksv-voennogo-chasu-top-10-kompaniy-22122022-471409>

5. Звіт зі сталого розвитку Нової Пошти за 2022 рік. URL: https://novaposhta.ua/csr/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2022/#reports