

**Перга Т.Ю.,**

кандидат історичних наук,  
старший науковий співробітник,  
старший науковий співробітник

ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України»

## **УЧАСТЬ БІЗНЕСУ В ЕКОЛОГІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ: ДОСВІД ЄС**

Досліджені шляхи залучення бізнесу до екологічної політики. Розглянуті екологічні аспекти соціальної корпоративної відповідальності. Проаналізовано вплив на формування соціально свідомого бізнесу Global Reporting Initiative та Dow Jones Sustainability Index. Зроблено рекомендації для України щодо впровадження нефінансової звітності підприємств, яка унаочнює впровадження сталого розвитку.

**Ключові слова:** соціальна корпоративна відповідальність, бізнес, сталий розвиток, GRI.

**Перга Т. Участие бизнеса в экологической политике: опыт ЕС.** Исследованы пути привлечения бизнеса экологической политике. Рассмотрены экологические аспекты социальной корпоративной ответственности. Проанализировано влияние на формирование социально сознательного бизнеса Global Reporting Initiative и Dow Jones Sustainability Index. Сделаны рекомендации для Украины по внедрению нефинансовой отчетности предприятий, которая демонстрирует уровень их устойчивого развития.

**Ключевые слова:** социальная корпоративная ответственность, бизнес, устойчивое развитие, GRI.

**Perga T. Participation of business in environmental protection policy: experience of the EU.** Ways of attracting business to environmental policy are considered. The environmental aspects of corporate social responsibility are investigated. The influence on the development of socially conscious business Global Reporting Initiative and the Dow Jones Sustainability Index is analyzed. Recommendations for Ukraine on introduction of non-financial reporting enterprises, which demonstrates their level of sustainable development are developed.

**Keywords:** corporate social responsibility, business, sustainable development, GRI.

Партнерство з приватним сектором відкриває широкі перспективи у розв'язанні багатьох екологічних проблем. Ідея соціально та екологічно відповідального бізнесу лежить в основі Глобального пакту ООН – висунутої у 2000 р. ініціативи, спрямованої на заохочення представників бізнесу поліпшувати свою корпоративну соціальну та екологічну поведінку згідно з принципами, які відображають стандарти у сфері праці, прав людини, охорони довкілля, боротьби з корупцією. Водночас, відповідаючи на запити суспільства, бізнес також починає демонструвати прагнення добровільно впроваджувати принципи сталого розвитку, унаочненням чого є екологічна складова корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Вказані тенденції сприяють розширенню ролі бізнесу в глобальній

екологічній політиці. Цей аспект є найменш дослідженим закордонними та вітчизняними фахівцями, що ставить завдання заповнення існуючої наукової прогалини.

Потрібно наголосити, що КСВ не є комплексом застиглих правил. Мова йде про глобальний рух бізнесу за впровадження нових більш високих соціально та екологічно орієнтованих стандартів і нової філософії існування компаній. Стандарти КСВ змінювалися з кожним поколінням, кожним етапом розвитку чи прогресу суспільства, культурними особливостями, специфікою історичного розвитку регіону або країни. Існуючі наразі концепції КСВ віддзеркалюють еволюцію ролі бізнесу, зростання очікувань суспільства та національні соціально-економічні пріоритети. Не дивлячись на певні відмінності, вони мають принципову схожість – врахування добровільних рішень компаній брати участь у покращенні суспільства та захисті навколишнього середовища і взаємодію з усіма зацікавленими партнерами: службовцями, акціонерами, інвесторами, споживачами, владою, неурядовими організаціям тощо.

Європейський Союз розглядає КСВ, як інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі [4].

Хоча ідея корпоративної соціальної відповідальності набула популярності ще у 1950-ті рр., відправною точкою розвитку цієї концепції стала Конференція з навколишнього середовища і розвитку, що відбулася в Ріо-де-Жанейро в 1992 р. На ній було поставлено завдання пошуку механізмів збалансування інтересів розвитку та інтересів бізнесу з більш широкими інтересами всього суспільства, в першу чергу – імперативами збереження довкілля. Після цієї конференції концепція соціальної відповідальності отримала визнання в широких бізнес-колах, а початком її перетворення на світовий тренд стало усвідомлення актуальних викликів і ризиків соціального розвитку.

У Європейському регіоні концепція КСВ отримала офіційне визнання й була інституціалізована на Лісабонському саміті в березні 2000 р., що відобразилось у публікації Європейською Комісією так званої «Зеленої книги КСВ» (2001 р.) [5]. Однак ще раніше, в 1995 р., за прикладом США і Канади була утворена мережа Євробізнесу з КСВ (CSR Europe), що зайнялася поширенням і популяризацією принципів корпоративної соціальної відповідальності на двосторонній основі (бізнес-для-бізнесу).

В наш час у розвинених країнах поняття «сталий розвиток» міцно увійшло в діяльність корпорацій в контексті соціальної корпоративної відповідальності, що пов'язано, крім власних планів розвитку, і з низкою зобов'язань, які взяли на себе держави та багато представників бізнесу під час низки міжнародних заходів в екологічній сфері, серед яких – Конференції з навколишнього середовища й розвитку, що проходили в Ріо-де-Жанейро у 1992 р. та в 2012 р., Саміті Тисячоліття (2000 р.), Йогансбургському саміті з навколишнього середовища (2002 р.) тощо.

Вже кілька десятиліть поспіль у рамках соціальної корпоративної відповідальності компанії проводять комплекси заходів, які відображаються у «Звітах про соціальний розвиток» і екологічних корпоративних звітах або у щорічних «Звітах про корпоративну соціальну відповідальність» і «Звітах про сталий розвиток». Перші два види звітів представляють зазвичай спеціальні документи інформаційного характеру, які широко використовуються з метою PR. Звіти ж про КСВ і сталий розвиток включають показники з економічного, екологічного та соціального розвитку компаній.

Це вказує на фундаментальні зміни, які відбуваються в діяльності бізнесу. Зокрема КСВ унаочнює такий же важливий принцип діяльності компаній, як прозорість, фінансова звітність за міжнародними стандартами, захист прав меншості акціонерів, гендерна рівність, делегування повноважень, доступ до інформації тощо.

Як вже було наголошено, одним з пріоритетів КСВ є заходи в галузі охорони навколишнього середовища і сталого розвитку. Вплив КСВ на інвестиційну привабливість бізнесу важко переоцінити. Наприклад, привабливість з точки зору поточної прибутковості може бути нівельована екологічною та соціальною нестійкістю. Це змушує компанії для мінімізації нефінансових ризиків та створення сприятливого оточення для ведення бізнесу приймати корпоративної стратегії сталого розвитку.

Окрім участі в національних програмах зі сталого розвитку, передова частина компаній розробляє та втілює власні корпоративні плани в цій сфері. Свідченням важливості корпоративної соціальної відповідальності у діяльності підприємств є уведення в організаційну структуру управління компаніями посади віце-президента з КСВ (їх компетенція розповсюджується на управління персоналом, екологічну політику, внутрішній і зовнішній PR), упровадження етичних кодексів і корпоративної культури, пронизаної духом соціальної активності та відповідальності, розроблення проектів соціального інвестування, і це не повний перелік управлінських інновацій, що використовуються компаніями різного рівня.

Важливо наголосити, що моральний та ідеологічний компонент соціальної корпоративної відповідальності має значний просвітницький потенціал, адже вона формує у співробітників компаній екоорієнтований менталітет та стиль життя й досить часто виступає потужним стимулом згуртування колективів.

Важливим етапом розвитку КСВ можна вважати її міжнародне визнання в якості одного з механізмів впровадження «м'якого» міжнародного стандарту Глобальної ініціативи зі звітності у сфері сталого розвитку (GRI). Її створення відобразило глобальну потребу в такій системі звітності зі сталого розвитку, яка би користувалася довірою та авторитетом серед бізнес-кіл та могла використовуватися організаціями незалежно від їх розміру, галузі або розташування. Зважаючи на відсутність єдиної загальновизначеної системи оцінки впровадження цілей сталого розвитку,

запропонована ініціатива заповнила цю прогалину. На даний час вона користується зростаючою популярністю у широкого кола зацікавлених сторін, включаючи бізнес, профспілки, неурядові організації, інвесторів, контролюючі організації тощо. Її цінність полягає і в добровільності кроків найбільш свідомих представників нашого суспільства, що можна розглядати як початок розвитку руху «знизу».

Саме тому GRI спирається на широку мережу експертів, які представляють усі окреслені групи, та проводить консультації, орієнтовані на досягнення консенсусу з метою вдосконалення методології звітності. Їхня робота у поєднанні з практичними результатами сприяє послідовному покращенню системи звітності у сфері сталого розвитку протягом 15 років впровадження цієї ініціативи.

Де-юре GRI є неурядовою організацією, створеною екоорієнтованою корпорацією «CERES» і Радою керуючих ЮНЕП, яка має регіональні представництва в Австралії, Бразилії, Китаї, Індії та США, а повна мережа зацікавлених сторін налічує 30 тис. чол.

За своїми характеристиками система звітності GRI складається з принципів та показників (50 основних і 46 додаткових), за допомогою яких організація може визначити результативність своєї роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний та соціальний вплив на навколишнє середовище. Керівництво для організації, які бажають приєднатися до цієї ініціативи («Посібник зі звітності у сфері сталого розвитку») знаходиться в Інтернеті у відкритому доступі і скористатися ним може будь-який бажаючий.

Сьогодні GRI бере участь в декількох глобальних стратегічних партнерствах з такими організаціями як, Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), Організація Об'єднаних Націй з навколишнього середовища (ЮНЕП), Організація Об'єднаних Націй Глобального договору (ГД ООН), Міжнародна фінансова корпорація (МФК), Міжнародна організація по стандартизації (ІСО), Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД).

Станом на початок 2015 р. вже понад 800 найбільших компаній і корпорацій світу трансформували свої цільові аудиторії, громадськість та акціонерів про успіхи у сфері соціальної корпоративної відповідальності.

Важливе місце в діяльності GRI займає проблема зміни клімату. Ще в 1997 р. до показників її звітності було включено відповідні індикатори. Це створило єдину платформу, в рамках якої уразливі до дій клімату компанії (наприклад ті, що працюють в енергетичній сфері або пов'язані з різними природними ресурсами) можуть оцінити ефективність своєї політики та обмінятися досвідом [4].

Зростання соціальної корпоративної відповідальності підвищило актуальність створення системи оцінки успіхів компаній в цій сфері. З цією метою у 1999 р. був запропонований новий світовий фондовий індекс Доу-Джонса зі сталого розвитку (DJSI). На противагу GRI, методологія його

визначення базується на аналізі анкет, які заповнюються компаніями та перевіряються спеціально уповноваженими міжнародним аудитором. Розраховані та перевірені таким чином показники групуються за трьома напрямками: економіка компанії, екологічність та соціальна діяльність. Близько 60% показників є однаковими для всіх компаній незалежно від їхньої галузевої приналежності, а 40% варіюються відповідно до секторів. За результатами 2014 р. до щорічного загальносвітового списку лідерів індексу Доу-Джонса зі сталого розвитку (DJSI World) увійшло 340 найбільш успішних компаній з 52 країн світу.

Широка популярність індексу Доу-Джонса зі сталого розвитку у діловому середовищі призвела до появи аналогічних (регіональних) індексів для Європи – STOXX (за даними 2014 р. до нього увійшло 166 європейських компаній), Північної Америки і США – DJSI North America (у 2014 р. до нього увійшло 140 компаній – лідерів), для Азійсько-Тихоокеанського регіону – DJSI Asia/Pacific (у 2014 р. було визначено 154 компанії-лідери) та для Кореї – DJSI Korea (54 провідні компанії на 2014 р.) [2].

Головна цінність цього індексу полягає в оцінці економічних, соціальних та екологічних критеріїв розвитку компаній з точки зору довгострокового інтересу для інвесторів, впровадженні методології, що базується на прямих дослідженнях, які здійснюються в динаміці, та фокусі на передових компаніях. Усе це допомагає аналізувати результати та коригувати стратегію в цій сфері.

Багаторічним лідером цього індексу є компанія «BMW». Аналіз її діяльності вказує на невинне впровадження стандартів сталого розвитку через КСВ, що є, на наш погляд, запорукою її успіху. Вкажемо лише на деякі аспекти її діяльності, зокрема, широке впровадження екоорієнтованих та ресурсозберігаючих технологій (системи рекуперативного гальмування, шин зі зменшеним опором під час пересування, управління з повітряною заслонкою тощо). До речі, завдяки цим інноваціям «BMW» є першою в світі компанією, викиди від автотранспорту якої з екологічної точки зору є найбільш чистими. Постійно впроваджуючи «зелені» технології, вона також активно інвестує в сектор R&D та в людський капітал, здійснюючі заходи з мотивації талановитих співробітників, проводячи постійні навчання для працівників та виховуючи в них корпоративну етику і розуміння принципів сталого розвитку в професійній сфері та у повсякденному житті [2].

Маємо констатувати, що в останні роки сформувався чіткий, усвідомлений запит з боку бізнесу на вивчення проблематики соціальної відповідальності. Провідні світові компанії активно підтримують проведення багатопланових досліджень у царині соціальної відповідальності, ініціюють обговорення проблематики КСВ та зеленого бізнесу на рівні найавторитетніших ділових урядових та міжурядових форумів за участю представників бізнесу, науковців, урядовців, представників інститутів громадянського суспільства.

Наприклад, бізнес Великобританії досяг значних успіхів у боротьбі зі зростанням кількості відходів упаковки і харчових продуктів. Головні супермаркети країни заключили угоду з Програмою дій з ресурсів та відходів (WRAP) і почали впроваджувати широкую низку заходів зі стабілізації та зменшення використання упаковки та екологічно безпечної утилізації. 35 великих компаній роздрібною торгівлі, торгових марок і дистриб'юторів, що представляють 92% продуктового ринку країни, підписали низку відповідних зобов'язань. Результатом 30 тематичних досліджень стало оприлюднення оптимальних рішень для зменшення харчових відходів та використання упаковки. До кодексів діяльності таких компаній також були включені положення про дотримання їх співробітниками поведінки, що має наслідком зменшення утворення відходів, а відповідно – і використання пластикової упаковки. Водночас, хоча стандарти КСВ впроваджує в життя все більша кількість компаній, потенціал цієї моделі розвитку підприємств ще не розкритий до кінця.

Важливо підкреслити, що Європейський Союз усіляко заохочує залучення бізнесу до екоорієнтованої діяльності, як на рівні співтовариства, так і на рівні держав-членів. Наприклад, у 2009 р. був започаткований Європейський тиждень скорочення відходів (EWW). Метою цього заходу є підвищення обізнаності про стратегію скорочення відходів в ЄС і його держав-членів, заохочення стійких дій у цій сфері, виділення і популяризація історій успіху та сприяння змінам в поведінці не лише бізнесу, а і кінцевих споживачів.

На рівні держав-членів ЄС стимулювання бізнесу до впровадження соціальних та екологічних стандартів залежить від національної специфіки і стратегічних пріоритетів розвитку. Наприклад, у Польщі зроблено акцент на просуванні системи EMAS, яка допомагає підприємствам, організаціям і державним органам відслідковувати екологічні показники, покращувати процес запобігання утворенню відходів і підвищувати ефективність використання ресурсів.

В Ірландії в рамках Національної програми щодо запобігання відходів запущена ініціатива «Green Business», яка сприяє ефективному використанню ресурсів і попередженню утворенню відходів підприємствами і організаціями. В її рамках здійснюється широка консультативна допомога бізнесу. На підтримку цієї діяльності на державному рівні запроваджена спеціальна нагорода – «Green Hospitality Awards», якою відзначають найбільш успішні компанії. Наприклад, завдяки зусиллям з профілактики та переробки відходів готелі країни зменшили продукування відходів на 4000 т [3].

У Польщі сьогодні важко знайти підприємство, яке не втілювало б у життя принципи соціальної відповідальності, хоча цей процес розпочалося лише в 1999 р. Варто наголосити, що держава активно підтримує і заохочує просування ідей соціальної відповідальності. З цією метою запроваджено різноманітні нагороди, відзнаки, податкові (кредитні) пільги та фінансову

підтримку, які частіше за все надаються державними органами або організаціями, що певним чином пов'язані із соціальною відповідальністю бізнесу.

Наприклад, ще в 1996 р. в країні запроваджена престижна премія «Лідер польської екології», яку міністр з питань довкілля щорічно вручає компаніям та підприємцям за значні досягнення у сфері захисту навколишнього середовища. Починаючи з 2001 р., основними номінаціями присуджується компаніям, які спеціалізуються на виробництві продукції та наданні послуг, що у своїй діяльності використовують чисті технології, зводять до мінімуму різноманітні викиди в навколишнє середовище, зменшують споживання натуральних ресурсів і токсичних речовин, тобто завдають якомога меншої шкоди довкіллю. У номінації «товар» премія присуджується за трьома додатковими номінаціями, серед яких: технологія, товар і обладнання – інноваційні, бережливі до навколишнього середовища та економічно ефективні.

Слід наголосити, що інвестиції польського бізнесу спрямовані, в тому числі, і на енергозбереження та охорону довкілля. Показовим у цьому відношенні є доповідь «Відповідальний бізнес у Польщі. Гарні практики» (2008 р.), що містить 25 прикладів відповідальної поведінки у сфері довкілля. Для порівняння, в аналогічному звіті за 2007 р. їх було лише 8. Не дивлячись на існування екологічних проблем, пов'язаних із забрудненням навколишнього середовища, саме завдяки соціально відповідальній діяльності багатьох польських компаній протягом останнього десятиріччя рівень радіоактивних випромінювань в країні знизився на 57 %, викиди сірчистих сполук – на 48%, азотних – на 28%, якість води також поліпшилася, оскільки кількість забруднюючих стоків зменшилася на 70 % [1].

Соціальна відповідальність бізнесу є однією з умов входження України в європейський та світовий простір, досягнення стабільності в державі та налагодження ефективних відносин між усіма суб'єктами державної влади. Довгий час в Україні діяльність з охорони довкілля не пов'язувалися з корпоративною соціальною відповідальністю у такій мірі, як філантропія. Розуміння можливостей, які відкриває впровадження КСВ, відбувається дуже повільними темпами. Тому перед українським бізнесом постає низка завдань, серед яких – розробка програм КСВ, підвищення відповідальності перед працівниками та їхніми родинами, сприяння підтриманню здорового соціального середовища. Представники бізнесу, що працюють в Україні, мають додержуватися чинних законів про працю та охорону довкілля, перебудовувати виробництво та діяльність згідно до передових світових стандартів, зокрема ISO14001 та SA8000.

Не менш важливим завданням є і впровадження українськими підприємствами стандартів нефінансової звітності GRI, що відкриває наступні переваги:

- доповнення фінансових звітів низкою показників,
- проведення внутрішнього самоаналізу та аудиту й оцінки ефективності діяльності в контексті сталого розвитку організації,
- підвищення екологічних стандартів діяльності та (при необхідності) прискорення екомодернізації підприємств,
- покращення іміджу компанії в Україні.

На державному рівні впровадження стандартів звітності GRI має бути підтримано шляхом створення відповідного законодавчого поля, організації підготовки та перепідготовки фахівців, розроблення методичного інструментарію ведення нефінансової звітності, підвищення рівня грамотності та вимогливості населення.

#### Використані джерела та література:

1. Рибак Я. Становлення соціальної відповідальності бізнесу в Польщі та тенденції її розвитку в умовах кризи / Я. Рибак, В. Шаповал // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Економіка. – 2009. – № 2. – С. 69-75.
2. Dow Jones sustainability Indices [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.sustainability-indices.com/>
3. European Comission: Environment [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://ec.europa.eu/environment/waste/index.htm>
4. Global Report Initiative [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
5. Green paper – Promoting a European framework for corporate social responsibility. Commission of the European Community. COM(2001) 366 final [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=EN>

УДК 343.326

**Новицька О.В.,**  
аспірантка,

*Дипломатична академія України при  
Міністерстві закордонних справ України*

### ВИКОРИСТАННЯ ТЕРОРИСТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Автор робить короткий огляд основних категорій акторів, що діють в галузі кібернетичної безпеки, та аналізує шляхи використання мережі Інтернет та соціальних мереж терористичними угрупованнями.

*Ключові слова:* інформаційна безпека, тероризм, Інтернет.

**Новицкая О.В. Использование террористическими организациями возможностей Интернета и социальных сетей.** Автор делает короткий обзор основных категорий акторов, действующих в области кибернетической безопасности, и