

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кам'янець-Подільський національний університет

імені Івана Огієнка

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

навчально-методичний посібник

Кам'янець-Подільський

2015

Укладачі: **Стрельбіцький П.А.**, кандидат економічних наук, доцент, кафедри управління персоналом та економіки праці.

Кузовенкова Н.В., кандидат економічних наук, асистент кафедри управління персоналом та економіки праці.

Рецензенти: **Андрейцева І.А.**, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці;

Ведерніков М.Д., доктор економічних наук, професор кафедри управління персоналом та економіки праці Хмельницького національного університету;

Рудик В.К., доктор економічних наук, доцент кафедри фінансів і кредиту Подільського державного аграрно-технічного університету.

Рекомендовано до друку вченою радою
Кам'янець-Подільського національного університету
імені Івана Огієнка
(протокол № 7 від 25 червня 2015 р.).

Соціальна відповідальність: навчально-методичний посібник для студентів економічного факультету спеціальності 8.03050501 «Управління персоналом і економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» / П. А. Стрельбіцький, Н. В. Кузовенкова. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2015. – 109 с.

Навчально-методичний посібник охоплює програму вивчення нормативної навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра. Представлено зміст теоретичної підготовки, розробки практичних занять, питання самостійної роботи студентів, а також тези лекцій для формування у фахівців фундаментальних знань з теорії та практики соціальної відповідальності і відповідних професійних компетенцій, які забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки її суб'єктів (інститутів).

Призначений для викладачів і студентів економічного факультету освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 8.03050501 «Управління персоналом і економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво».

ЗМІСТ

Вступ	4
Мета та завдання навчальної дисципліни	6
Програма навчальної дисципліни	9
Структура навчальної дисципліни	13
Зміст теоретичної підготовки	14
Самостійна робота	16
Практичні заняття	19
Критерії та норми оцінювання знань, умінь і навичок студентів з навчальної дисципліни	41
Організація поточного контролю з дисципліни.....	41
Програма семестрового іспиту	46
Тези лекцій.....	51
Рекомендована література.....	87
Тестові завдання з дисципліни	90
Глосарій.....	99

ВСТУП

Процес глобалізації та світова інтеграція національних економік передбачає тісну взаємодію бізнесу з державою й суспільством. Сучасна концепція, згідно якої корпорації, держава, суспільство враховують інтереси один одного та всіх зацікавлених сторін. Тим самим вони покладають на себе відповідальність за вплив своєї діяльності та любих інших дій на замовників, постачальників, робітників, акціонерів, місцеві громади та інші зацікавлені сторони суспільної сфери, держави, корпорацій. Ці зобов'язання виходять за рамки встановлених законом дій дотримуватися законодавства та припускають, що корпорації, держава, суспільні організації добровільно приймають на себе зобов'язання та додаткові міри щодо підвищення якості життя населення, робітників корпорацій, їх родин, місцевих громад та суспільства в цілому.

У прогресивних соціальних системах перевага соціальної відповідальності в суспільних відносинах забезпечує безпечний, прогресивний розвиток на засадах сталості. Усвідомлення значущості соціальної відповідальності в розвитку українського суспільства сприяло певним чином розвитку її теоретичних і практичних засад. Проблеми соціальної відповідальності в Україні стають усе більш популярними серед науковців і освітян.

Актуальність вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність» в Україні ґрунтується на необхідності формування національної моделі соціальної відповідальності в межах концепції сталого розвитку.

Навчальна дисципліна «Соціальна відповідальність» є нормативною навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» всіх спеціальностей всіх форм навчання.

У навчально-методичному посібнику з дисципліни «Соціальна відповідальність» визначено мету та завдання, приведено структурно-логічну схему, сформовано програму, розроблено структуру та означено зміст теоретичної підготовки з навчальної дисципліни. Програма навчальної дисципліни складена у розрізі двох змістових модулів: блок «Теоретико-

методологічні аспекти формування соціальної відповідальності» і блок «Аналіз системи управління соціальною відповідальністю». Засвоєння першого блоку дозволить студентам сформулювати теоретичні уявлення та здобути методологічні навички оцінки рівня соціальної відповідальності. Другий блок має прикладне спрямування і передбачає розвиток у студентів навиків всебічного аналізу системи управління соціальною відповідальністю у всіх сферах її прояву.

Зміст практичної роботи студентів полягає у виконанні самостійної роботи та підготовці до практичних занять. У навчально-методичному посібнику приведено тематику самостійної роботи студентів, а також види контролю за її виконанням. У розділі «Практичні заняття» приведено орієнтовні плани, питання доповідей на конференціях, питання для самоконтролю у розрізі тем практичних занять, а також вказано літературні джерела та інформаційні ресурси, що можуть бути використані для підготовки до практичних занять.

З метою полегшення засвоєння студентами теоретико-методологічних основ соціальної відповідальності, авторами розроблено тези лекцій, що вміщують найбільш важливі аспекти і питання дисципліни. Для самостійної перевірки засвоєння домінант дисципліни приведено тестові завдання.

Навчально-методичний посібник «Соціальна відповідальність» дозволить розширити поняття студентів про теоретико-методологічні засади наукової концепції соціальної відповідальності, інструменти та механізми її реалізації, а тому рекомендований для використання викладачами та студентами економічного факультету освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 8.03050501 «Управління персоналом і економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво».

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність» є формування у фахівців фундаментальних знань з теорії та практики соціальної відповідальності і відповідних професійних компетенцій, які забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки її суб'єктів (інститутів).

Основним **завданням** вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність» є вивчення теоретичних положень та оволодіння відповідним інструментарієм щодо використання сучасних практик взаємодії держави, бізнесу, громадянського суспільства і людини, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх суб'єктів суспільного життя, створити умови для стійкого стабільного розвитку держави і суспільства.

Об'єктом навчальної дисципліни є соціальна відповідальність як система.

Предметом навчальної дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та організаційно-економічні аспекти формування і розвитку соціальної відповідальності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності;
- особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку;
- місце соціальної відповідальності в системі управління організацією;
- нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;
- моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури;
- критерії, показники та методичку оцінювання соціальної відповідальності;
- особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях;
- сутність соціальних інвестицій як форми прояву корпоративної відповідальності роботодавців;
- сутність, основні складові та пріоритети розвитку соціально

відповідальної кадрової політики;

- екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;

- сутність, структуру, вимоги і особливості міжнародних стандартів соціальної звітності в Україні.

вміти:

- формувати систему управління корпоративною соціальною відповідальністю;

- формувати ефективну взаємодію роботодавців з персоналом на засадах соціальної відповідальності;

- формувати відносини організації із зовнішніми стейкхолдерами за принципами корпоративної соціальної відповідальності;

- розробляти напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності;

- посилювати соціальну відповідальність суб'єктів суспільного розвитку інструментами соціального партнерства;

- здійснювати моніторинг сфери корпоративної соціальної відповідальності;

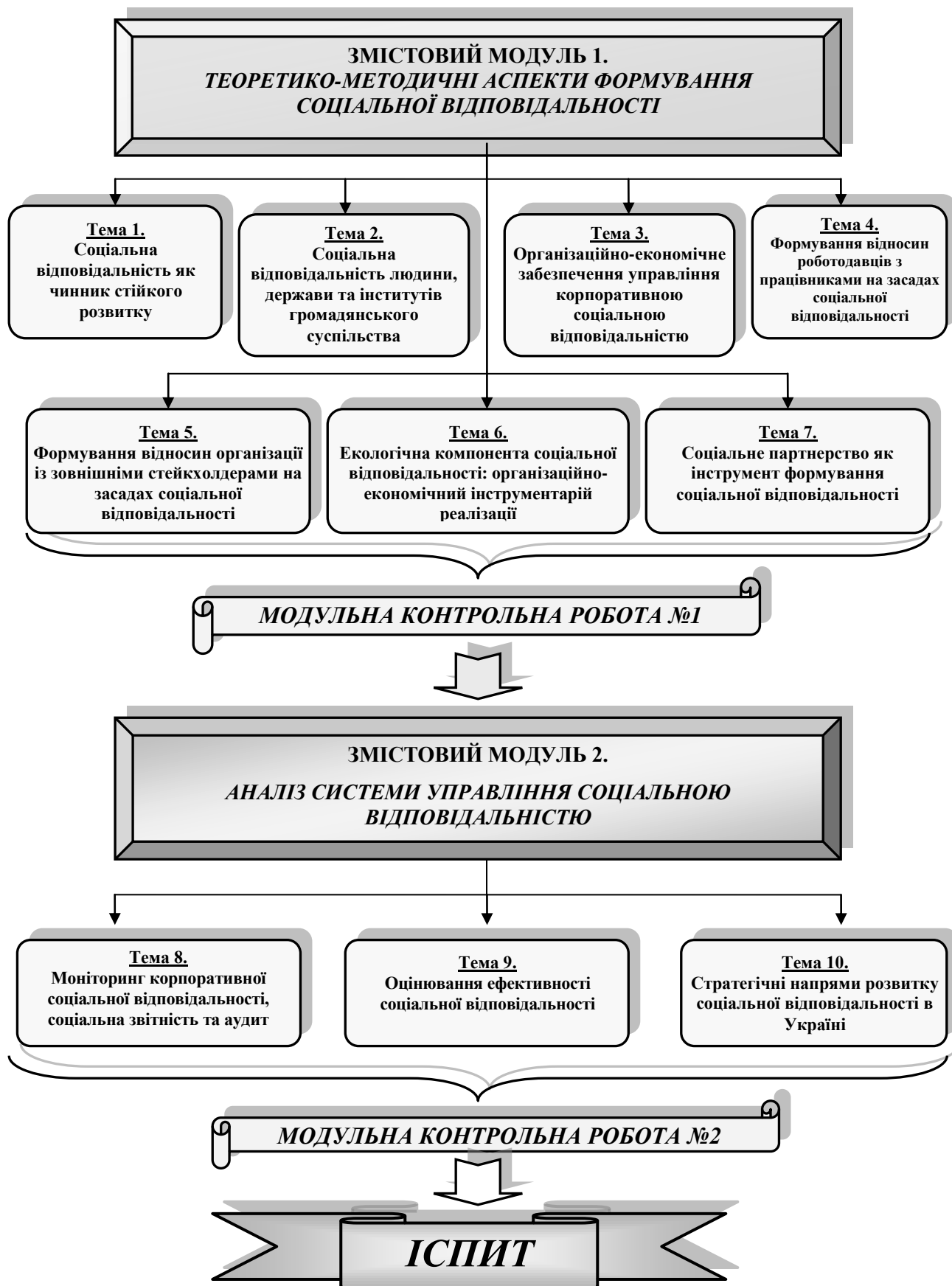
- оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності;

- досліджувати стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.

Методи і прийоми навчання: лекції для ознайомлення з основними теоретичними положеннями, практичні заняття для формування практичних навичок, самостійна робота з опрацювання окремих питань теоретичного характеру, опрацювання методичної літератури, періодичних видань тощо.

Методи контролю: поточне усне опитування; обговорення та аналіз підготовлених завдань для практичних занять; написання самостійних робіт; письмове тестування; написання економічних диктантів, підготовка та написання рефератів, написання модульних контрольних робіт.

Структурно-логічна схема навчальної дисципліни



ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку

Соціальна відповідальність як система. Ретроспектива розвитку соціальної відповідальності. Моделі соціальної відповідальності. Впровадження соціальної відповідальності як чинника покращення бізнес процесів, технологій, ділової активності, мінімізації впливів глобальних викликів. Корпоративна культура – соціальна відповідальність. Міжнародні ініціативи як чинники формування і розвитку СВ (Глобальний договір ООН). Соціальна відповідальність як об'єктивна стратегія зростання добробуту населення та досягнення збалансованого розвитку.

Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та інститутів громадянського суспільства

Соціально відповідальна взаємодія держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства: шляхи розвитку. Суб'єкти та рівні соціальної відповідальності. Сутність та складові соціальної відповідальності людини, її значення у забезпеченні стійкої соціальної динаміки. Розвиток соціальної відповідальності інститутів громадянського суспільства. Соціальна держава як провідний суб'єкт соціальної відповідальності. Особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях.

Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю

Інституційне забезпечення соціальної відповідальності: міжнародний формат і проблеми вітчизняної практики. Комплексна модель управління соціальною відповідальністю організації. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник формування позитивного іміджу та ділової репутації

компанії. Розвиток КСВ в контексті зростання вартості компанії та підвищення інвестиційної привабливості. Взаємозв'язок соціально відповідальної поведінки і стратегії розвитку організації. Соціальні інвестиції як форма прояву соціально відповідального роботодавця. Міжнародні стандарти та їх роль в процесі інтеграції соціально відповідальної поведінки в організації. Організаційно-управлінські механізми імплементації КСВ в систему управління організацією. Структурні підрозділи організацій з розвитку сфери КСВ. Статус, основні функції, кваліфікація, типові обов'язки, професійні стандарти менеджера з КСВ в компаніях.

Тема 4. Формування відносин роботодавців з працівниками на засадах соціальної відповідальності

Напрями реалізації КСВ в процесі забезпечення конкурентоспроможності персоналу. Соціально відповідальні набір і звільнення персоналу. Розвиток персоналу як важливий напрям КСВ. Забезпечення продуктивної зайнятості на засадах соціальної відповідальності. Соціально відповідальна корпоративна культура. Напрями розробки та впровадження етичних кодексів. Удосконалення компенсаційної політики у контексті впровадження основних принципів КСВ. Покращення умов праці, запровадження міжнародних стандартів охорони та безпеки праці на підприємстві. Підвищення якості трудового життя як мета і критерій КСВ.

Тема 5. Формування відносин організації із зовнішніми стейкхолдерами на засадах соціальної відповідальності

Побудова діалогу між стейкхолдерами в процесі впровадження концепції заінтересованих сторін. Дослідження інтересів зовнішніх стейкхолдерів у процесі формування відносин на засадах соціальної відповідальності. Кращі практики діалогу зі стейкхолдерами провідних компаній у сфері КСВ. Співпраця у контексті «організація – місцева адміністрація – громада». Розвиток сфери співпраці бізнес-структур з неурядовими організаціями.

Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності: організаційно-економічний інструментарій реалізації

Сутність та значення відповідального ставлення до довкілля. Превентивний підхід до вирішення екологічних проблем. Функції та рівні екологічної відповідальності. Нормативно-правова регламентація екологічної відповідальності. Екологічний менеджмент як інструмент реалізації соціальної відповідальності. Міжнародний і український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності. Напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності.

Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності

Гармонізація інтересів сторін і суб'єктів соціально-трудових відносин на принципах соціального партнерства. Форми соціального діалогу та їх роль в системі забезпечення соціально відповідальної поведінки. Соціальна відповідальність суб'єктів соціального партнерства. Реалізація принципів соціальної відповідальності в колективних угодах та договорах. Регулювання відносин у сфері праці на принципах соціального партнерства та соціально відповідальної поведінки.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Тема 8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності, соціальна звітність та аудит

Технології моніторингу КСВ. Соціальні (нефінансові) звіти: сутність, завдання і структура. Стандарти та процеси підготовки нефінансового звіту. Міжнародні нормативно-правові акти з розробки соціальної (нефінансової) звітності. Формування корпоративної інформаційної політики. Побудова системи комунікацій з КСВ. Упровадження нефінансової звітності компаній в Україні. Організація та напрями ефективного проведення соціального аудиту.

Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності

Критерії та індикатори ефективності КСВ. Методи та процедури оцінювання ефективності програм КСВ. Формування рейтингів соціально відповідальних організацій та практика їх використання. Дослідження можливих загроз та напрямів мінімізації ризиків у сфері КСВ. Показники ефективності соціальних інвестицій.

Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні

Правове забезпечення розвитку соціальної відповідальності. Реалізація національної ідеї соціальної відповідальності. Напрями діяльності держави щодо заохочення соціально відповідальної поведінки. Активізація діяльності підприємців-роботодавців щодо розвитку соціально відповідального бізнесу. Формування ціннісно-правової компетентності суб'єктів соціального розвитку. Підвищення прозорості діяльності українських компаній як напрям розвитку соціальної відповідальності. Удосконалення діяльності профспілкових та громадських організацій щодо посилення їх соціальної відповідальності. Формування ефективної ідеології та культури соціальної відповідальності.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів і тем	Кількість годи			
	усього	у тому числі		
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні аспекти формування соціальної відповідальності				
Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку	12	2	2	8
Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та інститутів громадянського суспільства	12	2	2	8
Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю	12	2	2	8
Тема 4. Формування відносин роботодавців з працівниками на засадах соціальної відповідальності	12	2	2	8
Тема 5. Формування відносин організації із зовнішніми стейкхолдерами на засадах соціальної відповідальності	12	2	2	8
Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності: організаційно-економічний інструментарій реалізації	12	2	2	8
Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності	12	2	2	8
Разом за змістовим модулем 1	84	14	14	56
Змістовий модуль 2. Аналіз системи управління соціальною відповідальністю				
Тема 1. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності, соціальна звітність та аудит	12	2	2	8
Тема 2. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності	12	2	2	8
Тема 3. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні	12	2	2	8
Разом за змістовим модулем 2	36	6	6	24
<i>Усього годин</i>	120	20	20	80

ЗМІСТ ТЕОРЕТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

№ з/п	Назва змістового модуля. Теми і підтеми	К-сть годин	Література
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні аспекти формування соціальної відповідальності			
1.	Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку 1. Сутність соціальної відповідальності, причини її виникнення, принципи реалізації. 2. Моделі соціальної відповідальності. 3. Місце соціальної відповідальності в корпоративній культурі. 4. Глобальний договір ООН.	2	Основна: [2-6; 8; 9] Додаткова: [11; 12; 16; 17; 22]
2.	Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та інститутів громадянського суспільства 1. Основні економічні агенти соціальної відповідальності і їхня взаємодія. 2. Державна політика як основа формування простору взаємодії держави, суспільства й бізнесу. 3. Форми прояву соціальної відповідальності.	2	Основна: [1; 3; 8; 9] Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]
3.	Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю 1. Структура управління корпоративної соціальної відповідальності. 2. Політика управління соціальною відповідальністю. 3. Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю.	2	Основна: [2; 3; 6-9] Додаткова: [11; 12; 15-21]
4.	Тема 4. Формування відносин роботодавців з працівниками на засадах соціальної відповідальності 1. Права людини і трудові практики як предмет СВ. Міжнародні стандарти соціальної політики у сфері праці. 2. Законодавство України у сфері праці. 3. Концепція гідної праці в сучасних системах регулювання соціально-трудова відносин. 4. Соціальний діалог і КСВ. 5. Етичні питання приватного життя (життя компанії).	2	Основна: [1; 3-6; 8; 9] Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]
5.	Тема 5. Формування відносин організації із зовнішніми стейкхолдерами на засадах соціальної відповідальності 1. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності. 2. Державна політика як основа формування простору взаємодії держави, суспільства і бізнесу. 3. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід.	2	Основна: [1-9] Додаткова: [11; 12; 15-21]

№ з/п	Назва змістового модуля. Теми і підтеми	К-сть годин	Література
6.	Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності: організаційно-економічний інструментарій реалізації 1. Стан довкілля як глобальна проблема. 2. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності. 3. Законодавство України про охорону довкілля.	2	Основна: [2-6; 8; 9] Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]
7.	Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності 1. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес стратегія. 2. Декларація соціального партнерства. 3. Створення соціально сприятливого середовища.	2	Основна: [1; 3; 6-9] Додаткова: [11; 12; 15-21]
<u>Змістовий модуль 2. Аналіз системи управління соціальною відповідальністю</u>			
8.	Тема 8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності, соціальна звітність та аудит 1. Значення та зміст моніторингу соціальної відповідальності. 2. Параметри моніторингу соціальної відповідальності. 3. Комплексна система соціальної відповідальності.		Основна: [2-6; 8; 9] Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]
9.	Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності 1. Значення та зміст оцінювання ефективності соціальної відповідальності. 2. Методики оцінювання соціальної відповідальності. 3. Ключові показники ефективності соціальної відповідальності.		Основна: [2; 3; 6-9] Додаткова: [11; 12; 15-21]
10.	Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні 1. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. 2. Складові розвитку соціальної відповідальності В Україні. 3. Очікувані результати реалізації Стратегії.		Основна: [1-9] Додаткова: [10-20]

САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	К-сть годин	Форми контролю	Література
<u>Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні аспекти формування соціальної відповідальності</u>				
1.	Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку	8		Основна: [1; 3; 8]. Додаткова: [11; 12; 16; 17; 22]
	1. Роль інститутів суспільства в сталому розвитку	2	Співбесіда	
	2. Соціальна держава як провідний суб'єкт соціальної відповідальності.	2	Доповідь	
	3. Особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях.	4	Реферат	
2.	Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та інститутів громадянського суспільства	8		Основна: [2-6] Додаткова: [11-17]
	1. Формування реалізації соціальної відповідальності держави	2	Співбесіда	
	2. Соціальна держава як провідний суб'єкт соціальної відповідальності	2	Доповідь	
	3. Статус, функції та обов'язки менеджера з КСВ в організації	4	Реферат	
3.	Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю	8		Основна: [2; 3; 6-9] Додаткова: [12; 15-21]
	1. Корупція як елемент реальної дійсності	2	Співбесіда	
	2. Організаційно-управлінські механізми імплементації КСВ в управління організацією.	2	Доповідь	
	3. Підвищення якості трудового життя як мета і критерій КСВ.	4	Реферат	
4.	Тема 4. Формування відносин роботодавців з працівниками на засадах соціальної відповідальності	8		Основна: [4; 9] Додаткова: [10; 12; 15-30]
	1. Глобальні принципи Саллівана	2	Співбесіда	
	2. Покращення умов праці, запровадження міжнародних стандартів охорони та безпеки праці на підприємстві.	2	Доповідь	
	3. Корпоративна культура – соціальна відповідальність – соціальний діалог: організаційно – управлінські механізми взаємодії та забезпечення стійкого розвитку підприємства.	4	Реферат	

№ з/п	Назва теми	К-сть годин	Форми контролю	Література
5.	Тема 5. Формування відносин організації із зовнішніми стейкхолдерами на засадах соціальної відповідальності	8		Основна: [1-9] Додаткова: [10; 12; 15-21]
	1. Лобізм як об'єкт корпоративного керування	2	Співбесіда	
	2. Розвиток співпраці бізнесу з неурядовими організаціями.	2	Доповідь	
	3. Співпраця в контексті «організація – місцева адміністрація – громада».	4	Реферат	
6.	Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності: організаційно-економічний інструментарій реалізації	8		Основна: [1-3] Додаткова: [5-7; 10; 13-15; 18; 19; 20; 23-26]
	1. Масштаб екологічних проблем	2	Співбесіда	
	2. Напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності.	2	Доповідь	
	3. Міжнародний і український досвід упровадження принципів екологічної відповідальності.	4	Реферат	
<u>Змістовий модуль 2. Аналіз системи управління соціальною відповідальністю</u>				
7.	Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності	8		Основна: [1; 3; 8] Додаткова: [11; 12; 16; 17; 22]
	1. Розробка соціальних програм	2	Співбесіда	
	2. Регулювання відносин у сфері праці на засадах соціального партнерства та соціально відповідальної поведінки.	2	Доповідь	
	3. Реалізація принципів соціальної відповідальності в колективних угодах та договорах.	4	Реферат	
8.	Тема 8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності, соціальна звітність та аудит	8		Основна: [2-6] Додаткова: [11-17]
	1. Ключові індикатори соціальної відповідальності	2	Співбесіда	
	2. Упровадження соціальної звітності в Україні.	2	Доповідь	
	3. Організація проведення соціального аудиту.	4	Реферат	

№ з/п	Назва теми	К-сть годин	Форми контролю	Література
9.	Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності	8		Основна: [2; 3; 6-9] Додаткова: [9; 12; 15-21]
	1. Розрахунок соціального ефекту від інвестицій	2	Співбесіда	
	2. Показники ефективності соціальних інвестицій	2	Доповідь	
	3. Формування вимог до критеріїв оцінювання соціальної відповідальності в організації	4	Реферат	
10.	Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні	8		Основна: [2-6] Додаткова: [11-17]
	1. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні	2	Співбесіда	
	2. Формування ефективної ідеології та культури соціальної відповідальності.	2	Доповідь	
	3. Міжнародні ініціативи як чинники формування і розвитку соціальної відповідальності	4	Реферат	

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1

«СТАЛЕ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 1

Знати: сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;

Уміти: оцінювати вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування позитивного іміджу, ділової репутації, вартості компанії та підвищення її інвестиційної привабливості; діагностувати програми корпоративної соціальної відповідальності; активізувати індивідуальну та колективну екологічну відповідальність.

Вид практичного заняття: семінар-конференція (2 год.)

План

1. Роль інституту громадянського суспільства в сталому розвитку.
2. Принципи і положення концепції сталого розвитку.
3. Механізм ефективної взаємодії держави і бізнесу.

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, виступи учасників конференції.

1. Презентація підготовлених студентами моделей соціальної відповідальності.

2. Питання для конференції:

- 1) соціальна відповідальність і ретроспектива її розвитку;
- 2) упровадження соціальної відповідальності в практику господарювання;
- 3) корпоративна культура – соціальна відповідальність – соціальний діалог: організаційно-управлінські механізми взаємодії та забезпечення стійкого розвитку підприємства;

4) міжнародні ініціативи як чинники формування і розвитку соціальної відповідальності;

5) соціальна відповідальність як стратегія досягнення збалансованого розвитку суспільства і бізнесу;

6) соціально відповідальна взаємодія держави, бізнесу та суспільства і шляхи її розвитку;

7) суб'єкти і рівні соціальної відповідальності;

8) сутність і складові соціальної відповідальності людини, її значення в забезпеченні стійкої соціальної динаміки.

Література: основна: [1; 3; 8; 9], додаткова [11; 12; 16; 17; 30]

Питання для самоконтролю:

1. Визначте поняття сталого розвитку.
2. Означте принципи концепції сталого розвитку.
3. Сформулюйте економічну, соціальну та екологічну складові сталого розвитку.
4. Чому у концепції сталого розвитку такою важливою є екологічна складова?
5. Визначте поняття соціальної відповідальності.
6. Які основні міжнародні стандарти лежать в основі поняття соціальної відповідальності?
7. Визначте історичні аспекти соціальної відповідальності в світі та Україні.
8. Проаналізуйте поняття соціального партнерства.
9. Які інститути громадянського суспільства є задіяними в соціальному партнерстві?
10. В чому полягає дія механізму взаємодії держави та бізнесу?
11. В чому полягає дія механізму взаємодії держави та суспільства?
12. В чому полягає дія механізму взаємодії бізнесу та суспільства?

13. Чому соціальні чинники так потужно впливають на економічну діяльність підприємства?

Методичні вказівки щодо підготовки до практичного заняття викладач видає студентам за тиждень до дня проведення заняття.

Інформаційне забезпечення: матеріали сайту <http://csr-ukraine.org/>

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2
«ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 2

Знати: місце соціальної відповідальності в системі управління організацією; моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури.

Уміти: розробляти модель управління соціальною відповідальністю організації залежно від стратегії її розвитку; розробляти, впроваджувати та удосконалювати етичні кодекси організацій, фахівців різних професій; адаптувати внутрішню документацію підприємства до вимог міжнародних стандартів в сфері соціальної відповідальності; організовувати роботу основних та допоміжних підрозділів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності; розробляти професійні стандарти менеджера з КСВ в організаціях.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

- 1. Закон України з ефективного співробітництва громадських об'єднань та органів влади.**
- 2. Формування й проблеми реалізації державної економічної політики.**
- 3. Корупція як елемент реальної дійсності.**

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) інституційне забезпечення соціальної відповідальності: міжнародний формат і проблеми вітчизняної практики;
- 2) корпоративна соціальна відповідальність як чинник формування позитивного іміджу та ділової репутації компанії;
- 3) розвиток КСВ в контексті зростання вартості компанії та підвищення її інвестиційної привабливості;
- 4) взаємозв'язок соціально відповідальної поведінки і стратегії розвитку організації;
- 5) соціальні інвестиції як форма прояву соціально відповідального роботодавця;
- 6) міжнародні стандарти та їх роль у процесі інтеграції соціально відповідальної поведінки в організації.

Література: основна: [2-6; 8; 9], додаткова [11; 12; 16; 17; 30]

Питання для самоконтролю:

1. Які об'єднання, організації або особи належать до основних економічних агентів соціальної відповідальності?
2. На яких принципах заснована взаємодія економічних агентів соціальної відповідальності?
3. Проаналізуйте взаємодію підприємства з закордонними партнерами на засадах соціальної відповідальності.
4. Розберіть значимість законів України з ефективного співробітництва громадських об'єднань та органів влади.
5. В чому ви визначаєте прозорість та відкритість сучасної соціальної політики в Україні.
6. Які напрями вітчизняної державної соціальної політики ви б додали?
7. В чому полягає реалізація соціальної відповідальності держави?

8. Сформулюйте основні проблеми реалізації соціальної відповідальності держави в Україні.
9. В чому полягає реалізація соціальної відповідальності бізнесу?
10. Сформулюйте основні проблеми реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
11. В чому полягає реалізація соціальної відповідальності громади?
12. Сформулюйте основні проблеми реалізації соціальної відповідальності громади в Україні.
13. В чому полягає соціально відповідальне громадянство?
14. Чи можна сформулювати поняття соціально відповідального громадянства в Україні? Обґрунтуйте відповідь

Методичні вказівки щодо підготовки до практичного заняття викладач видає студентам за тиждень до дня проведення заняття.

***Інформаційне забезпечення:** матеріали сайту <http://csr-ukraine.org/>*

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3

«ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 3.

Знати: *сутність соціальних інвестицій як форми прояву корпоративної відповідальності роботодавців; сутність, основні складові та пріоритети розвитку соціально відповідальної кадрової політики.*

Уміти: розробляти систему заходів щодо формування корпоративної соціальної відповідальності в сфері кадрової політики, поліпшення іміджу організації як роботодавця; удосконалювати компенсаційну політику у контексті впровадження основних принципів корпоративної соціальної відповідальності; розробляти програми забезпечення ефективної зайнятості персоналу на засадах соціальної відповідальності; розробляти напрями розвитку корпоративної культури з використанням елементів соціальної

відповідальності; розробляти заходи з підвищення якості трудового життя на засадах соціальної відповідальності.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

- 1. Інтеграція соціальної відповідальності в підприємство.**
- 2. Навчання персоналу у сфері соціальної відповідальності.**
- 3. Партнерство та інституціональне інвестування.**
- 4. Якість продуктів та послуг.**

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, тестування, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) напрями реалізації КСВ в процесі забезпечення конкурентоспроможності персоналу;
- 2) соціально відповідальні добір, переміщення та звільнення персоналу;
- 3) розвиток персоналу як важливий напрям КСВ;
- 4) забезпечення продуктивної зайнятості на засадах соціальної відповідальності;
- 5) удосконалення компенсаційної політики в контексті впровадження основних принципів КСВ;
- 6) покращення умов праці, запровадження міжнародних стандартів охорони та безпеки праці на підприємстві;
- 7) підвищення якості трудового життя як мета і критерій КСВ.

Література: основна: [2; 3; 6-9], додаткова [11; 12; 15-21]

Питання для самоконтролю:

1. В чому полягають функціональні обов'язки, права і відповідальність на підприємстві з позиції соціальної відповідальності?
2. Чим відрізняються функціональні обов'язки, права і відповідальність на підприємстві, яке приймає концепцію соціальної відповідальності та на

підприємстві, яке не враховує в своїй господарчій діяльності соціальну відповідальність?

3. Чи є якісь привілеї на соціально відповідальному підприємстві для найманих працівників? Якщо є, то в чому вони полягають?

4. На яких принципах створюється система оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності на соціально відповідальному підприємстві?

5. Яким чином і хто може оцінити результативність втілення концепції соціальної відповідальності на підприємстві?

6. Як впливає втілення концепції соціальної відповідальності на підприємстві на умови праці найманих співробітників?

7. Чим пояснюється позитивний вплив втілення програм соціального інвестування на соціально відповідальному підприємстві?

8. Наскільки довгим та трудомістким є процес інтеграції соціальної відповідальності у функції структурних підрозділів підприємства?

9. Чи обов'язково підприємству вдосконалювати практики соціальної відповідальності на підприємстві?

10. Хто і як контролює реалізацію соціальних програм на підприємстві?

11. Чи є потреби в навчанні співробітників у разі втілення концепції соціальної відповідальності?

12. Хто займається та за які кошти проходить навчання співробітників у разі втілення концепції соціальної відповідальності?

13. Яким чином проводяться розрахунки корисності від навчання співробітників у разі втілення концепції соціальної відповідальності?

Методичні вказівки щодо підготовки до практичного заняття викладач видає студентам за тиждень до дня проведення заняття.

***Інформаційне забезпечення:** матеріали сайту Європейської асоціації етики бізнесу (EuropeanBusinessEthicsNetwork — EBEN) www.eben-net.org*

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4
«ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 4.

Знати: *особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку.*

Уміти: оцінювати стан взаємодії компанії із зовнішніми стейкхолдерами і надавати пропозиції щодо їх удосконалення; ідентифікувати, аналізувати і ранжувати очікування заінтересованих сторін з позицій концепції соціальної відповідальності; виявляти інтереси зовнішніх стейкхолдерів у процесі формування відносин на засадах соціальної відповідальності.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

- 1. Інтеграція соціальної відповідальності в підприємство.**
- 2. Навчання персоналу у сфері соціальної відповідальності.**
- 3. Партнерство та інституціональне інвестування.**
- 4. Якість продуктів та послуг.**

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, тестування, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) напрями реалізації КСВ в процесі забезпечення конкурентоспроможності персоналу;
- 2) соціально відповідальні добір, переміщення та звільнення персоналу;
- 3) розвиток персоналу як важливий напрям КСВ;
- 4) забезпечення продуктивної зайнятості на засадах соціальної відповідальності;
- 5) удосконалення компенсаційної політики в контексті впровадження основних принципів КСВ;

б) покращення умов праці, запровадження міжнародних стандартів охорони та безпеки праці на підприємстві;

7) підвищення якості трудового життя як мета і критерій КСВ.

Література: основна: [1; 3-6; 8; 9], додаткова [11; 12; 16; 17; 30]

Питання для самоконтролю:

1. В чому полягає корисність найманих працівників?

2. Як максимізувати корисність найманих працівників, втілюючи соціальну відповідальність на підприємстві?

3. До яких методів звертаються менеджери з соціальної відповідальності і на підприємстві для збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників? Поясніть дію цих методів на прикладах.

4. Що ви знаєте про міжнародні документи, що стосуються встановлення прав людини?

5. Які з міжнародних документів з питання 4 безпосередньо стосуються найманих працівників?

6. Поясніть роль департаменту людськими ресурсами в інтегруванні соціальної відповідальності в організацію.

7. Наведіть Закони України щодо професійних спілок.

8. Як Закони України щодо професійних спілок пов'язано з

9. соціальною відповідальністю на підприємстві?

10. Розкажіть про дію принципів Саллівана.

11. Поясніть виникнення економічного ефекту від партнерських відносин між роботодавцями та найманими працівниками.

12. Що, по-вашому, означає поняття «соціально відповідальний роботодавець»?

13. В чому полягає моніторинг лояльності найманих працівників? З якою періодичністю він проводиться?

14. По-вашому, в чому корисність проведення тренінгів на робочому місці?

15. Як змінюються зобов'язання співробітників у разі втілення на підприємстві концепції соціальної відповідальності?

16. З чого складається поняття етики бізнесу та як воно співвідноситься з концепцією соціальної відповідальності?

Методичні вказівки щодо підготовки до практичного заняття викладач видає студентам за тиждень до дня проведення заняття.

Інформаційне забезпечення: матеріали сайту Європейської асоціації етики бізнесу (European Business Ethics Network — EBEN) www.eben-net.org

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5

«АГЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

І ЇХНЯ ВЗАЄМОДІЯ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 5.

Знати: *особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях.*

Уміти: регулювати відносини у сфері праці на засадах соціального партнерства та соціально відповідальної поведінки; визначати інтереси сторін і суб'єктів соціально-трудоких відносин щодо розвитку соціальної відповідальності; розробляти колективні угоди та договори на принципах соціальної відповідальності.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

1. Формування і проблеми реалізації соціальної відповідальності держави.

2. Конфлікти суспільства, бізнесу і влади.

3. Лобізм як об'єкт корпоративного керування.

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) гармонізація інтересів сторін і суб'єктів соціально-трудоких відносин на принципах соціального партнерства;
- 2) форми соціального діалогу та їх роль у системі забезпечення соціально відповідальної поведінки;
- 3) соціальна відповідальність суб'єктів соціального партнерства;
- 4) реалізація принципів соціальної відповідальності в колективних угодах та договорах;
- 5) регулювання відносин у сфері праці на засадах соціального партнерства та соціально відповідальної поведінки.

Література: основна: [1-9], додаткова [11; 12; 15-21]

Питання для самоконтролю:

1. Виділіть основні групи заінтересованих сторін на підприємстві.
2. Дайте характеристику основному міжнародному стандарту, що визначає правила і принципи роботи зі стейкхолдерами.
3. Перечисліть основні завдання аналізу стейкхолдерів.
4. На яких принципах будується «матриця стейкхолдерів»?
5. За допомогою яких засобів наочно відображаються різні відносини зі стейкхолдерами?
6. Визначте організацію процесу комунікації щодо соціальних та екологічних проблем.
7. Визначте поняття діалогу за стейкхолдерами та наведіть приклади використання цього інструменту.
8. Наведіть індикатори необхідності діалогу зі стейкхолдерами.
9. Наведіть принципи, за якими формується державна соціально-екологічно-економічна політика.
10. Які проблеми реалізації державної економічної політики найбільше впливають на соціальну відповідальність держави?
11. Чи відписує принципам соціальної відповідальності втручання влади в діяльність компаній? Поясніть відповідь за допомогою прикладів.

12. З чого складаються основні конфлікти суспільства і бізнесу? Як їх вирішувати? Хто цим займається та чиї інтереси є найбільш важливими?

13. Поясніть поняття лобізму. Наведіть приклади.

Методичні вказівки щодо виконання завдання викладач видає студентам на початку заняття.

***Інформаційне забезпечення:** Декларація Міжнародної організації праці основних принципів та прав у світі праці: ухвалена Міжнародною конференцією праці на її вісімдесят шостій сесії*

http://www.ilo.org/public/english/standards/declaration/declaration_ukranian.pdf

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6

«ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 6.

Знати: сутність, структуру, вимоги і особливості міжнародних стандартів соціальної звітності в Україні.

Уміти: розробляти систему моніторингу ефективності діяльності організації у сфері соціальної відповідальності для оцінювання результативності соціальних програм; організовувати управління процесами формування корпоративної соціальної звітності на підприємстві; аналізувати корпоративні соціальні звіти вітчизняних і зарубіжних організацій; впроваджувати процедури здійснення соціального аудиту; збирати й оцінювати інформацію з питань соціальної відповідальності для прийняття рішень і формування пропозицій до програм розвитку організації.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

- 1. Масштаб екологічних проблем.**
- 2. Програми з контролю забруднення та захисту довкілля.**
- 3. Першочергове вирішення екологічних проблем.**

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) технології моніторингу КСВ;
- 2) соціальні (нефінансові) звіти: сутність, завдання і структура;
- 3) стандарти та процеси підготовки соціального звіту;
- 4) міжнародні нормативно-правові акти щодо змісту соціальної звітності;
- 5) упровадження соціальної звітності в Україні;
- 6) організація проведення соціального аудиту.

Література: основна: [2-6; 8; 9], додаткова [11; 12; 16; 17; 30]

Питання для самоконтролю:

1. Дайте характеристику міжнародним стандартам із навколишнього середовища.
2. Наведіть приклади с поясненнями щодо економічних прояв екологічних проблем.
3. В чому полягає міжнародний досвід впровадження принципів екологічної відповідальності економічних агентів?
4. Як Україна вирішує екологічні проблеми на своїй території? Наведіть приклади.
5. Як пов'язані між собою соціальна відповідальність та захист довкілля?
6. Чому вирішення екологічних питань є першорядним? Наведіть приклади і аргументуйте відповідь.
7. Визначить основні принципи і напрямки соціальної відповідальності у сфері захисту довкілля.
8. Наведіть основні програми з контролю забруднення та захисту довкілля.
9. Дайте визначення основним міжнародним документам щодо навколишнього середовища.
10. Дайте характеристику стандартам екологічного менеджменту.

11. Визначить Стратегію національної екологічної політики України на період до 2020 року.

12. Які основні принципи охорони навколишнього природного середовища ви знаєте?

13. Основні положення Водного кодексу України.

14. Основні положення Лісового кодексу України.

15. Основні положення Земельного кодексу України.

Методичні вказівки щодо виконання завдання викладач видає студентам на початку заняття.

Інформаційне забезпечення: матеріали сайту Глобальної ініціативи відповідального лідерства (GlobalResponsibleLeadershipInitiative — GRLI) www.grli.org

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 7

«ДЕКЛАРАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 7.

Знати: *критерії, показники та методика оцінювання соціальної відповідальності.*

Уміти: проводити інтегральну оцінку ефективності корпоративної соціальної відповідальності; аналізувати нефінансові ризики, пов'язані з діяльністю організації та розробляти заходи із запобігання або зниження їх негативного впливу; оцінювати ефективність соціальних інвестицій.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

- 1. Принципи взаємовигідного співробітництва.**
- 2. Співпраця з органами влади та іншими стейкхолдерами.**
- 3. Розробка соціальних програм.**
- 4. Оцінка результативності соціального партнерства.**

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) критерії та індикатори ефективності КСВ;
- 2) методи і процедури оцінювання ефективності програм КСВ;
- 3) формування рейтингів соціально відповідальних організацій та практика їх використання;
- 4) дослідження можливих загроз та напрямів мінімізації ризиків у сфері КСВ;
- 5) показники ефективності соціальних інвестицій.

Література: основна: [1; 3; 6-9], додаткова [11; 12; 15-21]

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте сутність соціальної відповідальності як фактору стійкого розвитку.
2. Яким чином соціальна відповідальність корпорації управляє ризиками?
3. Чому соціальна відповідальність є засобом підвищення ефективності управління?
4. Які дії по облагородженню територій допомагають налагодити діалог зі стейкхолдерами? З якими саме?
5. Наскільки ризикованими є довгострокові інвестиції в соціально-економічні проекти прилеглих територій?
6. З чого складається відповідальність за збереження довкілля?
7. В чому полягає відповідальність перед співробітниками? А іншими стейкхолдерами?
8. Визначте принципи взаємовигідного співробітництва.
9. Як створювати діалог з місцевими громадами?
10. Яким чином соціально відповідальна корпорація формує відносини з органами влади?

11. Яку участь у розробці соціальних програм приймає соціально відповідальна корпорація?
12. Як оцінити результативність соціального партнерства?
13. В чому полягає прозорість ведення бізнесу?
14. Поясніть поняття легітимності форм власності .
15. Наведіть ефективні форми взаємодії із зацікавленими сторонами й групами впливу.

Методичні вказівки щодо виконання завдання викладач видає студентам на початку заняття.

***Інформаційне забезпечення:** матеріали сайту Глобальної ініціативи відповідального лідерства (GlobalResponsibleLeadershipInitiative — GRLI) www.grli.org*

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 8

«РОЗРОБЛЕННЯ БАЗИ ВЛАСНИХ СТАНДАРТІВ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 8.

Знати: *екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання.*

Уміти: удосконалювати нормативно-правове забезпечення розвитку соціальної відповідальності; розробляти заходи реалізації національної ідеї у сфері соціальної відповідальності; формувати та розвивати ціннісно-правову компетентність суб'єктів соціального розвитку; розвивати корпоративну соціальну відповідальність з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств; розробляти прозору, зрозумілу, ефективну технологію соціально відповідальної діяльності, соціальної звітності й аудиту; розробляти превентивні заходи щодо запобігання виникненню екологічних проблем; організовувати діяльність суб'єктів суспільного розвитку на принципах екологічної відповідальності.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактива дискусія (2 год.)

План

1. Фіксація параметрів корпоративної соціальної відповідальності.
2. Виявлення реальних досягнень.
3. Ключові індикатори та поняття поточного становища соціальної відповідальності.

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, тестування, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) правове забезпечення розвитку соціальної відповідальності;
- 2) напрями реалізації національної ідеї соціальної відповідальності;
- 3) активізація діяльності роботодавців щодо розвитку соціально відповідального бізнесу;
- 4) формування ціннісно-правової компетентності суб'єктів соціального розвитку;
- 5) підвищення прозорості діяльності українських компаній як напрям розвитку соціальної відповідальності;
- 6) удосконалення діяльності профспілкових та громадських організацій щодо посилення їх соціальної відповідальності;
- 7) формування ефективної ідеології та культури соціальної відповідальності.

Література: основна: [2-6; 8; 9], додаткова [11; 12; 16, 30]

Питання для самоконтролю:

1. Наведіть алгоритм моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.
2. Визначить етапи розроблення бази власних стандартів.
3. Назвіть основні параметри корпоративної соціальної відповідальності.
4. Як проводиться популяризація досягнень в сфері соціальної відповідальності підприємства.
5. В чому в цілому полягає значення та зміст моніторингу соціальної відповідальності?

6. Дайте характеристику ключовим індикаторам поточного становища корпоративної соціальної відповідальності.
7. Визначте основні напрями корпоративної соціальної відповідальності.
8. З чого складається відповідальність кожного громадянина?
9. В чому перебуває відповідальна ділова практика?
10. Визначте поняття відповідальності перед громадою.
11. Як впроваджується трансляція корпоративної соціальної відповідальності на зовнішні зацікавлені сторони?
12. З чого складається комплексна система соціальної відповідальності?
13. Що таке експертне позиціонування?

Методичні вказівки щодо виконання завдання викладач видає студентам на початку заняття.

***Інформаційне забезпечення:** матеріали сайту <http://csr-ukraine.org/>*

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 9

«МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 9.

Знати: *складові бюджету соціальної відповідальності, критерії та показники оцінки ефективності соціальної відповідальності, систему управління та оцінки Лондонської бенчмаркетингової групи (LBG); досвід світових компаній та Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку.*

Уміти: визначати індикатори оцінювання соціальної відповідальності; збалансовувати систему показників по соціальній відповідальності; розраховувати соціальний ефект від інвестицій; розробляти матрицю можливих показників при моніторингу та оцінці соціальної відповідальності компаній України; розраховувати соціальний ефект від інвестицій; складати бюджет програми соціальної відповідальності.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

1. Індикатори оцінювання соціальної відповідальності.

2. Система управління та оцінки Лондонської бенчмаркетингової групи (LBG).

3. Збалансована система показників соціальної відповідальності.

Розрахунок соціального ефекти від інвестицій.

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) бюджет програми соціальної відповідальності;
- 2) відмінність оцінювання ефективності соціальної відповідальності від оцінювання ефективності фінансових проектів та інвестування;
- 3) волонтерські проекти та їх ефективність;
- 4) індикатори оцінювання соціальної відповідальності;
- 5) система управління та оцінки Лондонської бенчмаркетингової групи (LBG);
- 6) збалансованість системи показників по соціальної відповідальності;
- 7) розрахунок соціального ефекту від інвестицій;
- 8) досвід світових компаній та Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку;
- 9) матриця можливих показників при моніторингу та оцінці соціальної відповідальності компаній в Україні.

Література: основна: [2; 3; 6-9], додаткова [11; 12; 15-21]

Питання для самоконтролю:

1. З чого складається бюджет програми соціальної відповідальності?
2. Наведіть відмінність оцінювання ефективності соціальної відповідальності від оцінювання ефективності фінансових проектів та інвестування.
3. Дайте характеристику волонтерським проектам та оцініть їх ефективність.

4. В чому в цілому полягає значення оцінювання ефективності соціальної відповідальності?
5. Наведіть основні індикатори оцінювання соціальної відповідальності.
6. Дайте характеристику системі управління та оцінки Лондонської бенчмаркетінгової групи (LBG).
7. Що розуміють під збалансованістю системи показників по соціальної відповідальності?
8. Як розрахувати соціальний ефект від інвестицій?
9. Що собою являє матриця показників при моніторингу та оцінці соціальної відповідальності?
10. Наведіть етапи складення матриці показників при моніторингу та оцінці соціальної відповідальності.
11. Як використовується досвід світових компаній з соціальної відповідальності в Україні?

Методичні вказівки щодо виконання завдання викладач видає студентам на початку заняття.

***Інформаційне забезпечення:** матеріали сайту <http://csr-ukraine.org/>*

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 10

«КОНЦЕПЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ»

Компетентності, на формування яких спрямовано практичне заняття за темою № 10.

Знати: *терміни і поняття, що використовуються у Концепції, мету і завдання Стратегії, внутрішній контекст розвитку СВ в Україні, цілі Стратегії.*

Уміти: характеризувати і аналізувати проблеми, на розв'язання яких спрямована Стратегія; обґрунтовувати доцільність розробки і реалізації Стратегії; формулювати організаційні та нормативні умови розвитку СВ; виявляти можливості та компетенції бізнес-організацій для підтримки їх у

реалізації соціальної відповідальності; підвищувати обізнаність щодо СВ серед різних груп заінтересованих осіб; розраховувати короткострокові, довгострокові результати; виявляти джерела фінансування Стратегії; встановлювати терміни виконання стратегії.

Вид практичного заняття: семінар-інтерактивна дискусія (2 год.)

План

- 1. Характеристика і аналіз проблеми.**
- 2. Обґрунтування доцільності розробки і реалізації Національної стратегії.**
- 3. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.**

Аудиторна робота: усне опитування теоретичного матеріалу, заслуховування доповіді та реферату, інтерактивна дискусія.

Питання для інтерактивної дискусії:

- 1) характеристика і аналіз проблеми, на розв'язання якої спрямована Стратегія;
- 2) мета і завдання Стратегії. Обґрунтування доцільності розроблення і реалізації Стратегії на основі зарубіжного та вітчизняного досвіду;
- 3) внутрішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні;
- 4) цілі, досягненню яких присвячена Стратегія;
- 5) зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні;
- 6) організаційні та нормативні умови розвитку соціальної відповідальності;
- 7) розвиток можливостей та компетенцій бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації соціальної відповідальності;
- 8) підвищення обізнаності щодо соціальної відповідальності серед різних груп заінтересованих осіб;
- 9) короткострокові та довгострокові результати (до трьох років з моменту затвердження Стратегії);
- 10) фінансування реалізації Стратегії.

Література: основна: [1-9], додаткова [10-20]

Питання для самоконтролю:

1. Основні положення Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
2. Наведіть основні терміни і поняття, що використовуються у Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
3. Дайте характеристику проблеми, на розв'язання якої спрямована Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
4. В чому полягають мета і завдання Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні?
5. Обґрунтуйте доцільність розроблення і реалізації Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні на основі зарубіжного та вітчизняного досвіду.
6. Проаналізуйте внутрішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.
7. Проаналізуйте зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.
8. Дайте характеристику організаційним та нормативним умовам розвитку соціальної відповідальності в Україні.
9. Визначте розвиток можливостей та компетенцій бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації соціальної відповідальності.
10. Позначте складові розвитку соціальної відповідальності в Україні.
11. Які очікуються результати реалізації Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні у короткостроковому (до трьох років з моменту затвердження Стратегії) періоді?
12. Які очікуються результати реалізації Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні у довгостроковому періоді?
13. Який термін виконання Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні? Чи корегувався він останнього часу?

Методичні вказівки щодо виконання завдання викладач видає студентам на початку заняття.

Інформаційне забезпечення: матеріали сайту <http://csr-ukraine.org/>

**КРИТЕРІЇ ТА НОРМИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ, УМІНЬ І НАВИЧОК
СТУДЕНТІВ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ**

Поточний і модульний контроль (60 балів)				Іспит	Сума
Змістовий модуль 1 (42 бали)		Змістовий модуль 2 (18 балів)		40	100
Поточний контроль	МКР	Поточний контроль	МКР		
18 балів	24 бали	6 балів	12 балів		

ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ З ДИСЦИПЛІНИ

«Соціальна відповідальність»

Оцінювання знань студентів на основі даних поточного контролю знань відбувається:

- 1) з допомогою контролю активності роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
- 2) через виконання двох модульних контрольних робіт.

З урахуванням того, що навчальні досягнення учнів загальноосвітніх навчальних закладів оцінюються за 12-бальною шкалою та з метою полегшення процесу адаптації випускників цих закладів до умов навчання у ВНЗ, максимальний бал оцінки поточної успішності студентів на навчальних заняттях (практичних, семінарських, лабораторних) приймається рівним 12. Орієнтовні критерії оцінювання знань, умінь, навичок і фахових компетенція студентів на навчальних заняттях наведено в *таблиці 1*.

**Орієнтовні критерії оцінювання знань, умінь, навичок і фахових
компетенція студентів на навчальних заняттях**

Оцінка в балах (за 12-бальною шкалою)	Критерії оцінювання
Початковий (понятійний) рівень навчальних досягнень	
1	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді «так» чи «ні».
2	Студент мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні «так» чи «ні»; може самостійно знайти в підручнику відповідь.
3	Студент намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі властивості; робить спроби виконання вправ, дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом.
Середній (репродуктивний) рівень навчальних досягнень	
4	Студент володіє початковими знаннями, знає близько половини навчального матеріалу, здатний відтворити його, провести за зразком розрахунки; слабо орієнтується у поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі.
5	Студент знає більше половини навчального матеріалу, розуміє сутність навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (однак з помилками); вміє працювати з підручником, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу; робить прості розрахунки за алгоритмом, але висновки не логічні, не послідовні.
6	Студент розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати події, ситуації, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час розв'язування розрахункових завдань за алгоритмом, користуватися додатковими джерелами.
Достатній (алгоритмічно дієвий) рівень навчальних досягнень	
7	Студент правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; за допомогою викладача може скласти план реферату, виконати його і правильно оформити; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми.
8	Знання студента досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення.

Оцінка в балах (за 12-бальною шкалою)	Критерії оцінювання
9	Студент вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацювати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички.
Високий (творчо-професійний) рівень навчальних досягнень	
10	Студент володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси.
11	Студент володіє узагальненими знаннями з навчальної дисципліни, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси; займає активну життєву позицію.
12	Студент має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності у навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; вміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й нахили; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах.

Протягом практичних та семінарських занять рівень знань студента оцінюють за 12-бальною шкалою. Система оцінювання **активності роботи** проводиться наступним чином.

На навчальний (змістовий) модуль 1 «Теоретико-методичні аспекти формування соціальної відповідальності» відведено 42 балів:

- 18 балів (r_1) – на оцінювання результатів навчальної діяльності студентів на навчальних заняттях з цього навчального (змістового) модуля;
- 24 бали (r_2) – на модульну контрольну роботу.

Рейтингова оцінка у балах знань, умінь і навичок студента на навчальних заняттях з навчального змістовного модуля обчислюється після проведення цих занять та ліквідації студентом поточної заборгованості, пов'язаної з пропусками занять, невідповідністю або недостатньою підготовленістю до них, за формулою:

$$r_k^c = (0,05 r_k^c + 0,4) \times r_k$$

Наприклад, на навчальних заняттях з навчального (змістового) модуля студент отримав оцінки: 5, 9, 12, 11, 10. Середня оцінка навчальної діяльності студента на навчальних заняттях з цього модуля рахується так:

$$r_k^c = \frac{5+9+12+11+10}{5} = \frac{47}{5} = 9,4$$

Рейтингова оцінка знань, умінь і навичок студента за навчальну діяльність на навчальних заняттях з цього модуля у балах (r_1) обчислюється так:

$$r_1 = (0,05 \times 9,4 + 0,4) \times 18 = 16$$

Отже, на навчальних заняттях з цього навчального (змістового) модуля студент отримав 16 балів (r_1) з 18 можливих. Якщо його модульна контрольна робота оцінена на 21 бал (r_2), то в сумі з відповідного навчального (змістового) модуля студент набрав $\sum = 16 + 21 = 37$ з 42 можливих.

На навчальний (змістовий) модуль 2 «Аналіз системи управління соціальною відповідальністю» відведено 18 балів:

- 6 балів (r_1) – на оцінювання результатів навчальної діяльності студентів на навчальних заняттях з цього навчального (змістового) модуля;
- 12 балів (r_2) – на модульну контрольну роботу.

Вимоги щодо активності роботи студентів

Письмовий контроль. Оперативний письмовий контроль проводиться протягом 10-15 хвилин на початку або наприкінці семінару з теми, що готувалася або розглядалася на даному семінарі. Кількість питань (тестів) в одному блоці визначає викладач.

Бліцопитування. Викладач на семінарських заняттях може проводити бліцопитування, що являє собою або суцільне опитування всіх присутніх студентів групи, або вибіркоче опитування частини студентів групи. Запитання з теми (кількох тем), яка готувалася на семінарське заняття, передбачають чітку коротку відповідь (наприклад, дати визначення елементів трудового процесу як об'єкту організації праці).

При бліцопитуванні кожен студент має право відповісти лише один раз.

Модульний контроль здійснюється у два етапи у вигляді контрольної роботи. I модуль — «Теоретико-методологічні аспекти формування соціальної відповідальності», II модуль — «Аналіз системи управління соціальною відповідальністю». Викладач, що проводить проміжний контроль, формує варіанти завдань. До модульного контролю можуть включатися теми, які винесені для самостійної роботи. Тривалість кожної 1-ї модульної контрольної роботи — 2 академічних години, а 2-ї модульної роботи — 1 академічна година. Система оцінок за модульну контрольну роботу наведена вище. У разі використання недозволених джерел і підказок студент отримує 0 балів. Критерії оцінювання доводяться до студентів перед модульним контролем. Письмові роботи зберігаються на кафедрі до закінчення семестру.

Якщо з поважних причин студент був відсутнім на першому чи другому модульному контролі, він має право звернутись до викладача і написати відповідні контрольні завдання протягом семестру, але не пізніше, ніж за два тижні до початку екзаменаційної сесії.

Якщо студент за семестр не набрав 36 балів із 60, він не допускається до іспиту з дисципліни «Соціальна відповідальність». Студенту може бути надана можливість виконати додаткову роботу щодо вивчення навчального матеріалу.

У разі невиконання завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студент має право за дозволом декана скласти їх до останнього семінарського заняття. Порядок складання визначає викладач.

ПРОГРАМА СЕМЕСТРОВОГО ІСПИТУ

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»

1. Економічна, соціальна та екологічна складові сталого розвитку.
2. Концепція соціальної відповідальності як система науково обґрунтованих понять, принципів і положень концепції сталого розвитку.
3. Роль соціальної відповідальності у реалізації концепції сталого розвитку.
4. Система соціального партнерства як механізм ефективній взаємодії держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства.
5. Суспільна злагода. Стале соціально-економічне зростання.
6. Розвиток соціальних чинників виробництва – людського і соціального капіталу і посилення їх дії на економічну діяльність.
7. Аналіз взаємодії бізнесу з державою, суспільством і закордонними партнерами.
8. Концепція взаємодії держави з громадянським суспільством.
9. Партнерство та ефективність взаємодії людини, держави, суспільства.
10. Закони України з ефективного співробітництва громадських об'єднань та органів влади.
11. Соціальна держава. Посилення відкритості державної політики.
12. Основне втримування й напрямки державної політики.
13. Формування й проблеми реалізації державної економічної політики.
14. Основні напрямки державної соціальної політики.
15. Формування й проблеми реалізації соціальної відповідальності держави.
16. Форми прояву соціальної відповідальності у зовнішній та внутрішній сферах.
17. Корпоративне громадянство.
18. Соціальна політика підприємства.
19. Соціальна відповідальність громадянина. Патріотизм.
20. Система оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності.

21. Порядок і форми взаємодії між органами управління та персоналом.
22. Оцінювання результативності. Умови праці.
23. Охорона довкілля. Співпраця із територіальними громадами.
24. Програми соціального інвестування.
25. Розробка місії, цілей та завдань у сфері соціальної відповідальності.
26. Інтеграція соціальної відповідальності у функції структурних підрозділів підприємства.
27. Аналіз і вдосконалення діяльності та практики організації соціальної відповідальності.
28. Проекти соціального інвестування.
29. Контролінг реалізації соціальних програм.
30. Навчання персоналу у сфері корпоративної соціальної відповідальності.
31. Якість формування правових норм, контролюючих інститутів та інфраструктури.
32. Партнерство та інституціональне інвестування.
33. Якість продуктів та послуг.
34. Запровадження та реалізація міжнародних стандартів.
35. Збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників.
36. Створення стабільних умов розвитку трудових відносин.
37. Максимізація корисності найманих працівників.
38. Права людини і ведення бізнесу.
39. Роль департаменту людськими ресурсами в інтегруванні соціальної відповідальності в організацію.
40. Відповідність основним правам і свободам людини на підприємстві.
41. Конвенції Міжнародної організації праці.
42. Закони України щодо професійних спілок.
43. Глобальні принципи Саллівана.
44. Ініціативи з прав людини Глобального Договору ООН.
45. Соціально відповідальний роботодавець.

46. Економічний ефект від партнерських відносин між роботодавцями та працівниками.
47. Моніторинг лояльності працівників.
48. Мотивації та зобов'язання співробітників.
49. Організація тренінгів на робочому місці.
50. Кар'єрне зростання.
51. Компенсації та стимулюючі програми для працівників підприємств.
52. Етика і корпоративні цінності.
53. Залучення стейкхолдерів. Поняття та види стейкхолдерів.
54. Визначення стейкхолдерів компанії. Карта стейкхолдерів. Матриця стейкхолдерів.
55. Конфлікти суспільства й бізнесу, влади й бізнесу.
56. Тенденція розвитку особистих зв'язків, лобізм, корупція.
57. Лобізм як об'єкт корпоративного керування.
58. Корупція як елемент реальної дійсності.
59. Масштаб екологічний проблем. Економічні та соціальні прояви екологічних проблем.
60. Міжнародні ініціативи із навколишнього середовища.
61. Міжнародний стандарт ISO 14000.
62. Міжнародний і український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності.
63. Основні принципи і напрямки соціальної відповідальності у сфері захисту довкілля.
64. Програми з контролю забруднення та захисту довкілля, збереження природних ресурсів, дотримання екологічних стандартів тощо.
65. Міжнародні документи щодо навколишнього середовища та стандарти екологічного менеджменту.
66. Стратегія національної екологічної політики України на період до 2020 року.
67. Основні принципи охорони навколишнього природного середовища. Пріоритетність вимог екологічної безпеки.

68. Соціальна відповідальність як фактор стійкого розвитку підприємства, інструмент управління ризиками та засіб підвищення ефективності управління.
69. Довгострокові вклади в соціально-економічний розвиток територій.
70. Відповідальність за збереження довкілля.
71. Відповідальність перед співробітниками та іншими стейкхолдерами.
72. Відносини з місцевими громадами.
73. Принципи взаємовигідного співробітництва.
74. Співпраця з органами влади та іншими стейкхолдерами. Розробка соціальних програм.
75. Оцінка результативності соціального партнерства.
76. Прозорість ведення бізнесу. Легітимність форм власності.
77. Позитивний економічний і соціальний вплив підприємства на суспільство.
78. Ефективні форми взаємодії із зацікавленими сторонами й групами впливу.
79. Алгоритм моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.
80. Розроблення бази власних стандартів. Фіксація параметрів корпоративної соціальної відповідальності.
81. Популяризація досягнень в сфері соціальної відповідальності підприємства.
82. Ключові індикатори та поняття поточного становища соціальної відповідальності на підприємстві.
83. Основні напрями корпоративної соціальної відповідальності.
84. Відповідальність кожного як корпоративного громадянина. Відповідальність перед співробітниками.
85. Відповідальна ділова практика. Відповідальність перед громадою.
86. Трансляція корпоративної соціальної відповідальності на зовнішні зацікавлені сторони.
87. Стратегічні ініціативи. Публічна активність. Експертне позиціонування. Просування соціальної відповідальності.
88. Бюджет програми соціальної відповідальності.
89. Відмінність оцінювання ефективності соціальної відповідальності від оцінювання ефективності фінансових проектів та інвестування.

90. Волонтерські проекти та їх ефективність.
91. Індикатори оцінювання соціальної відповідальності.
92. Система управління та оцінки Лондонської бенчмаркетингової групи (LBG).
93. Збалансована система показників по соціальної відповідальності.
94. Розрахунок соціального ефекту від інвестицій.
95. Досвід світових компаній та Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку.
96. Матриця можливих показників при моніторингу та оцінці соціальної відповідальності компаній в Україні.
97. Характеристика і аналіз проблеми, на розв'язання якої спрямована Стратегія соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
98. Внутрішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.
99. Організаційні та нормативні умови розвитку соціальної відповідальності.
100. Розвиток можливостей та компетенцій бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації соціальної відповідальності.

Рейтингова оцінка з кредитного модуля

Рейтингова оцінка з кредитного модуля – сумарна підсумкова оцінка за багатобальною шкалою рівня засвоєння студентом певного кредитного модуля (навчальної дисципліни) упродовж його вивчення.

Рейтингова оцінка з кредитного модуля	Оцінка за шкалою ECTS	Рекомендовані системою ECTS статистичні значення (у %)	Екзаменаційна оцінка за національною шкалою	Національна залікова оцінка
90-100 і більше	A (відмінно)	10	відмінно	зараховано
82-89	B (дуже добре)	25	добре	
75-81	C (добре)	30		
67-74	D (задовільно)	25	задовільно	
60-66	E (достатньо)	10		
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)		незадовільно	не зараховано
34 і менше	F (незадовільно з обов'язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)			

ТЕЗИ ЛЕКЦІЙ
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

ТЕМА 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

Соціальна відповідальність – це новий рівень розвитку суспільства, нова стратегія та концепція, яка інтегрує у собі національну стратегію, загальні людські цінності та етичну поведінку бізнес-організацій, споживачів, працівників, органів влади, інститутів громадського суспільства, науково-дослідницьких установ та вищих навчальних закладів. Сьогодні більшість країн світу залучаються до концепції соціальної відповідальності як на місцевому, регіональному, так і на державному рівнях.

На сьогодні загально прийнятим визначенням соціальної відповідальності – за стандартом ISO-26000 «Керівництво із соціальної відповідальності» – є таке: *«соціальна відповідальність це відповідальність організацій за вплив своїх рішень та дій на суспільство та оточуюче середовище, що реалізується шляхом прозорості та етичної поведінки, яка узгоджується зі сталим розвитком, здоров'ям та добробутом суспільства; відповідає інтересам груп та заінтересованих осіб, відповідає чинній нормативній базі та відповідним міжнародним зобов'язанням та є інтегрованою у діяльність та стратегії розвитку організації або компанії та здійснюється у повсякденній діяльності».*

Соціальна відповідальність бізнесу поширена серед країн Європи. В одних країнах вона інтегрована в громадську політику (Данія, Франція, Фінляндія, Швеція), в інших – соціально відповідальні практики є виключно прерогативами компаній (Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія). В Європейському Союзі основна роль соціальної відповідальності бізнесу полягає у підтримці сталого розвитку компаній, що призводить до покращення ситуації

на ринку праці, а також якості продуктів і послуг, що надаються компаніями (Комюніке Європейської Комісії, 2006).

Основними характеристиками соціальної відповідальності бізнесу є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію організації, компанії; системність; користь для всіх заінтересованих сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, громади тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Соціальна відповідальність не обмежується благодійністю.

Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

У широкому розумінні соціальна відповідальність бізнесу може бути представлена як система цінностей, заходів і процесів, що мають на меті поширення позитивного впливу діяльності компанії в *економічній, екологічній, соціальній* сферах як усередині організації, так і в навколишньому середовищі. Реалізація соціально відповідальних стратегій має орієнтуватися не лише на зменшення та запобігання негативним наслідкам діяльності, а й на досягнення *економічного, екологічного та соціального* ефектів (так звана стратегія потрібного впливу), що може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності окремих компаній і національної економіки загалом.

Існує два підходи розуміння соціальної відповідальності бізнесу:

1) підприємництво вважається соціально-відповідальним, якщо воно, не порушуючи законів і норм державного регулювання, збільшує прибуток, тобто досягає запланованих економічних цілей;

2) підприємець у доповнення до економічної відповідальності повинен враховувати людські і соціальні аспекти впливу свого бізнесу на працівників, партнерів, споживачів, і також, вносити позитивний внесок у рішення суспільних проблем суспільства у цілому. Тобто, суспільство чекає від росту

підприємництва не тільки високих економічних результатів, а й суттєвих досягнень з точки зору соціальних цілей.

Соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності:

- 1) організаційне управління;
- 2) права людини;
- 3) трудові відносини;
- 4) етична операційна діяльність;
- 5) захист навколишнього середовища;
- 6) захист прав споживачів;
- 7) розвиток місцевих громад і співпраця з ними.

Аргументи на користь соціальної відповідальності:

– сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи; навіть якщо короткострокові витрати у зв'язку з соціальною дією високі, у довгостроковій перспективі вони можуть стимулювати прибуток, оскільки у споживачів, постачальників і місцевого співтовариства формується привабливіший образ підприємства;

– наявність ресурсів для надання допомоги у рішенні соціальних проблем; оскільки бізнес має у своєму розпорядженні значні людські і фінансові ресурси, йому слід було б передавати їх частину на соціальні потреби;

– моральне зобов'язання поводитися соціально відповідально; підприємство є членом суспільства, тому норми моралі також повинні управляти його поведінкою.

Аргументи проти соціальної відповідальності:

– порушення принципу максимізації прибутку; напрям частині ресурсів на соціальні потреби знижує вплив принципу максимізації прибутку;

– витрати на соціальну замученість; засоби, що направляються на соціальні потреби, є для підприємства витратами; кінець кінцем ці витрати переносяться на споживачів у вигляді підвищення цін.

ТЕМА 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ ТА ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Концепція соціальної відповідальності зародилась наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. серед американських інженерів.

У ХVІІІ ст. поява цивільної інженерії для будівництва доріг, систем водопостачання та санітарних систем, освітлення осель тощо зумовила збільшення кількості інженерів. Збільшення кількості інженерів та їх технічної влади призвело до напруги у відносинах між інженерами та контролюючими їх органами (так зване «повстання інженерів», за американським істориком Е. Лейтоном).

Згодом концепція соціальної відповідальності перейшла у площину бізнесу, де термін «соціальна відповідальність» пов'язували з діяльністю корпорацій. Так виник і зараз став дуже розповсюдженим термін «корпоративна соціальна відповідальність».

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула популярності у 1950-ті рр. та з роками поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими й потужнішими. Аж до того, як в останні десятиріччя вона стала частиною щоденного словника, особливо у Північній Америці та Західній Європі.

Еволюція у часі й історія соціальної відповідальності бізнесу – це, передусім, історія концепцій щодо неї:

– концепція економічної відповідальності – спочатку соціальну відповідальність бізнесу розуміли як економічну відповідальність фірми за здійснення ділових операцій та підтримування рентабельності, у той час, коли знаменита «невидима рука» ринку автоматично перетворює особисті інтереси у спільні;

– концепція базової бізнес-стратегії – передбачає, що бізнес не може процвітати, якщо суспільство, в якому він ведеться, функціонує невдало; корпоративна відповідальність стосується заходів, які здійснюють

підприємства для підтримання та розширення цього симбіотичного взаємозв'язку;

– концепція обов'язків – корпорація повинна виконувати наступні обов'язки: економічний (заробляти достатній прибуток на власний акціонерний капітал для задоволення акціонерів, надавати продукцію, що варта сплачених за неї грошей, для задоволення покупців, створювати нові робочі місця та нові матеріальні цінності для свого бізнесу, заохочувати інновації); правовий (дотримуватися закону); етичний (бути моральною, чесною, справедливою, поважати права людей, уникати шкоди чи соціально кривди, запобігати завданню шкоди іншими); філантропічний (вести корисну діяльність для суспільства);

– концепція «стейкхолдерів» – висвітлює наявність у організації корпоративної свідомості, яка передбачає постійне розуміння керівництвом відповідальності даної установи по відношенню до громадянського суспільства;

– концепція корпоративної підзвітності – підкреслює, що компанії у певний спосіб несуть відповідальність за наслідки своїх дій і повинні ставати більш підзвітними перед суспільством;

– добровільна концепція – зобов'язання фірми на добровільній основі прагнути досягнення довгострокових цілей, які є корисними для суспільства;

– концепція проактивності – передбачає «проактивний» (стратегічний) підхід до ведення ділової діяльності, який систематично розширює можливості врядування задля сталого розвитку.

Нова концепція соціальної відповідальності корпорацій була сформульована американським економістом Г. Боуеном у 1953 р. у книзі «Соціальна відповідальність бізнесмена». Автор визначає цю концепцію як обов'язок керівників вести саме ту політику і приймати саме ті рішення, які спрямовані на користь суспільства і відповідають цілям та цінностям людства.

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула закінченого вигляду декілька десятків років тому, коли на всесвітньому економічному

форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Аннан звернувся до лідерів найбільших компаній світу із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи – Глобального договору – в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля. Спираючись на перевагу спільних дій, Глобальний договір поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору у співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки.

За визначенням Європейської Комісії («Зелена книга з корпоративної соціальної відповідальності», 2001 р.), *корпоративна соціальна відповідальність* – це «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі» (надзвичайно важливе значення за концепцією «потрійного критерію», тобто розширення звітності організацій доданням соціальних і екологічних аспектів до фінансових показників діяльності).

Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Соціальна відповідальність – це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.

ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Переваги соціально-відповідальної політики компанії – до них слід віднести:

- укріплення репутації та іміджу компанії; соціальна спрямованість бізнесу, дотримання кодексу корпоративної поведінки та ділової етики сприяють укріпленню репутації та іміджу компанії у суспільстві та державі; реалізація внутрішніх та зовнішніх соціальних проектів компанією робить її діяльність більш відкритою та прозорою для суспільства; встановлює партнерські зв'язки з владними структурами, знижуючи тим самим представницькі та рекламні витрати і закріплюючи кваліфіковані кадри в компанії;

- підвищення якості управління бізнесом; соціальна активність компанії сприяє підвищенню продуктивності праці персоналу; скороченню операційних витрат; збільшенню продажів; зростанню лояльності клієнтів;

- підвищення інвестиційної привабливості; залучення компанії у систему міжнародної звітності, у т.ч. і соціальної, розширює можливості: участі у міжнародному бізнесі; залучення інвесторів, що веде до збільшення капіталізації та відкриває більш вільний доступ до капіталу.

За даними досліджень науковців, проранжовані причини зацікавленості компаній у корпоративній соціальній відповідальності мають такий вигляд: «це сприяє зростанню позитивного іміджу компанії та її рекламі» – «це дозволяє створити взаємовигідні відносини з федеральною/місцевою владою» – «особиста симпатія до організацій та людей, що в них працюють» – «це дозволяє покращити взаємодію з цільовими ринками («соціальний маркетинг»)» – «це дозволяє покращити відносини з місцевою громадською думкою» – «це дозволяє отримати податкові пільги».

Компанії отримують економічні переваги від проведення заходів соціального характеру. Найголовнішими економічними і соціальними перевагами соціально відповідальних компаній є: довгострокове закріплення робочої сили, зменшення плинності робочих кадрів, підвищення конкурентоспроможності, закріплення відданості працівників ідеології корпорації, підвищення статусу корпорації у суспільстві, створення етичної системи відносин всередині корпорації тощо.

Користь від соціально відповідального бізнесу для суспільства очевидна. А що це дає компанії, яка веде соціально відповідальний образ економічного функціонування? Найпоширенішою помилкою є уявлення, що соціальні програми, які фінансуються підприємством, збиткові для бізнесу. Грамотно вкладені кошти у соціальні програми приносять лише користь бізнесу.

Адже, по-перше, компанія отримує високу репутацію та добре ім'я. А висока соціальна репутація, у свою чергу, побічно приносить і матеріальну користь – викликає довіру до бізнесмена, приносить нові можливості для бізнесу.

По-друге, соціальна політика бізнесу приносить і комерційний результат:

- позитивний вплив на ринок споживачів (сприяння розвитку місцевої спортивної команди, участь у підтримці обдарованих дітей, допомога ветеранам приваблює споживачів даної компанії);

- позитивний вплив на акціонерний капітал (акції компаній зі стійкою соціальною активністю швидше знаходять своїх власників, що призводить до зростання капіталізації компанії);

- залучення до роботи високопрофесійних фахівців (адже та компанія, яка веде зовнішню соціальну політику, стабільно проводить внутрішні соціальні програми);

- сприяння розвитку інтересу з боку потенційних інвесторів (якщо ведення соціальних програм супроводжується зростанням прозорості у діяльності компанії з використанням форм соціальної звітності).

Здійснення соціальних проектів розширює партнерські зв'язки:

- в бізнес-середовищі (постачальники, страхові компанії, рекламні агенти, банківські службовці);
- з органами державного управління (відповідні спрямування програм міністерств та місцевих адміністрацій);
- з недержавними організаціями, що здійснюють аналогічні соціальні проекти та виконують програми компанії.

Більш детальне розгалуження напрямів соціально відповідального бізнесу визначено у моделях:

– *американська модель* – характеризується добровільними ініціативами, фінансуванням різноманітних проектів та програм, благодійністю, меценатством, спонсорською підтримкою; дана діяльність заохочується суспільством та державою (а саме, компанії, які приймають активну участь у реалізації соціальних програм, звільнюються від ряду податків, що закріплено законодавчо);

– *європейська модель* – відрізняється від американської тим, що соціальна активність бізнесу регулюється державою; внаслідок чого її визнають прихованою формою корпоративної соціальної відповідальності;

– *британська модель* – це поєднання американської та європейської моделей; а саме, як і в американській моделі тут наявна значна активність компаній у реалізації власних соціальних програм; ознаки європейської моделі проявляються в активній державній підтримці бізнесу;

– *японська модель* – більш орієнтована на внутрішнє середовище підприємства і базується на системі «довічного найму» та відповідних умовах керування персоналом;

– *українська модель* – ще не сформована до кінця та знаходиться на стадії свого розвитку.

ТЕМА 4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ З

ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну користь, що містить у собі соціальна відповідальність бізнесу, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів соціальної відповідальності бізнесу та заходів зі стимулювання бізнесу до соціально відповідальної діяльності.

Соціальна відповідальність бізнесу є добровільною діяльністю компаній приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

Питання соціальної відповідальності бізнесу знайшли своє відображення у доповіді ООН «Розробка керівних принципів відносно ролі соціальної відповідальності приватного сектору».

Причини розробки міжнародних принципів соціальної відповідальності:

- глобалізація;
- все більше скорочення державного сектору у соціальній сфері;
- переміщення приватного капіталу через національні кордони (економічне ослаблення країн);
- значне зростання приватних активів та прибутку (що підсилює роль корпорацій та вплив на процес прийняття політичних рішень).

У доповіді ООН:

- введені поняття, що дозволяють сформулювати форми соціально-відповідального бізнесу, оцінити ступінь розвитку;
- надано загальний перелік прийнятих ініціатив (у першу чергу – розробка кодексів поведінки);
- сформовані міждержавні підходи до соціально-відповідального бізнесу;
- визначені механізми міжнародної стандартизації соціально-відповідального бізнесу;
- надано висновки та рекомендації.

Також Генеральним Секретарем ООН К. Аннаном була висунута ініціатива укладення Глобального пакту з бізнес-спільнотою. Причини висунення ініціативи Глобального пакту:

- 500 найкрупніших міжнародних промислових корпорацій контролюють 25 % світового об'єму виробництва та здійснюють значний вплив на процеси світового розвитку;
- світовий бізнес володіє величезними ресурсами й у більшій мірі, ніж держави, здатний вирішувати соціальні питання населення.

Глобальний Договір ООН, який є найбільшою на даний момент ініціативою бізнесу різних країн світу у галузі соціальної відповідальності, до якої з моменту її заснування у 1999 р. приєдналося вже більше 3800 компаній. Після презентації Глобального Договору в Україні у 2006 р. серед цих підписантів майже 100 – українські. Глобальний Договір є майданчиком для спілкування та налагодження партнерства між соціально відповідальними компаніями. Він формулюється у вигляді 10 засадничих принципів та у практичному відношенні вимагає від його підписантів представлення щорічних соціальних звітів. Мета «Глобального Договору ООН» – створення кардинально нового соціального середовища завдяки соціальній відповідальності підприємств.

Соціальна звітність як один із найважливіших проявів діяльності бізнесу у галузі соціальної відповідальності також останнім часом перебуває у фазі активного розвитку. До складу соціальних звітів великих компаній на сьогодні входять такі важливі аспекти як вплив діяльності компанії на навколишнє середовище (зокрема, на атмосферу), дотримання прав людини, відносини з поставниками, боротьба за хабарництвом і т. п.

Правила корпоративної поведінки – ще один міжнародний механізм соціально відповідального бізнесу. Дані правила звичайно розроблюються у вигляді: кодексів поведінки; Кодексів ділової етики; хартії, декларації.

Як інституціональне підґрунтя формування сучасних моделей корпоративної соціальної відповідальності виступають:

- інститути законодавчо-правового регулювання (законодавчі акти, постанови, накази державного, регіонального та місцевого рівня);
- податкова система (стимулювання соціально-відповідального бізнесу за допомогою податкових пільг та привілеїв);
- громадянське право, яке передбачає покарання за невиконання відповідних соціально-спрямованих заходів (нанесення екологічної шкоди та ін.);
- етичні та професійні кодекси, в яких зазначені норми етичної, соціальної поведінки представників бізнесу певної галузі.

Кодекси поведінки не дадуть ніяких суттєвих результатів без внутрішнього та зовнішнього контролю за їх дотриманням. Механізми контролю – стандарти, які розробляються різноманітними міжнародними організаціями. У першу чергу, це правила надання інформації про діяльність корпорацій з реалізації соціальної відповідальності.

Міжнародні організації, що здійснюють розробку таких програм:

- Глобальна ініціатива з надання звітності; організована в 1997 р.; об'єднує компанії, неурядові організації, організації системи ООН, експертів;

займається розробкою звітності з діяльності компаній, враховуючи показники також з соціальної діяльності;

– Інститут соціальної та етичної відповідальності; розробив міжнародний стандарт соціального аудита.

До стандартизації своєї соціальної діяльності перейшли багато ТНК, крупні компанії, які зацікавлені: в укріпленні своєї ділової репутації, клієнтської бази; у залученні інвестицій; у поглибленні діалогу з державою та суспільством.

Міжнародні стандарти соціальної звітності – серії ISO-14000, ISO-9000, GRI, AA-1000, SA-8000. ISO-26000, OHSAS-18000).

Міжнародна Організація Стандартизації (ISO) розробила стандарт ISO-14000, який допомагає компаніям встановлювати та підтримувати систематичних зусиль щодо безперервного покращення їх впливу на навколишнє середовище.

Глобальна Ініціатива Звітування (GRI) – це міжнародний стандарт звітування щодо добровільного використання організаціями звітів з економічного та екологічного напрямків їх діяльності, продукції та послуг. Використовуючи вхідні дані тих, хто звітує та дані користувачів звітів, GRI подумувала розробити ряд специфічних індикаторів звітування щодо економічних, соціальних та екологічних досягнень. Оскільки GRI – це не фінансові рамки звітування, вона не надає рекомендацій стосовно поведінки бізнесу. Хоча ці рамки обов'язково підтримуються нормами бізнес поведінки.

Соціальна Відповідальність (Social Accountability International) – це добровільний моніторинг, сертифікація та оцінювання умов праці у міжнародних компаніях на глобальних ринках. Впровадження стандарту SA-8000 сприяє покращенню умов праці робітників.

Принципи Всесвітньої Відповідальності Бізнесу – це глобальне об'єднання релігійних активістів, що розробили принципи задля надання «рамки моделі», через які власники можуть перевірити корпоративні кодекси поведінки, стратегії та заходи пов'язані з очікуваннями стосовно соціально-

відповідального бізнесу. Стандарти містять близько 60 принципів, які вважаються «фундаментальними для діяльності відповідальної компанії».

Міжнародні стандарти серії ISO-14000 – стандарти, розроблені Міжнародній організації із стандартизації, що встановлюють вимоги до систем екологічного менеджменту з тим, щоб дати організаціям певний інструмент для розробки політики і визначення завдань скорочення дії на навколишнє середовище. На даний час розроблено низку стандартів серії 14000, зокрема: ISO-14001 – «Системи екологічного менеджменту – специфікація і керівництво з використання». Стандарт містить вимоги, які можна перевірити в ході аудиторської перевірки, що проводиться в цілях сертифікації відповідності стандарту ISO-14000. Даний стандарт не оперує точними величинами і не встановлює абсолютних вимог до екологічної ефективності підприємства. Основна вимога – керівництво підприємства має прийняти на себе зобов'язання відповідно до своїх можливостей постійно покращувати екологічну ефективність підприємства. Відповідність зазначених вимог перевіряється в ході аудиторських перевірок, регламент яких описаний у стандартах ISO-14010, 14011/1, 14012.

Стандарт Social Accountability 8000 (SA-8000) – базується на принципах одинадцяти конвенцій Міжнародної Організації Праці, Всесвітньої Декларації прав людини, Конвенції ООН з прав дитини.

SA-8000 – це добровільний стандарт. Його основна мета – забезпечення етичного походження товарів і послуг. Він може застосовуватися будь-якою організацією, незалежно від її розмірів і обсягів виробництва, культурних і географічних меж її оперування.

Стандарт забезпечує визначення етичних критеріїв виробництва товарів і послуг і певним чином доповнює стандарти ISO серії 9000 і 14000, залишаючись універсальним засобом для практичної реалізації етичної діяльності адміністрації компанії.

SA-8000 представляє лише одну з можливих методологій управління соціальною відповідальністю. Він побудований на тих же системних підходах,

що і стандарти ISO-9000 (управління якістю) і ISO-14001 (управління охороною навколишнього середовища), проте істотно відрізняється від них за базовими значеннями вживаних показників оцінювання. Компанії, діяльність та внутрішні правила яких відповідають SA-8000, документують та інтегрують їх в існуючі системи менеджменту.

Стандарт Assoiint Ability 1000 (AA-1000) – стандарт соціальної (нефінансової) звітності, призначений для вимірювання результатів діяльності компаній з етичних позицій, що надає їм процедуру і набір критеріїв, за допомогою яких може бути здійснено соціальний і етичний аудит їх діяльності. Система AA-1000 (AA1000 Framework) є комплексом принципів, методичних рекомендацій і стандартів верифікації, спрямованих на підвищення ефективності діяльності компанії у сфері соціальної відповідальності, а також поліпшення якості оцінки, аудиту і звітності у даній сфері. Головною особливістю стандартів AA-1000 є їх орієнтованість на процеси у сфері соціальної відповідальності (на відміну від GRI, яка надає вимоги до комплексу показників і якості самої звітності). Крім того, базовим принципом AA-1000 є участь усіх зацікавлених сторін у процесі вдосконалення діяльності організації. Стандарт є динамічною моделлю процесу постійного поліпшення показників сталого розвитку компанії. Основне призначення стандарту полягає у визначенні кроків для кожної стадії процесу з метою досягнення загальної ефективності.

ТЕМА 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН ОРГАНІЗАЦІЇ ІЗ ЗОВНІШНІМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Всі компанії, які реалізують стратегію корпоративної соціальної відповідальності, дійсно роблять багато хорошого для суспільства та впровадженню демократичних та людських принципів діяльності, але майже всі заходи є вигідними підприємству і в матеріальному плані. Отже, існує

потенційний зиск, який може мати компанія від імплементації КСВ у свою бізнес практику. Він, зокрема, полягає у такому:

- 1) поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам різного ґатунку;
- 2) покращення репутаційного менеджменту;
- 3) збільшення обсягу продажу та частки ринку;
- 4) розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії;
- 5) оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат;
- 6) налагодження та побудова дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями;
- 7) поліпшення фінансових та економічних показників діяльності.

Отже, аргументуючи ці сім положень, звернемо увагу на таке.

1. Поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам. Як приклад, можна навести ризики конфлікту між акціонерами та менеджерами акціонерного товариства або місцевою владою, збільшення (і без попередження) податкового навантаження, проблеми з інвесторами тощо. Досягнення успіху у прийнятті рішень залежить не стільки навіть від професійності, скільки від існування та дотримання у суспільстві чітких норм корпоративної соціальної відповідальності. Бізнес України, якщо намагатиметься позбутися регіонального виміру, набути широкий закордонний простір, невідворотно змушений бути відректися від вітчизняного варіанту суто родинно кланових бізнес-зв'язків і оволодіти КСВ.

2. Покращення репутаційного менеджменту за результатами отримання реального сталого публічного визнання, зміцнення позицій власного бренду та й загалом іміджу компанії. Так, наприклад, у щорічному переліку «The Fortune Global 500» журналу Fortune International найбільш поважних компаній, одним із 8-ми показників для визначення їх діяльності (нарівні з інноваційністю, фінансовою розважливістю, професійним рівнем працівників тощо) є соціальна відповідальність. Саме завдяки КСВ компанії спроможні демонструвати свою діяльність як «корпоративні громадяни». [2]

3. Збільшення обсягу продажу та частки ринку відбувається також внаслідок масової підтримки населенням саме тих компаній, які постійно публічно дотримуються КСВ. Різноманіття товарів, великі можливості вибору на ринку створюють умови, за яких на вибір споживачів того або іншого товару, або бренду впливають не тільки його ціна, якість, але й репутація компанії як соціально відповідальної, популярність і визнання її соціальної діяльності. Проведене в 2011 р. дослідження організації Environics International CSR Monitor показало, що найсильніше на громадську думку про компанію впливають такі чинники: соціальна відповідальність компанії (49 %), якість і репутація бренду (40 %), бізнес-показники компанії (32 %). Як ми бачимо, соціальна відповідальність компанії вийшла на перше місце як чинник, що формує думку споживачів. [5]

4. Розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії. Не варто оминати те, що 79 % опитаних працівників компаній вказують на своє бажання працювати у соціально відповідальних корпораціях. Адже такий підхід тісно пов'язаний з рівнем оплати праці, наповненістю соціального пакету тощо, тобто з системою розвитку персоналу.

5. Оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат як певний зиск від імплементації КСВ. Наприклад, більш ефективно запровадження програм з енергозбереження, створення безвідходного циклу виробництва, ініціативи, направлені на підвищення екологічної безпеки виробництва, такі, як скорочення викидів в атмосферу, а в сільському господарстві – зниження використання небезпечних хімікатів, знижують витрати. Окрім цього, оптимізація рекламних бюджетів за рахунок отримання позитивного публіситі, грамотного використання каналів комунікації недержавних організацій (які у певних сферах мають однакову цільову аудиторію з бізнес структурами).

6. Налагодження та побудова дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями являє собою ключ доступу до відкритого широкого діалогу і налагодження солідарної співпраці.

Окреме місце у цьому процесі посідає підписання так званих угод територіального розвитку великими компаніями («Міттал Стіл Кривий Ріг», Корпорація «Індустріальна спілка Донбасу», ДТЕК) з органами місцевої влади, де саме і розташовано виробництво. Така позиція потужних компаній, які здебільшого є місце утворюючими, говорить про позитивне ставлення до громади та місцевості свого розташування і є безперечно гідними кращих оцінок з боку громадськості. [3]

7. Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності. Численні дослідження, проведені в різних країнах, показують практично прямий зв'язок між якістю політики соціальної відповідальності компанії і поліпшенням її фінансових показників. Проведене дослідження у США показують, що у 2011 р. фінансові показники компаній, включених в рейтинг кращих компаній щодо бізнес етики «Business Ethics Best Citizencompanies», опинилися значно – на 10 % – краще, ніж у інших компаній, що входять в індекс 500 Standard & Poors. У рамках дослідження оцінювалися вісім ключових показників, включаючи зростання обігу та продажів, підвищення валового прибутку за періоди одного і трьох років. Оцінювалися також приріст чистого прибутку і зростання вартості акцій. Дослідження показало, що впродовж 10 років у компаній, що реалізують концепцію соціальної відповідальності, фінансові показники були вищі, ніж у соціально невідповідальних компаній, а саме: дохід на інвестований капітал вище на 9,8 %, дохід з активів – на 3,55 %, дохід з продажів – на 2,79 %, прибуток – на 63,5 %, згідно з даними наведеними в опитуванні Investingin Responsible Business».

Можна також навести показники по кожній групі стейкхолдерів, які відображають причинно-наслідкові зв'язки між конкретними заходами та показниками успіху (табл. 2).

Причинно-наслідкові зв'язки між заходами з СВ та показниками

Група стейкхолдера	Заходи	Показники
Клієнти	Надання гарантій Перевірка контрагентів Надійний партнер	– кількість приходу нових клієнтів – обсяг доходу – обізнаність потенційних клієнтів про компанію
Суспільство	Співпраця з громадськими організаціями Забезпечення спонсорської підтримки на благодійні та екологічні заходи	– кількість позитивних згадок в пресі – частота перевірок податковими органами – кількість прийнятих позитивних рішень місцевими органами управління
Співробітники	Проведення навчання персоналу Соціальний пакет Розвиток особистості Спортивні заходи Гендерна політика	– плинність кадрів – обізнаність потенційних співробітників про компанію – продуктивність праці

Всі показники опосередковано чи прямо впливають на основні фінансові показники підприємства. Попри всі зовнішні публічні чинники, йдеться про формування та нарощування соціального капіталу компанії, організації. Виникає коло: зиск компанії, процес досягнення якого супроводжується сприйманням відповідних її ініціатив населенням, певним рівнем широкого громадського контролю при цьому – зиск суспільства із задоволення певних соціальних потреб. Зрештою, вигода, як відомо, це не лише прибуток, а й користь, яка надає переваги в майбутньому.

Ефект від впровадження соціально-відповідальної політики проявляється у створенні позитивного іміджу, підвищенні репутації та гудвілу, встановленні міцних зв'язків із цільовими аудиторіями. Хоча формування позитивного іміджу на засадах корпоративної соціальної відповідальності – це процес неперервний, який потребує значних грошових коштів, переваги, які отримує підприємство в результаті є достатньо вагомими. Так, наприклад, при ефективному вкладанні грошових коштів у соціальний розвиток персоналу, підприємство забезпечує залучення і утримання висококваліфікованих кадрів,

підвищує продуктивність праці, збільшує обсяги продажів, максимізує прибуток.

ТЕМА 6. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ

Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціально відповідальності бізнесу – це, перш за все, низка показників, за якими здійснюється оцінка ефективності реалізації соціально-відповідального бізнесу та здійснюється його моніторинг й контроль (звітність).

Основними групами показників соціальних, економічних, екологічних аспектів соціально відповідальності бізнесу є такі:

група показників соціальної відповідальності перед працівниками:

- виплати премії;
- плинність кадрів;
- проведені тренінги та результати навчання;
- оплата праці та умови праці у порівнянні з середньогалузевими (ринковими);
- понаднормові години;
- структура робочої сили у гендерному та віковому розрізі;
- кількість робітників-інвалідів;
- кількість інцидентів на робочому місці;
- оцінка працівниками своєї компанії;

група показників навколишнього середовища:

- вплив та витрати на навколишнє середовище;
- використання вторинної сировини;
- споживання енергії;
- утилізація відходів;
- кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів;

група показників поведження компанії на ринку:

- рекламації покупців;
- скарги на недобросовісну рекламу;
- штрафні санкції антимонопольного комітету;
- надання споживачам кращого сервісу;
- рівень задоволення споживача;
- кредиторська заборгованість;
- рівень відповідності стандартам продукції;
- вплив продукції/діяльності компанії на суспільство;

група показників залучення до життя громадськості:

- дотримання компанією прав людини;
- надані робочі місця;
- освітні і навчальні програми для громадськості;
- участь у стратегічному розвитку регіону;
- допомога в рішенні різних проблем (екологічних, охорона здоров'я).

Звітність компанії з соціальних програм є невід'ємною частиною втілення соціальної відповідальності у бізнес-практику компаній. Ці звіти можуть бути частиною загальних річних звітів компаній, а можуть готуватися як самостійний документ. Також компанія може розміщувати їх на своїй Інтернет-сторінці.

Аудит соціальної діяльності – це формальний процес огляду соціальної політики компанії та її результатів. Мета такого аудита – відпрацювати механізми та документацію, необхідні для подальшої роботи організації в цьому напрямку.

Основні етапи аудиту:

- збір і аналіз документів й інформації;
- аналіз місії та інших документів компанії, які визначають її політику (кодекс поведінки);
- інтерв'ю ключових працівників (включаючи керівництво);

- дослідження й опитування працівників з метою визначення наскільки проголошена соціальна місія досягнута в даній організації; дослідження повинне бути передане для аналізу незалежній організації;
- огляд зовнішньої інформації про підприємство;
- оцінка розриву між поточним станом і поставленими задачами, розробленими у стратегії компанії; коректування стратегії для подолання розриву;
- інформування про результати аудита працівників і всіх зацікавлених осіб.

ТЕМА 7. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Одним з найефективніших засобів реалізації ідеї соціальної відповідальності бізнесу є укладання угод про *соціальне партнерство* між корпораціями та адміністративними, муніципальними утвореннями (місто). Так, муніципальне утворення зобов'язується сприяти економічному розвитку підприємства, а підприємство, у свою чергу – соціальному розвитку муніципального утворення.

Зобов'язання обох сторін:

- розробка та реалізація спільних програм соціального розвитку міста;
- прийняття заходів з формування системи управління охороною праці, промисловою безпекою, охороною навколишнього середовища, екологічною безпекою;
- прийняття заходів з вирішення соціальних проблем (як робітників підприємства, так і громадян, що не є співробітниками компанії);
- організація оздоровлення, відпочинку та тимчасового працевлаштування дітей, підлітків та студентів у період канікул;
- проведення узгодженої політики, яка спрямована на збереження позитивної динаміки розвитку компанії та міста на базі максимального

використання економічних, організаційних та соціальних факторів, науково-технічного прогресу, подальшого розвитку інвестиційної діяльності.

Підприємство та місто зазвичай створюють комісію міської ради (комісію при мері) з питань соціального партнерства, яка працює з визначених питань з Радою директорів підприємства.

Зобов'язання адміністрації міста (іншого муніципального чи адмін. утворення):

- розмістити підприємство на території міста;
- дозволити підприємству користування міською інфраструктурою;
- забезпечити стійку роботу соціальної сфери, житлово-комунального господарства, пасажирського автотранспорту, створювати умови для відновлення фізичних та духовних можливостей працівників підприємства;
- забезпечити підтримання необхідного правопорядку та законності, укріплення суспільної безпеки;
- координувати зусилля підприємств з розвитку мереж енергопостачання та забезпечення енергетичної безпеки;
- координувати з підприємством дії з розвитку та реалізації інвестиційної політики у сферах економіки міста, які сприяють основній виробничій діяльності підприємства;
- організувати систему навчання та підготовки кадрів підприємства в освітніх закладах міста.

Зобов'язання підприємства (корпорації):

- фінансувати екологічні програми в інтересах підприємства та міста;
- надавати мешканцям муніципального утворення кількість робочих місць на підприємстві;
- здійснювати капітальний ремонт дитячих садків міста;
- побудувати міський спортклуб;
- фінансувати щорічне стажування кращих студентів міського університету за кордоном;
- фінансувати свята, що присвячені пам'ятним датам в історії міста.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2
АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

ТЕМА 8. МОНІТОРИНГ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ, СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ І АУДИТ

Корпоративний соціальний звіт (як форма соціальної, не фінансової звітності компаній) – публічне письмове інформування акціонерів, співробітників, партнерів та всього суспільства про те, як та якими темпами компанія реалізує закладені в своїй місії чи стратегічних планах розвитку цілі у сферах:

- економічного розвитку суспільства;
- соціального добробуту;
- екологічної безпеки населення.

Тематика соціального звіту, його структура, процес підготовки, форма доведення звіту до громадськості, оцінка зворотного зв'язку з основними зацікавленими аудиторіями залежать від особливостей господарської діяльності компанії та від специфіки обраної стратегії комунікації з суспільством.

Соціальний звіт дозволяє компаніям:

- надати в консолідованому вигляді інформацію про свої пріоритетні соціальні програми;
- довести до свідомості широкого кола громадськості інформацію про дії компанії з метою реалізації соціальних програм.

Вигоди, які отримує компанія від надання соціальної звітності:

- корпоративний соціальний звіт діє як рекламна акція, сприяючи покращенню репутації компанії в очах суспільства, що стимулює попит на товари набагато суттєвіше, ніж традиційні звичайні рекламні кампанії;
- отримання «зустрічних» пропозицій від громадських організацій та благодійних фондів, які дозволяють компанії відібрати ті ідеї та програми, які

принесуть максимальний сукупний результат – як для суспільства, так і для самої компанії.

Етапи підготування та розповсюдження корпоративного соціального звіту:

- визначення підрозділу (чи створення зведеної робочої групи) та формування процедур з підготовки та розповсюдження корпоративного соціального звіту;

- визначення ключових аспектів, проблематики та напрямків, інформація про які входить до соціального звіту, а також визначення показників та джерел інформації, що характеризують ці напрямки;

- визначення зовнішніх та внутрішніх зацікавлених груп, які прийматимуть участь у складанні та оцінці результатів звіту;

- збирання та аналіз необхідної інформації (включаючи консультації із зацікавленими групами);

- підготування тексту звіту та забезпечення (по можливості) незалежної оцінки процесу його складання;

- розповсюдження звіту та збирання коментарів від цільових аудиторій;

- аналіз усього процесу з точки зору ефективності соціальної стратегії компанії; практичної реалізації цілей соціальних програм; відгуків цільових аудиторій; вдосконалення соціальних програм.

На сьогодні інформацію про свої соціальні програми публікують та розповсюджують практично всі провідні компанії. Соціальні звіти компаній розміщуються на корпоративних веб-сайтах; публікуються у вигляді окремих брошур та екземплярів для вільного користування; розповсюджуються через офіси компаній всім зацікавленим у діяльності компанії сторонам (органам державного управління; об'єднанням споживачів та індивідуальним споживачам; бізнес-партнерам; громадським організаціям); презентуються на публічних ділових заходах (конференціях, круглих столах, ділових сніданках). Кількість соціальних звітів неухильно зростає в Європі впродовж останніх 10-15 років. Оприлюднення соціального звіту у середньостроковому періоді може

значно підвищити мотивацію до роботи у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Стратегія комунікації, пов'язана із відкритістю та прозорістю діяльності компанії, – ще один засіб корпоративної соціальної відповідальності. Для компаній, які серйозно сприймають необхідність ведення соціально-відповідального бізнесу, важливо не лише впроваджувати програми, але й правильно доносити інформацію про такі програми до груп впливу. Як бачимо, засобів, методик та програм, напрацьованих за останні 10-15 років компаніями, що серйозно ставляться до корпоративної соціальної відповідальності, існує достатньо механізмів, в яких вона проявляється матеріально.

ТЕМА 9. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Доцільним є виділення пріоритетних мотивів здійснення соціально-відповідальної діяльності підприємства, які формують конкретні цілі та, відповідно, можуть бути конкретизовані певними показниками, що допоможуть оцінити рівень досягнення цілі, рівень задоволення потреби.

Потреба є збуджуючим чинником до конкретних дій – джерело активності людини та спільності людей в конкретному напрямку певним визначеними чином.

Потреба конкретизується в *мотиві* – внутрішнє переконання в необхідності діяти з урахуванням зовнішніх стимулів.

Формування мотиву дозволяє визначити цілі та дії, що необхідні для їхнього досягнення.

Підхід до оцінки ефективності КСВ підприємства за пріоритетними мотивами є слушним з тих причин, що дозволяє зняти певні протиріччя в сфері визначення сутності такої діяльності.

В даному випадку під корпоративною соціальною діяльністю підприємства розуміється соціальна відповідальність бізнесу із різних позицій:

– із позиції підприємців – це розвиток свого бізнесу, сумлінна сплата податків, дотримання законів і своєчасна виплата заробітної плати працівникам;

– із позиції найманих працівників – це соціальна політика підприємства, відповідальність роботодавця щодо колективу співробітників;

– із позиції споживачів – це обов'язок виробляти лише якісну, нешкідливу продукцію, надавати про неї правдиву інформацію, не заохочувати поширення споживання некорисної продукції, не завищувати ціни на неї, не підтримувати шкідливі звички споживачів, знаходити способи зменшити негативний вплив продукції, яка шкідлива за природою;

– із позиції керівників місцевих органів влади – це обов'язок підприємців на вимогу адміністрації надавати так звані «благодійні внески» в обмін на елементарне право спокійно вести законний бізнес на певній території;

– із позиції ділового партнерства – це формування відносин з партнерами на принципах дотримання угод, професійних стандартів діяльності, фінансової відповідальності;

– із позиції мешканців певної території і загалом планети – це збереження природного середовища існування, економне споживання й відновлення використаних ресурсів, діяльність у гармонії з природою. Отже, саме потреби і мотиви визначають напрямки соціально відповідальної діяльності підприємства задля досягнення цілей (конкретних, вимірюваних, реалістичних, досяжних).

Групи мотивів здійснення соціальної відповідальності підприємства:

- 1) мотиви соціальної відповідальності з позиції власника;
- 2) мотиви соціальної відповідальності з позиції підприємства.

Слід також виділити основні мотиви органів державного управління та місцевого самоврядування, партнерів бізнесу, місцевої громади, які також стимулюють підприємства до впровадження принципів і практик соціально відповідальної діяльності.

Виділення потреб держави, позичальників, кредиторів, покупців, споживачів, громадськості є актуальним та доцільним задля забезпечення «балансу інтересів» всіх учасників соціально відповідальної діяльності.

Різниця в мотивації обумовлює наявність різних цілей, отже, відповідно, і різних показників оцінки ефективності досягнення цих цілей. В залежності від виділених мотивів, цілей буде формуватися відповідна система оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства.

На нашу думку, якщо підприємство ставить собі за мету оцінити ефективність соціальних витрат, то йому найбільш доцільним є обрання ресурсного підходу до оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності. В даному випадку доцільним є формування власної системи показників за кожним напрямком реалізації КСВ. Причому первинним при обґрунтуванні системи показників є визначення мотивів та потреб кожної групи внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів, по відношенню до яких здійснювалися відповідні програми та проекти.

Слід зауважити, що ті й самі показники можуть брати участь під час оцінки ступеню реалізації інтересів різних груп стейкхолдерів.

Важливим стейкхолдером, що зацікавлений в оцінці ефективності СВ підприємства є Пенсійний фонд України. Інтереси ПФУ слід відносити до групи інтересів державних центральних органів управління. Даний суб'єкт зацікавлений в збільшенні сукупних витрат підприємства на оплату праці персоналу, що призводить до зростання відрахувань на соціальні заходи, в тому числі соціальних відрахувань на реалізацію пенсійних програм; в зростанні рівня зайнятості за рахунок збільшення робочих місць; покращення структурних пропорцій між кількістю працівників та пенсіонерів.

Показники оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності для ПФУ:

- 1) заробітна плата 1 працівника підприємства;
- 2) середній розмір пенсійних внесків на 1 працівника;
- 3) середній розмір поточних соціальних витрат підприємства на 1 працівника;

- 4) середній розмір поточних витрат на реалізацію програм зі страхування 1 працівника;
- 5) термін сплати (заборгованості) податків із платежів до ПФУ;
- 6) кількість створених нових робочих місць на підприємстві;
- 7) структура персоналу підприємства за віковим критерієм.

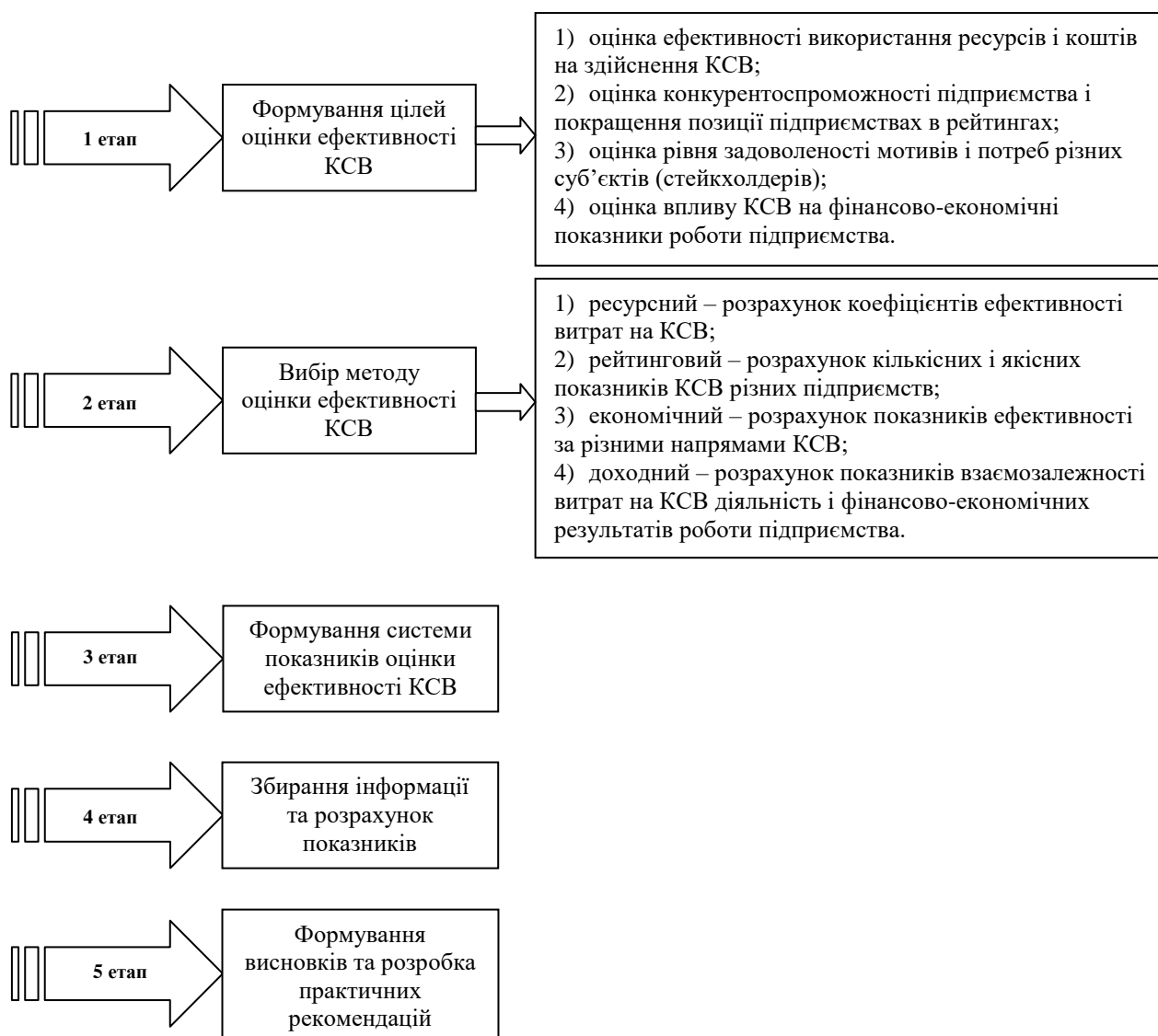


Рис. 1 – Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства

Всі представлені показники можуть бути використані під час визначення рівня реалізації інтересів персоналу підприємства. ця група показників також може бути доповнена такими:

1) кількість фахівців, що пройшли навчання, підвищення кваліфікації та перепідготовку;

2) обсяг коштів, що були виділені підприємством на навчання персоналу в порівнянні до зміненого результату праці (кількості виробленої продукції, обсягу доходів підприємства чи прибутків);

3) обсяг коштів, що були виділені підприємством на організацію заходів щодо підвищення рівня безпеки роботи персоналу в порівнянні з кількістю нещасних випадків на виробництві та ін.

Отже, такі показники, як ROI, ROA, ROS, EBITA – є показниками рівня реалізації інтересів власника, акціонерів та, частково, персоналу підприємства.

Дані показники є показниками рівня реалізації інтересів власників, персоналу та покупців і відображають:

– залежність фінансових показників діяльності підприємства від здійснення соціальних програм;

– рівень лояльності споживачів до продукції,

– популярність товарної марки;

– динаміку частки ринку;

– динаміку доходів від реалізації;

– рівень ефективності інформаційних і PR кампаній;

– мотивацію здійснення покупки чи зміни уподобань;

– можливість досягнення економічних цілей підприємства – генерування доходів;

– можливість реалізації мотивів працівників через зростаючі виплати заробітної плати, мотиваційні виплати, виплати на реалізацію заходів з охорони праці, здоров'я, безпеки;

– можливість реалізації потреб покупців через купівлю якісної та безпечної продукції, достовірної правдивої інформації стосовно товару.

Рівень реалізації мотивації партнерів, покупців, кредиторів, інвесторів, постачальників відображаються у показниках:

- репутації;
- іміджу;
- надійності;
- рівня кредиторської заборгованості;
- тривалості підписаних контрактів;
- обсягів інвестиційних ресурсів тощо.

За умови, якщо підприємство обере за мету оцінки визначення рівня конкурентоспроможності підприємства і його позиції на ринку, доцільним є обрання рейтингового методу. при цьому слід формувати групу експертів та проводити процедуру оцінки узгодженості думок експертів (наприклад, шляхом розрахунку коефіцієнту конкордації), визначення середнього зваженого балу оцінки ефективності певного часткового показника.

Зауважимо, що саме визначена мета обумовить обсяг необхідної інформації, яку слід зібрати та обробити в процесі оцінки ефективності СВ і очікувані висновки.

ТЕМА 10. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

За результатами аналізу програм вузів європейських вищих навчальних закладів, вже впроваджено курс з корпоративної соціальної відповідальності у Лондонському метрополітенівському університеті (магістерська програма), університеті Йоркшира, Лейцерській бізнес-школі (магістерська програма), бізнес-школі Ноттінгемського університету (магістерська програма), університеті прикладних наук у Відені. У США є університети, які створили інститути з соціальної відповідальності, мета яких – удосконалення та

проведення досліджень, розробка практичних рекомендацій, рецензування наукових робіт експертами у сфері соціальної відповідальності (Райерсонський університет, Державний університет Сан Жозе).

В Україні в освітній сфері питанню соціальної відповідальності значної уваги не приділялось. Хіба що, слід зазначити далекоглядність Н. Коломінського, який ще в 1996 р. серед вимог до особистості менеджера виділяв розвиненість у нього такої особистісної якості, як «схильність брати на себе відповідальність».

В останні роки деякі вищі навчальні заклади України прийшли до потреби створення курсу з соціальної відповідальності (Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи Національного банку України), або введення цієї теми до програми курсів з економіки, етики бізнесу, міжнародного менеджменту тощо (Львівський інститут менеджменту, Київський національний економічний університет, Національний технічний університет України «КПІ» та інші). На сьогоднішній день кожен ВНЗ втілює своє бачення щодо цього феномену і програми курсу.

Першим вагомим кроком до залучення вищих навчальних закладів до концепції соціальної відповідальності в Україні став тренінг «Викладання корпоративної соціальної відповідальності в університетах: із чого розпочати?», ініційований та проведений центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності наприкінці лютого 2009 р. У тренінгу взяли участь викладачі вищих навчальних закладів Києва, Донецька, Харкова, Дніпропетровська, Тернополя, Запоріжжя, Одеси, Львова та інших міст України. Результатами цього заходу стали створення мережі вузів «Корпоративної соціальної відповідальності», учасники якої можуть обмінюватись інформацією та поповнювати свої знання з питань соціальної відповідальності, розробки навчальних програм щодо викладання соціальної відповідальності в умовах університетів та обговорення структури посібника з корпоративної соціальної відповідальності.

Соціально-відповідальна ділова практика в Україні походить від багатьох різних факторів. Деякі з них характерні для України, інші більш міжнародні; деякі – історичні за характером, інші – сучасні.

В «епоху соціалізму» була поширена практика індивідуальних і корпоративних пожертвувань і спонсорських внесків з боку підприємств на користь спортивних клубів, культурних заходів, інвалідів і дітей. Проте в той час громадянське суспільство було набагато менш розвиненим, ніж сьогодні, тому одержувачів було менше, і вони були не такі різноманітні.

Донедавна, існуючі дослідження у галузі соціально-відповідального бізнесу стосувалися здебільшого бізнесової практики, відомої як благодійність. Філантропія та пожертвування на соціальні потреби досі сприймаються як найтипівіша форма соціально-відповідальної бізнесової діяльності в Україні. У той же час існує практика, яка демонструє ширше залучення бізнесу до такої діяльності (на робочому місці, а також відносно покупців і постачальників).

Отже, соціально-відповідальний бізнес стає частиною соціального та бізнесового життя, переходячи від простіших до більш розвинених форм і концепцій. Обізнаність щодо нього в Україні зростає, і все більше й більше компаній запроваджують принципи соціально-відповідального бізнесу у свою ділову практику.

За останні десять років було дуже мало простору для інвестицій у громади, але ряд компаній почав розробляти філантропічні програми (згадаймо, наприклад ініціативу корпорації «Ейвон» із боротьби з раком молочної залози або програму корпорації «Філіп Моріс» із лікування дітей, постраждалих від Чорнобильської катастрофи). Деякі компанії розробляють власну політику соціально-відповідального бізнесу і проголошують свою поведінку щодо нього.

В українській економіці переважають галузі важкої промисловості (наприклад, металургія, машинобудування тощо). Тому розвиток соціально-відповідального бізнесу залежить від політики компаній у цьому секторі.

Іноземні інвестиції. Іноземні компанії та спільні підприємства, як очікується, очолять розвиток соціально-відповідального бізнесу, надаючи

найкращу міжнародну практику у цій сфері. В Україні частка респондентів (різних соціологічних опитувань), які сприймають міжнародні компанії як більш соціально відповідальні, ніж місцеві, є найвищою серед усіх країн, де проводилося обстеження.

Багато компаній у сучасній Україні успадкували велику соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку тощо), яку вони продовжують утримувати, вважаючи це діяльністю з соціальної відповідальності. Також тяжкі негаразди у системах охорони здоров'я та освіти в Україні спонукають компанії підтримувати ці сфери.

Важкий регуляторний тягар і погане виконання законів стимулюють компанії уходити в тінь. Це не дає їм показувати реальні прибутки та витратити частину цих прибутків на діяльність із соціальної відповідальності. Крім того, деякі підприємства застосовують тіньову зайнятість, виплачуючи зарплати, нижчі за прожитковий мінімум, що аж ніяк не відповідає засадам соціальної відповідальності.

Україна має досить розвинене трудове законодавство. Отже, практика соціально-відповідального бізнесу, пов'язана з робочою силою підприємства, повинна концентруватися на забезпеченні дотримання законів про працю, а не на порушенні їх. Україна має достатньо прийнятний рівень формальних зобов'язань, але про належний рівень їх виконання не йдеться ще й досі. Мають місце численні порушення існуючих норм і вимог законодавства. Для України характерні високий рівень безробіття, незахищений ринок праці, низька зайнятість жінок на ринку праці, тощо.

За даними Міжнародної організації праці, у 2004 р. Україна посіла 35 місце посеред 90 країн за Індексом соціально-економічного захисту. Індекс розраховувався за сьома позиціями: захистом ринку праці (Україна посіла 55 місце серед 94 країн); захистом від необґрунтованого звільнення та захистом від звільнення з роботи без повідомлення (25 з 99); можливістю просування по службі (30 з 94); можливістю підвищення кваліфікації (38 з 94); безпекою умов

праці (45 з 95); правом голосу та доступом до профспілок (38 з 99); захистом доходу (40 з 96).

Зараз український бізнес збільшує масштаби своєї участі у вирішенні різних соціальних проблем. З іншого боку, український уряд починає вважати бізнес своїм партнером і докладає зусиль до поліпшення бізнесового середовища через дерегуляторні ініціативи та розробку податкової реформи.

Перелік соціальних потреб, які слід вважати потенціальними напрямками для діяльності з соціально-відповідального бізнесу, доволі довгий. Він включає розвиток громадянського суспільства, розв'язання проблеми Чорнобиля, зменшення бідності, боротьбу з поширенням ВІЛ/СНІДу, реінтеграцію кримських татар, поліпшення соціального захисту та освіти. Від компаній очікують сприяння соціальному розвитку та поліпшенню бізнесового середовища.

Соціально-відповідальний бізнес знаходиться на шляху розвитку в Україні. Діяльність із охорони довкілля або зміцнення відносин із робочою силою донедавна не пов'язувалися в Україні з корпоративною соціальною відповідальністю. Сьогодні для компаній зростає важливість розробки внутрішніх програм соціально-відповідального бізнесу, підвищення їх відповідальності перед працівниками та їх родинами, сприяння підтриманню здорового соціального середовища екологічними програмами. Задача компаній – дотримуватися чинних законів про працю та охорону довкілля. Важливість систем управління діяльністю з охорони довкілля, таких як ISO-14001, для українських компаній зростає, тому що вони отримують доступ до міжнародних ринків, тоді як соціальні стандарти, такі як SA-8000, ще не настільки помітні в Україні.

Отже, соціальна відповідальність бізнесу, як така, в Україні перебуває у стадії становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства

й організації, які удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій Загального управління якістю.

Однак зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі у ньому держави, яка повинна визначити соціальну відповідальність бізнесу як бажану поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів (до цього вже дійшли державні органи країн-членів ЄС).

Водночас необхідно усвідомлювати, що соціальна відповідальність бізнесу безпосередньо пов'язана з рівнем ділової досконалості підприємств, організацій і установ. Адже, якщо вони не є досконалими, то навряд чи зможуть системно і протягом тривалого часу задовольняти потреби всіх заінтересованих сторін. На це вкрай важливо зважати в Україні, де рівень ділової досконалості більшої кількості організацій суттєво нижчий за відповідний рівень у розвинених країнах.

Саме тому в Україні підтримка держави необхідна як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, просування найкращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення. Це дозволить більшості компаній посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших заінтересованих сторін.

Знедавна увага, яка приділяється сфері соціальної відповідальності в Україні, почала зростати – і вона продовжить зростати у майбутньому. Проте, ступінь інтеграції соціально-відповідального бізнесу у основні бізнесові функції ще дуже низька. Справжній виклик для українських компаній – перетворити корпоративну соціальну відповідальність у стратегію свого бізнесу, а також у щоденну практику.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Аверин А. Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия / А. Н. Аверин. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2008. – 96 с.
2. Аверин А. Н. Социальная политика федеральных органов государственной власти / А. Н. Аверин. – М.: РАГС, 2010. – 128 с.
3. Валитов Ш. М. Взаимодействие власти и бизнеса. Сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш. М. Валитов, В. А. Мальгин. – М.: Экономика, 2009. – 207 с.
4. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – М.: «Дашков и Ко», 2007. – 216 с.
5. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / О. Гирик, О. Денис, О. Дубовик та ін. ; за заг. ред. д-ра економ. наук, проф. Т. С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А. Я. Кузнєцової. – К. : УБС НБУ, 2009. – 258 с.
6. Корпоративна соціальна відповідальність: модель і управлінські практики: підручник для ВУЗів / М. А. Саприкіна, М. А. Саєнсус, Г. А. Місько та ін. – К.: Вид. «Фарбований лист», 2011. – 690 с.
7. Лазаренко О. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності, посібник із КСВ / О. Лазаренко, Р. Колиско, та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с.
8. Основы социального государства : учебник для вузов / под общ. ред. д.э.н., проф. Н. Н. Гриценко, д.э.н., проф. А. А. Шулуca. – М.: Издательский дом «АТИСО», 2009. – 440 с.
9. Тульчинский Г. Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации)/ Г. Л. Тульчинский. – СПб.: Справочники Петербурга, 2006. – 415 с.

Додаткова:

10. Глобализация и социальная политика развитых стран / Сборник обзоров. – М.: РАН, 2008. – 280 с.
11. Коммуникативная культура. От коммуникативной компетентности к социальной ответственности / под ред. С. В. Титовой. – СПб. : Питер, 2009. – 176 с.
12. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И. Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М. А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.
13. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями: наукове видання / Г. В. Назарова. – Х.: Вид. ХДЕУ, 2004. – 408 с.
14. Попов О. Є. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління: монографія / О. Є. Попов. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 390 с.
15. Попов О. Є. Розподіл та реалізація корпоративного контролю при формуванні капіталу акціонерного товариства: монографія / О. Є. Попов, А. М. Котов, Т. Г. Зайцева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 360 с.
16. Социальная политика: учебник для вузов / под общей редакцией Н. А. Волгина. – М.: Экзамен, 2008. – 943 с.
17. Туркин С. Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным / С. Туркин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 384 с.
18. Baker Mallen. Arguments against Corporate Social Responsibility. Business Respect. Retrieved on 2008-03-07.
19. Farnham Castle. Corporate Social Responsibility: New Fad or Necessity. Retrieved on 2008-03-07.
20. Jastram Sarah (2007). The Link Between Corporate Social Responsibility and Strategic Management. CIS Papers No. 17. Centre of International Studies, Hamburg.
21. Richardson B. J. (2008). Socially Responsible Investment Law: Regulating the Unseen Polluters (Oxford University Press).

Інформаційні ресурси:

22. Всесвітня організація по стандартизації ISO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isotc.iso.org/>.
23. Глобальная инициатива по отчетности экологически ответственных экономик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [/www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).
24. Експертно-аналітичний портал, присвячений тематиці корпоративної соціальної відповідальності і стійкому розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.csr-review.net.
25. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nau.kiev.ua/.
26. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minrd.gov.ua/nk>.
27. Регіони України : статистичний щорічник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
28. Сайт Всемирного совета бизнеса по устойчивому развитию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalcompact.org>.
29. Статистична звітність емітентів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.smida.gov.ua/db/emitent.
30. Центр «розвиток соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.csr.ukraine.org

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА №1

«СТАЛЕ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ»

1. *Економічна відповідальність – це:*

- а) орієнтування на отримання допомоги з боку держави в довгостроковому періоді;
- б) орієнтування на отримання прибутку в короткостроковому періоді;
- в) орієнтування на фінансування інвесторами в довгостроковому періоді;
- г) орієнтування на отримання прибутку в довгостроковому періоді.

2. *Відмова від дій, які суперечать сутності норм моралі, – це:*

- а) економічна відповідальність;
- б) екологічна відповідальність;
- в) правова відповідальність;
- г) культурно-етична відповідальність;
- д) філантропічна відповідальність.

3. *Хто є головним пропагандистом СВБ:*

- а) НАТО;
- б) МОП;
- в) ООН;
- г) інший варіант?

4. *Який із видів соціальної відповідальності спрямований на підтримку суспільства і його окремих груп за допомогою добровільної участі в реалізації соціальних програм:*

- а) економічна відповідальність;
- б) філантропічна;
- в) правова;
- г) екологічна?

5. У якому році вийшла праця Р. Боуена, в якій розглядається, як соціальна відповідальність може поширюватися на майбутнє:

- а) 1953 р.;
- б) 1963 р.;
- в) 1943 р.?

6. Соціально відповідальна поведінка – це:

- а) можливість для організації реалізувати свої потреби в безпеці до стійкості;
- б) можливість підприємства сформувати потреби для ведення бізнесу.

ТЕМА № 3

«ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ»

1. Ділову практику щодо власного персоналу відносимо до:

- а) внутрішньої СВБ;
- б) зовнішньої СВБ;
- в) змішаної СВБ.

2. Які бувають форми СВБ:

- а) традиційна, благодійність, меценатство;
- б) традиційна, меценатство;
- в) традиційна, благодійність?

3. Працівники підприємства, власники, місцеве суспільство, соціальна інфраструктура, інвестори – це:

- а) об'єкти СВБ;
- б) суб'єкти СВБ;
- в) пропагандисти СВБ.

4. Екологічна нестабільність, зміни на ринку праці, підвищення ролі персоналу підприємства – це:

- а) передумови виникнення СВБ;
- б) необхідні умови;
- в) наслідки.

5. *Можливість для організації реалізовувати свої потреби у виживанні, безпеки, стійкості – це:*

- а) соціальна відповідальність бізнесу;
- б) соціальний тренд;
- в) соціально відповідальна поведінка.

6. *Що відноситься до внутрішньої СББ:*

- а) навчальні програми;
- б) випуск якісної продукції;
- в) безпека праці;
- г) допомога в ліквідації стихійного лиха?

7. *Хто належить до суб'єктів СББ:*

- а) працівники підприємства;
- б) інвестори;
- в) підприємці?

8. *Публічний інструмент інформування акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів про те, як і якими темпами, підприємство реалізує в своїх планах розвиток, цілі щодо економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності:*

- а) об'єкти СББ;
- б) соціальний звіт;
- в) соціальні інвестиції.

9. *Скільки рівнів має соціальна активність:*

- 1. 2;
- 2. 4;
- 3. 3;
- 4. 5?

10. *Що відноситься до методів реалізації СББ:*

- а) традиційні;
- б) грошові гранти;
- в) екологічний менеджмент;
- г) благодійні внески;
- д) соціальні інвестиції?

ТЕМА № 4

«ПРАВА ЛЮДИНИ НА РОБОЧОМУ МІСЦІ»

1. *Сукупність етичних норм і принципів, якими повинна керуватися організація та її члени у сфері управління та підприємництва, що охоплює явища різних порядків, – це:*

- а) етика бізнесу;
- б) культура підприємництва.

2. *Ознаками сформованої культури підприємництва є:*

а) виконання соціальних функцій, наявність в організації мотивації та інтересу, наявність в організації фінансових коштів на проведення соціальних заходів;

б) інтеграція робочих цінностей в середовище підприємців; виконання соціальних функцій; наявність інноваційної активності.

в) виконання соціальних функцій; наявність діючого механізму; наявність соціальних інвестицій; наявність в організації мотивації і стійкого інтересу.

3. *Залежно від галузі, регіону, специфіки виробництва виділяють такі види культури:*

- а) культура торгівлі; підприємництва; вигідних угод; інвестиційна;
- б) культура торгівлі; підприємства; інвестиційна; адміністративна культура;
- в) адміністративна культура; вигідних угод; торгівлі; інвестиційна.

4. *Підприємницький етикет – це:*

- а) сукупність правил поведінки підприємця з конкурентами, співробітниками та іншими підприємцями;
- б) сукупність правил поведінки підприємця всередині підприємства;
- в) сукупність правил, норм поведінки підприємця відповідно до законодавства.

5. *Стабільна культура орієнтована на:*

- а) минуле, сьогодення і майбутнє;
- б) минуле, сьогодення;
- в) минуле.

6. *Креативна культура орієнтована на:*

- а) створення і впровадження нововведень;
- б) створення та впровадження заходів на основі екстраполяції;
- в) створення і впровадження нововведень, заснованих на маркетингових дослідженнях.

7. *Адміністративна культура властива:*

- а) дрібним фірмам;
- б) середнім фірмам;
- в) великим фірмам.

8. *Яка культура характеризується орієнтуванням на майбутнє:*

- а) адміністративна;
- б) інвестиційна;
- в) стабільна?

9. *Культура процесу властива:*

- а) плановому відділу;
- б) банкам;
- в) бухгалтерам.

10. *Яка культура забезпечує імідж і престиж підприємствам:*

- а) культура старанної роботи;

- б) культура підприємництва;
- в) культура великих ставок?

11. *Культура торгівлі характеризується:*

- а) великим ризиком і швидкою реакцією;
- б) швидкою реакцією і малим ризиком;
- в) повільною реакцією і малим ризиком?

12. *Ця культура націлена на найближче майбутнє і вирішує проблеми на основі екстраполяції і можливостей:*

- а) культура процесу;
- б) реактивна культура;
- в) оптиціпаційна культура;
- г) креативна культура.

13. *Культура виникла в умовах великого інвестиційного ризику – це:*

- а) стабільна культура;
- б) культура процесу;
- в) культура великих ставок.

14. *Оптиціпаційна культура спрямована на:*

- а) організацію;
- б) тільки на підрозділ;
- в) правильні відповіді а) і б).

15. *Недоліками культури великих ставок є:*

- а) швидке реагування;
- б) відсутність мобільності;
- в) повільне реагування.

ТЕСТИ № 8

«РОЗРОБЛЕННЯ БАЗИ ВЛАСНИХ СТАНДАРТІВ»

1. *Які принципи входять у ISO 26000:*

- а) етична поведінка;
- б) оперативність;

- в) соціальна відповідальність;
- г) дотримання прав людини?

2. *До принципів премії Болдриджа не відноситься:*

- а) стратегічне планування;
- б) лідерство;
- в) цінність працівника;
- г) системний погляд.

3. *Завдання премії поширити принципи безперервного вдосконалення на базі філософії управління якістю в масштабах всієї компанії, заохочуючи організації, які досягли успіху в розробці власних підходів до управління якістю та застосуванні статистичних методів контролю якістю це:*

- а) премія Болдриджа;
- б) премія Демінга.

4. *Оцінні критерії премії Болдриджа:*

- а) базові категорії;
- б) унікальна практика;
- в) роль нижчого керівництва;
- г) роль вищого керівництва.

5. *Процедура складання звітності про соціальну діяльність підприємства, яка передбачає використання окремих спостерігачів зовнішньої аудиторії це:*

- а) соціальна звітність;
- б) соціальний аудит;
- в) соціальний рейтинг.

6. *Що є зовнішнім стандартом ISO 26000:*

- а) керівництво за принципами і стандартами захисту навколишнього середовища від негативного впливу;
- б) керівництво за принципами, проблемам і способам інтеграції соціально відповідальної поведінки в стратегії;
- в) керівництво з дотримання принципів соціальної відповідальності?

7. *Відповідно до якого стандарту здійснюється забезпечення надійних умов захисту здоров'я персоналу:*

- а) ISO 14000;
- б) OHSAS 18000;
- в) SA 8000?

8. *Проблеми, які вирішує стандарт ISO 26000:*

- а) права людини, трудові практики, навколишнє середовище, сумлінні практики, проблеми, пов'язані зі споживачами;
- б) права людини, навколишнє середовище, проблеми, пов'язані з соціальною відповідальністю;
- в) трудові практики, права людини, проблеми, пов'язані з розвитком корпоративної культури.

9. *Національні моделі (премії) управління якістю – це:*

- а) механізм соціальної відповідальності;
- б) механізм використання міжнародних стандартів;
- в) механізм, використання якого допомагає прийняти компаніям філософію якості.

10. *До моделей управління якістю відносять:*

- а) принцип Демінга;
- б) принцип Демінга, премія Болдріджа;
- в) міжнародні стандарти ISO 26000 та ISO 9000.

11. *Які групи показників має премія Демінга:*

- а) базові категорії, унікальна практика, роль вищого керівництва;
- б) базові критерії, лідерство, бізнес результати;
- в) унікальна практика, роль вищого керівництва, стратегічне планування.

12. *Процедура подання звітів, яка передбачає використання окремих наглядачів зовнішньої аудиторії – це:*

- а) соціальна відповідальність;
- б) соціальний рейтинг;
- в) соціальний аудит;

г) соціальний звіт.

13. *Розроблений експертами стандарт ISO 26000 складається з 6 груп.*

Який із варіантів переліку груп правильний:

а) споживачі, держава, промисловість, працівники, неурядові організації, міжнародні організації;

б) організації надають послуги і провідне дослідження у сфері соціальної відповідальності, держава, неурядові організації, споживачі, промисловість, працівники;

в) організації надають послуги і провідне дослідження у сфері соціальної відповідальності, держава, споживачі, профспілки, акціонери, працівники?

14. *Чи є застосування ISO 26000 обов'язковим для всіх організацій усіх типів:*

а) так, він призначений для добровільного застосування;

б) ні, він має загальнообов'язковий характер?

15. *Який із варіантів передбачає найбільш повний і достовірний перелік принципів ISO 26000:*

а) прозорість, підзвітність, етична поведінка, повага інтересів сторін, дотримання верховного закону, дотримання прав людини, дотримання міжнародних норм поведінки;

б) прозорість, чіткість, лояльність, етична поведінка, дотримання верховного закону;

в) дотримання прав людини та етична поведінка, підзвітність, прозорість?

16. *Що передбачає вирішення ISO 20000 щодо такої проблеми, як участь у житті суспільства та його розвиток:*

а) створення зайнятості, участь у культурному та спортивному житті, соціальні інвестиції;

б) створення зайнятості, задоволення скарг, цивільні та демографічні права?

ГЛОСАРІЙ

А

Адміністративний/соціальний бюджет — фінансові ресурси, що виділяються компанією на реалізацію власних соціальних програм.

В

Верифікація (Verification) — сертифікація зовнішнім аудитором валідності, змістовності та повноти документації, звітів або декларацій організації.

Взаємодія — процес безпосереднього та опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їх взаємну обумовленість, залежність та зв'язок.

Виконавці господарсько-трудових інтересів — органи трьох гілок влади – законодавчої, виконавчої і судової, побудовані за ієрархічним принципом і покликані впроваджувати програм у державної соціально-економічної політики.

Виразники господарсько-трудових інтересів — профспілки, страйками, асоціації, спілки роботодавців та інші об'єднання носіїв господарсько-трудових інтересів.

Внутрішній імідж організації — думка персоналу про свою організацію.

Вплив акціонерів (Shareholder influence) — прагнення акціонерів поліпшувати етичну, соціальну та/або екологічну поведінку компанії шляхом діалогу, тиску, підтримки відповідального управління та голосування на щорічних загальних зборах.

Г

Гідна праця — сприяння розширенню можливостей жінок та чоловіків у всьому світі в отриманні гідної і продуктивної роботи за умов свободи, рівності, захищеності та поваги людської гідності. Ця всеосяжна мета охоплює

чотири стратегічні цілі: сприяння забезпеченню прав у сфері праці, забезпечення зайнятості та доходів, розширення соціального захисту і соціального забезпечення, зміцнення соціального діалогу.

Глобальний договір — ініціатива, спрямована на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплювальної економіки. Глобальний договір відстоює принципи соціальної відповідальності бізнесу з особливою увагою, спрямованою на досягнення цілей ООН у 4 основних сферах: прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та боротьби з корупцією.

Е

Еко-аудит (Eco-audit) — застосування нефінансових екологічних критеріїв під час ухвалення інвестиційного рішення.

Еко-ефективність (Eco-efficiency) — ідея про те, що вдосконалення способів використання природних ресурсів може зменшити шкоду для довкілля та скоротити витрати.

Економічне робоче місце — сукупність матеріально-речовинних, економічних і соціальних умов, які забезпечують зайнятість одного працівника і розглядаються безвідносно до фізичного робочого місця.

Економічно доцільні робочі місця — це робочі місця, які дозволяють досягти високої продуктивності праці і забезпечують достойний зарібок працівникові.

Етична торгівля (Ethical trade) — має на меті забезпечувати, щоб умови в межах основних ланцюгів виробництва відповідали базовим мінімальним стандартам і сприяли ліквідації найбільш важких форм експлуатації праці, наприклад, дитяча та примусова праця і тяжка робота за «голодну» зарплату. Критерії маркування, як правило, ґрунтуються на положеннях основних конвенцій МОП.

Етичний скрінінг (Ethical screening) — включення до або виключення з інвестиційного портфеля цінних паперів та акцій на підставі етичних, соціальних або екологічних міркувань.

Етичний аудит (Ethical audit) — застосування нефінансових, етичних критеріїв під час ухвалення інвестиційного рішення.

Зацікавлена сторона (Stakeholder) — особа, громада або організація, яка зазнає впливу з боку підприємства або впливає на його діяльність. Зацікавлені сторони можуть бути внутрішніми (наприклад, працівники) або зовнішніми (наприклад, клієнти, постачальники, акціонери, фінансисти, місцева громада).

I

Інвестиції в людський капітал — це витрати на створення або збільшення запасу здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій працівника заради підвищення ефективності його використання в трудовій сфері суспільного виробництва і зростання доходів(заробітків) його власника.

Інвестування окремих заходів або громад (Cause- based or community investing) — фінансова підтримка окремого заходу або діяльності через інвестування. На відміну від тих, хто робить благодійні внески, інвестори окремих заходів вимагають, щоб їхня первісна інвестиція могла бути повернута у вигляді виплат (для позик) або продажів (для акцій).

Ініціатива в галузі соціальної відповідальності — принципи соціально відповідального ведення бізнесу, розроблені авторитетними міжнародними та національними організаціями і компаніями.

Інформаційна політика — пріоритети і стандарти в інформаційній діяльності підприємства щодо його цільової аудиторії і широкої громадськості.

K

Кодекс поведінки (Code of conduct) — формальне декларування цінностей і практики ведення бізнесу компанії, а інколи і її постачальників. Кодекс є декларацією мінімальних стандартів разом із прилюдною обіцянкою компанії їх дотримуватися та вимагати такого дотримання від підрядників, субпідрядників, постачальників та ліцензіатів. Це може бути досить непростий

документ, що вимагає дотримання проголошених стандартів і пропонує складний механізм забезпечення виконання взятих обіцянок.

Корпоративна соціальна відповідальність — таке ведення бізнесу, яке відповідає етичним, законодавчим нормам та суспільним очікуванням або навіть перевищує їх.

Корпоративна соціальна відповідальність — концепція, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну й екологічну політику в бізнес, в операції, у їх взаємовідносини з усім колом пов'язаних із компанією організацій і людей; постійне зобов'язання бізнесу щодо внеску в сталий економічний розвиток через підвищення якості життя як співробітників та їхніх сімей, так і громади, суспільства в цілому.

Корпоративна соціальна політика — це діяльність підприємств, спрямована на розвиток соціально-трудових відносин в компанії. Соціальна політика поєднує заходи і програми, що забезпечують соціальну захищеність і статус працівників компанії.

Корпоративне врядування (Corporate governance) — низка взаємин між керівництвом компанії, її правлінням, акціонерами та іншими зацікавленими сторонами. Корпоративне врядування також пропонує систему, за допомогою якої встановлюються цілі компанії та засоби досягнення тих цілей і визначається процес моніторингу виконавчої діяльності. (Кодекс ОЕСР, 1999).

Корпоративне громадянство (Corporate citizenship) — управління усією сукупністю взаємин між компанією та її партнерським оточенням на місцевому, національному і глобальному рівні.

Корпоративне волонтерство — підтримувана компанією участь її працівників у добровільній роботі на користь місцевої громади.

Корпоративний соціальний звіт — це публічний інструмент інформування акціонерів, працівників, партнерів, всю громадкість проте, як і якими темпами компанія реалізує закладені у своїй місії чи стратегічних планах розвитку цілі сталого економічного розвитку, соціального добробуту і екологічної безпеки.

Колективні переговори — це термін, який використовується для опису процесу переговорів між працівниками і роботодавцями та їхніми представниками стосовно будь-якого питання, пов'язаного з умовами зайнятості, або будь-якого іншого питання, що становить спільний інтерес для працівників і роботодавців.

М

Міжнародна організація праці (МОП) — спеціалізована установа (нині працює при Організації Об'єднаних Націй), утворена в 1919 р., що проголосила своєю метою вивчення і покращення умов праці та життя працюючих шляхом вироблення конвенцій і рекомендацій із питань трудового законодавства. Місце знаходження – Женева.

Міжнародні трудові норми — приймаються Міжнародною Організацією Праці у вигляді Конвенцій з усіх аспектів праці, зайнятості населення, безробіття, умов праці та її хорони, виробничого і навколишнього середовища, підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації працівників, соціального партнерства тощо.

Моніторинг (Monitoring) — процес регулярного збору інформації для перевірки виконавчої діяльності відповідно до певних критеріїв. Відповідальне підприємництво (Responsible entrepreneurship): поняття, запропоноване ООН, що визнає роль бізнесу в досягненні сталого розвитку і те, що компанії можуть здійснювати свою діяльність у такий спосіб, щоб сприяти економічному зростанню і підвищувати конкурентну спроможність, забезпечуючи при цьому захист навколишнього середовища і просуваючи соціальну відповідальність.

О

Оцінка впливу на навколишнє середовище (Environmental impact assessment) — аналіз впливу бізнес-проекту або діяльності підприємства на навколишнє середовище.

Оцінка соціального впливу (Social impact assessment) — систематичний аналіз впливу бізнес-проекту або діяльності підприємства на соціальну та культурну ситуацію у відповідних громадах.

П

Партнерство соціальне — система правових і організаційних норм, принципів, структур, процедур, які спрямовані на забезпечення взаємодії між найманими працівниками, роботодавцями, державними органами влади в регулюванні соціально-трудових відносин на національному, галузевому, регіональному рівнях та на рівні підприємства (організації).

Позиція соціального діалогу — місце, яке посідає соціальний діалог у регулюванні соціально-трудових відносин.

Права людини (Human rights) — права людини ґрунтуються на визнанні гідності та рівних і невід'ємних прав усіх членів людської спільноти на свободу, справедливість і мир в усьому світі. Ці права визначені Всесвітньою Декларацією прав людини (1948). На європейському рівні Стаття 6 Договору про Європейський Союз констатує, що Європейський Союз «заснований на принципах свободи, демократії, поваги до прав людини та основних свобод і верховенства права – принципах, єдиних для всіх країн – членів ЄС». Окрім цього, Європейська Конвенція прав людини, ухвалена Радою Європи, є обов'язковою для всіх країн – членів ЄС. Більше того, Європейська Хартія фундаментальних прав, ухвалена в Ніщі в грудні 2000 року, є інструментом, що стимулює дотримання фундаментальних прав людини європейськими інституціями та країнами – членами ЄС, коли вони діють у рамках законодавства ЄС.

Професійна спілка — добровільна неприбуткова громадська організація, яка об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їх професійної діяльності (навчання).

Р

Рейтинг — зіставлення різних компаній у відібраній виборці на основі однієї спільної для них ознаки.

Роботодавець — власник підприємства, установи, організації або уповноважений ним орган незалежно від форм власності, виду діяльності, господарювання і фізична особа, яка використовує найману працю.

Розвиток місцевої громади — соціальні програми компанії, спрямовані на розвиток місцевої громади (соціальні програми й акції допомоги соціально незахищеним верствам населення, надання підтримки юнацтву, збереження й розвиток житлово-комунального господарства та об'єктів культурно-історичного значення, спонсорування місцевих культурних, освітніх, спортивних організацій і заходів тощо).

Розвиток персоналу — напрям соціальних програм, що в рамках стратегії розвитку персоналу здійснюються компанією з метою залучення до неї та затримання в ній талановитих працівників (навчання та професійний розвиток, використання мотиваційних схем оплати праці, надання працівникам соціального пакету, створення умов для відпочинку, участь працівників у прийнятті управлінських рішень).

С

Система внутрішніх комунікацій — сукупність інформаційних каналів, які дозволяють передавати відомості ділового, інтелектуального і емоційного змісту всередині організації між працівниками, між працівниками і керівництвом.

Соціальна відповідальність бізнесу — добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства у соціальній, економічній та екологічній сферах, який безпосередньо пов'язаний з основною діяльністю компанії і виходить за рамки визначеного законом мінімуму.

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) — це концепція, згідно з якою компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою комерційну діяльність та взаємодію зі своїми зацікавленими сторонами.

Соціальне маркування (Social label) — слова і символи на маркуванні продукту, покликані впливати на купівельні рішення споживачів шляхом запевнення їх у соціальному та етичному впливі бізнесового процесу на інші зацікавлені сторони.

Соціальне партнерство — система взаємовідносин між представниками працівників, роботодавців та органами державної влади, спрямованих на забезпечення узгодженості інтересів працівників і роботодавців з питань регулювання трудових відносин та інших безпосередньо пов'язаних з ними відносин.

Соціальний аудит (Socialaudit) — аналіз ефективності соціальних програм компанії та перевірка їх відповідності обраним стандартам.

Соціальний діалог (за визначенням Міжнародної організації праці) — містить усі типи переговорів, консультацій та обміну інформацією між представниками урядів, роботодавців і працівників із питань, що становлять взаємний інтерес і пов'язані з соціально-економічною політикою.

Соціальний діалог — це процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень представниками інтересів працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування з питань формування та реалізації державної соціально-економічної політики та регулювання соціально-трудова відносин.

Соціальний капітал (Social capital) — потенціал взаємного розуміння і довіри в даній громаді. Соціальний капітал є необхідною передумовою для співробітництва та організованої людської поведінки, зокрема й бізнесу. Соціальний капітал можна трансформувати, споживати або поповнювати так само, як і фінансовий капітал.

Соціальний пакет — набір соціальних пільг, соціальних виплат і корпоративних свят, які компанія надає своїм працівникам.

Соціальні звіти (Socialreport) — звіти компаній, що, окрім інформації про економічні результати їх діяльності, містять соціальні та екологічні показники.

Соціальні пільги — різного роду блага, які працівник може отримати від підприємства для підвищення рівня життя.

Соціальні програми — добровільна діяльність компанії, спрямована на охорону довкілля, розвиток персоналу, створення сприятливих умов праці, підтримку місцевої громади, а також благодійна діяльність тощо.

Соціальні інвестиції — форма фінансової допомоги, що виділяється компанією на реалізацію довгострокових соціальних програм, спрямованих на зниження соціальної напруги в регіонах присутності компанії та на підвищення життєвого рівня різних верств суспільства.

Соціально значущий маркетинг — форма адресної фінансової допомоги, що полягає у спрямуванні відсотка від продажу конкретного товару на здійснення соціальних програм компанії.

Соціально відповідальна реструктуризація — згладжування й компенсація негативних наслідків для працівників і місцевого населення в ході проведення масового вивільнення працівників та закриття виробництв, скорочення робочих місць, реорганізації підприємств.

Стандарти безпеки праці — загальні вимоги і норми безпеки за видами небезпечних та шкідливих виробничих факторів.

Стандарт (Standard) — загально визнаний набір процедур, практик і специфікацій. Трьохвимірний підсумок діяльності (Triple bottom line): ідея полягає в тому, що загальний результат діяльності підприємства слід вимірювати, ґрунтуючись на його комбінованому внеску в економічне процвітання, якість навколишнього середовища та соціальний капітал.

Стейкхолдер — особа чи група осіб, зацікавлених у реалізації певних цілей компанії (див. «Зацікавлена сторона»).

У

Угода — письмовий контакт між профспілками і роботодавцями і / чи організаціями роботодавців, де встановлюються терміни й умови зайнятості, зазвичай на період від двох до трьох років. Обсяги і сфера дії угоди залежать від сторін, а також від звичаїв та традицій країни. Угода підписується на різних рівнях – національному, галузевому та територіальному – підприємства. Угода, укладена на рівні підприємства, має назву «колективний договір».

Угода загальногалузева — колективна угода, до якої залучена більшість працівників об'єднань роботодавців і організацій працівників певної галузі. Встановлює єдині розумні норми та умови зайнятості, які можуть бути поліпшені шляхом переговорів на рівні підприємства, установи.

Угода національна — колективна угода, яка є національною за масштабами, встановлює національні стандарти для більшості підприємств або для всіх, чи для деяких професій. Вона стосується основних галузей народного господарства та/або категорій працівників за професією.

Угода проміжна — колективна угода, призначена для тимчасового примирення або збереження умов зайнятості в період урегулювання спору або до підписання остаточної угоди.

Угода типова — вид угоди, яка рекомендується або ініціюється організацією роботодавців або профспілковими організаціями для використання як зразок під час переговорів.

Т

Трудовий стандарт — базові загальні критерії умов зайнятості, призначені для захисту мінімальних умов скромного життя працівників та їх родин.

Ф

Фандрайзинг — діяльність із залучення коштів на некомерційні проекти, для реалізації соціально значущих програм.

Філантропія (синонім – благодійність) — фінансова підтримка некомерційних заходів чи організацій, що не передбачає отримання комерційної користі.

Ч

Чесна торгівля (Fair trade) — розглядається як альтернативний підхід до звичайної практики міжнародної торгівлі. Це означає торговельне партнерство, що сприяє сталому розвитку витиснутих з торгівлі та поставлених у не вигідні умови виробників, намагаючись зробити це через забезпечення кращих торговельних умов, підвищення поінформованості та проведення різних кампаній. Критерії для визначення продукції чесної торгівлі різняться залежно від типу продукції, однак базуються на таких аспектах як, наприклад, гарантовані ціни, передоплата та прямі виплати безпосереднім виробникам продукції або їхнім кооперативам.

Я

Якість робочої сили — сукупність таких властивостей людини як рівень освіти і кваліфікації, фізичні, фізіологічні, соціально-психологічні характеристики, здібність адаптуватися до умов виробництва, професійна орієнтованість, мобільність.