**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

 **імені В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО**

**Факультет економіки**

**Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин**

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**до семінарських та практичних робіт**

 **студентів спеціальностей 056 Міжнародні економічні відносини**

**денної та заочної форм навчання**

# **Миколаїв-2017**

УДК 339.92:371.334(07)

Укладач:

 Ткаліч Т.І. – к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин МНУ імені В.О. Сухомлинського.

 Рецензенти:

Назарова Л.В – д.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності

Богословська А.В. – д.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин МНУ імені В.О. Сухомлинського

Затверджені і рекомендовані до видання рішенням кафедри економіки та менеджменту освіти протокол № 6 від від 05.12.16.

Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету економіки Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського протокол № 7 від 28.12.16.

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУП |  4 |
| ЗМІСТ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ | 10 |
| ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ | 19 |
| Змістовий модуль 1 |  |
| Соціальна відповідальність як засаднича стратегія взаємодії держави, бізнесу, суспільства, людини |  |
| Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку | 19 |
| Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства | 23 |
| Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю | 27 |
| Тема 4. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності 31Тема 5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності 35 Змістовий модуль 2Формування ефективного розвитку соціальної відповідальності 39  |
| Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності | 39 |
| Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності | 43 |
| Тема 8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності 47Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності 52Тема 10.Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні 56ГЛОСАРІЙ 87РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ 99 |
|  |  |

**ВСТУП**

**Мета дисципліни:**«Соціальна відповідальність»: формування у студентів фундаментальних знань теорії та практики соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики, соціальної звітності, етики бізнесу й прав людини в умовах інтеграції концепції стійкого розвитку і набуття ними відповідних професійних компетенцій, що забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки.

**Завдання дисципліни:**

* вивчення теоретичних положень і практики взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови стійкого розвитку суспільства;
* визначення можливостей використання зарубіжного досвіду та аналіз можливостей використання елементів зарубіжних моделей соціальної відповідальності в національній економіці;
* формування розуміння значення соціальної відповідальності держави, бізнесу, суспільства та людини;
* аналіз ролі держави в забезпеченні практики ефективної системи соціальної відповідальності.

**Предмет дисципліни**: теоретико-методологічні, методичні та організаційно-економічні аспекти формування і розвитку соціальної відповідальності.

Після вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність» студент повинен:

***знати:***

* основний зміст усіх розділів навчальної програми; оволодіти сучасним соціально-економічним способом мислення щодо осмислення сучасних світу та людини; мати базові уявлення про основи сучасного соціально знання, що сприятиме розвитку загальної культури й соціалізації особистості; розуміти причинно-наслідкові зв’язки розвитку суспільства та життєдіяльності людини у ньому;
* концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності; сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності;
* особливості соціальної відповідальності різних суб’єктів соціального розвитку;
* місце соціальної відповідальності в управлінні організацією;
* нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;
* моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури;
* критерії, показники та методику оцінювання соціальної відповідальності;
* особливості вияву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях;
* сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців;
* сутність, складові та пріоритети розвитку соціально відповідальної політики управління персоналом;
* екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;
* сутність, структуру, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності;

***вміти***:

* формувати механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю;
* збирати й оцінювати інформацію з корпоративної соціальної відповідальності для прийняття рішень і формування пропозицій до програм розвитку організації;
* ідентифікувати, аналізувати і ранжувати очікування зацікавлених сторін організації з позицій концепції корпоративної соціальної відповідальності;
* формувати ефективну взаємодію роботодавців з персоналом на засадах соціальної відповідальності;
* формувати відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності;
* визначати напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності;
* посилювати соціальну відповідальність суб’єктів суспільного розвитку через соціальне партнерство;
* здійснювати моніторинг корпоративної соціальної відповідальності;
* оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності;
* аналізувати соціальну звітність організації і готувати необхідну інформацію для її формування;
* узагальнювати матеріали аналізу для формування пропозицій щодо удосконалення програм корпоративної соціальної відповідальності;
* розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності;
* застосовувати основні принципи прийняття етичних управлінських рішень;
* розробляти етичні кодекси організацій, фахівців різних професій;
* застосовувати набуті знання з проблематики соціальної відповідальності при аналізі наявного стану соціально-економічних реалій сучасного світу й перспектив його розвитку, при аналізі нагальних проблем сьогодення; будувати універсальну макромодель соціальної дійсності навколо людини, що є суб’єктом сучасних суспільної діяльності та особистого життя;
* досліджувати соціальні явища, використовувати теорію та практику соціальної відповідальності, аналізувати основні процеси та явища зовнішнього та внутрішнього світу людини; опрацьовувати різноманітні джерела інформації, формувати власну точку зору, робити висновки, приймати рішення;
* творчо використовувати знання з проблематики соціальної відповідальності у своїй матеріально-практичній та духовній життєдіяльності, грамотно формувати та формулювати власну думку з будь-яких світоглядних питань, впевнено й аргументовано захищати власну позицію.

**Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення**

**навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| Назва компетентності  | Складові компетентності  |
| обґрунтування значення взаємодії основних економічних агентів у реалізації концепції сталого розвитку  | Визначати значення соціальної відповідальності у реалізації концепції сталого розвитку  |
| Визначати основних економічних агентів соціальної відповідальності і аналізувати їхню взаємодію  |
| Розробляти оптимальну систему розвитку корпоративної соціальної відповідальності  | Формувати систему оптимального розподілу функціональних обов’язків, прав і відповідальності  |
| Створювати стабільні умови розвитку трудових відносин та збалансування інтересів роботодавців та працівників  |
| Аналізувати взаємодію основних економічних агентів корпоративної соціальної відповідальності  |
| Визначати соціальну відповідальність корпорації як бізнес-стратегію  |
| Приймати рішення по визначенню дій у сфер і захисту довкілля  | Визначати основні принципи і напрямки соціальної відповідальності у сфері захисту довкілля  |
| Здійснювати оцінку реальних досягнень соціальної відповідальності у всіх сферах господарської діяльності держави  | Виявляти реальні досягнення в сфері соціальної відповідальності підприємства  |
| Здійснювати оцінку ефективності соціальної відповідальності  |
| Визначати складові розвитку соціальної відповідальності в Україні  |

**2.** **ЗМІСТ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ**

**Змістовий модуль 1.**

**Соціальна відповідальність як засаднича стратегія взаємодії держави, бізнесу, суспільства, людини**

**Тема 1.** Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку

*1.1. Концепція сталого розвитку.*

Економічна, соціальна та екологічна складові сталого розвитку. Концепція соціальної відповідальності як система науково обґрунтованих понять, принципів і положень концепції сталого розвитку. Роль соціальної відповідальності у реалізації концепції сталого розвитку.

*1.2. Реалізація концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності.*

Система соціального партнерства як механізм ефективній взаємодії держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства**.**

*1.3. Цілі реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності.*

Суспільна злагода. Стале соціально-економічне зростання. Розвиток соціальних чинників виробництва – людського і соціального капіталу і посилення їх дії на економічну діяльність.

**Тема 2.** Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства

*2.1. Основні економічні агенти соціальної відповідальності і їхня взаємодія.*

Аналіз взаємодії бізнесу з державою, суспільством і закордонними партнерами. Концепція взаємодії держави з громадянським суспіль-ством. Партнерство та ефективність взаємодії людини, держави, суспільства. Закони України з ефективного співробітництва громадських об об’єднань та органів влади.

*2.2. Державна політика як основа формування простору взаємодії держави, суспільства й бізнесу.*

Соціальна держава. Посилення відкритості державної політики. Основне втримування й напрямки державної політики. Формування й проблеми реалізації державної економічної політики. Основні напрямки державної соціальної політики. Формування й проблеми реалізації соціальної відповідальності держави.

*2.3. Форми прояву соціальної відповідальності.*

Форми прояву соціальної відповідальності у зовнішній та внутрішній сферах. Корпоративне громадянство. Соціальна політика підприємства. Соціальна відповідальність громадянина. Патріотизм.

**Тема 3.** Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.

*3.1. Структура управління корпоративної соціальної відповідальності.*

Система оптимального розподілу функціональних обов’язків, прав і відповідальності. Порядок і форми взаємодії між органами управління та персоналом. Оцінювання результативності. Умови праці. Охорона довкілля. Співпраця із територіальними громадами. Програми соціального інвестування.

*3.2. Політика управління соціальною відповідальністю.*

Розробка місії, цілей та завдань у сфері соціальної відповідальності. Інтеграція соціальної відповідальності у функції структурних підрозділів підприємства. Аналіз і вдосконалення діяльності та практики організації соціальної відповідальності. Проекти соціального інвестування. Контролінг реалізації соціальних програм. Навчання персоналу у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

*3.3. Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відпові-дальності.*

Якість формування правових норм, контролюючих інститутів та інфраструктури. Партнерство та інституціональне інвестування. Якість продуктів та послуг. Запровадження та реалізація міжнародних стандартів.

**Тема 4.** Формування відносин роботодавців із працівниками

на засадах соціальної відповідальності.

*4.1. Державні програми соціально-економічного програмування.*

Збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників. Створення стабільних умов розвитку трудових відносин. Максимізація корисності найманих працівників. Права людини і ведення бізнесу. Роль департаменту людськими ресурсами в інтегруванні соціальної відповідальності в організацію.

*4.2. Права людини на робочому місці.*

Відповідність основним правам і свободам людини на підприємстві. Конвенції Міжнародної організації праці. Закони України щодо професійних спілок. Глобальні принципи Саллівана. Ініціативи з прав людини Глобального Договору ООН.

*4.3. Практика партнерства між роботодавцями і працівниками.*

Соціально відповідальний роботодавець. Економічний ефект від партнерських відносин між роботодавцями та працівниками. Моніторинг лояльності працівників. Мотивації та зобов’язання співробітників. Організація тренінгів на робочому місці. Кар’єрне зростання. Компенсації та стимулюючи програми. Етика і корпоративні цінності.

**Тема 5.** Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.

*5.1. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності.*

Залучення стейкхолдерів. Поняття та види стейкхолдерів. Європейський досвід. Визначення стейкхолдерів компанії. Карта стейкхолдерів. Матриця стейкхолдерів. Стратегічний діалог. Оцінка діалогу за стейкхолдерами.

*5.2. Державна політика як основа формування простору взаємодії держави, суспільства й бізнесу.*

Основне втримування й напрямки державної політики. Формування й проблеми реалізації державної економічної політики. Основні напрямки державної соціальної політики. Формування й проблеми реалізації соціальної відповідальності держави.

*5.3. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід.*

Конфлікти суспільства й бізнесу, влади й бізнесу. Тенденція розвитку особистих зв'язків, лобізм, корупція. Лобізм як об'єкт корпоративного керування. Корупція як елемент реальної дійсності.

**Змістовий модуль 2.**

**Формування ефективного розвитку соціальної відповідальності**

**Тема 6.** Екологічна компонента соціальної відповідальності

*6.1. Стан довкілля як глобальна проблема.*

Масштаб екологічний проблем. Економічні та соціальні прояви екологічних проблем. Міжнародні ініціативи із навколишнього середовища. Міжнародний стандарт ISO 14000. Міжнародний і український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності.

*6.2. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності.*

Основні принципи і напрямки соціальної відповідальності у сфері захисту довкілля. Першорядне вирішення екологічних проблем. Програми з контролю забруднення та захисту довкілля, збереження природних ресурсів, дотримання екологічних стандартів тощо. Міжнародні документи щодо навколишнього середовища та стандарти екологічного менеджменту.

*6.3. Законодавство України про охорону довкілля.*

Стратегія національної екологічної політики України на період до 2020 року. Основні принципи охорони навколишнього природного середовища. Пріоритетність вимог екологічної безпеки. Водний, Лісовий та Земельний кодекси.

**Тема 7.** Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.

*7.1. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес-стратегія***.**

Соціальна відповідальність як фактор стійкого розвитку підприємства, інструмент управління ризиками та засіб підвищення ефективності управління. Довгострокові вклади в соціально-економічний розвиток територій. Відповідальність за збереження довкілля. Відповідальність перед співробітниками та іншими стейкхолдерами.

*7.2. Декларація соціального партнерства.*

Відносини з місцевими громадами. Принципи взаємовигідного співробітництва. Співпраця з органами влади та іншими стейкхолдерами. Розробка соціальних програм. Оцінка результативності соціального партнерства.

*7.3. Створення соціально сприятливого середовища.*

Прозорість ведення бізнесу. Легітимність форм власності. Позитивний економічний і соціальний вплив підприємства на суспільство. Обговорення важких запитань. Ефективні форми взаємодії із зацікавленими сторонами й групами впливу.

**Тема 8.** Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.

*8.1. Значення та зміст моніторингу соціальної відповідальності.*

Алгоритм моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. Розроблення бази власних стандартів. Фіксація параметрів корпоративної соціальної відповідальності. Виявлення реальних досягнень. Популяризація досягнень в сфері соціальної відповідальності підприємства.

*8.2. Параметри моніторингу соціальної відповідальності.*

Ключові індикатори та поняття поточного становища соціальної відповідальності на підприємстві. Основні напрями корпоративної соціальної відповідальності. Відповідальність кожного як корпоративного громадянина. Відповідальність перед співробітниками. Відповідальна ділова практика. Відповідальність перед громадою.

*8.3. Комплексна система соціальної відповідальності.*

Трансляція корпоративної соціальної відповідальності на зовнішні зацікавлені сторони. Стратегічні ініціативи. Публічна активність. Експертне позіціювання. Просування соціальної відповідальності.

**Тема 9.** Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.

*9.1. Значення та зміст оцінювання ефективності соціальної відповідальності.*

Бюджет програми соціальної відповідальності. Відмінність оцінювання ефективності соціальної відповідальності від оцінювання ефективності фінансових проектів та інвестування. Волонтерські проекти та їх ефективність.

*9.2. Методики оцінювання соціальної відповідальності.*

Індикатори оцінювання соціальної відповідальності. Система управління та оцінки Лондонської бенчмаркетінгової групи (LBG). Збалансована система показників по соціальної відповідальності. Розрахунок соціального ефекту від інвестицій.

*9.3. Ключові показники ефективності соціальної відповідальності.*

Досвід світових компаній та Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку. Матриця можливих показників при моніторингу та оцінці соціальної відповідальності компаній в Україні.

**Тема 10.** Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.

*10.1. Концепція Національної стратегії соціальної відповідаль ності бізнесу в Україні.*

Терміни і поняття, що використовуються у Концепції. Характе-ристика і аналіз проблеми, на розв’язання якої спрямована Стратегія. Мета і завдання Стратегії. Обґрунтування доцільності розроблення і реалізації Стратегії на основі зарубіжного та вітчизняного досвіду. Внутрішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні. Цілі, досягненню яких присвячена Стратегія. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.

*10.2. Складові розвитку соціальної відповідальності в Україні.*

Організаційні та нормативні умови розвитку соціальної відповідальності. Розвиток можливостей та компетенцій бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації соціальної відповідальності. Підвищення обізнаності щодо соціальної відповідальності серед різних груп заінтересованих осіб.

*10.3. Очікувані результати реалізації Стратегії.*

Короткострокові результати (до трьох років з моменту затвердження Стратегії). Довгострокові результати. Фінансування реалізації Стратегії. Термін виконання Стратегії.

**3.** **ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

**Змістовий модуль 1.Теоретичні засади формування міжнародних стратегій економічного розвитку**

**Інструкційна картка до проведення семінарського/практичного заняття № 1**

1. **Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку**

2. ***Мета проведення заняття:*** розглянути питання, що стосуються сутності соціальної відповідальності, її видів, принципів, підстав, аспектів розвитку в історичному контексті та крізь призму концепції сталого розвитку.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

-сутність соціальної відповідальності, її види, принципи;

 - аспекти розвитку соціальної відповідальності в історичному контексті та крізь призму концепції сталого розвитку.

 вміти:

* класифікувати види соціальної відповідальності;
* оцінити вплив факторів неекономічного характеру на формування соціальної відповідальності.

3.***План практичного заняття:***

І. Питання для обговорення:

1. Роль інститутів громадянського суспільства в сталому розвитку.

2. Принципи і положення концепції сталого розвитку.

3. Механізм ефективній взаємодії держави та бізнесу

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей- презентацій, звітів з самостійної роботи.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по визначенню аспектів розвитку соціальної відповідальності в історичному контексті та крізь призму концепції сталого розвитку.

4***.Ключові поняття***

Реальна відповідальність

Потенційна відповідальність

Соціальна відповідальність

Рівні соціальної відповідальності

Сталий розвиток

Глобальний договір ООН

Global Reporting Initiative (GRI)

Моральна відповідальність

Релігійна відповідальність

Дисциплінарна відповідальність

Політична відповідальність

Правова (юридична) відповідальність

Корпоративна відповідальність

5**.*Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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. Що дає конкретній особі стале соціальне зростання?

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

***Ситуаційне завдання***

Як підрахували аналітики IDS, зниження комп’ютерного піратства в Україні на 10 % за 4 роки збільшить ВВП України на 586 млн доларів і дасть державному бюджету додатково 88 млн доларів як податкові надходження. А якщо піратство програмного забезпечення скоротити на 10 % за 2 роки, то ВВП країни виросте на 755 млн доларів, а податки – на 166 млн. доларів. За даними Microsoft 33 % українських продавців персональних комп’ютерів пропонують покупцям встановити піратське ПЗ або й відразу продають комп’ютери з неліцензійними операційними системами. Які системні цілеспрямовані дії потрібні державі, щоб знизити рівень піратства? Які ви знаєте державні документи, що захищають авторські та суміжні права?

6. **Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [1; 3; 8; 9].

Додаткова: [11; 12; 16; 17; 22]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 2**

1. **Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства**

2. ***Мета проведення заняття:*** надання загальних уявлень про сутність та основні чинники розвитку соціальної відповідальності людини та держави у контексті функціонування соціальної держави як системи.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

- сутність та основні чинники розвитку соціальної відповідальності людини;

* сутність та основні чинники розвитку соціальної відповідальності держави;

-Закони України з ефективного співробітництва громадських об’єднань та органів влади.

 вміти:

* визначити та оцінити чинники впливу на розвиток соціальної відповідальності людини;
* визначити та оцінити чинники впливу на розвиток соціальної відповідальності держави.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Закони України з ефективного співробітництва громадських об’єднань та органів влади.

2. Формування й проблеми реалізації державної економічної політики.

3. Корупція як елемент реальної дійсності ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

 ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по оцінити ефективність реалізації політики соціальної відповідальності людини та держави у контексті функціонування соціальної держави як системи.

4. ***Ключові поняття***

Соціальна відповідальність особистості

Пряма соціальна відповідальність

Зворотна соціальна відповідальність

Відкрита соціальна відповідальність

Прихована соціальна відповідальність

Безпосередня соціальна відповідальність

Соціальний механізм контролю

Соціальна відповідальність держави

Соціальна держава

Соціальна спрямованість держави

Державні соціальні стандарти

Соціальна захищеність людини

Соціальна відповідальність державної служби

Опосередкована соціальна відповідальність

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 іи 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. Можна чи ні сформулювати поняття соціально відповідального громадянства в Україні? Обґрунтуйте відповідь.

***Практичне завдання***

Положення міжнародної декларацій прав людини втілені у Конституції України. У нашій державі створену значну законодавчу базу щодо забезпечення прав і свобод громадян. Наведіть факти важливості дотримання прав людини компаніями стосовно сфер, які означені в таблиці та заповніть таблицю:

|  |  |
| --- | --- |
| Сфера | Факти |
| Здоров’я і безпека  |  |
| Економічна дискримінація  |  |
| Діти  |  |

6. **Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [2 – 6; 8; 9].

Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 3**

1. **Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю**

2. ***Мета проведення заняття:*** простежити історію становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності; виявити підходи до організації корпоративної соціальної відповідальності підприємства у розрізі її основних моделей.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

- історію становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності;

- підходи до організації корпоративної соціальної відповідальності підприємства у розрізі її основних моделей.

 вміти:

 - виявляти підходи до організації корпоративної соціальної відповідальності підприємства у розрізі її основних моделей.

3.***План практичного заняття:***

І. Питання для обговорення:

1. Інтеграція соціальної відповідальності у підприємство.

2. Навчання персоналу у сфері КСО.

3. Партнерство та інституціональне інвестування.

4. Якість продуктів та послуг.

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей- презентацій, звітів з самостійної роботи.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по встановленню особливостей підходів до організації корпоративної соціальної відповідальності підприємства у розрізі її основних моделей.

4***.Ключові поняття***

Концепція соціальної відповідальності

Економічна відповідальність

Правова відповідальність

Етична відповідальність

Філантропічна відповідальність

Корпоративна філантропія

Теорія стейкхолдерів

Теорія (не)достатності ресурсів

Теорія опортунізму менеджменту

Теорія синергетичної дії

Благодійні справи

Благодійний маркетинг

Корпоративний соціальний маркетинг

Корпоративна відповідальність

Внутрішня / зовнішня соціальна відповідальність

Моделі соціальної відповідальності

Сигнальна / репутаційна теорія

5**.*Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

1. В чому полягають функціональні обов’язки, права і відповідальність на підприємстві с 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 своєї господарчої 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 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?

***Практичне завдання***

Розробіть концепцію для інтеграції соціальної відповідальності в організацію. При цьому пам’ятайте, що соціальна відповідальність – це комплексне питання, яке включає сім сфер (табл.). Звіряючись з даними таблиці, впишіть концепцію в бізнес-стратегію компанії – мережі роздрібної торгівлі.

|  |
| --- |
| Сфери соціальної відповідальності |
| Організаційне управлін-ня  | Пра-ва людини  | Трудові відносини  | Чесні опера-ційні практики  | Взаємини зі споживачами  | За-хист довкілля  | Розви-ток і під-тримка гро-мад  |

6. **Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [2; 3; 6 – 9].

Додаткова: [11; 12; 15 – 21]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 4**

1. **Тема 4. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності**

2. ***Мета проведення заняття:*** уяснити відмінність між корпоративною соціальною відповідальністю та корпоративним громадянством; ознайомити слухачів з положеннями концепції гідної праці; розглянути міжнародну практику законодавчого регулювання КСВ.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

- відмінність між корпоративною соціальною відповідальністю та корпоративним громадянством;

* положеннями концепції гідної праці;
* міжнародну практику законодавчого регулювання КСВ.

 вміти:

* визначати відмінність між корпоративною соціальною відповідальністю та корпоративним громадянством;
* пояснювати причини, що обумовлюють необхідність формування концепції гідної праці;
* визначати особливості міжнародної практики законодавчого регулювання КСВ.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Конвенції Міжнародної організації праці.

2. Закони України щодо професійних спілок.

3. Глобальні принципи Саллівана.

4. Ініціативи з прав людини Глобального Договору ООН.

 ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

 ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по визначенню відмінності між корпоративною соціальною відповідальністю та корпоративним громадянством.

4. ***Ключові поняття***

Соціальна відповідальність роботодавця

Рівні соціальної відповідальності бізнесу

Корпоративна соціальна політика

Міжнародна організація праці

Глобальна Ініціатива Звітування (GRI)

Стандарт SA 8000 «Соціальна Відповідальність»

Концепція гідної праці

Соціальний захист

Соціальний пакет

Соціальні блага

Соціальний діалог

Партнерські відносини

Корпоративне громадянство

Соціальне поле

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 при 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 соціальної відповідальністю на підприємстві?

 9. Розкажіть про дію принципів Саллівана.

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

11. Що, по-вашому, означає поняття "соціально відповідальний роботодавець"?

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

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

14. Як змінюються зобов’язання співробітників у разі втілення на підприємстві концепції соціальної відповідальності?

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

***Практичні завдання***

Виходячи з даних, отриманих вами на виробничій практиці, підготуйте розгорнуті відповіді на наступні питання:

1.Опішить систему безпеки праці та охорони здоров'я, створену на підприємстві.

2.Здійсніть SWOT-аналіз цієї системи.

3*.* Порівняйте програми компанії з питання охорони й безпеки праці в інших країнах.

***Ситуаційне завдання***

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [1; 3 – 6; 8; 9].

Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]

**Змістовий модуль 2. Глобалізація і стратегії економічного розвитку**

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 5**

1. **Тема 5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності**

2. ***Мета проведення заняття:*** виявити складові зовнішньої відповідальності бізнесу у розрізі об’єктів відповідальності та вивчити напрями застосування новітніх інструментів стратегічної корпоративної філантропії.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

- складові зовнішньої відповідальності бізнесу у розрізі об’єктів відповідальності;

* напрями застосування новітніх інструментів стратегічної корпоративної філантропії.

 вміти:

* виявити складові зовнішньої відповідальності бізнесу у розрізі об’єктів відповідальності;

визначати напрями застосування новітніх інструментів стратегічної корпоративної філантропії.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Формування й проблеми реалізації соціальної відповідальності держави.

2. Конфлікти суспільства, бізнесу, влади.

3. Лобізм як об'єкт корпоративного керування. ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

 ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по визначенню складових зовнішньої відповідальності бізнесу у розрізі об’єктів відповідальності.

4. ***Ключові поняття***

Зовнішня соціальна відповідальність бізнесу

Соціальні групи

Способи реалізації потреб

Джерела фінансування потреб

Людина як споживач

Соціально відповідальне інвестування

Соціально відповідальний маркетинг

Соціальне підприємництво

Соціальні венчурні фонди

Корпоративний соціальний маркетинг

Відповідальне управління ланцюгом постачань

Соціальне адвокатування

Інвестування в громаду

Сканування

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 соціальноекологічно-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.

***Практичне завдання***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Стейкхолдери  | Характеристика  | Очікування  | Потреби  |
| Власники та акціонери  |  | Отримувати прибуток від бізнесу, заробляти гроші, високі дивіденди та збільшення вартості  | Збільшувати віддачу від інвестицій  |
| Менеджери  |  | Кар’єрне зростання, збільшення зарплати, бонуси, пільги  | Статус. Бонуси за виконання  |
| Співробітники та їх родини  |  | Отримання більшої зарплати, шанси на просування, збільшення можливостей  | Висока зарплата. Достойні умови праці  |
| Споживачі  |  | Низькі ціни, краще якість, добрі послуги, інноваційні продукти  | Цінність грошей. Добрі послуги, якісні товари  |
| Постачальники  |  | Елика кількість заказів, успішність для бізнесу  | Продати більше за високу ціну. Повторення заказів, лояльність споживачів  |
| Громада  |  | Бізнес створює робочі місця та поліпшувати умови для громади. Постраждає, коли компанія припинить роботу  | Зайнятість, соціально-інформаційна структура, екологія , покращення теріторій  |
| Держава  |  | Податки при успішному бізнесі, чім успішніше – тим вищі податки. Має виплачувати трансферти  | Оплата податків, виконання вимог  |

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [1 – 9].

Додаткова: [11; 12; 15 – 21]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 6**

1. **Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності**

2. ***Мета проведення заняття:*** розкрити сутність екологічної відповідальності у контексті її еволюцій та з виділенням елементів екологічної відповідальності бізнесу.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

- сутність екологічної відповідальності у контексті її еволюцій;

- основні елементи екологічної відповідальності бізнесу.

 вміти:

* сутність екологічної відповідальності у контексті її еволюцій;
* визначати основні елементи екологічної відповідальності бізнесу.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Масштаб екологічний проблем.

2. Програми з контролю забруднення та захисту довкілля.

3. Першорядне вирішення екологічних проблем

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по визначенню проблеми та перспектив розвитку екологічної відповідальності бізнесу.

4. ***Ключові поняття***

Екологічна відповідальність

Екологічно та соціально відповідальний бізнес

Функції екологічної відповідальності

Стратегія екологічно маркетингу

Корпоративна екологічна політика

Екологічні ініціативи

Виробництво «зелених» товарів

Система екологічного управління (Environmental Management System)

Екологічна освіта

Система екологічної сертифікації

«Зелене постачання»

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 своєї 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.

***Практичне завдання***

Одним за головних аспектів соціальної відповідальності є екологічна відповідальність. Увага до втілення екологічної відповідаль-ності підвищилася внаслідок загострення глобальних екологічних проблем, а саме: зміна клімату, забруднення довкілля, руйнування екологічних систем, зменшення запасів природних ресурсів тощо.

1.Яких, з вашої точки зору, основних екологічних принципів необхідно дотримуватися соціально відповідальному підприємству?

2.Для відповіді моделюйте реальну ситуацію при обґрунтуванні інвестиційного проекту на вибір:

1) завод мінеральних добрів

2) завод по виробництву автомобільних шин

3) швейна фабрика

4) завод з виробництва сірки та її кислот

5) коксохімічний комбінат

6) металургійний завод

7) бойня

3*.* Для відповіді моделюйте реальну ситуацію при обґрунтуванні інвестиційного проекту, сферу діяльності підприємства виберіть самостійно, бажано 3-го рівня по шкалі Лошера.

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [2 – 6; 8; 9].

Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 7**

1. **Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності**

2. ***Мета проведення заняття:*** засвоїти запровадження системи корпоративної соціальної відповідальності та Концепції зацікавлених сторін: ідея, історія, сутність.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

-концепції зацікавлених сторін: ідея, історія, сутність;

- соціальні інвестиції як явище; сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців;

 -форми соціального інвестування;

-соціальні програми компанії: сутність, напрямки.

-сутність, складові та пріоритети розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом;

- приклади соціально відповідальних практик.

 вміти:

- встановлювати форми соціального інвестування;

- формувати соціальні програми компанії: сутність, напрямки;

-визначати сутність, складові та пріоритети розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Принципи взаємовигідного співробітництва.

2. Співпраця з органами влади та іншими стейкхолдерами.

3. Розробка соціальних програм.

4. Оцінка результативності соціального партнерства

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по визначенню сутності, складових та пріоритетів розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом.

4. ***Ключові поняття***

Корпопативна соціальна відповідальність

Концепція зацікавлених сторін

Соціальні інвестиції

Соціальні програми

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 соціальноекономічні 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.

***Практичне завдання***

Керівництво супермаркету вважає, що відділ кадрів підібрав у свій час не тих осіб на посади, опис яких наводиться нижче.

*Завідувач відділу чоловічого та жіночого одягу.*Менеджер на даній посаді має повну відповідальність за піддтримання відповідного асортименту товарів у відділі; повинен управляти продажем, координувати роботу та забезпечувати розвиток підпорядкованих йому продавців. Він зобов’язаний грати активну роль у виявленні слабких сторін в роботі кожного продавця та допомагати йому в подоланні недоліків. Приблизно половину свого робочого часу менеджер проводить у торговому залі, працюючи з покупцями.

*Завідувач складом.*Менеджер має повну відповідальність за отримання товарів, що надходують, їх правильне складування у приміщенні складу, а також за своєчасну доставку у торговий зал на вимогу завідувачів відділами. Менеджер повинен працювати з персоналом, що доставляє товар, так, щоб забезпечити в даній справі ситематичність та порядок.Крім того, менеджер повинен працювати з продавцями, щоб запобігти затоварювання на складі.

*Завдання:*

Визначте, що необхідно зробити для заповнення даних посад в майбутньому з найбільшою ефективністю. З цією метою:

1. Розробіть модель особистості для кандидата на кожну посаду. Ця модель повинна описувати найбільш важливі риси особистості, які приведуть до успіху в роботі.
2. Підготуйте список питань до кандидата на посаду, відповіді на які допоможуть сумістити вимоги до роботи з особистісною характеристикою. За кожною категорією розвитку особистості (спадкоємність, культура, родина, соціальна група, життєвий досвід) необхідно скласти не меньше п’яти питань до кандидата на роботу в організації. Питання повинні бути створені так, щоб відповіді на них найкращим чином розкривали особистість кандидата.

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [1; 3; 6 – 9].

Додаткова: [11; 12; 15 – 21]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 8**

1. **Тема 8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності**

2. ***Мета проведення заняття:*** засвоїти ключові процедури підготовки нефінансового звіту на основі профільних стандартів.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

* ключові процедури підготовки не фінансового звіту на основі профільних стандартів.

 вміти:

* володіти процедурами підготовки нефінансового звіту на основі профільних стандартів;

- на підставі проведеного моніторингу виконати прогноз розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Фіксація параметрів корпоративної соціальної відповідальності.

2. Виявлення реальних досягнень.

3. Ключові індикатори та поняття поточного становища соціальної відповідальності

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по виконанню моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.

4. ***Ключові поняття***

Нефінансовий звіт

Communication on Progress (СОР)

Глобальний договір ООН

Керівництво G3

Global Reporting Initiative (GRI)

Міжфункціональна команда

Репутаційна вигода

ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements

AA1000AS (Assurance Standard)

Accounting Standrds Board – ASB

Принципи CERES/Valdez

Коаліція за екологічно відповідальну економіку (CERES – Coalition for Environmentally Responsible Economies)

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 позіціювання?

***Практичні завдання***

1.1)Моніторинг та оцінка залучення стейкхолдерів надзвичайно важлива для налагодження діалогу і забезпечення процесу безперервних консультацій та постійних інновацій. Кожна компанія, яка зобов’язалася залучати стейкхолдерів, розробляє свої показники ефективності. Розробіть показники ефективності соціальної відповідальності на підприємстві, використовуючи стандарт АА1000 – основний стандарт, що визначає правила і принципи роботи зі стейкхолдерами.

2)Дайте оцінку участі заінтересованих сторін та вкажіть на підвищення якості впровадження.

3)Складіть матрицю стейкхолдерів:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Група стейкходерів  | Інтереси стейкхолдерів  | Оцінка впливу  | Потенційні стратегії для формування діалогу, підтримки та усунення перешкод  |

2. Для підприємства, на якому ви були на виробничій практиці визначте рівень соціальної відповідальності підприємства сфери послуг на основі методики розрахунку інтегрального індексу соціальної відповідальності.

Розрахунок інтегрального індексу соціальної відповідальності здійснюється за показниками діяльності підприємства, та критеріями, що характеризують ступінь дотримання принципів соціальної відповідальності в господарській діяльності підприємства сфери послуг.

*Вихідні дані*

Назва підприємства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Показник** | **Значення** |
| 1 | Наявність на підприємстві переплати чи заборгованості щодо податкових та інших обов’язкових зобов’язань, грн. | ІСВ1 |
| 2 | Середньогалузевий рівень заробітної плати, грн. | ІСВ2 |
| 3 | Середня заробітна плата працівників підприємства, грн. | ІСВ3 |
| 4 | Найвища заробітна плата на підприємстві, грн. | ІСВ4 |
| 5 | Найменша заробітна плата на підприємстві, грн. | ІСВ5 |
| 6 | Частка працівників підприємства, які отримують ЗП нижче прожиткового мінімуму, % | ІСВ6 |
| 7 | Нормативний обсяг витрат підприємства на охорону праці, грн. | ІСВ7 |
| 8 | Фактичний обсяг витрат підприємства на охорону праці, грн. | ІСВ8 |
| 9 | Виручка підприємства від реалізації продукції, грн. | ІСВ9 |
| 10 | Витрати підприємства на вирішення соціальних питань працівників, грн. | ІСВ10 |
| 11 | Витрати підприємства на вирішення соціальних питань поза його межею, грн. | ІСВ11 |
|  |  | ІСВінт |

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [2 – 6; 8; 9].

Додаткова: [11; 12; 16; 17; 30]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 9**

1. **Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності**

2. ***Мета проведення заняття:*** дослідити фактори ефективності застосування інструментів КСВ та методи її оцінювання.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

* фактори ефективності застосування інструментів КСВ;
* методи оцінюванняефективності корпоративної соціальної відповідальності.

 вміти:

* оцінити вплив факторів ефективності застосування інструментів КСВ;
* оцінюватиефективність корпоративної соціальної відповідальності.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1**.** Індикатори оцінювання соціальної відповідальності.

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

3. Збалансована система показників по соціальної відповідальності. Розрахунок соціального ефекту від інвестицій.

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по оцінюванню ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

4. ***Ключові поняття***

Етичний кодекс

Карта етики

Комітет з етики

Соціальна ревізія

Соціальний звіт

Етична експертиза

Соціальне інвестування

Соціальні комунікації

Індекс Domini Social Investment (DSI 400)

Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)

Індекс FTSE4Good

Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index)

Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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 моніторінгу та оцінці соціальної відповідальності?

10. Наведіть етапи складення матриці показників при моніторінгу та оцінці соціальної відповідальності.

11. Як використовується досвід світових компаній з соціальної відповідальності в Україні?

***Практичне завдання***

Охарактеризуйте взаємовідносин з персоналом на основі GRI на підприємстві, де ви були на виробничій практиці (у таблиці приведені орієнтовані показники КСВ у сфері взаємовідносин з персоналом).

# Система показників КСВ у сфері взаємовідносин з персоналом на основі GRI (The Global Reporting Initiative) / 1997 - 2000

|  |  |
| --- | --- |
| **Параметр** | **Показники** |
| Показники структури, динаміки, руху, персоналу | 1.Чисельність персоналу (категорії, стать, вік, освіта, інвалідність, місцеве населення)2.Склад керівництва (стать, вік і т.д.)3. Коефіцієнти руху4.Випадки дискримінації та реакція на них |
| Заробітна плата, колективні договори та соціальна захищеність, участь у профспілках | 1.Рівень заробітної плати, темпи її росту 2.Тип зайнятості3.Наявність трудових договорів, колективного договору4. Перелік пільг, доплат (за видами зайнятості) 5.Наявність соціального пакету, обов’язкове та добровільне соціальне страхування (пенсійне) 6.Мінімальний період попередження персоналу про зміни у діяльності підприємства7.Кількість членів профспілок8.Випадки порушення прав людини, примусової і дитячої праці |
| Освіта і розвиток людського ресурсу | 1.Кількість програм освіти, підвищення кваліфікації, перекваліфікації, стажування, вивчення іноземних мов тощо і кількість тих, хто приймає в них участь 2.Середня кількість часу навчання на робітника (за категоріями, віком, статтю)3. Кількість осіб, що прослухали лекції, тренінги тощо з КСВ та принципів Глобального договору |
| Охорона праці, управління професійними ризиками | 1. Зайняті у шкідливих і небезпечних умовах праці
2. Частота і тяжкість виробничого травматизму і профзахворюваності
3. Кількість днів непрацездатності

4.Наявність програм з охорони здоров’я, медичні огляди5. Профілактичні заходи по зниженню професійних ризиків |

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [2; 3; 6 – 9].

Додаткова: [11; 12; 15 – 21]

**Інструкційна картка до проведення семінарського заняття № 10**

1. **Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні**

2. ***Мета проведення заняття:*** підсумувати чинники розвитку соціальної відповідальності в Україні та визначити напрями державної політики її розвитку у контексті перспектив прийняття Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 р.

2.1 Після виконаної роботи студент повинен

 знати:

* чинники розвитку соціальної відповідальності в Україні;
* напрями державної політики соціальної відповідальності розвитку соціальної відповідальності в Україні.

 вміти:

* визначати чинники розвитку соціальної відповідальності в Україні;
* визначати напрями державної політики соціальної відповідальності розвитку соціальної відповідальності в Україні.

3.***План практичного заняття:***

І.Питання до обговорення

1. Характеристика і аналіз проблеми.

2. Обґрунтування доцільності розроблення і реалізації Національної стратегії.

3. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.

ІІ.Заслуховування та обговорення доповідей.

ІІІ.Робота студентів в проблемних групах по розробці напрямів державної політики соціальної відповідальності розвитку соціальної відповідальності в Україні.

4. ***Ключові поняття***

Глобальний договір ООН Українська асоціація якості

Європейська організація якості

Міжнародна організація стандартизації

Організація Об’єднаних Націй з промислового розвитку

ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності»

AISEC (Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales)

Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні до 2020 р.

Комюніке Європейської Комісії, 2006 р.

5.***Питання та завдання для закріплення навчального матеріалу***

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?

***Практичне завдання***

На сайті від 06.11.16

 <http://kbs.org.ua/index.php?get=14&id=5817>

розміщено проект Концепції національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні з запрошенням взяти участь в обговоренні законопроекту.

 Запропоновано представникам інститутів громадянського суспільства долучитися до розгляду проекту Концепції Національної соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Свої пропозиції Ви можете надати Державній податковій службі України на електронну адресу: afil@sta.gov.ua.

  Проаналізуйте проект та внесіть свої пропозиції.

Проект

Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Дана Концепція визначає: узагальнене розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні; загальну стратегію та механізми державної політики щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу; пріоритетні напрями і дієві заходи соціальної відповідальності бізнесу у відносинах із заінтересованими в його діяльності та сталості сторонами в країні.

 1. Терміни і поняття, що використовуються у Концепції

У цій Концепції використовуються такі поняття і терміни:

**Громадська організація** – об’єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів.

**Ділова досконалість** – модель розвитку підприємства, яка базується на твердженні, що досконалі результати розвитку досягаються через очолювані лідерами політику і стратегію, належне управління персоналом, партнерськими стосунками, ресурсами і процесами.

**Етична поведінка** – поведінка згідно з прийнятими принципами правильної та належної поведінки, у контексті конкретної ситуації, та відповідно до міжнародних норм поведінки.

Заінтересована сторона (стейкхолдер) – особа або група, що має інтерес у рішеннях або діях компанії, організації.

**Компанія, організація** – суб’єкт господарювання, що створений і діє відповідно до законодавства України.

**Навколишнє середовище** – природне оточення, в якому діє організація, у т.ч.: повітря, вода, земля, природні ресурси, флора, фауна та люди в їх взаємозв’язку.

**Нефінансовий звіт** – затверджений організацією, компанією (верифікований або не верифікований) документ, що містить опис інших, аніж фінансові, показників діяльності компанії, організації.

**Прозорість** – відкритість рішень і дій, що впливають на суспільство, економіку та навколишнє середовище, прагнення висвітлювати ці питання чітко, вчасно, чесно та у повному обсязі.

**Соціальна відповідальність** – відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка:

– сприяє сталому розвиткові, у т.ч. здоров’ю і добробуту суспільства;

– зважає на очікування заінтересованих сторін;

– відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;

– інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

**Соціальний діалог** – процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання соціально-трудових відносин.

**Споживач** – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.

**Сталий розвиток** – розвиток, що відповідає потребам теперішнього часу і забезпечує майбутнім поколінням можливість задовольняти їхні власні потреби.

 2. Характеристика і аналіз проблеми, на розв’язання якої спрямована Стратегія

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів.

На сьогодні у найбільш економічно розвинених країнах світу набуло поширення явище «соціальної відповідальності бізнесу» (СВБ), що розуміється як відповідальність організації, компанії за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвиткові, у т.ч. здоров’ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

Таким чином, СВБ 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.

СВБ тісно пов’язана з діяльністю компаній з досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва. Ці аспекти діяльності компаній переважно регулюються міжнародними стандартами серії ISO 9000.

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 СВБ і заходів зі стимулювання бізнесу до соціально відповідальної діяльності.

В більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання СВБ. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності тощо.

Основними характеристиками СВБ 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 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.

СВБ в Україні перебуває в стадії становлення. Найбільш активними 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 протягом останніх 15 років удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій Загального управління якістю. Однак зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі в ньому держави, яка повинна визначити СВБ як бажану поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів (до цього вже дійшли державні органи країн-членів ЄС).

Водночас необхідно усвідомлювати, що СВБ 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 кращих 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.

Ця теза ще більш актуалізована сучасними глобалізаційними та інтеграційними процесами, оскільки уряди іноземних держав надають великого значення процесам роботи своїх компаній на ринках, що розвиваються, і дотриманню ними стандартів щодо забезпечення прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища.

Найбільш доцільним у цьому контексті є ухвалення відповідної Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні (далі – Стратегія), яка має чітко зафіксувати позицію держави у цій сфері. Прийняття такого документа покращить імідж Української Держави всередині країни і за кордоном, продемонструє прагнення України рухатися відповідно до сучасних європейських і світових тенденцій, дотримуватися концепції сталого розвитку, відповідально ставитися до проблем суспільства і навколишнього середовища.

Основні цільові групи (стейкхолдери) Стратегії:

- органи державної влади і місцевого самоврядування;

- підприємства;

- організації громадянського суспільства;

- вищі навчальні заклади;

- наукові та дослідницькі інституції.

3. Мета,завдання і цілі Стратегії

         Метою Стратегії є створення підґрунтя (як комплексу норм, правил, окремих організаційних механізмів) та сприятливих умов для інтеграції СВБ у діяльність компаній задля сталого розвитку України, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах.

Основними завданнями Стратегії є:

–       розвиток СВБ як фактора модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності з метою визнання українського бізнесу на світовій арені як соціально відповідального, його полегшеної інтеграції в міжнародні ринки, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах;

–       запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма групами заінтересованих осіб;

–       розвиток системи нефінансового звітування з метою більшої поінформованості суспільства щодо різних аспектів СВБ;

–       удосконалення існуючих і розвиток нових форм державно-приватного партнерства задля економічного, соціального й екологічного розвитку громад і територій присутності;

–       формування ефективної системи соціального і громадського діалогу;

–       створення передумов для гарантій забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства;

–       розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності, «озеленення» бізнесу та економіки країни в цілому;

–       розвиток процесів ділового удосконалення підприємств, організацій і установ.

Актуальність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлена її суттєвим впливом на досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей, які стають рушіями подальшого розвитку СВБ, що сприяє підвищенню конкурентоздатності вітчизняного бізнесу й економіки країни в цілому.

6.1. Економічні цілі:

–       Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки через покращення принципів прозорості і підзвітності діяльності компаній в Україні; збільшення інвестицій в підвищення кваліфікації працівників, їхнє безперервне навчання та працевлаштування;

–       Стабільний та передбачуваний розвиток внутрішнього ринку і підвищення ефективності його функціонування;

–       Формування привабливої національної інноваційної інфраструктури через спрямування інвестицій у новітні технології;

–       Надання сучасного інструментарію для державного регулювання: чіткі сигнали від держави щодо важливості СВБ, стимулювання без посилення адміністративного тиску, сприяння та заохочення до СВБ всіх учасників ринку (відсутність вибірковості) стимулюють організації та компанії впроваджувати принципи соціальної відповідальності;

–       Розвиток культури споживання та підвищення рівня обізнаності споживачів. СВБ спонукає споживачів цікавитись екологічними, економічними та соціальними аспектами товарів/послуг, а також репутацією виробника або надавача послуг, що, своєї черги, стає рушієм розвитку практик СВБ серед компаній;

–       Поширення в Україні систем управління якістю організації виробництва (ISO 9000). Вітчизняні компанії, що впроваджують системи управління якістю менеджменту та які є лідерами у впровадженні ділової досконалості, становлять приклад для інших підприємств, в тому числі з європейських країн.

–       Підвищення бізнес-культури в країні: рівень поінформованості та ступінь розуміння СВБ серед власників, керівників компаній, бізнес-партнерів, працівників, постачальників, представників засобів масової інформації, державних і недержавних організацій та інших груп визначає ступінь розвитку бізнес-культури в країні, що особливо важливо для інвестиційної привабливості ринку.

6.2. Соціальні цілі:

–       Коректне сприйняття бізнесу як явища населенням. З огляду на непростий період становлення більшості успішних українських компаній в суспільстві побутує думка про успішність одних за рахунок неуспішності інших. Через це діяльність компаній, що має ознаки соціальної відповідальності, часто сприймається суспільством як належне. Традиційно значимими для України є благодійність і меценатство;

–       Вищий рівень інтеграції до ринку праці та соціальної залученості: прагнення підприємств залучати більше представників з уразливих груп населення та безперервне навчання працівників зменшує соціальне розшарування і сприяє подоланню бідності та повазі до прав людини;

–       Розвиток інновацій у соціальній сфері: створення умов праці, що сприятимуть інноваційній діяльності.

6.3. Екологічні цілі:

–       Більш раціональне використання природних ресурсів та зниження рівня викидів, що досягається інвестуванням компаній в еко-інновації та створенням системи екологічного менеджменту, що передбачає цілеспрямовані екологічні акції, закупівлю енергоефективного обладнання, перехід на альтернативні джерела енергії тощо.

4. Обґрунтування доцільності розроблення і реалізації Стратегії на основі зарубіжного та вітчизняного досвіду

У широкому розумінні СВБ 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 (т.зв. стратегія потрійного впливу), що може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності окремих компаній і національної економіки загалом.

За визначенням Європейської Комісії («Зелена книга з корпоративної соціальної відповідальності», 2001 р.), корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – 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 у сфері СВБ має концепція «потрійного критерію», що містить у собі розширення меж звітності організацій та додання соціальних і екологічних аспектів до фінансових показників діяльності.

СВБ 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 СВБ 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).

Країни СНД також зробили внесок у розвиток СВБ, розробивши та затвердивши міжнародний стандарт «Социальная ответственность организации. Требования. CSR/КСО – 2008».

5. Внутрішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні

Соціальну відповідальність бізнесу в українському контексті можна визначити як таку, що діє на трьох основних рівнях:

1. Дотримання законних зобов’язань перед державою і суспільством (сплата податків, охорона здоров’я і безпека праці, права працівників, права споживачів, екологічні норми) та галузевих стандартів.

2. Мінімізація або усунення негативного впливу бізнесу на суспільство та управління ризиками (наприклад, порушення прав людини або забруднення навколишнього середовища).

3. Посилення позитивного впливу бізнесу на суспільство і створення цінностей через інновації, інвестиції та партнерство, спрямовані на соціальний та екологічний добробут (наприклад, створення робочих місць, соціальний та економічний розвиток, вирішення конфліктів).

Необхідність розвитку СВБ в Україні зумовлено, зокрема, низкою факторів:

–       Низький рівень корпоративної культури та, як наслідок, фінансова й економічна слабкість значної частки компаній в Україні є однією з найбільш поширених перешкод. Діяльність економічно слабких суб’єктів орієнтована на виживання, а суспільство і держава часто посідають опозиційну до бізнесу позицію. Така загальна ситуація на тлі постійного браку коштів не сприяє поширенню ідей та принципів соціальної відповідальності на загальнодержавному рівні.

–       Правовий нігілізм і деформація правової свідомості – в Україні лише формується культура поваги до законів та права в цілому. Нині переважно панує прагнення оминути закон, а не дотримуватись його. На жаль, бізнес як найбільш активний та креативний суб’єкт суспільного життя не є виключенням. Частково це пояснюється якістю законів, що приймаються в Україні, їхньою нестабільністю та вибірковістю застосування.

–       Низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу – через відносно нетривалу сучасну історію вітчизняного бізнесу та ще більш коротку практику реалізації ним власної соціальної відповідальності в українському суспільстві майже не сформовано коректне розуміння зусиль бізнесу в цьому напрямі.

–       Термінологічна (нормативна) невизначеність – з огляду на відносно пізнє входження вітчизняних підприємницьких кіл до спільноти соціально відповідального бізнесу в Україні спостерігається елементарне нерозуміння як бізнесом, так й іншими членами суспільства основних завдань і механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності.

–       Закритість українських компаній для широкої громадськості – для більшості компаній детальна інформація про її діяльність є даними для суто внутрішнього користування. Лише чверть з опитаних підприємств мають затверджені кодекси поведінки (місію, кодекс етичних правил, проголошені цінності тощо).

–       Перекіс у реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями. Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямовується, насамперед, на трудові практики і заходи із захисту здоров’я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою: лише третина компаній здійснює соціальні інвестиції в громаду, половина підприємств не вживає заходів з охорони довкілля.

–       Нерівномірне врахування інтересів заінтересованих сторін: найчастіше компанії враховують інтереси споживачів та органів державної влади, найрідше – недержавних організацій та дослідницьких організацій, навчальних закладів, співпраця з якими практично відсутня.

6. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні

Розробці Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу також сприяє низка зовнішніх факторів, а саме:

7.1. Необхідність позиціонування України в міжнародному середовищі – практика діяльності світових лідерів бізнесу за останні 20 років доводить, що соціальна відповідальність перестала носити вибірковий характер, бути «примхою» успішних компаній. Навпаки, СВБ сьогодні – це суттєва і невід’ємна складова бізнес-процесу, підтримувана не лише компаніями в різних регіонах планети, а й міжнародними організаціями (Глобальний договір ООН, Міжнародна організація праці, UNICEF, UNIDO, Рада Європи, Європейська організація якості, Міжнародна організація стандартизації) і урядами різних країн (Данія, Норвегія, Словаччина, Німеччина, Македонія, Франція, Велика Британія).

Також не можна не зважати на певну стандартизацію різних аспектів діяльності організації, що належать до соціальної відповідальності, в тому числі операційної діяльності, екологічного менеджменту, трудових відносин тощо.

7.2. Інтеграція до Європейського Союзу.

У затвердженому 2009 року Порядку денному щодо укладення Угоди про Асоціацію України та ЄС передбачається виконання певних завдань, які стосуються соціальної відповідальності.

Європейська Комісія розглядає соціальну відповідальність бізнесу як частину внеску в сталий розвиток та Стратегію європейського економічного зростання і зайнятості, оскільки СВБ сприяє досягненню різноманітних цілей, зокрема, суспільної згуртованості, економічної конкурентоспроможності та більш раціонального використання природних ресурсів.

У ЄС соціальну відповідальність бізнесу включено до політики працевлаштування і соціальних справ, політики підприємництва, захисту навколишнього середовища і прав споживача, політики державних закупівель та зовнішніх стосунків. Свої пріоритети ЄС просуває і у відносинах із партнерами, країнами програми Сусідства та Східного партнерства, до яких належить Україна.

7.3. Позиція України стосовно ISO 26 000.

Україна з листопада 2007 року приєдналася до роботи міжнародної групи експертів з питань розробки проекту міжнародного стандарту ISO 26 000 «Керівництво з соціальної відповідальності». Протягом трьох років українські експерти працювали над проектом зазначеного міжнародного стандарту. У 2010 році Україна в числі багатьох інших країн світу висловилася «за» прийняття міжнародного стандарту ISO 26 000 «Керівництво з соціальної відповідальності».

7.4. Глобальний договір ООН – Україна.

З 2005 року в Україні функціонує національна мережа компаній та організацій, що задекларували свою відданість принципам Глобального договору ООН. Основою Глобального договору є 10 принципів у сферах прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та протидії корупції, що становлять своєрідний кодекс етичної корпоративної поведінки і дотримання яких у своїй діяльності є обов’язковим для учасників. Попри добровільність участі вимогою для компаній є надання щорічних звітів про реалізацію принципів Глобального договору в повсякденній діяльності.

 За 10 років існування до ініціативи приєдналися понад 8000 компаній та інших організацій з більше ніж 130 країн. В Україні місцева мережа Глобального договору існує з 2006 року та об’єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних та українських компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо (www.globalcompact.org.ua).

 Глобальний договір є на сьогодні найбільшою платформою для розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні завдяки кількості учасників, що зобов’язались дотримуватися принципів відповідальної поведінки, і широкій національній географії ініціативи.

7.5. Вимоги інвесторів.

Наявність попиту з боку інвесторів та фінансових інституцій на розробку та впровадження організацією, компанією власної політики соціальної відповідальності стимулює до більш активного впровадження практик СВБ. Врахування критеріїв соціальної відповідальності в оцінці бізнесу інвесторами на організованих фінансових ринках, фондами прямого інвестування та інституційними інвесторами сприяє поширенню та впровадженню СВБ, особливо серед компаній з переважно українським капіталом. Стимулювання довготривалих інвестицій з закордону забезпечує стабільність і передбачуваність розвитку внутрішнього ринку.

7. Складові розвитку соціальної відповідальності в Україні

Виконання означених вище завдань може бути забезпечено такими заходами:

8.1. Організаційні та нормативні умови розвитку СВБ:

–       сформувати постійно діючий орган (можливо, шляхом реорганізації Координаційної ради при Комітеті ВРУ з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва за участі УСПП), до компетенції якого належали б аналіз існуючого стану СВБ в Україні та сприяння її подальшому розвитку; створити регіональні консультативні ради із реалізації Національної стратегії розвитку СВБ (або уповноважити на цю діяльність уже існуючі регіональні ради);

–       розробити Національну стратегію розвитку СВБ в Україні;

–       розробити нормативну базу з метою впровадження екологічного та соціального маркування і методику його використання;

–       унормувати систему преференцій для організацій, що запроваджують політику соціальної відповідальності та реалізують соціально важливі програми.

–       стимулювати поширення українськими суб’єктами господарювання та організаціями нефінансових звітів, у т.ч. через українські та міжнародні спеціалізовані портали та бази звітів;

–       розробити та щорічно проводити бізнес-конкурси з тематики СВБ, у тому числі щорічний Український національний конкурс якості;

–       створити майданчик, на базі якого влада малих міст, де працює відповідальний бізнес, могла б обмінюватись досвідом і практиками в сфері СВБ.

8.2. Розвивати можливості та компетенції бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації СВБ:

–       сприяти обміну досвідом і позитивними практиками компаній щодо СВБ;

–       поширювати стандарти і системи управління, що кореспондуються із СВБ;

–       сприяти покращенню корпоративного управління та поширенню стратегій СВБ на українських підприємствах, у т.ч. на державних;

–       встановити у законодавстві, що регулює здійснення державних закупівель, діяльність на фондовому ринку (зокрема, в аспекті розкриття інформації про нефінансові ризики діяльності компаній), вимоги до компаній у сфері соціальної відповідальності;

–       ініціювати проекти розвитку навичок інвестиційних компаній, аналітиків, інвесторів, фондів та банків щодо аналізу нефінансових ризиків;

–       сприяти підготовці фахівців за кваліфікацією «Менеджер із соціальної та корпоративної відповідальності», «Експерт із соціальної відповідальності бізнесу», «Соціальний аудитор» (відповідно до Державного класифікатора професій ДК 003:2010).

8.3. Підвищити обізнаність щодо СВБ серед різних груп заінтересованих осіб:

–       створити єдиний портал корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення обізнаності щодо реалізації Національної стратегії СВБ в Україні;

–       забезпечити організаційну державну підтримку освітніх заходів в сфері корпоративної соціальної відповідальності;

–       проводити державні інформаційні кампанії, в т.ч. з підтримки публікації статей та підготовки телепрограм з тематики СВБ у ЗМІ, в тому числі державних;

–       створити всеукраїнський інформаційний центр з питань СВБ, що діятиме за принципом «гарячої лінії» (call-centre), яка відповідатиме на питання стосовно СВБ, надаватиме інформаційну та методичну підтримку тощо;

–       оприлюднювати інформацію стосовно компаній-порушників принципів захисту прав споживачів та принципів діяльності з соціальної відповідальності;

–       підвищити рівень обізнаності про СВБ серед державних службовців на національному, регіональному рівнях та в органах місцевого самоврядування, зокрема шляхом включення концепції СВБ до програм підвищення кваліфікації державних службовців;

–       розробити програму інформування органів влади та місцевого самоврядування щодо програм СВБ і проектів, що реалізуються на територіях відповідних адміністративно-територіальних одиниць;

–       проводити щорічні парламентські слухання із реалізації СВБ в Україні;

–       проводити періодичні конференції з питань впровадження та результативності СВБ в Україні за підтримки державних органів влади та із залученням органів місцевої влади, місцевих громад, ЗМІ та організацій громадянського суспільства, академічних кіл;

–       включити вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» до навчального процесу вищих навчальних закладів та бізнес-шкіл, а також програм підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців; сприяти створенню відповідних вітчизняних підручників і навчальних матеріалів;

–       підтримати наукові дослідження у сфері СВБ на національному та регіональному рівнях.

8. Очікувані результати реалізації Стратегії

У процесі реалізації Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні мають бути створені інституційні механізми поширення СВБ серед вітчизняних суб’єктів господарювання та організацій. Означені механізми повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян, а також зважати на потреби подальшого розвитку СВБ як інструменту державного стимулювання.

Очікувані результати для національної економіки:

Короткострокові результати (до трьох років з моменту затвердження Стратегії):

–       усталення явища соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві,

–       збільшення кількості компаній різного розміру, що розробляють і реалізують власні стратегії соціальної відповідальності;

–       поширення кращих практик соціальної відповідальності українського бізнесу щодо етичної та чесної поведінки, поліпшення умов праці; захисту і покращення соціально-трудових прав працівника; захисту прав споживачів; дотримання сучасних стандартів безпеки праці та розвитку людини;

–       збільшення кількості нефінансових звітів компаній;

–       розробка державних механізмів підтримки та стимулювання реалізації політики безперервного системного вдосконалення соціальної відповідальності компаній;

–       інтеграція вітчизняних фахівців з СВБ до європейського та світового фахового середовища.

Довгострокові результати:

–       забезпечення сталого розвитку країни;

–       розвиток соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві як загальноприйнятої тенденції;

–       підвищення конкурентоспроможності країни і таких її показників, як: рівень макроекономічної стабільності; ефективність діяльності державних і приватних інституцій; ефективність і розмір ринку товарів та праці; рівень оплати праці; рівень розвитку і ділової досконалості бізнесу; якість інфраструктури; рівень легкості ведення бізнесу; інноваційний та технологічний розвиток; якість людського капіталу;

–       полегшена інтеграція до європейського економічного і соціального простору і, зрештою, поступова інтеграція до ЄС;

–       активізація інвестиційних та інноваційних процесів;

–       підтримка розвитку торговельно-економічного, науково-технічного та інвестиційного співробітництва України з іноземними державами на засадах взаємної вигоди шляхом дотримання міжнародних стандартів з СВБ українськими комерційними організаціями;

–       збільшення обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки, адже на сьогодні у світі набуває поширення тенденція, коли компанії принципово не виходять на нестабільні і ненадійні ринки, дотримуючись принципів чесного і етичного ведення бізнесу.

9. Фінансування реалізації Стратегії

Фінансування реалізації Стратегії може здійснюватися за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, інвестицій підприємств та організацій, грантів міжнародних організацій, коштів діючих спільних операційних програм Європейського інструменту сусідства та партнерства (ЄІСП), а також інших джерел. Детальне обґрунтування та розрахунок необхідних інвестицій під впровадження тих чи інших ініціатив Стратегії буде зроблено після ухвалення Концепції та викладено в окремому документі. Лише після його розробки розглядатимуться можливості та джерела фінансування ініціатив Стратегії.

З метою системної та ефективної реалізації Стратегії пропонується створити Форум донорів для фінансування та координації програм.

10. Термін виконання Стратегії

Реалізація Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу передбачена на період до 2020- року.

6**.Рекомендована література для вивчення теми:** Основна: [1 – 9].

Додаткова: [10 – 20]

# **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, страйкоми, 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 заробіток 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 скрінинг (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).

# І

**Інвестиції в людський капітал** — це витрати на створення або збільшення запасу здоров’я, знань, навичок, здібностей, мотивацій правника 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.

# К

**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 в1919 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 Ніцці 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-трудових 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)** — загальновизнаний 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  непередбачає  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 невигідні 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.

**5.РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

**Базова**

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. Вали-тов, 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. Мі-сько та ні. –К. : Вид. "Фабований лист", 2011. – 690 с.

7 Лазаренко О. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності, посібник їз 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. Шулуса. – 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.

**Допоміжна**

1. Глобализация и социальная политика развитых стран / Сборник обзоров. – М. : РАН, 2008. – 280 с.

2. Коммуникативная культура. От коммуникативной компетентности к социальной ответственности / под ред. С. В. Титовой. – СПб. : Питер, 2009. – 176 с.

3. 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.

4. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями : наукове видання / Г. В. Назарова. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2004. – 408 с.

5. Попов О. Є. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління : монографія / О. Є. Попов. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 390 с.

6. 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.

7. Социальная политика : учебник для вузов / под общей редакцией Н. А. Волгина. – М. : Экзамен, 2008. – 943 с.

8. Туркин С. Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным / С. Туркин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 384 с.

9. 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.

10. 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**

1. Всесвітня організація по стандартізації ISO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://isotc.iso.org/.

2. Глобальная инициатива по отчетности экологически ответственных экономик [Электронный ресурс]. – Режим доступа : /www.globalreporting.org.

3. Експертно-аналітичний портал, присвячений тематиці корпоративної соціальної відповідальності і стійкому розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.csr-review.net.

4. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nau.kiev.ua/.

5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://minrd.gov.ua/nk.

6. Регіони України : статистичний щорічник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

7. Сайт Всемирного совета бизнеса по устойчивому развитию [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.globalcompact.org.

8. Статистична звітність емітентів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.smida.gov.ua/db/emitent.

## 9. Центр "розвиток соціальної відповідальності" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.csr.ukraine.org Інститут міжнародної економіки - [www.iie.com](http://www.iie.com)

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ВИДАННЯ

Соціальна відповідальність [Текст]:Методичні вказівки до семінарських та практичних робіт студентів студентів спеціальностей 056 Міжнародні економічні відносини; денної та заочної форм навчання / уклад. Т.І.Ткаліч. – Миколаїв: МНУ імені В.О.Сухомлинського, 2017. – 103 с.

Комп’ютерний набір та верстка: Т.І.Ткаліч