

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТРАНСПОРТУ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЛОГІСТИКИ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ

Методичні рекомендації для підготовки студента
до практичних (лабораторних) занять

з дисципліни «Бізнес-етика та корпоративна соціальна відповідальність»

Освітньо-професійна програма: Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність: 073 Менеджмент

Укладач(і): к.е.н., доцент Гращенко І.С.
(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б. викладача)

Розглянуто та схвалено
на засіданні кафедри _____
(повна назва кафедри)

Протокол № ____ від «__» ____ 20__ р.
Завідувач кафедри _____ Кириленко О.М.

Київ - 2022

ВСТУП

Місце, мета, завдання навчальної дисципліни. Метою вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-етика та корпоративна соціальна відповідальність» є формування у здобувача вищої освіти 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. Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.

Метою викладання дисципліни є формування у студентів системи знань з теорії та методології корпоративної соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики, соціальної звітності, етики бізнесу й прав людини та набуття ними відповідних професійних компетенцій, що забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є опанування здобувачами вищої освіти знань щодо управління та впровадження принципів соціальної відповідальності в життя суспільства, а саме:

- 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;
- формування системного мислення менеджерів різних рівнів на основі новітніх підходів до управління;
- формування у студентів базових знань в області теорії і практики соціальної відповідальності;
- використання можливостей соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку держави та стабільного розвитку підприємств;
- набуття навичок формування нефінансової звітності з корпоративної соціальної відповідальності.

Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має досягти таких **результатів навчання**:

- інтегрувати соціальну відповідальність в повсякденну діяльність компанії;
- розробляти соціальні проекти та програми;
- будувати моделі корпоративної соціальної відповідальності на різних рівнях компанії (принципи, процеси, результати);
- формувати діалог та розвивати комунікації із зацікавленими особами;
- розробляти пакет документів із визначення й нормативного закріплення базових пріоритетів у сфері корпоративної соціальної відповідальності компанії;
- створювати структури управління, що відповідають вимогам корпоративної соціальної відповідальності;
- оцінювати ефективність соціальних інвестицій та їх результативність;
- обґрунтовувати інноваційні підходи до інформаційного забезпечення системи контролю використання ресурсного потенціалу суб'єктів господарювання та органів державного сектору з урахуванням стратегії розвитку бізнесу;
- здійснювати публічні ділові комунікації задля вирішення комунікативних завдань;

– дотримуватися норм професійної етики, підтримувати врівноважені стосунки з членами колективу (команди), споживачами, контрагентами, контактними аудиторіями.

знати:

- сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності;
- особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку;
- місце соціальної відповідальності в діяльності підприємства;
- 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 стосовно співпрацівників підприємства;
- екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;
- сутність, структуру, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності.

уміти:

- формувати механізм управління соціальною відповідальністю;
- ефективно спілкуватися з науковою спільнотою та громадськістю з актуальних питань соціальної відповідальності та її розвитку;
- формувати ефективну взаємодію роботодавців зі співробітниками на засадах соціальної відповідальності;
- демонструвати поглиблені знання у питаннях соціальної відповідальності;
- формувати відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності;
- визначати напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності;
- відповідально ставитися до виконуваної роботи в напрямку розвитку соціальної відповідальності та досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики;
- посилювати соціальну відповідальність суб'єктів суспільного розвитку через соціальне партнерство;
- здійснювати моніторинг соціальної відповідальності;
- оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності;
- розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності;
- адаптуватись до нових умов, самостійно приймати рішення та ініціювати оригінальні дослідницько-інноваційні комплексні проекти розвитку соціальної відповідальності, орієнтовані на поглиблення інтеграційних зв'язків науки, бізнес-сектору та промисловості.

Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має набути такі **компетентності**:

- знання основних тенденцій та особливостей розвитку соціальної відповідальності;
- знання нормативно-правових засад розвитку соціальної відповідальності, моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури;
- здатність застосовувати критерії, показники та методику оцінювання соціальної відповідальності;
- здатність формувати механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю;
- володіння збором й оцінкою інформації з корпоративної соціальної відповідальності для прийняття рішень і формування пропозицій до програм розвитку організації;
- вміння ідентифікувати та аналізувати очікування зацікавлених сторін організації з позицій концепції корпоративної соціальної відповідальності;

- здатність застосовувати методи та методика аналітичного забезпечення сучасних систем менеджменту з урахуванням стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності, ризику або асиметричності інформації;
- здатність здійснювати оцінку ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

Міждисциплінарні зв'язки.

Навчальна дисципліна «Бізнес-етика та корпоративна соціальна відповідальність» базується на знаннях таких дисциплін, як: «Операційний менеджмент», «Управління економічною діяльністю підприємств», «Мікроекономічний аналіз та управління» та є базою для вивчення таких дисциплін, як: «Інвестиційно-інноваційний менеджмент», «Управління операціями з експорту-імпорту», «Офісний менеджмент» та інших.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль № 1. «Основи соціальної відповідальності»

Тема 1. Історичні та сучасні умови формування економічної природи корпоративної соціальної відповідальності.

Наукові підходи до визначення сутності соціальної відповідальності. Еволюційно-інституціональні теорії формування економічної природи корпоративної соціальної відповідальності. Сутність корпоративної соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку. Види соціальної відповідальності. Підстави соціальної відповідальності. Принципи соціальної відповідальності. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності. Моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, сталий розвиток, мораль, право, соціальна безпека, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, підприємство.

Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання та дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

Залежно від видів соціальних норм виділяють такі різновиди соціальної відповідальності: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, правова (юридична) тощо.

Моральна відповідальність настає у випадку порушення традицій, звичаїв, норм культури та естетичних норм. Вона відображається у суспільному осуді та соціальному відмежуванні від суб'єкта, що порушує чи ухиляється від виконання норми поведінки.

Політична відповідальність настає у разі порушення норм, дотримання яких покладається суспільством на публічного політика.

Корпоративна відповідальність настає у випадку порушення корпоративних правил, які прийняті певною соціальною структурою та не мають правового значення.

Релігійна відповідальність засновується на нормах, що регламентують порядок відправлення релігійних культів і на вірі у Бога.

Всі згадані вище види соціальної відповідальності мають пасивний характер, оскільки негативна реакція з боку суспільства у цих випадках не передбачає примусового впливу на порушника норм.

Правова відповідальність настає у випадку порушення норм державно- організованого права. Вона має активний характер, оскільки передбачає активний психологічний вплив на порушника аж до застосування примусового фізичного впливу.

До основних принципів соціальної відповідальності належать:

- підзвітність, яка полягає у тому, що організація має звітувати щодо впливу від своєї діяльності на суспільство і довкілля;
- прозорість, яка означає, що суб'єктам господарської діяльності потрібно бути прозорими в їх рішеннях і діяльності, які впливають на інших. Прозорість не має на увазі розкриття службової інформації, а також інформації, що захищена відповідно до законів або може спричинити порушення правових зобов'язань;

- гуманність – визнання важливості і загальності прав людини, зазначених у Всесвітній Декларації з прав людини;
- страх як категорія, що обмежує ті сфери, на які за жодних умов не повинен поширюватися вплив людини (страх за майбутнє людства, породжений благоговінням перед життям);
- поміркованість у прийнятті тих чи інших рішень (мета поміркованості – збереження життя, і лише майбутнє покоління здатне повноцінно оцінити наслідки теперішньої діяльності);
- патріотизм як розуміння цінності та унікальності Батьківщини;
 - відчуття обов'язку як моральні зобов'язання людини, котрі вона виконує з почуттям совісті;
 - моральність як особлива сфера суспільної свідомості та вид суспільних відносин, мета яких – сформувати способи нормативного регулювання поведінки і дій людей у суспільстві за допомогою норм, принципів і категорій моралі;
 - духовність як процес гармонійного розвитку духовних задатків людини;
- професійна компетентність як знання, досвід, здобування освіти з відповідної галузі діяльності;
- творча спрямованість як схильність до творчої ініціативи;
 - працелюбність як риса характеру, котра полягає у позитивному ставленні особистості до процесу трудової діяльності, що виражається через активність, ініціативність, добросовісність, дисциплінованість тощо.

Питання для контролю:

1. У чому проявляється спільність та відмінність понять реальна та потенційна відповідальність?
2. У чому проявляється подвійний характер відповідальності згідно вчення Платона?
3. Дайте визначення соціальній відповідальності.
4. Які ознаки розкривають сутність соціальної відповідальності?
5. Яким чином пов'язані між собою соціальна відповідальність та соціальна безпека?
6. Чому соціальну відповідальність пов'язують із системою сталого розвитку?
7. Дайте характеристику видам соціальної відповідальності.
8. Проаналізуйте спільні та відмінні ознаки правової та соціальної відповідальності. Зробіть висновки.
9. Поясніть сутність принципів соціальної відповідальності.

Тема 2. Особливості формування вітчизняної моделі корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Теоретичні підходи та поняття корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Суб'єкти корпоративної соціальної відповідальності. Рефлексивний, практичний та партисипативний атрибути корпоративної соціальної відповідальності. Напрями корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Класифікація основних підходів щодо корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Етапи розвитку корпоративно-соціальної відповідальності бізнесу. Добровільні соціально відповідальні зобов'язання бізнесу. Сутність і складові корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, підприємство.

Історія становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності проходила наступні етапи:

І етапом розвитку КСВ вважається 1920-1950 рр. У цей час з'являється відома робота Пітера Друкера «Практики менеджменту», у якій він розглядав громадську відповідальність як один з восьми ключових чинників досягнення бізнес-цілей. Друкер зазначив, що компанії виступили в якості основних соціоекономічних інститутів, які заклали інші методи та способи майбутнього існування суспільства .

Визначним здобутком цього періоду стала наукова робота Г. Боуена (Howard R. Bowen) «Соціальна відповідальність бізнесмена», опублікована в 1953 р. На думку автора, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в «реалізації такої політики, прийняття таких рішень чи слідування такій лінії поведінки, які були б бажаними для цілей та цінностей суспільства». В своїй роботі автор сформулював доктрину соціальної відповідальності як зобов'язання бізнесменів здійснювати щоденну ділову практику з дотриманням цілей та цінностей суспільства.

Впродовж 1950-х років питання взаємозв'язку КСВ з вигодами для бізнесу, як такого, поставало вкрай рідко. Основна увага приділялась відповідальності бізнесу перед суспільством та діяльністю, яка збільшувала добробут суспільства.

II етап. В 60-х рр. ідея корпоративної соціальної відповідальності отримала подальший розвиток та поширила свою популярність здебільшого завдяки роботам прогресивних науковців, поширеним в той час соціальним рухам на захист цивільних прав, прав жінок та споживачів, а також на захист навколишнього середовища. У світі зросла увага різних груп суспільства, в тому числі і підприємців, до таких соціальних проблем, як забруднення навколишнього середовища, боротьба за громадянські права, почали посилюватись вимоги держави до екологічної відповідальності компаній, зросли вимоги до бізнесу з боку профспілок та споживачів. В Західній Європі, під тиском громадськості та неурядових організацій, уряди багатьох країн прийняли більш суворі стандарти у сфері трудового законодавства та охорони природи.

III етап. Зв'язок між КСВ та сталим розвитком. 80-ті роки стали визначальними у контексті розвитку КСВ. У цей період розвивається теорія стейкхолдерів Фрідмана, розпочинається розроблення організаційної структури для управління КСВ і вперше з'являється концепція сталого розвитку.

IV етап. Становлення бізнес-кейсу для КСВ. 90-ті роки відзначалися розвитком концепції КСВ, більшою кількістю наукових робіт. Виникає теорія мотивацій компаній щодо реалізації КСВ. Так, Дебра Вуд виділяє 3 мотиваційні причини: управління охороною навколишнього середовища, різноманітними питаннями та стейкхолдерами.

У 90-х роках виникло кілька нових визначень КСВ, які привнесли в це поняття нові характеристики. В цей період Елкінгтоном (засновником компанії Sustain Ability) у книзі «Канібали з вилками: потрійний критерій бізнесу XXI ст.» була запропонована концепція потрійного критерію, що передбачає рівновагу між економічними, соціальними та екологічними цілями розвитку. Концепція базується на таких трьох категоріях, як: Люди, Планета, Прибуток. Дана концепція передбачає, що все те, що зроблено добре для суспільства, для навколишнього середовища також позитивно впливає на фінансові показники компанії.

V етап. Інституалізація КСВ на національному рівні, поява міжнародних стандартів. КСВ до 2003 р. була концепцією, яка мала близько 80 дефініцій: корпоративне громадянство, благодійність, соціальна відповідальність бізнесу тощо. У 2010 р. було прийнято «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності ISO 26000M». Близько 450 експертів з 99 країн світу розробляли цей стандарт, який є першим всесвітньо узгодженим керівництвом для реалізації СВ будь-якою організацією.

Так, вигодами, які отримує бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності, є такі: забезпечення суспільної репутації організації; зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг; підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу; можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці; відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти; можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ.

Переваги, які отримує суспільство від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності: можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю; можливість надання адресної екстреної допомоги громадянам, які її потребують; удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення; можливість

залучення інвестицій у певні суспільні сфери; можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни і регіону.

Виділяють ряд теоретичних підходів до взаємозв'язку соціальної відповідальності та фінансової ефективності компаній (табл. 3)

Таблиця 3.

Основні теоретичні підходи, що відображають взаємозв'язок між соціальною відповідальністю та фінансовою ефективністю підприємств

Теоретичний підхід	Основні положення
Теорія стейкхолдерів, (соціального впливу; інституційна/ресурсна теорія)	Зростання рівня соціальної відповідальності асоціюється із зростанням фінансової ефективності, оскільки дозволяє збалансувати цілі і задовольнити вимоги численних зацікавлених осіб, що мають вплив на підприємство
Сигнальна /репутаційна теорія	Високий рівень СВ забезпечує для підприємства репутацію, що для широкого кола інвесторів у середньостроковій перспективі може виступати відносною гарантією захищеності інвестицій і частково вирішує проблему інформаційної асиметрії
Теорія (не)достатності ресурсів	Вибудовує причинно-наслідковий зв'язок між соціальною відповідальністю і фінансовою ефективністю, припускаючи, що підвищення рівня соціальної відповідальності обумовлене наявністю вільних грошових ресурсів, які менеджмент може витратити на різні проекти
Теорія опортунізму менеджменту	У разі високої фінансової результативності діяльності підприємства, менеджери схильні до згорання соціальних проектів. У разі погіршення фінансового стану, соціальні витрати можуть маскувати прорахунки менеджменту
Теорія синергетичної дії	Передбачається що корпоративна соціальна практика і фінансова ефективність утворюють замкнутий цикл взаємного впливу, який постійно відтворюється. Ця теорія є привабливою для моделювання оскільки містить елементи різних гіпотез

Контрольні питання

1. Проаналізуйте етапи становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.
2. Розкрийте сутність категорії «корпоративне соціальне реагування» (corporate social responsiveness).
3. Чому М. Фрідмен заперечував концепцію корпоративної соціальної відповідальності?
4. У чому полягає цінність моделі Керолла?
5. Які види відповідальності належать до внутрішньої та зовнішньої групи? Чи існує між ними зв'язок?
6. Перелічіть етапи впровадження системи КСВ у практику українських підприємств. Дайте їм характеристику.
7. Дайте характеристику моделям соціальної відповідальності. Проведіть їх порівняльний аналіз.
8. Згідно з якою моделлю, на Вашу думку, розвивається КСВ у Україні? Поясніть свою відповідь
9. Яким чином проявляється сутність корпоративної соціальної відповідальності у контексті відносин роботодавців та працівників? 2. Сформулюйте та поясніть критерії, що

дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне.

10. Виділіть рівні соціальної відповідальності бізнесу та дайте їм характеристику.

11. У чому проявляються основні напрямки реалізації корпоративної соціальної політики?

12. Дайте характеристику основним міжнародним документам, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу у розрізі профільних організацій.

13. Розкрийте основні ідеї концепції гідної праці. Яким чином вони переплітаються з чинним законодавством України?

14. Порівняйте сутність понять корпоративна соціальна відповідальність та корпоративне громадянство. Що спільного та що відмінного у цих поняттях? Яким чином вони співвідносяться між собою?

15. Охарактеризуйте основні проблеми, з якими стикається впровадження концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні.

Тестові завдання:

1. Ділову практику щодо власного персоналу відносимо до:

- а) внутрішньої соціальної відповідальності;
- б) зовнішньої соціальної відповідальності;
- в) змішаної соціальної відповідальності.

2. Що відноситься до внутрішньої соціальної відповідальності? Соціальна відповідальність

- а) безпека праці;
- б) випуск якісної продукції;
- в) допомога в ліквідації стихійного лиха.

3. Врегульована норма права специфічна система суспільних колективних правових відносин між власниками засобів виробництва (роботодавцями), найманими працівниками, державою у процесі реалізації прав та інтересів у сфері соціально-економічних і трудових питань – це:

- а) соціальне партнерство;
- б) соціальна політика;
- в) колективний договір; г) трудовий договір.

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

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

5. Ознаками сформованої культури підприємництва є:

- а) виконання соціальних функцій, наявність в організації мотивації та інтересу, наявність в організації фінансових коштів на проведення соціальних заходів;
- б) інтеграція робочих цінностей в середовище підприємств; виконання соціальних функцій; наявність інноваційної активності.
- в) виконання соціальних функцій; наявність діючого механізму; наявність соціальних інвестицій; наявність в організації мотивації і стійкого інтересу.

6. Що містять у собі соціальні блага, надані працівникам підприємства?

- а) надання гуртожитків; б) компенсація за відпустку;
- в) зазначене в п. а) та пільгові путівки;
- г) зазначене в п. в) та преміальні виплати;

Ситуаційні справи Ознайомтеся з практикою побудови трудових відносин у провідних

компаніях України. Сформулюйте власне бачення проблеми. Що, на Вашу думку, із запропонованих заходів є більш дієвим? Що можете запропонувати Ви?

Завдання 1. Компанія Life

Проблема. Комунікативний ринок диктує високі вимоги до кваліфікації співробітників. Співробітники повинні постійно освоювати нові масиви інформації щодо мережевого обладнання, нових ІТ-платформ, програмних засобів. Також проблема освоєння великих масивів інформації актуальна для нових співробітників компанії.

Рішення. У 2009 році компанія відкрила корпоративний портал life:) case, який втілює у собі систему дистанційного навчання (СДУ) або LMS (Learning Management System). Практика показує що за допомогою системи дистанційного навчання можна скоротити витрати на навчання на 70- 80%. Life:) case складався з корпоративної бібліотеки, каталогу книг традиційної бібліотеки, навчальний дистанційний контент, тестування, анкетування, календар внутрішніх тренінгів, інформацію про відокрем навчання. Life:) case також доступний для зовнішніх партнерів. Платформа також оцінювалася для оцінювання і тестування персоналу.

Переваги: Навчання на робочому місці Підтримка інтерактивного спілкування (віртуальні класи) Для того що б почати навчання потрібен тільки доступ до інтернету результати

Завдання 2. ПАТ «Крафт Фудз Україна»

Проблема: Підвищити рівень залучення співробітників.

Рішення. Перезапуск програми Kraft Flex. Мета програми – покращити баланс між роботою та особистим життям. Після опитування співробітників було виділено чотири блоки програми:

1) Напрямок «Здорове життя – успішне майбутнє» включав: можливість користуватися програмами оздоровлення від страхової компанії; відвідувати у робочий час «кімнату здоров'я та краси»; готувати соки фреш та декофеїнову каву; на спеціальній корпоративній сторінці стежити за новою інформацією про здоровий спосіб життя. У рамках напрямку, також, були встановлені зволожувачі повітря в кабінетах компанії.

2) Напрямок «Ми піклуємося» охоплював: медичне страхування; страхування життя; страхування працівників і багажу під час відряджень; оригінальні корпоративні подарунки до дня народження; одноразову виплату при народженні дитини та на весілля; матеріальну підтримку на послуги за доглядом за немовлям для мам; оплата таксу на випадок пізнього повернення.

3) Програма «Твоє робочий простір» - мета створити комфортні умови роботи за допомогою: безкоштовних обідів, гарячих та холодних напоїв; комфортної їдальні з терасою; оголошення п'ятниці днем вільного стилю одягу; призначення кур'єра - водія для ділових і незначних особистих справ; встановлення терміналу IBOX та банкомату у київському офісі; продажу продукції Kraft Foods за оптовими цінами з доставкою в офіс.

4) «24/7 – твій стиль життя і особисте прагнення» програма мотивації від Kraft Foods в яку входить: участь у тренінгах та програмах професійного розвитку; можливість роботи за індивідуальним графіком; доступ до корпоративної бібліотеки; можливість користуватися корпоративними дисконтними картками; корпоративні тарифи на авіаквитки, готелі, оренду автомобілів.

Перевагами програми Kraft Flex користується значна кількість співробітників. Компанія щороку покращує свої бізнес-результати. У Kraft один з найнижчих показників плинності кадрів.

Література: [1, 2, 4, 6].

Тема 3. Корпоративна соціальна відповідальність як напрям діяльності бізнесу.

Складові внутрішньої та зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності. Фінансування корпоративної соціальної відповідальності. Внутрішнє і зовнішнє соціальне середовище бізнесу. Соціальне партнерство. Принципи співпраці з партнерами. Забезпечення достойної праці у системі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Міжнародне законодавче регулювання трудових відносин на основі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

Групи механізмів реалізації соціального партнерства. Корпоративне громадянство. Практика трудових відносин крізь призму концепцій КСВ та корпоративного громадянства в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, трудові відносини, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне громадянство, бізнес, розвиток, державна політика.

Для формування діючої системи СВБ на підприємствах України слід зазначити, що основними характеристиками соціальної відповідальності бізнесу є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію підприємства, системність; користь для всіх зацікавлених сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, товариств, тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Як уже було зауважено, то СВБ багатьма сприймається лише як акт благодійності, але в дійсності соціальна відповідальність бізнесу містить в собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності: організаційне управління; права людини; трудові відносини; етична операційна діяльність; захист навколишнього середовища; захист прав споживачів; розвиток місцевих громад та співпраця з ними.

Національна стратегія визначила наступні напрямки СВБ в Україні: в сфері охорони довкілля; в сфері забезпечення внеску в розвиток суспільства; в сфері корпоративних і трудових відносин. Визначальними ознаками такої діяльності прийнято вважати: спрямованість на вирівнювання наявних соціально-економічних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу у довгостроковому періоді; добровільність. Дійсно, тільки керуючись власним бажанням і морально-етичними принципами, прийнятими в організації, її керівництво обирає шлях побудови соціально відповідального бізнесу. Іншою важливою ознакою СВБ є її правовий характер і спрямованість на досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва, що регулюються переважно міжнародними стандартами серії ISO 9000.

В Україні соціальна відповідальність розповсюджена не широко, а лише на деяких найбільш розвинутих українських підприємствах чи представництвах ТНК. Цьому є декілька пояснень: недосконалість правової бази, необізнаність підприємців щодо переваг, складне політичне та економічне середовище, в якому опинилися українські бізнесмени й, як наслідок цього, сконцентрованість на економічних проблемах ніж на соціальних. Саме вивчення досвіду розвинених держав може стати при нагоді при формуванні загальнодержавної політики стимулювання соціальної відповідальності бізнесу. Так, приклад податкової реформи США є корисним, коли уряд держави знизив податковий тягар для корпорацій, які відраховують гроші на благодійність. Також важливим є вивчення досвіду поступового дистанціювання уряду від СВБ та збільшення ролі саме підприємців в цьому. Використання цих елементів та інших рекомендацій дозволить підвищити рівень соціальної відповідальності бізнесу України.

У бізнес-середовищі широко використовується поняття «корпоративна відповідальність», яке фактично прирівнюється до КСВ і пріоритетним об'єктом якого є ділове середовище.

Вузьке розуміння філософії корпоративної соціальної відповідальності виражається у формулі:

$$КГ = КСВ = ЕЕ + ПЗ + КФ + НЗ,$$

де КГ – корпоративне громадянство; КСВ – корпоративна соціальна відповідальність; ЕЕ – економічна ефективність; ПЗ – обов'язкове і відповідальне виконання податкових зобов'язань; КФ – корпоративна філантропія; НЗ – нефінансова (соціальна) звітність.

Має місце трактування КГ як стратегії бізнесу, що формує цінності, спрямовані на взаємодію компанії з суспільством.

Концепція гідної праці постійно перебуває в полі зору світового співтовариства. За рішенням Міжнародної організації праці (МОП), яке було підтримано Міжнародною конфедерацією профспілок, щорічно 7 жовтня в усьому світі відзначається Всесвітній день дій за гідну працю.

Міжнародна організація праці визначає гідну працю як можливість для економічного активного населення мати продуктивну зайнятість, яка б задовольняла умови безпеки, свободи,

рівності та людської гідності. Концепція охоплює шість ключових складових:

- 1) можливість одержати роботу;
- 2) праця в умовах свободи (заборона рабської, кабальної, дитячої праці);
- 3) продуктивна праця;
- 4) рівність у праці (відсутність дискримінації на робочому місці та у доступі до роботи, можливість поєднання трудової діяльності із сімейним життям);
- 5) безпека на виробництві (безпечні умови праці, наявність пенсійного забезпечення та можливість одержати допомогу у разі погіршення здоров'я, втрати роботи та інших випадках);
- 6) гідність у праці вимагає уважного ставлення до трудящих та їх проблем, участь у прийнятті рішень щодо умов праці.

Основні відмінності між поняттями КСВ та КГ наведені у табл. 4.

Таблиця 4.1.

Відмінності між КСВ та КГ

Корпоративна соціальна відповідальність	Корпоративне громадянство
Фундамент корпоративного громадянства	Форма КСВ
Філософія поведінки з метою сталого розвитку та збереження ресурсів для майбутніх поколінь	Форма, що припускає, що будь-яка компанія – це громадянин, який несе відповідальність за свої дії перед суспільством
Матеріал, який активно задіяний майже в усіх основних формах і напрямках відносин компанії зі своїми контрагентами	Включає норми і принципи доктрини СВБ та підкреслює важливість стосунків між корпорацією та суспільством
Належить до діяльності представників бізнесу	Належить до всіх суб'єктів соціальних відносин
КСВ визначає, як виробництво товарів і послуг у компанії та організацію її внутрішнього управління	Має суто політичний вимір, націлений на включення корпорації в системну взаємодію з іншими соціальними й політичними інститутами
Співвідноситься з інтересами, що виходять за межі виключно підвищення прибутку	Порівнює поведінку сучасних корпорацій з поведінкою громадян, які реалізують свою відповідальність перед суспільством

Контрольні питання

1. Яким чином проявляється сутність корпоративної соціальної відповідальності у контексті відносин роботодавців та працівників?
2. Сформулюйте та поясніть критерії, що дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне.
3. Виділіть рівні соціальної відповідальності бізнесу та дайте їм характеристику.
4. У чому проявляються основні напрямки реалізації корпоративної соціальної політики?
5. Дайте характеристику основним міжнародним документам, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу у розрізі профільних організацій.
6. Розкрийте основні ідеї концепції гідної праці.
7. Яким чином концепції гідної праці переплітаються з чинним законодавством України?
8. Порівняйте сутність понять корпоративна соціальна відповідальність та корпоративне громадянство. Що спільного та що відмінного у цих поняттях? Яким чином вони співвідносяться між собою?
9. Охарактеризуйте основні проблеми, з якими стикається впровадження концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні.
10. Корпоративна соціальна відповідальність у внутрішньому середовищі.
11. Міжнародне законодавче регулювання трудових відносин на основі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

12. Забезпечення достойної праці у системі КСВ.
13. Корпоративне громадянство.
14. Практика трудових відносин крізь призму концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні.
15. Назвіть основні напрямки державної політики в напрямку сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
16. Назвіть основні шляхи активізації діяльності підприємств в напрямку розвитку соціальної відповідальності.

Ситуаційні вправи

Ознайомтеся з практикою побудови трудових відносин у провідних компаніях України. Сформулюйте власне бачення проблеми. Що, на Вашу думку, із запропонованих заходів є більш дієвим? Що можете запропонувати Ви?

Завдання 1. Компанія Life

Проблема

Комунікаційний ринок диктує високі вимоги до кваліфікації співробітників. Співробітники повинні постійно освоювати нові масиви інформації щодо мережевого обладнання, нових ІТ-платформ, програмних засобів. Також проблема освоєння великих масивів інформації актуальна для нових співробітників компанії.

Рішення

У 2009 році компанія відкрила корпоративний портал life:) case, який втілює у собі систему дистанційного навчання (СДУ) або LMS (Learning Management System). Практика показує, що за допомогою системи дистанційного навчання можна скоротити витрати на навчання на 70 – 80%. Life:) case складався з корпоративної бібліотеки, каталогу книг традиційної бібліотеки, навчального дистанційного контенту, тестування, анкетування, календаря внутрішніх тренінгів, інформацію про відокремлене навчання. Life:) case також доступний для зовнішніх партнерів. Платформа також використовується для оцінювання і тестування персоналу.

Переваги:

Навчання на робочому місці

Підтримка інтерактивного спілкування (віртуальні класи)

Для того щоб почати навчання потрібен тільки доступ до інтернету.

Завдання 2. ПАТ «Крафт Фудз Україна»

Проблема: Підвищити рівень залучення співробітників.

Рішення

Перезапуск програми Kraft Flex. Мета програми – покращити баланс між роботою та особистим життям. Після опитування співробітників було виділено чотири блоки програми:

1) Напрямок «Здорове життя – успішне майбутнє» містить: можливість користуватися програмами оздоровлення від страхової компанії; відвідувати у робочий час «кімнату здоров'я та краси»; готувати соки фреш та декофеїнову каву; на спеціальній корпоративній сторінці стежити за новою інформацією про здоровий спосіб життя. У рамках напрямку, також, були встановлені зволожувачі повітря в кабінетах компанії.

2) Напрямок «Ми піклуємося» охоплював: медичне страхування; страхування життя; страхування працівників і багажу під час відряджень; оригінальні корпоративні подарунки до дня народження; одноразову виплату при народженні дитини та на весілля; матеріальну підтримку на послуги за доглядом за немовлятами для мам; оплата таксу на випадок пізнього повернення.

3) Програма «Твоє робочий простір» - мета створити комфортні умови роботи за допомогою: безкоштовних обідів, гарячих та холодних напоїв; комфортної їдальні з терасою; оголошення п'ятниці днем вільного стилю одягу; призначення кур'єра-водія для ділових і

незначних особистих справ; встановлення терміналу IBOX та банкомату у київському офісі; продажу продукції Kraft Foods за оптовими цінами з доставкою в офіс.

4) «24/7 – твій стиль життя і особисте прагнення» програма мотивації від Kraft Foods, до якої належить: участь у тренінгах та програмах професійного розвитку; можливість роботи за індивідуальним графіком; доступ до корпоративної бібліотеки; можливість користуватися корпоративними дисконтними картками; корпоративні тарифи на авіаквитки, готелі, оренду автомобілів.

Перевагами програми Kraft Flex користується значна кількість співробітників. Компанія щороку покращує свої бізнес-результати. У Kraft один з найнижчих показників плинності кадрів.

Література: [1, 2, 6, 8].

Тема 4. Аналіз зарубіжної та вітчизняної практики застосування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Сутність концепції корпоративна соціальна відповідальність. Основні бізнес-моделі соціальної відповідальності. Англосаксонська бізнес-модель. Континентальна бізнес-модель. Порівняльний аналіз корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Оцінювання соціальної відповідальності на макрорівні. Організація діяльності з соціальної відповідальності підприємства. Якісні та кількісні індекси корпоративної соціальної відповідальності.

Тема 5. Аналіз стану державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Зовнішні та внутрішні чинники розвитку соціальної відповідальності в Україні. Звітність корпоративної соціальної відповідальності. Критерії ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Активізація діяльності підприємств щодо розвитку соціально відповідального бізнесу. Державне регулювання корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Стандарти звітності зі сталого розвитку GRI.

До зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести такі складові як:

1) сприяння охороні навколишнього середовища (визнання та впровадження організацією в свою діяльність екологічних принципів. Перевагами соціально відповідального ставлення до екологічних проблем стане підвищення ефективності використання ресурсів, зниження витрат на споживання води й електроенергії, одержання переваг від переробки вторинної сировини);

2) готовність брати участь в кризових ситуаціях (надання допомоги постраждалим в результаті стихійного лиха – надання теплих речей, можливості зв'язку з родичами, надання транспортних засобів, надання матеріальної допомоги через перерахування грошових коштів до спеціального фонду та ін.);

3) спонсорство і корпоративна благодійність (всі експерти відзначають, що благодійність є однією із складових соціальної відповідальності бізнесу);

4) взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою;

5) відповідальність перед споживачами товарів і послуг (випуск якісних товарів, розумні та доступні ціни, якість обслуговування);

6) охорона праці та здоров'я працівників;

7) інформування про ризики, пов'язані з діяльністю компанії;

8) допомога у разі катастроф та стихійних лих;

9) встановлення та дотримання більш високих стандартів діяльності ніж вимагають закони.

Стрімкий розвиток стратегічної філантропії обумовив появу нових інструментів, які допомагають її розвивати. Наразі у світовому бізнессередовищі активно застосовуються такі інструменти стратегічної корпоративної філантропії:

1. Соціально відповідальне інвестування. Головною ідеєю якого є можливість для

груп громадян впливати на політику та діяльність компаній через ринкові механізми. Не купуючи або продаючи акції певних фірм, політику яких окремих акціонер вважає неприйнятною, він не може помітно впливати на неї. Але багато акціонерів, діючи разом, мають великий вплив. Це можна порівняти з голосуванням на загальнонаціональних виборах – хоча один голос нічого не змінює, сума голосів окремих громадян має велике значення.

Сьогодні соціально відповідальне інвестування є складним процесом. Соціально відповідальне інвестування може дотримуватися однієї з трьох загальних стратегій, зокрема:

- сканування (screening) – є основою діяльності окремих фондів соціальних інвестицій. Такі компанії, як Miller, IBM, Timberland і Starbucks, посідають провідні місця в списках соціально відповідальних фірм, які запроваджують у свою щоденну діяльність використання негативних або позитивних фільтрів;

- соціальне адвокатування (socialadvocacy). Складається з понад 60 інвестиційних організацій та інвестиційних фондів, які зацікавлені у розв'язанні проблеми зміни клімату;

- інвестування в громаду (communityinvestment) – увага приділяється інвестуванню в неприбуткові організації, кооперативи, малий бізнес, школи, лікарні, культурні центри та дешеве житло. Провідною метою цих інвестицій є зміцнення та посилення місцевих громад.

2. Соціальне підприємництво – це застосування основних принципів ведення бізнесу та підприємництва до соціальних проблем. Одним із найвідоміших соціальних підприємців є професор Мохаммед Юнус, який заснував галузь мікрокредитування. У 1972 році він позичив 27 мільйонів доларів 42 родинам у сільській місцевості Бангладешу, щоб кожна з них могла розпочати власну справу та отримувати прибутки. Ці кредити пізніше були повністю повернуті. На основі цього досвіду, Юнус у 1976 р. заснував Grameen bank, як експеримент для визначення того, чи можна систематично надавати кредити та банківські послуги без застави дуже бідним групам населення у країнах, що розвиваються. Після декількох років роботи цей банк досягнув повернення кредитів на рівні 98 %. Станом на березень 2007 р. цей банк надав кредитів на загальну суму понад 6,13 мільярда доларів і всі роки свого існування він працює із прибутком. Дуже важливим є те, що кошти відразу поверталися в громаду, оскільки використовувалися для надання нових кредитів.

3. Соціальні венчурні фонди. Вони не лише надають стартовий капітал соціальним венчурним проектам, а також багато уваги приділяють складному процесу навчання майбутніх соціальних підприємців. Прикладом є компанія «Ашока» (Ashoka), засновником якої є Біл Дрейтон. Дрейтон заснував компанію «Ашока» 1980 року, з початковими інвестиціями в розмірі 50 тисяч доларів. Сьогодні щорічний бюджет компанії перевищує 30 мільйонів доларів. Від 1981 р. підготовлено понад 1800 соціальних підприємців із понад 60 країн.

Контрольні питання

1. Які складові належать до зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу? Дайте характеристику кожній з них.

2. Розкрийте сутність теорії розподілу СВБ за рівнями запропоновану В.І. Спіранським. Яким чином рівні піраміди характеризують прояви зовнішньої соціальної відповідальності?

3. Яким чином проявляється відповідальність бізнесових структур щодо людини як потенційного або реального працівника?

4. Яким чином проявляється відповідальність перед людиною як споживачем?

5. Дайте характеристику способам реалізації потреб певних соціальних груп підприємством.

6. Назвіть новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії та дайте їм характеристику.

7. Розкрийте концепцію відповідального маркетингу.

8. У чому полягає різниця між відповідальним та соціально відповідальним маркетингом?

9. У чому полягає відповідальне управління ланцюгом постачання?

Ситуаційні завдання

Завдання 1.

Лікар компанії стала помічати зростаюче число випадків захворювання емфіземою легень у робітників, які працюють на підприємстві. Вона повідомляє про це керівництву. Їй пропонують реєструвати подібні випадки, але не повідомляти про це громадськість. Із збільшенням кількості захворювань, вона доходить висновку про наявність зв'язку між застарілою вентиляційною системою та і числом хворих. Вона доводить до відома про це керівництво фірми, і їй знову пропонують продовжувати спостереження, але не проводити аналізів і нічого нікому не говорити, щоб не стривожити робітників.

Запитання:

Чи є у неї моральний обов'язок чинити так, як їй наказують?

Чи є у неї моральний обов'язок робити будь-що інше, крім того, що від неї потребує керівництво? Обґрунтуйте відповідь.

Завдання 2.

Ви прийняли на роботу молодого талановитого юриста, який щойно закінчив юридичну академію, він чудово виконує роботу. Він провів уже кілька консультацій, і клієнти дуже задоволені. Разом із тим, він різкий і неввічливий у спілкуванні з іншими працівниками, особливо з обслуговуючим персоналом. Ви щодня отримуєте такого роду сигнали, а сьогодні надійшла письмова заява від вашого секретаря з приводу його брутальності.

Запитання: Яким чином потрібно врегулювати ситуацію?

Які зауваження необхідно зробити молодому спеціалісту, щоб змінити його стиль спілкування в колективі?

Завдання 3.

У співробітника приватного підприємства (фірма, що займається торгівлею комп'ютерів) захворів близький родич. На лікування потрібна велика сума грошей. Він зміг зібрати тільки половину. Решту суми він попросив у підприємства. Якщо фірма виконає прохання співробітника, то це може призвести до зниження доходів і конкурентоспроможності даного підприємства.

Дана ситуація зачіпає інтереси всіх членів підприємства. З одного боку, співробітники фірми, жертвуючи своїми інтересами, вирішать дати необхідну суму робітнику фірми, проявлять милосердне ставлення до близького. З іншого боку, в подальшому це може викликати ряд проблем:

1. У складну ситуацію може потрапити інший співробітник цієї фірми. За принципом справедливого ставлення до кожного члена спільноти необхідно подібну ситуацію розв'язувати подібним чином, що не може продовжуватися до безкінечності.

2. Непередбачена ситуація спричинить жертви матеріального характеру, що не обумовлені статутом та може призвести до зниження ефективності управління.

3. Позитивне рішення може призвести до підвищених вимог до співробітника, який потрапив у складну ситуацію.

Умови розв'язання даної проблеми:

1. Рішення, прийняте фірмою не повинно залежати від ділових характеристик людини, від його статусу в даній фірмі.

2. Головну увагу слід звертати не на позиції учасників ради, а на аналіз спільних інтересів.

Завдання: сформулювати можливі варіанти розв'язання проблеми.

Обґрунтувати відповідь.

Література: [1, 2, 5, 6].

Модуль № 2. «Діагностика соціальної відповідальності та корпоративної культури бізнесу».

Тема 1. Діагностика впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток бізнесу.

Соціально відповідальні інвестиції. Джерела формування доданої цінності. Оцінювання ступеня впливу корпоративної соціальної відповідальності на рівень розвитку бізнесу. Взаємозв'язок обсягу інвестицій, що спрямовуються компанією на навчання та професійний розвиток своїх співробітників, і капіталізацією компаній. Взаємозв'язок між обсягом інвестицій у природоохоронну діяльність компаній та ринковою вартістю акцій. Взаємозв'язок між інвестиціями компаній, спрямованими на благодійність і соціальні проекти, і ринковою вартістю акцій цих компаній.

Ключові слова: соціальна відповідальність, екологічна відповідальність, бізнес.

Екологічно та соціально відповідальний бізнес означає:

- вихід бізнесу з мінімальних рамок самозабезпечення і внесок власних ресурсів у довгостроковий розвиток внутрішнього і зовнішнього середовища;
- реалізацію заходів екологічної та соціальної спрямованості шляхом збереження добре оплачуваних робочих місць, виробництва якісних товарів і послуг, охорони природи, застосування у бізнес відносинах чесної ділової поведінки;
- врахування суспільних очікувань стосовно не тільки своєї продукції і підвищення прибутковості, але й своєї участі у формуванні національної та регіональної економіки.

Екологічна відповідальність по-різному інтерпретується представниками економічних напрямів.

Згідно з класичним підходом, екологічна відповідальність виникла під дією екологічного законодавства: щоб уникнути санкцій, підприємства змушені були переглянути свою екологічну політику і вжити заходів для зменшення негативного впливу своєї діяльності на навколишнє середовище.

Згідно з неокласичним підходом, екологічна відповідальність є наслідком не лише нормативно-правових обмежень, але й моральної відповідальності виробників за заподіяння шкоди природі. Концепція сталого розвитку є органічним синтезом класичних та неокласичних підходів, поєднує обмеження, встановлені екологічним законодавством, та моральні зобов'язання представників бізнесу. Екологічна відповідальність перестає бути чимось примусовим, вона перетворюється на внутрішні правила ведення бізнесу.

Суть екологічної відповідальності виявляється через три основні функції: стимулюючу, компенсаційну та превентивну і полягає у збереженні сталого балансу економічних та екологічних інтересів у процесі господарської діяльності на базі попередження, скорочення та відновлення втрат у природному середовищі.

Проявом стимулюючої функції є наявність економічних і нормативно-правових стимулів до охорони довкілля.

Компенсаційна функція екологічної відповідальності полягає у відшкодуванні збитків, завданих навколишньому природному середовищу уgroшовому чи натуральному виразі.

Превентивна функція реалізується у формі примусових засобів впливу на поведінку учасників екологічних відносин шляхом застосування покарання та відшкодування завданих збитків.

Дотримання компанією принципів екологічної відповідальності здійснюється з метою збереження навколишнього середовища та отримання прибутку. Стратегія екологічно маркетингу є новим концептуальним підходом до визначення екологічної відповідальності на основі аналізу екологічної свідомості населення, її розвитку та трансформації. Ідейними засновниками цієї стратегії є К. Хеннісон (Hennison) та К. Кіннеар (Kinneear).

Згідно з цією концепцією необхідно змінювати екологічну поведінку населення за допомогою інструментів маркетингу та гнучких методів трансформації поведінки таким чином, щоб вона стала екологічно орієнтованою. Екологічно орієнтоване споживання є одним з найважливіших проявів екологічної відповідальності.

Починаючи з 1970-х років людство почало активно перейматися екологічними проблемами, а науковці сконцентрували свої зусилля на дослідженні причин порушення

екосоціального балансу та пошуках шляхів поліпшення екологічної ситуації.

Створення Шведської Національної Агенції захисту навколишнього середовища (SNAEP) 1967 р. визнається першим нормативним кроком до розв'язання екологічних проблем у світовій практиці. 1970 р. аналогічну агенцію було створено у США. 1973 р. розпочала роботу Програма захисту навколишнього середовища при Організації Об'єднаних Націй. Це надало можливість швидко приймати нормативні акти щодо якості повітря та води.

На сьогодні тільки в Європі налічується понад 300 законодавчих актів, що регулюють відносини в екологічній сфері. Важливим кроком розв'язання екологічних проблем стало засідання Міжнародної Комісії з питань екології та розвитку (World Commission on Environment and Development) у 1984 р. Комісією визначено новий напрям економічного розвитку, за якого задоволення потреб сучасного покоління не повинно відбуватися за рахунок можливостей прийдешніх поколінь задовольняти їх потреби. Саме концепцію збереження природи без шкоди для економічного розвитку покладено в основу Концепції сталого розвитку. 1991 р. на другій світовій конференції у Роттердамі, присвяченій проблемам екологічного менеджменту, було запропоновано стратегічну концепцію розвитку організацій для досягнення принципів сталого розвитку. Основною складовою цього документа була екологічна компонента. У доповіді прем'єр-міністра Норвегії наголошувалось, що міжнародні корпорації з мінімальним втручанням урядів країн повинні визнати свою відповідальність перед суспільством і природою. Становлення соціальної відповідальності бізнесу розпочалось з екологічного аспекту.

У рамках становлення феномену глобальної екологічної відповідальності чітко виділено дві тенденції: По-перше, світова спільнота дійшла висновку, що повинна існувати глобальна відповідальність за стан довкілля. Це регламентовано багатьма угодами. По-друге, громадяни, з одного боку, щоразу більше переймаються тим, як вплине несприятлива екологічна ситуація на їх повсякденне життя, а, з іншого - їх цікавить, як вони можуть сприяти розв'язанню екологічних проблем.

Контрольні питання

1. Якими критеріям повинен відповідати екологічно та соціально відповідальний бізнес?
2. Яким чином інтерпретується екологічна відповідальність представниками різних економічних шкіл?
3. Розкрийте суть екологічної відповідальності через її функції.
4. Яким чином відбувається еволюція концепцій екологічної відповідальності?
5. Дайте характеристику основним елементам екологічної відповідальності бізнесу.
6. Проаналізуйте досвід реалізації принципів екологічної відповідальності.
7. Окресліть шляхи посилення екологічної відповідальності та дайте їмоцінку.
8. Які існують проблеми безпеки та здоров'я працівників на українських підприємствах?
9. Які ви бачите наслідки від впровадження ресурсозберігаючих технологій та екологізація бізнесу в Україні?
10. Яка роль екологічного менеджменту в сталому розвитку суспільства?
11. Яка необхідність соціальної спрямованості та соціальної активності підприємств?

Література: [1, 2, 8].

Тема 2. Підходи до визначення рівня та активізації корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Фактори ефективності функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією. Репутаційний індекс та контент-аналіз. Рівні та показники соціальної відповідальності бізнесу. Аналіз визначення рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності на основі дослідження нефінансової звітності у сфері сталого розвитку. Чинники, що перешкоджають поширенню соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, управління, ефективність.

У системі керування підприємницькою структурою оцінка результативності й

ефективності її діяльності в області корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) дозволяє виявити відхилення в процесах її взаємодії із зацікавленими сторонами, оцінити недоліки й можливості, що з'являються і вчасно скорегувати як соціальну, так і корпоративну стратегію організації, орієнтовану на стабільність й успіх.

В умовах міжнародного ринку соціальну відповідальність оцінюють за допомогою спеціальних етичних індексів по трьох основних критеріях:

- 1) ефективність діяльності в області охорони навколишнього середовища;
- 2) дотримання прав людини;
- 3) якість взаємин зі співробітниками й акціонерами.

Відповідно до різних досліджень інвестиційна привабливість компаній, що мають гарний звіт про корпоративну соціальну відповідальність, підвищується приблизно на 10%. Показники якісного індексу соціальних інвестицій:

- інституціональне оформлення соціальної політики: наявність спеціального документа, у якому закріплена соціальна політика компанії (нормативна централізація соціальної політики); наявність спеціального підрозділу, відповідального за реалізацію соціальної політики; наявність колективного договору (нормативна основа соціальної політики);

- система обліку соціальних заходів: наявність щорічних фінансових звітів відповідно до міжнародних стандартів (уніфікація й стандартизація фінансової інформації); впровадження міжнародних стандартів соціальної звітності; оцінка ефективності здійснюваних соціальних інвестицій (забезпечення зворотного зв'язку між інвестором і соціальними інвестиціями); приклади соціальних програм (інформування громадськості з метою передачі позитивного досвіду, самореклами й просування репутації й іміджу компанії);

- комплексність здійснюваних соціальних інвестицій: розвиток персоналу компанії; охорона здоров'я й праці персоналу; природоохоронна діяльність і ресурсозбереження; підтримка сумлінної ділової практики; розвиток місцевого співтовариства.

Контрольні питання

1. Назвіть критерії оцінки соціальної відповідальності бізнесу.
2. Назвіть основні форми соціальної звітності, що прийняті у світовій практиці.

Література: [1, 2, 5].

Тема 3. Державна програма підтримки корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Інститути та інфраструктура корпоративної соціальної відповідальності. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності. Національна стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Закони України з ефективного співробітництва громадських об'єднань та органів влади. Механізм ефективної взаємодії держави та бізнесу. Формування й проблеми реалізації державної економічної політики. Корупція як елемент реальної дійсності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, розвиток, держава.

У розвитку соціально відповідальної взаємодії можна виділити певні етапи:

- 1) освоєння системи вищих цінностей духовної культури, тобто початкове знайомство з ними;
- 2) їх конкретно-особистісне засвоєння; 3) їх творче застосування та розвиток.

Соціальна відповідальність особи має ряд форм прояву: пряма соціальна відповідальність являє собою безпосереднє відношення та вплив суб'єкта на об'єкт конкретного соціального зв'язку (об'єкт соціальних дій). Зворотна соціальна відповідальність передбачає взаємний вплив об'єкта соціальних зв'язків на їх суб'єкт. Відкрита соціальна відповідальність має публічний характер та проявляється у вчинках носіїв соціально відповідальної поведінки. Прихована відповідальність являє собою таку форму соціальних зв'язків, за якої їх суб'єкт бажає уникнути відкритості, гласності, публічності. Мова йде про випадки, коли людина, яка

здійснює благодійність, спонсорство тощо, бажає залишатися у тіні, не афішувати себе, свої вчинки.

Соціальна відповідальність є важливою складовою діяльності державних управлінців (рис. 2).



Рис. 2.1. Основні складові соціальної відповідальності державної служби

Розвиток соціальної відповідальності особистості полягає у вдосконаленні її духовної та соціальної культури через систему принципів соціальної взаємодії (взаємодопомоги, солідарності, доброзичливості, співпричетності), граничних значень досконалого (Віра, Любов, Надія).

Безпосередня соціальна відповідальність особи – це та, виникнення і розвиток якої обумовлений внутрішніми якостями, здатностями і установками совість, достоїнство, любов до ближнього, солідарність, справедливість, гідність, співчуття тощо.

Опосередкована соціальна відповідальність особи обумовлена дією чинників зовнішнього середовища (умовами життя та роботи, особливими обставинами тощо).

Соціальна відповідальність держави базується на її обов'язках щодо прийняття та виконання законів, нормативних та правових документів, що спрямовані та забезпечують збереження, ефективне використання людських та природних ресурсів, додержання та реалізацію у повному обсязі державних соціальних гарантій та державних соціальних стандартів; створення умов та можливостей формування та накопичення людського та соціального капіталу.

Контрольні питання

1. У чому полягає сутність соціальної відповідальності людини? Яким чином вона проявляється?
2. Розкрийте форми прояву соціальної відповідальності людини
3. З яких структурних елементів складається соціальна відповідальність як соціальний механізм контролю?
4. Яким чином соціальна відповідальність держави пов'язана з її функціями?

5. Чи впливає якість державного управління на її соціальну відповідальність? Поясніть свою відповідь на прикладах
6. Назвіть основні складові соціальної відповідальності державної служби та розкрийте їх сутність
7. Яким чином відбувається формування соціальної відповідальності державної служби?
8. Надайте власну інтерпретацію поняттю «соціальна держава».
9. Яке місце соціального захисту у системі соціальної відповідальності держави?
10. У чому проявляється соціальна роль держави?

Ситуаційні справи

Завдання 1

1) Описати існуючі аргументи «за» та «проти» соціальної відповідальності бізнесу на основі концепцій «корпоративного егоїзму», «корпоративного альтруїзму» та «розумного егоїзму». Сформулювати та висловити особисту думку на проблему «належної ролі бізнесу в суспільстві».

2) Яким чином розрізняються прояви соціальної відповідальності з боку трьох організацій: металургійного заводу, лікарні й університету? Виділити характерні риси соціальної відповідальності кожної з організацій.

Завдання 2

Визначити основні напрями соціальної відповідальності ВНЗ (перед аспірантами, викладачами, суспільством, підприємствами; а також у зворотному напрямку). Результати досліджень оформити у вигляді таблиці за зразком, що наведено нижче в табл. 1.

Таблиця 2.1 Напрями соціальної відповідальності ВНЗ

Відповідальність перед:	Напрями соціальної відповідальності	
	ВНЗ	аспірантів
- ВНЗ;		
- аспірантами;		
- викладачами;		
- підприємствами;		
- суспільством		
Відповідальність перед:	Напрями соціальної відповідальності	
	викладачів	підприємств
- ВНЗ;		
- аспірантами;		
- викладачами;		
- підприємствами;		
- суспільством		

Література: [1, 2, 7, 8].

Тема 4. Система моніторингу корпоративної соціальної відповідальності за ключовими показниками ефективності бізнесу з використанням міжнародних стандартів нефінансової звітності.

Елементи організаційного профілю для оцінювання та моніторингу системи корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Критерії оцінювання накопиченого організаційного досвіду в галузі корпоративної соціальної відповідальності та соціальних вкладень. Основні критерії

оцінювання поточного стану системи соціальної відповідальності. Критерії оцінювання перспектив розвитку системи соціальної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, нефінансова звітність, стандарт.

Одним із ефективних сучасних інструментів вдосконалення роботи та досягнення конкурентних переваг є нефінансова звітність. Нині умови управління підприємством виходять за межі фінансово-економічних показників і потребують також даних про соціальні й екологічні аспекти діяльності.

Інформація нефінансової звітності надає можливість оцінити ефективність як управління підприємством за інтелектуальними, екологічними та соціальними складовими, так і використання людського капіталу з огляду на їх взаємозалежність та значення для досягнення основної мети.

Нефінансова звітність містить інформацію про економічні результати діяльності, результативність у соціальній та екологічній сферах. Згідно з Глобальною ініціативою зі звітності (GRI, Global Reporting Initiative), під нефінансовою звітністю розуміють розкриття інформації та звітування щодо результатів діяльності компанії у галузі сталого розвитку перед внутрішніми та зовнішніми зацікавленими особами (стейкхолдерами).

Основне завдання нефінансових звітів – інформування про економічні, екологічні та соціальні наслідки повсякденної діяльності компанії. У цьому звіті також відображено цінність організації та модель управління, продемонстровано зв'язок між її стратегією та прихильністю до стійкої глобальної економіки.

Нефінансова звітність має різні:

- форми підготовки, від визначених і затверджених міжнародними стандартами, які визначають її зміст та формат, до складених у вільній формі завласними ідеями та поняттями;
- назви, а саме: звіт про сталий розвиток; звіт про корпоративну соціальну відповідальність; соціальний звіт; звіт про прогрес у реалізації принципів Глобального договору; інтегрований звіт.

Контрольні питання

1. Нефінансова звітність як інструмент розвитку соціальної відповідальності підприємства.
2. Стандарти підготовки нефінансового звіту.
3. Процес підготовки звіту.
4. Нефінансова звітність у світі.
5. Нефінансова звітність в Україні.
6. Надайте визначення поняття «нефінансова звітність». Поясніть важливість нефінансової звітності в розвитку соціальної відповідальності бізнесу.
7. Надайте порівняльну характеристику стандартів нефінансової звітності.
8. Назвіть основні етапи роботи над нефінансовим звітом.

Література: [1, 2, 3].

Рекомендована література

Базова література

1. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Ф. Новікова, М. С. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Д., 2013. – 296 с.;
2. Штулер І. Ю. Трансформація національної економічної системи на інноваційних засадах: монографія / І. Ю. Штулер; ВНЗ "Нац. акад. упр." – К.: Нац. акад. упр., 2016. – 359 с.;
3. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М.А., Ляшенко О., Саєнсус М.А., Місько Г.А., Зінченко А.Г.; за наук. ред. д.е.н., проф., засл. діяч. науки і техніки України Редькіна О. С. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.;
4. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник/ О. Гирик, О.Денис, О. Дубовик, І. Жеребило, А. Зінченко, Н. Реверчук, М. Саприкіна, Р. Семів, З. Скринник, К. Телюк; за заг.ред. д-ра екон. наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А.Я. Кузнецової. – К.: УБС НБУ, 2009. – 214 с.;
5. Котлер Ф.Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.;
6. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. // Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.

Допоміжна література

7. Петрос О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: [монографія] / О.М. Петрос. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 152 с.;
8. Курінна І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Третьуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. - К.: Поліграфія «Юстон», 2015. - 47 с.;
9. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р. та ін. - К.: Видавництво «Енергія», 2008 - 96 с.;
10. Бебик В. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі: навч.-метод. посібн. / В. Бебик, В. Бортніков, Л. Дегтерьова, А. Кудряченко. – К.: Інститут громадянського суспільства, 2006. – 248 с.;
11. Гришук В.К. Соціальна відповідальність. Навчальний посібник – Л.: Львівський університет внутрішніх справ – 2012. – 152 с.;
12. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. Воробей В., Журовська І.– К.: ФОП Костюченко О.М. – 2010.– 77 с.;
13. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. – К.: КНЕУ, 2013. – 372 с.
15. Олійник О.О. Соціальна відповідальність. – Навч.посіб. – Рівне : НУВГП, 2016. – 222 с.
16. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>
17. Гамкало О. Б. Нефінансова звітність як інструмент вимірювання соціальної діяльності вітчизняних підприємств / О. Б. Гамкало // Статистика України. №4. 2017. С.79 -86.
18. Гребеннікова А. А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні / А.А. Гребеннікова // Ефективна економіка № 12. 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6001>
19. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники / В. А. Євтушенко // Вісник НТУ «ХПІ». №46 (1019). 2013.
20. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К. В. Комарова, Н. В. Ковальчук // Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал. №5-6. 2016 (63).

21. Рощина Н.В. Щодо питання підтримки соціальної відповідальності держави / Н.В. Рощина, Н.О. Черненко, Л.М. Солодовник // Державне управління: удосконалення та розвиток № 3. 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=951>

22. Стратегія розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayi_ni.pdf

3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Бізнес і соціальна відповідальність. Повні уроки. – Режим доступу: <http://school.xvatit.com/index.php>;

2. Міністерство економіки України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=8baf7d2c-af65-4af7-af48-e1160084e828&title=VUkrainiSkhvalenoKontseptsiiuRozvitkuSotsialnoVidpovidalnogoBiznesuDo2030-Roku>;

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.