

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

О.В. ЗИБАРЕВА, Л.В. ВЕРБІВСЬКА

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Навчальний посібник

Чернівці
Мехнодрук
2021

УДК 338.242
С69

*Друкується за ухвалою вченої ради Чернівецького
національного університету
імені Юрія Федьковича Міністерства освіти і науки України
(протокол N 4 від 31 травня 2021 р.)*

Рецензенти:

Кифяк В.Ф.

доктор економічних наук, професор,
заступник директора з наукової, науково-методичної
роботи та міжнародних зв'язків Чернівецького
торговельно-економічного інституту КНТЕУ;

Лагодієнко В.В.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та
маркетингу Одеської національної академії харчових
технологій.

Соціальна відповідальність: навчальний посібник /
С69 Укладачі: Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Чернівці:
Технодрук, 2021. 148 с.
ISBN 978-617-8034-19-1

Навчальний посібник «Соціальна відповідальність» складений до вимог змісту робочої програми «Соціальна відповідальність» (Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності 2015 р.) та відповідає освітньо-професійним програмам «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», «Публічні, корпоративні фінанси та фінансове посередництво» спеціальності 072 «Публічні, корпоративні фінанси та фінансове посередництво», «Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Матеріали, представлені в навчальному посібнику «Соціальна відповідальність» дає можливість узагальнити та систематизувати знання здобувачів щодо феномену, загальних засад, структури та методології, найхарактерніших сучасних тенденцій розвитку взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови забезпечення сталого суспільного розвитку. Посібник включає опорний конспект лекцій, тестові та практичні завдання, контрольні запитання для перевірки знань за темами, термінологічний словник.

Для здобувачів вищої освіти, викладачів, практиків, всіх, кого цікавить окреслене коло питань.

УДК 338.242

ISBN 978-617-8034-19-1

© ЧНУ, 2021

© Зибарева О.В., Вербівська Л.В. 2021

© ПБКФ «Технодрук», 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку	
1.1. Соціальна відповідальність: суть, підходи, види, принципи.....	9
1.2. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку.....	12
1.3. Дискусії про соціальну відповідальність.....	19
1.4. Моделі соціальної відповідальності.....	20
Тестові завдання до теми 1.....	22
Тема 2. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю	
2.1. Історія становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.....	27
2.2. Концепція корпоративної соціальної відповідальності.....	32
2.3. Організація діяльності з соціальної відповідальності підприємства	36
Тестові завдання до теми 2.....	39
Тема 3. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності	
3.1. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті формування взаємовідносин між роботодавцями і працівниками	46
3.2. Права людини на робочому місці. Міжнародні ініціативи із захисту прав людини в бізнес середовищі.....	48
3.3. Концепція гідної праці. Соціальний діалог і соціальна відповідальність.....	51
Тестові та практичні завдання до теми 3.....	55
Тема 4. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності	
4.1. Складові зовнішньої відповідальності бізнесу.....	64
4.2. Соціальна відповідальність бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності.....	65
4.3. Новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії.....	66
4.4. Соціально відповідальний маркетинг.....	68
4.5. Формування корпоративної соціальної відповідальності у відносинах зі споживачами.....	69

4.6. Відповідальність компаній щодо партнерів по бізнесу.....	70
Тестові та практичні завдання до теми 4.....	71
Тема 5. Екологічна компонента соціальної відповідальності	
5.1. Сутність екологічної відповідальності.....	79
5.2. Елементи екологічної відповідальності бізнесу.....	81
5.3. Шляхи посилення екологічної відповідальності.....	83
5.4. Функції та ієрархія державної системи екологічного управління.....	85
Тестові та практичні завдання до теми 5.....	89
Тема 6. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності (нефінансова звітність)	
6.1. Побудова системи комунікацій із корпоративної соціальної відповідальності.....	99
6.2. Нефінансова звітність як інструмент розвитку соціальної відповідальності підприємства.....	100
6.3. Нефінансова звітність у світі.....	106
6.4. Нефінансова звітність в Україні.....	107
6.5. Процес підготовки нефінансового звіту.....	108
Тестові завдання до теми 6.....	111
Тема 7. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні	
7.1. Фактори ефективності функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією.....	116
7.2. Рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу.....	119
7.3. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.....	122
Практичні завдання до теми 7.....	124
ГЛОСАРІЙ.....	131
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	137

ПЕРЕДМОВА

В умовах глобальних потрясінь, що відбуваються сьогодні в світі питання соціальної відповідальності висуваються на перший план не тільки у відносинах бізнесу, але й усіх сферах суспільного життя. У зв'язку з глобалізацією економічного простору, зростання загрози терористичних, техногенних й екологічних катастроф соціальна відповідальність стає невід'ємним атрибутом діяльності держави, суб'єктів господарювання, інститутів громадянського суспільства, кожного громадянина. В сучасних умовах господарювання сталий розвиток суб'єктів підприємницької діяльності визначається не лише фактором наявності сировини й ринків збуту, але й можливістю підприємства утримувати й розвивати висококваліфікований та вмотивований персонал, брати участь у програмах сприяння розвитку громадам, благодійній діяльності, збереженні навколишнього середовища. Ба більше необхідність орієнтації на сталий розвиток стає нормою функціонування бізнесу, оскільки несе в собі низку вигод не тільки морально-етичного та іміджевого характеру, але й дозволяє отримувати додаткові фінансові вигоди у вигляді налагодження партнерських відносин, отримання доступу до інвестиційних ресурсів, зростання вартості бізнесу.

Актуальним завданням підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти є поглиблення знань у сфері формування соціально відповідальної поведінки у всіх сферах суспільного життя. Оволодіння знаннями з курсу «Соціальна відповідальність» дає можливість узагальнити та систематизувати знання здобувачів щодо феномену, загальних засад, структури та методології, найхарактерніших сучасних тенденцій розвитку взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови забезпечення сталого суспільного розвитку. Дисципліна орієнтує на формування навичок щодо соціально відповідальної поведінки організації, ідентифікації та аналізу очікувань стейкхолдерів, підготовки

соціальної звітності організації, а також на пошук креативних підходів до соціально відповідальної поведінки організації в ринковому середовищі її функціонування. Студенти мають можливість застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях, що сприятиме їх успішній професійній діяльності.

Метою вивчення дисципліни є 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 та умінь, що забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки.

Зміст дисципліни «Соціальна відповідальність» побудований на основі синтезу наукових надбань світової економічної думки з узагальненнями новітньої господарської практики різних країн, а також процесів, що характеризують становлення системи соціальної відповідальності в Україні.

Згідно з вимогами освітньо-професійних програм галузі знань 07 «Управління та адміністрування» студенти після засвоєння навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність» мають продемонструвати такі результати навчання:

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 методика 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.

вміти:

- використовувати базові знання основних нормативно-правових актів та довідкових матеріалів, чинних стандартів та інших нормативно-розпорядчих документів у сфері соціальної відповідальності;
- ідентифікувати, аналізувати і ранжувати очікування заінтересованих сторін організації з позицій концепції СВ;
- спираючись на стандарти МОП, Європейського Союзу і національного законодавства забезпечувати дотримання принципів Глобального договору у сфері праці (принципи 3, 4, 5 і 6);
- застосовувати інформаційні системи, сучасні технології та програмні продукти у сфері управління соціальною відповідальністю;
- обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо впровадження принципів соціальної відповідальності на всіх рівнях управління економікою; застосовувати основні принципи прийняття етичних управлінських рішень;
- проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання у сфері соціальної відповідальності, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності, аналізувати й оцінювати інформацію з СВ для прийняття рішень і формування пропозицій до програм розвитку організації;
- працювати в команді та налагоджувати міжособистісну

взаємодію при вирішенні професійних завдань у сфері соціальної відповідальності; розробляти етичні кодекси організацій, фахівців різних професій;

- на основі інформаційної політики організації поширювати інформацію про СВ;

- аналізувати соціальну звітність організації і готувати необхідну інформацію для її формування;

- за допомогою сучасного методичного інструментарію розробляти систему моніторингу ефективності діяльності організації у сфері СВ та оцінювати результативність програм СВ; узагальнювати матеріали аналізу, оцінювати ефективність СВ і приймати обґрунтовані рішення для формування пропозицій щодо удосконалення програм СВ;

- аналізувати нефінансові ризики, пов'язані з діяльністю організації та розробляти заходи із запобігання або зниження;

- виконувати відповідні експериментальні дослідження та застосовувати дослідницькі навички за професійною тематикою соціальної відповідальності.

Представлені в навчальному посібнику матеріали охоплюють основні теми нормативної дисципліни «Соціальна відповідальність», засвоєння яких сприятиме набуттю студентами вищезгаданих компетенцій з питань формування соціальної відповідальності в умовах сталого розвитку; організаційно-економічного забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю; формування відносин роботодавців із працівниками, а також відносин бізнесу із зовнішніми організаціями; екологічної компоненти соціальної відповідальності; особливостей формування системи моніторингу корпоративної соціальної відповідальності та підготовки нефінансової звітності; оцінювання ефективності соціальної відповідальності; визначення стратегічних напрямів розвитку соціальної відповідальності в Україні.

ТЕМА 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

- 1.1. Соціальна відповідальність: суть, підходи, види, принципи
- 1.2. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку
- 1.3. Дискусії про соціальну відповідальність
- 1.4. Моделі соціальної відповідальності

1.1. Соціальна відповідальність: суть, підходи, види, принципи

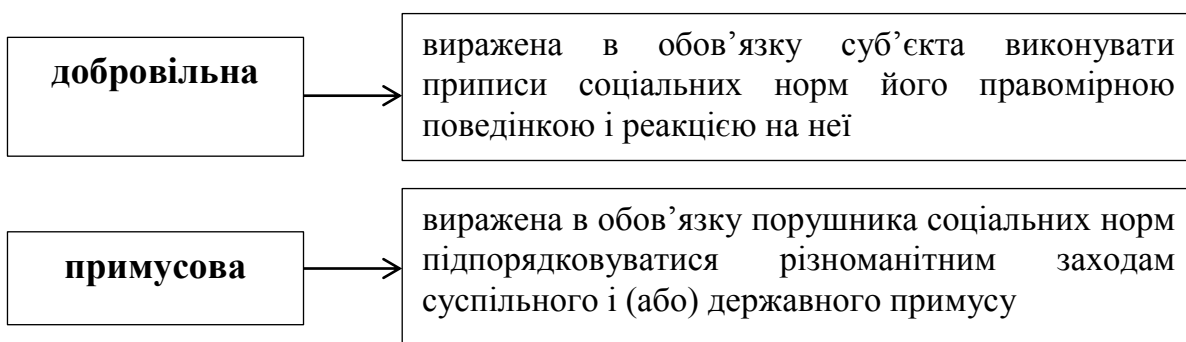
Наукові підходи щодо визначення економічного змісту соціальної відповідальності у вітчизняній науці

Автор	Авторське бачення та ключові ознаки соціальної відповідальності
А. Колот	«раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії», «відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені», «імплементований у корпоративне управління певний вид соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадського суспільства і суспільством у цілому».
О. Грішнова	«відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом».
І. Жиглей	«самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється задля задоволення інтересів всіх груп заінтересованих осіб на взаємовигідних умовах з метою досягнення економічних і соціальних результатів».
В. Куцик	«відповідальність за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту членів суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах».
М. Сухотеріна	«система управлінських рішень та заходів підприємства щодо інтеграції соціальних та екологічних проблем у свої бізнес-процеси і процеси взаємодії зі стейкхолдерами, спрямованих на досягнення цілей розвитку власне підприємства, сталий розвиток суспільства та збереження навколишнього середовища».
А. Полторак	«відповідальне ставлення компанії до власного продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка проявляється через гармонійне співіснування, взаємодію та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем».

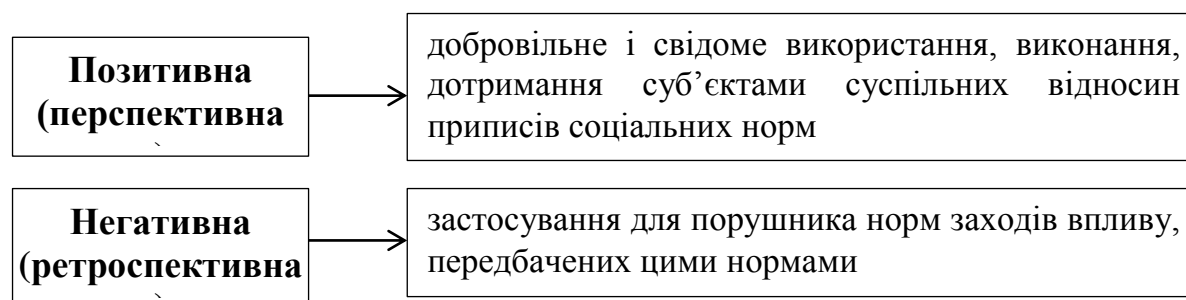
Соціальна відповідальність бізнесу в сучасних умовах розглядається з позицій:

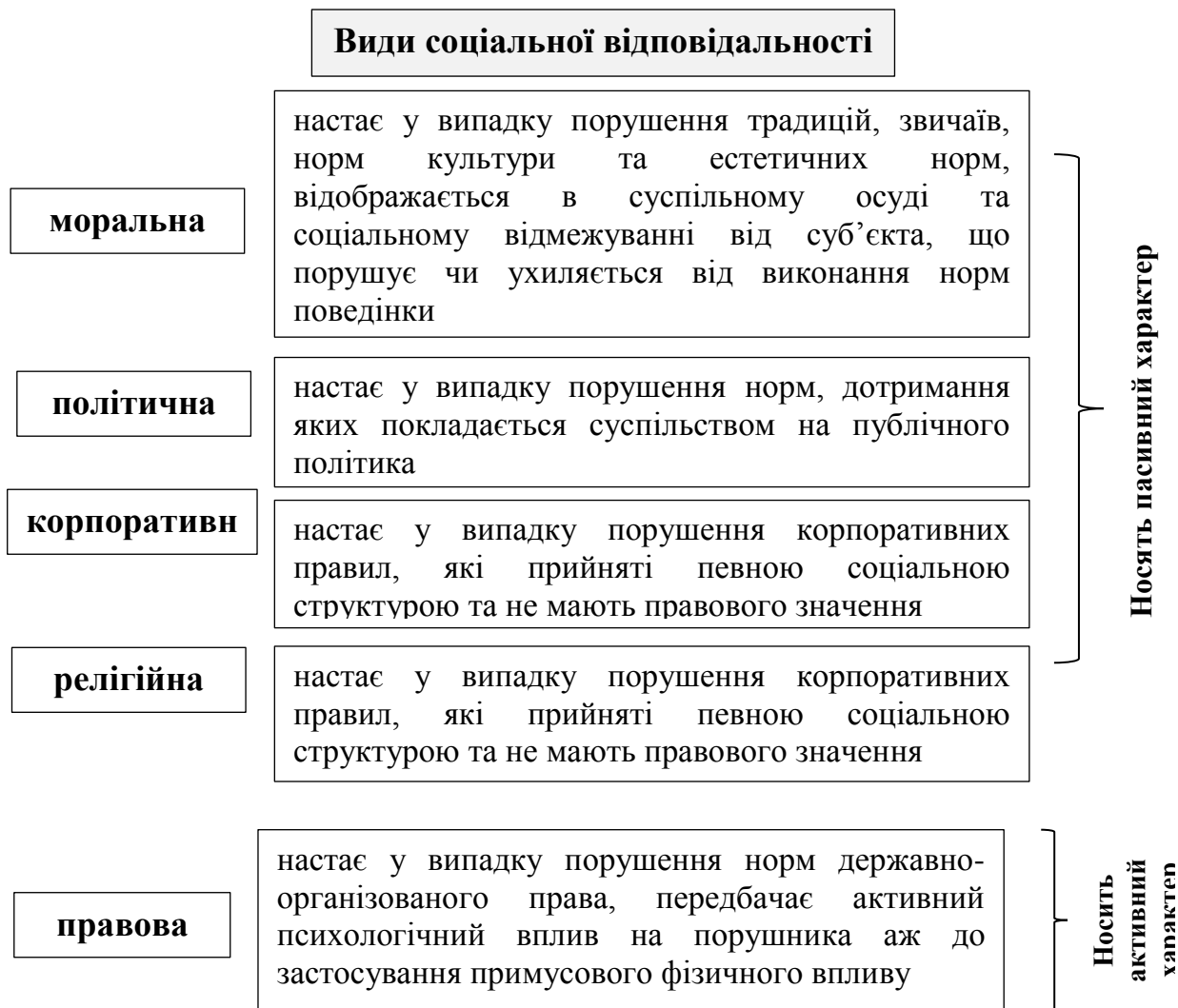
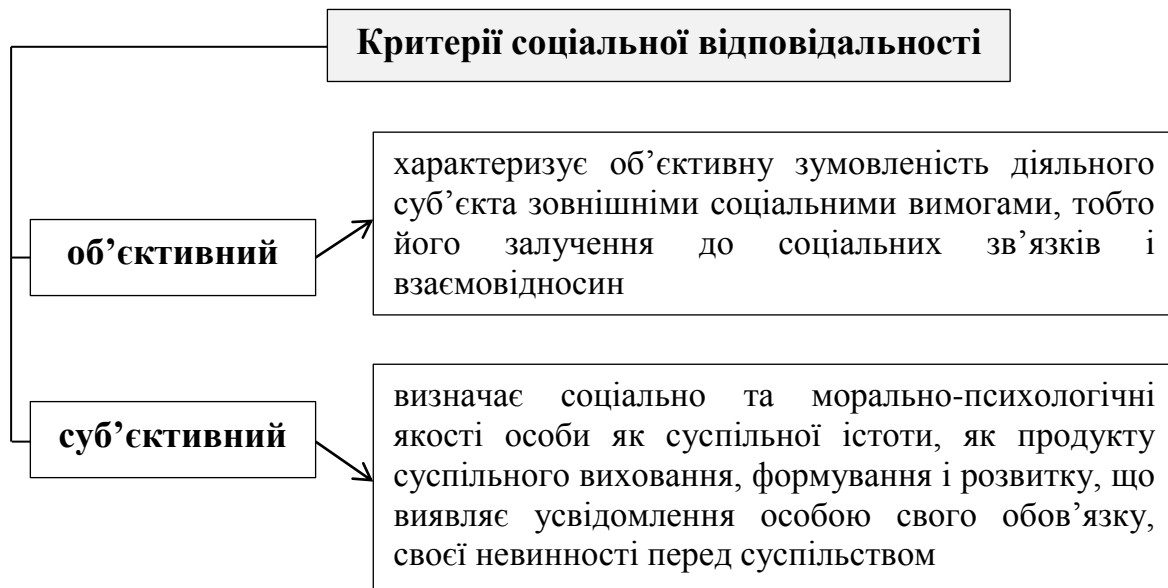
- впливу зовнішнього середовища;
- задоволення інтересів внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів;
- як спроможність бізнесу відповідати очікуванням суспільства щодо задоволення економічних, соціальних та екологічних потреб;
- як складник стратегії розвитку підприємства;
- як конкурентна перевага;
- як складник сталого розвитку підприємницької діяльності;
- як комплексна характеристика ефективності функціонування бізнесу в умовах невизначеного середовища

Форми реалізації соціальної відповідальності



Прояви соціальної відповідальності





Принципи соціальної відповідальності

Програмний документ	Принципи
Глобальний договір ООН	дотримання прав людини, формування ефективних трудових відносин, захист навколишнього середовища, боротьба з корупцією
Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності»	підзвітність, прозорість, етична поведінка, взаємодія із зацікавленими сторонами, правові норми, міжнародні норми, права людини
Керівні принципів ОЕСР для багатонаціональних підприємств	охоплюють наступні сфери: правила загальної політики, розкриття інформації, права людини, зайнятість та відношення у сфері промисловості, навколишнє середовище, боротьба з хабарництвом, з домаганням чи вимаганням хабара, інтереси споживача, наука і техніка, конкуренція, оподаткування

1.2. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку

Соціальна відповідальність – багаторівнева

Особистісний рівень	Виявляється через ступінь громадянської зрілості, є базою для вищих рівнів
Груповий рівень	Корпоративна соціальна відповідальність – таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов’язує з бізнесом, це вільний вибір на користь зобов’язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів
Суспільний рівень	Передбачає соціальну відповідальність суспільства за гідний рівень життя теперішнього та майбутнього поколінь
Національний рівень	Визначає кращі шляхи досягнення сталого, соціального та людського розвитку
Глобальний рівень	Окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації завдяки міжнародним домовленостям щодо запровадження сталого розвитку (м. Ріо-де-Жанейро, 1992 р., 2012 р., м. Йоханесбург, 2002 р., Глобальний договір ООН, 1999 р.)

Підходи до визначення економічного змісту поняття сталий розвиток

Підхід	Ключові характеристики підходу та основні представники
Екологосистемний	основними елементами є природоохоронне середовище й екологія. Сталий розвиток розглядається як виключно як стійкість навколишнього середовища, а економічна й соціальна сфери протиставляються цій стійкості та вважаються її загрозою. Представники – Д. Медоуз, Ф. Голлей, А. Гранберг.
Ноосферний	Сталий розвиток передбачає гармонійне співіснування природи і людини, яке буде можливо завдяки застосуванню знань і розвитку духовних цінностей останньої. Представники - Е. Леруа, В. Вернадський, А. Урсул та інші.
Концепція сильної стійкості (Strong Sustainability)	Сталий розвиток передбачає суворе збереження природного капіталу й підпорядкування економічної активності в інтересах забезпечення екологічної стійкості, що передбачало «обмеження споживання, мінімізацію заміни природного капіталу штучним, жорстке обмеження або виключенню економічного зростання в цілях збереження ресурсів». Представники – Г. Дейлі та Р. Костанзо
Концепція слабкої стійкості (Weak Sustainability)	Сталий розвиток стає можливим за рахунок розвитку науково-технічного прогресу, який дозволяє вирішити проблему обмеженості ресурсів. Даний підхід «не заперечує необхідності узгодженого розвитку економіки й екології, раціонального використання і відтворення природних ресурсів, збереження біорозмаїття і забезпечення екологічної безпеки». Концепція розвинута у працях Г. Аткінсона, Д. Пірса, К. Вільямса, Е. Міллінгтона, Р. Тернера
Триєдина концепція сталого розвитку	Сталість розвитку визначається взаємозалежністю трьох ключових аспектів розвитку – екологічного, економічного та соціального. Цілями сталого розвитку вважаються досягнення високого рівня життя населення, процвітаюча економіка та збережена природа. Представники - Е. Барб'є, Д. Сакс.
Концепція корпоративної сталості	Сталий розвиток компанії розглядається як баланс економічної, екологічної та соціальної відповідальності. Концепцію сталого розвитку перенесено з макро- на мікроекономічний рівень. Представники - Дж. Елкінгтон, Р. Штойрер, Т. Діллік, К. Хокертс
Кластерний підхід до сталого розвитку	Сталий розвиток можливо забезпечити за допомогою створення кластерів, що дозволяє забезпечити підвищення конкурентоспроможності компаній – учасників кластеру, а також сприяє підвищенню рівня життя місцевих громад. Проектує сталий розвиток на мезо- та мікроекономічний рівні та наслідує принципи концепції корпоративної стійкості. Представники - М. Портер, М. Крамер, А. Керролл.

!!! Сталий розвиток визнано ООН як основний напрям розвитку цивілізації XXI століття

Принципи концепції сталого розвитку

- Людство дійсно може надати розвитку сталого і довготривалого характеру, для того щоб він відповідав потребам людей, що живуть зараз, не втрачаючи при цьому можливості майбутнім поколінням задовольняти свої потреби.
- Обмеження, які існують в галузі експлуатації природних ресурсів, відносні. Вони пов'язані з сучасним рівнем техніки і соціальної організації, а також із здатністю біосфери до самовідновлення.
- Необхідно задовольнити елементарні потреби всіх людей і всім надати можливість реалізувати свої надії на благополучніше життя.
- Необхідно налагодити стан життя тих, хто користується надмірними засобами (грошовими і матеріальними), з екологічними можливостями планети, зокрема відносно використання енергії.
- Розміри і темпи росту населення повинні бути погоджені з виробничим потенціалом глобальної екосистеми Землі, що змінюється.

Порівняльна характеристика понять сталого розвитку та соціальної відповідальності на мікрорівні

Ключова ознака	Сталий розвиток підприємства	Соціальна відповідальність підприємства
економічний зміст	гармонійна взаємодія економічного, соціального та екологічного складника функціонування підприємства з метою забезпечення інтересів майбутніх поколінь	добровільно взяті на себе зобов'язання підприємства щодо мінімізації негативного впливу його діяльності на суспільство та оточуюче середовище
предмет, що визначає економічний зміст	процес, що характеризує динамічні зміни (прогрес) всередині підприємства з метою забезпечення постійної сталості економічного зростання	явище, яке свідчить про наявність у підприємства певних правил, технік, принципів у здійсненні відповідальної за свої рішення діяльності перед суспільством
структура	економічний, соціальний, екологічний складники, вибудовані таким чином, щоб вони гармонізували між собою	права людини, трудові відносини, з постачальниками, споживачами, громадська діяльність, благодійна діяльність тощо, зорганізовані таким чином, щоб їх підтримувати на певному рівні
відношення до парадигми глобального сталого розвитку	являється прямою проекцією глобального сталого розвитку на рівень підприємства	зароджується на рівні підприємства і проектується в певних частинах на глобальний розвиток

Цілі сталого розвитку 2015-2030

(Глобальні цілі)



Ключові напрями розвитку за

«Стратегічним планом Програми розвитку ООН 2018-2021»



Скорочення **БІДНОСТІ** серед населення



ДЕМОКРАТИЧНЕ ВРЯДУВАННЯ заради розвитку мирного, справедливого й інклюзивного суспільства



Попередження кризи і зміцнення **СТІЙКОСТІ**



ДОВКІЛЛЯ: природоорієнтовані рішення на благо розвитку



Чиста, доступна **ЕНЕРГІЯ**



Розширення прав і можливостей жінок та **ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ**

Вплив міжнародних організацій на процес формування основних засад соціальної відповідальності на засадах сталого розвитку

ООН

Глобальний договір, 1999 р. (квітень 2006 р. - Україна)

- добровільна міжнародна ініціатива, що об'єднала компанії з агенціями ООН, робочою силою та громадськістю для підтримки універсальних соціальних принципів (10), які в свою чергу розмежовуються у 4-х сферах: **захисту прав людини, навколишнього середовища, охорони праці та антикорупційних заходів**. Учасники – біля 10000 компаній зі 130 країн світу.
- в якості невід'ємної частини взятих зобов'язань **компанії повинні складати щорічний звіт**, у якому повідомляти зацікавленим сторонам (інвесторам, споживачам, громадянському суспільству, уряду) щодо прогресу, досягнутому в реалізації десяти принципів, і в підтримці широких цілей ООН в галузі розвитку.

Принципи Глобального договору ООН

Група	Принцип
Права людини	Ділові кола повинні підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством
	Ділові кола не повинні брати участь у порушенні прав людини
Трудові відносини	Ділові кола мають підтримувати принцип свободи асоціацій та визнавати право на колективний договір
	Ділові кола мають підтримувати ліквідацію усіх форм примусової та зобов'язувальної праці
	Ділові кола мають підтримувати ліквідацію дитячої праці
Навколишнє середовище	Ділові кола мають підтримувати обережний підхід до екологічних завдань
	Ділові кола мають реалізовувати ініціативи щодо підтримки посилення екологічної відповідальності
	Ділові кола мають заохочувати розроблення та розповсюдження екологічно безпечних технологій
Боротьба із корупцією	Ділові кола мають боротися проти усіх видів корупції, включаючи здирицтво та хабарництво

**Переваги для
учасників
Глобального
договору**

- втілення соціальної відповідальності свідомо і ефективними шляхами;
- досягнення більш розвиненої і ефективної структури в середині компанії;
- є частиною нової культури у контексті міжнародного бізнесу;
- мають статус партнера, якого обирають найвідоміші корпорації;
- мінімізують ризики менеджменту превентивними заходами;
- мають можливості отримати доступ до ресурсів ООН щодо розвитку та посилення мотивації співробітників та продуктивності в цілому.

**Принципи соціальної відповідальності міжнародному стандарті
ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності»**

Принцип	Розкриття змісту принципу
підзвітність	організація має звітувати щодо впливу від своєї діяльності на суспільство і довкілля
прозорість	організація повинна розкривати в зрозумілій, збалансованій і правдивій формі про політику, рішення та діяльність, за які вона несе відповідальність, включаючи їх фактичний і можливий вплив на суспільство і довкілля
етична поведінка	організація повинна приймати і застосовувати стандарти етичної поведінки, які якнайповніше відповідають її призначенню і сфері її діяльності; розвивати структуру управління так, щоб вона сприяла поширенню принципів етичної поведінки як усередині організації, так і в процесі взаємодії з іншими
взаємодія з зацікавленими сторонами	організації потрібно поважати, розглядати інтереси її зацікавлених сторін та всемірно взаємодіяти з ними
правові норми	організація дотримується всіх чинних законів і правил, вживає заходів, аби бути обізнаною про застосовані нею закони і правила, інформувати тих осіб в організації, хто відповідальний за дотримання законів і правил, і знати, що такі закони і правила дотримуються
міжнародні норми	організації потрібно поважати міжнародні норми, в тих випадках, коли ці норми є важливими для сталого розвитку і добробуту суспільства
права людини	організація повинна визнавати важливість і загальність прав людини, поважати права, зазначені у Загальній Декларації з прав людини

Соціальна відповідальність у контексті сталого розвитку у програмних документах розвитку глобальної та європейської економіки

Документ, інституція	Зміст поняття соціальної відповідальності
Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної соціальної відповідальності»	концепція, що дозволяє інтегрувати в повсякденну діяльність комерційних підприємств соціальні та екологічні аспекти на добровільній основі, а також враховувати їх у процесі добровільної взаємодії з зацікавленими сторонами
Інститут соціальної та етичної відповідальності AccountAbility	підхід до бізнесу, що передбачає відкриті і прозору ділову практику, дотримання моральних норм, повагу до інших зацікавлених сторін і зобов'язання підвищувати економічну, соціальну і екологічну додану вартість
Оновлена європейська стратегія КСВ (Renewed EU strategy for Corporate Social Responsibility)	заохочення компанії до створення процесу для інтеграції чотирьох ключових пріоритетних напрямків у свої бізнес-операції та основної стратегії в тісному співробітництві з зацікавленими сторонами: соціальний; екологічний; етичний, питання прав людини та споживачів
«Загальне керівництво зі сталого розвитку та соціальної відповідальності» ISO 26000:2010	відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та оточуюче середовище через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, враховуючи здоров'я і добробут суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін і відповідає вживаному законодавству, узгоджується з міжнародними нормами поведінки та інтегрована в діяльність всієї організації
Світова рада бізнесу зі сталого розвитку (World Business Council for Sustainable Development)	просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу й суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного і мінімізації негативного впливу бізнесу на суспільство» і наголошуючи на зобов'язанні «бізнесу робити свій внесок у сталий економічний розвиток, трудові відносини із працівниками, їх сім'ями, місцевою спільнотою і суспільством в цілому для поліпшення якості їх життя»
Цілі сталого розвитку 2016-2030	для сталого розвитку необхідно забезпечити інтеграцію зусиль бізнесу та суспільства щодо економічного зростання, прагнення до соціальної справедливості і раціонального природокористування», що повністю відповідає змісту корпоративної соціальної відповідальності
Маніфест «Підприємство-2020» «Майбутнє для Європи, якої ми прагнемо»	спільне створення цінностей через політичний діалог та співпрацю, управління та підзвітність, соціальні інновації, засноване на використанні механізму бізнес-моделі замкненої економіки, що сприяє створенню стабільного суспільства»
Стратегія прискорення корпоративної стійкості бізнесу (UN Global Compact strategy 2021-2023)	п'ять ключових змін для активізації ділових дій та впливу: підзвітність компаній; збалансоване зростання місцевих та регіональних мереж; вимірний вплив у пріоритетних сферах (ЦСР 5, 8, 13, 16 17); підтримка МСБ через цифровізацію; потужна та активна взаємодія з ООН та її партнерами

1.3. Дискусії про соціальну відповідальність

Аргументи на користь соціальної відповідальності

1. Створюються сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи.

2. Зміна потреб й очікувань широкої публіки.

3. Наявність ресурсів для надання допомоги в рішенні соціальних проблем.

4. Моральне зобов'язання поводитися соціально відповідально.

Аргументи проти соціальної відповідальності

1. Порушення принципу максимізації прибутку.

2. Витрати на соціальне залучення.

3. Недостатній рівень звітності перед громадськістю.

4. Брак уміння розв'язувати соціальні проблеми.

Переваги соціальної відповідальності

1. Поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам різного гатунку.

2. Покращення репутаційного менеджменту.

3. Збільшення обсягу продажу та частки ринку.

4. Розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії.

5. Оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат.

6. Покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів.

7. Налагодження та побудова дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями.

8. Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності.

1.4. Моделі соціальної відповідальності

Американська модель соціальної відповідальності

- переважає філантропічний підхід, що передбачає **розподіл частини прибутку компанії для інвестування її суспільно-корисних ініціатив**. Подібного роду добродійна діяльність часто не пов'язується з основною діяльністю компанії і легко може бути скорочена залежно від економічної ситуації і політики компанії.
- **екологічність роботи компанії**. Це поняття зачіпає не тільки ставлення компанії до навколишнього середовища, а, в даному випадку, ступінь гармонійної інтеграції компанії в навколишнє співтовариство. Як будь-який член місцевого співтовариства, компанія, що вкладає зусилля і гроші в підтримку і розвиток своїх «сусідів по регіону», викликає симпатію і довіру, оскільки не тільки користується ресурсами співтовариства, а й інвестує в нього.
- **стабільність і надійність**. Компанія, що активно вкладає в добродійність, повинна мати достатньо прибутку для того, щоб не тільки забезпечити підтримку власної діяльності, а й для того, щоб витратити частину цього прибутку на потреби інших.
- **залучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів соціального інвестування**, а також відстеження результату від цих вкладень.
- **реалізується за рахунок добродійних внесків**, які за сприяння числених механізмів корпоративних фондів використовуються на соціальні потреби потреби суспільства, а також реалізацію волонтерських та соціальних програм. Втручання держави – опосередковане.

Європейська модель соціальної відповідальності

- **соціально-відповідальна діяльність компанії пов'язана з досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової інвестиційної привабливості компанії**. Практично всі ініціативи, що фінансуються компанією в рамках такої моделі, мають безпосередньо стосуватися підвищення прибутку.

Найбільш популярними об'єктами інвестицій у рамках цієї моделі є:

- розвиток персоналу компанії,
- внесок в розвиток муніципальних утворень, де розташовані виробничі потужності компанії,
- природоохоронна діяльність,
- розвиток науки, освіти і технологій,
- добродійні внески за участю працівників компанії,
- програми приведення діяльності компанії відповідно до світових галузевих стандартів.

- **базою європейської соціальної відповідальності є не корпоративний меркантилізм, а державний.** Логіка тут прозора: держава зацікавлена в благополучному і стабільному суспільстві, а оскільки суспільство в більшості своїй – найманні робітники, то і соціальна відповідальність компаній набирає форми (під тиском урядів) відповідальності перед працівниками;

- **має на увазі економічне обґрунтування соціальних ініціатив і їх інтеграцію в стратегію розвитку компанії.** Тому, перед впровадженням цієї моделі, керівництву промислової компанії необхідно бути впевненим, що, крім визначення об'єктів вкладень і виділення відповідних коштів, вся діяльність компанії буде переглянута з точки зору її відповідності моделі корпоративної соціальної відповідальності. До того ж, мають бути розроблені та закріплені механізми контролю за ефективністю вкладених коштів. Адаптується найбільш крупними промисловими компаніями, що досягли певного рівня стабільності бізнесу

- **соціально відповідальна поведінка компанії може бути виміряною конкретними результатами,** у тому числі й грошовими. Основні аспекти СВ – прибуток, зобов'язання перед персоналом і територіальними громадами.

Азійська (японська) модель соціальної відповідальності

- **соціальна відповідальність корпорації підтримується культурними традиціями країни.**

- **передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи.**

- **активна роль держави,** яка впродовж тривалого часу брала участь у стратегічному плануванні бізнесу.

- **управління бізнесом не може обмежуватися тільки організаційним розвитком і отриманням прибутку.** Воно має базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому.

- **сприйняття підприємства як «виробничої сім'ї».** Працівник вважається членом такої сім'ї, а значить, його відповідальність і права, виходять далеко за рамки звичайних трудових обов'язків. У свою чергу, корпорація підтримує його на всьому життєвому шляху: допомагає в придбанні житла, виділяє фінансову допомогу при народженні дітей, а потім їх навчанні, виплачує щедрі вихідні допомоги і корпоративні пенсії.

- **специфічні інститути «довічного найму», «принцип старшинства» при оплаті праці і просуванні по службі.** Ці механізми не закріплені законодавчо, але практично є практично соціальним імперативом, що реалізовується в більшості крупних компаній.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 1

1. Які існують моделі соціальної відповідальності?

- а) американська, скандинавська, японська;
- б) німецька, італійська, японська;
- в) азійська, німецька, українська;
- г) азійська, європейська, американська.

2. Для якої моделі характерна другорядна роль держави у формуванні соціальної відповідальності?

- а) німецької;
- б) азійської;
- в) американської;
- г) британської.

3. Соціальну згуртованість та підпорядкування особистих інтересів державним (корпоративним) передбачає модель:

- а) скандинавська;
- б) азійська;
- в) європейська;
- г) американська.

4. До основних цільових орієнтирів діяльності підприємства за американської моделі КСВ не відносять:

- а) добродійність;
- б) екологічність;
- в) стабільність;
- г) надійність.

5. До соціальних інвестицій у рамках функціонування європейської моделі не належить:

- а) розвиток персоналу компанії;
- б) створення благодійних фондів;
- в) природоохоронна діяльність;
- г) розвиток науки, освіти і технологій;

6. Довічний найм персоналу характерний для ... моделі:

- а) німецької;
- б) азійської;
- в) європейської;
- г) американської.

7. Державний меркантилізм є базою для ... моделі:

- а) німецької;
- б) азійської;
- в) української;
- г) європейської.

8. Філантропічний підхід, що передбачає розподіл частини прибутку компанії для інвестування її суспільно-корисних ініціатив, характерний для ... моделі:

- а) української;
- б) азійської
- в) американської
- г) скандинавської

9. Міжнародна ініціатива, прийнята у 1999 році на самміті ООН і спрямована на сприяння соціальній відповідальності бізнесу - це:

- а) Світовий договір;
- б) Соціальний договір;
- в) Корпоративний договір;
- г) Глобальний договір.

10. Яку кількість принципів містить Глобальний договір?

- а) 9;
- б) 10;
- в) 11;
- г) 12.

11. Глобальний договір спрямований на досягнення цілей ООН у 4 основних сферах:

а) благодійна діяльність; трудові відносини; навколишнє середовище; боротьба з корупцією;

б) права людини; трудові відносини; навколишнє середовище; боротьба з бідністю;

в) права людини; трудові відносини; навколишнє середовище; боротьба з корупцією;

г) права людини; трудові відносини; розвиток освіти; боротьба з корупцією.

12. Для якої категорії стейкхолдерів важливим є стабільний розвиток, отримання прибутку, висока ділова репутація, інноваційний розвиток?

а) акціонери;

б) персонал;

в) інвестори;

г) організації-партнери.

13. Відмова від дій, які суперечать сутності норм моралі, - це:

а) економічна відповідальність;

б) екологічна відповідальність;

в) правова відповідальність;

г) культурно-етична відповідальність;

14. Принцип соціальної відповідальності, що полягає у тому, що організація повинна поважати міжнародні норми, у тих випадках, коли ці норми є ліпшими для стійкого розвитку та добробуту суспільства:

А) зацікавлених сторін організації;

Б) підзвітності;

В) етичної поведінки;

Г) міжнародних норм.

15. Принцип соціальної відповідальності, за яким організація повинна розкривати в зрозумілій, збалансованій і правдивій формі політику, прийняті рішення і свою діяльність, за які вона несе відповідальність, включаючи фактичний і можливий вплив їх на суспільство та довкілля:

- А) зацікавлених сторін організації;
- Б) підзвітності;
- В) прозорості;
- Г) міжнародних норм.

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

- А) економічна відповідальність;
- Б) філантропічна;
- В) правова;
- Г) екологічна?

17. До складових сталого розвитку відноситься:

- А) стратегічне планування;
- Б) лідерство;
- В) цінність працівника;
- Г) соціальна, екологічна, економічна.

18. Добровільна реакція бізнесу на соціальні та екологічні проблеми розвитку суспільства - це:

- А) етика бізнесу;
- Б) культура управління;
- В) соціальна відповідальність;
- Г) юридична відповідальність

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть і дайте характеристику основним ознакам, підходам та видам, які виявляють економічний зміст поняття соціальної відповідальності.

2. Розкрийте змістове наповнення принципів соціальності відповідальності.

3. Дайте характеристику основним підходам до визначення економічного змісту поняття сталого розвитку. Визначте рівні соціальної відповідальності у системі сталого розвитку. Визначте співмірність понять сталого розвитку і соціальної відповідальності.

4. Назвіть основні програмні документи розвитку глобальної та європейської економіки, які розглядають соціальну відповідальність у контексті сталого розвитку.

5. Здійсніть порівняльний аналіз моделей соціальної відповідальності. Яку модель соціальної відповідальності варто використовувати в Україні?

ТЕМА 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

- 2.1. Історія становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.
- 2.2. Концепції корпоративної соціальної відповідальності.
- 2.3. Організація діяльності з соціальної відповідальності підприємства.

2.1. Історія становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

XVIII ст. Теоретичне підґрунтя КСВ	Період формування сучасного уявлення про підприємництво - власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями. А. Сміт «Дослідження природа багатства народів» Класична економічна теорія наголошувала на тому, що якщо компанії, використовуючи ресурси виробляють продукцію та надають послуги необхідної якості та в достатній кількості та продають її за доступними цінами, вважалось, що компанії таким чином реалізують вимоги щодо відповідальності перед суспільством
зародження концепції соціальної відповідальності бізнесу	кінець XIX-початок XX ст. (Э. Лейтон-мл.) демонстрація американськими інженерами, а згодом і бізнесменами "великого почуття соціальної відповідальності" як шляху до підвищення соціального престижу своєї професії
поч. XX ст. доктрина капіталістичної благодійності	Прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства. Підприємства під тиском з боку суспільства розвивають адресні соціальні програми в галузі екології та охорони праці. В економіці отримали розвиток ідеї етичного фактору, недопустимості зведення відповідальності підприємств лише до економічного інтересу та визначення рівня етичності в залежності від потреб, які породжує система.
Концепція «служіння»	20-ті роки XX ст. фірми повинні мати й іншу мету, крім «роблення грошей». Діяльність заради цих цілей, що не мають відношення до прибутку, була об'єднана одним поняттям – «служіння».

I етап
1920-50-ті рр. XX ст.



Початок сучасної ери соціальної відповідальності

Основна увага приділялась відповідальності бізнесу перед суспільством та діяльності, яка збільшувала добробут суспільства.

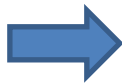
П. Друкер «Практики менеджменту» (1954 р.),

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.

Г. Боуен «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953 р.)

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.

II етап
1960-70-ті рр. XX



Період змістовного поглиблення розуміння соціальної відповідальності, поширення різноманітних дефініцій КСВ

60-ті роки. Що таке КСВ і які її джерела.

Зросла увага до таких соціальних проблем, як забруднення навколишнього середовища, боротьба за громадянські права, посилилися вимоги держави до екологічної відповідальності компаній, зросли вимоги до бізнесу з боку профспілок та споживачів, було прийнято більш суворі стандарти у сфері трудового законодавства та охорони природи.

70-ті роки. Методи, за допомогою яких буде здійснюватись КСВ. Взаємозв'язок соціальної відповідальності та фінансової ефективності компаній

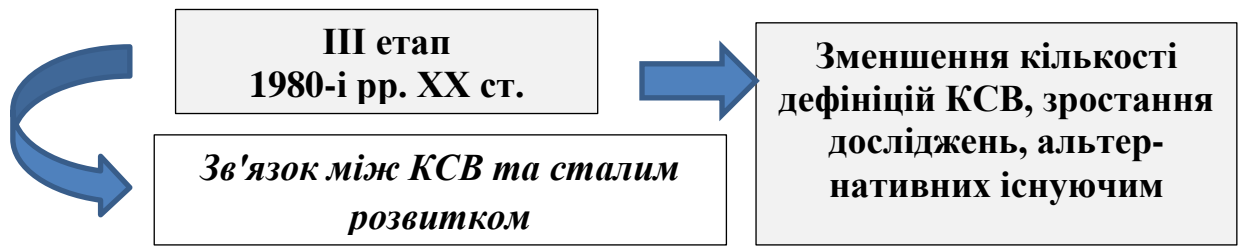
Концепція корпоративного соціального реагування

(здатність компанії сприймати суспільний вплив)

(Р. Акерман і Р. Бауер, С. Сеті та Д. Вотав, А. Керролл та В. Фредерік, М. Фрідмен)
Автори критикували сам термін «соціальна відповідальність» як таку, що викликає асоціації із зобов'язаннями і зосереджується не стільки на самій діяльності, скільки на мотивації.

М. Фрідмен «Соціальна відповідальність бізнесу - забезпечити прибуток» (1970 р.)

М. Фрідмен заперечував концепцію корпоративної соціальної відповідальності з таких причин: корпорації, на противагу особистостям, не можуть бути соціально відповідальними; директори компаній навряд чи можуть називатися представниками стейкхолдерів, адже їх основним завданням є максимізація прибутків акціонерів; директори компаній, не будучи власниками, не мають права витратити кошти на заходи, які не стосуються генерування прибутків; дуже важко визначити коло тих соціальних питань, за які має відповідати компанія, адже не можна бути однаково добрим для всіх.

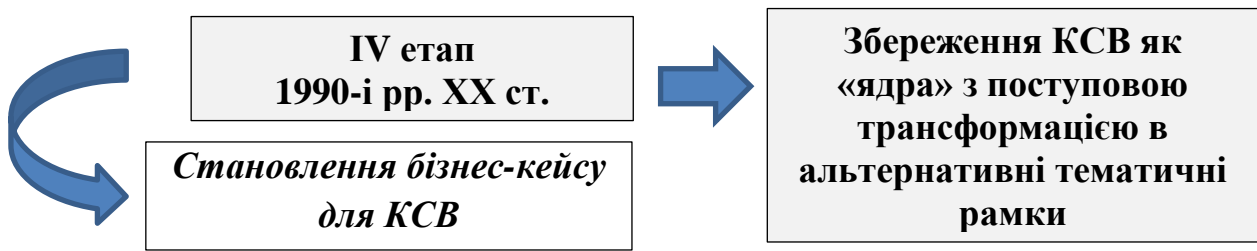


Теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів) (Е. Фрімен, 1984 р.)

формує і пояснює стратегію розвитку фірми з точки зору врахування інтересів зацікавлених сторін. Тобто, ефективність діяльності економічного суб'єкта розглядається в контексті розділення інтересів учасників бізнесу, з позицій економічних інтересів окремих осіб, що розраховують на отримання вигоди від його діяльності.

Взаємодія стейкхолдерів в системі КСВ підприємства





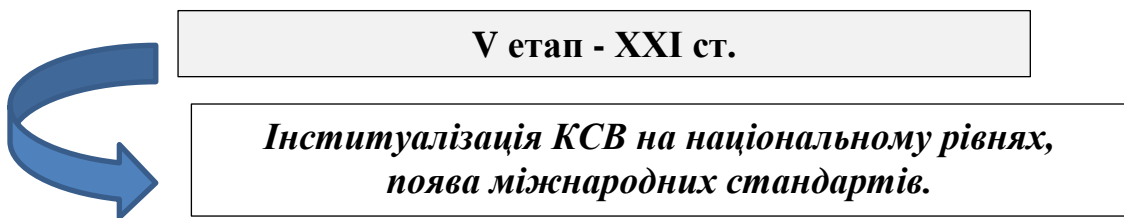
- Розвиток концепції КСВ (**піраміда КСВ, А. Керолл, 1991 р.**);
- Виникає теорія мотивації компаній щодо реалізації КСВ (Д. Вуд) – три мотиваційні причини: управління охороною навколишнього середовища, різноманітними питаннями та стейкхолдерами;
- Поширення концепції сталого розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.);
- Нові визначення КСВ;
- Концепція потрійного критерію (Дж. Елкінгтон, 1998 р.), що передбачає рівновагу між економічними, екологічними та соціальними цілями розвитку, передбачає, що все те, що зроблено добре для суспільства, для навколишнього середовища також позитивно впливає на фінансові показники компанії;
- КСВ визначена як самодостатня сфера корпоративних відносин;
- Виникають організації, які займаються наданням консультацій у сфері соціальної відповідальності (Sustain Ability (1989), Business for Social Responsibility (1992) та CSR Europe (1996));
- КСВ в цей період, від форм простих правил поведінки та звітності, переходить на новий рівень, який виявляється як більш інтенсивний діалог між стейкхолдерами та неурядовими організаціями, запровадження ініціатив, котрі стосуються широкого кола зацікавлених сторін.

А. Керол (1991 р.)

запропонував трактування КСВ, яке припускає відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним (філантропічним) очікуванням, що пред'являються певній організації суспільством в даний період. Згідно з моделлю Керолла КСВ являє собою багаторівневу відповідальність



Вид відповідальності	Характеристика
Економічна відповідальність	Базова функція компанії, що дозволяє задовольняти потреби споживачів та отримувати прибуток
Правова відповідальність	Необхідність дотримання законів бізнесом в умовах ринкової економіки
Етична відповідальність	Діяльність підприємства має відповідати очікуванням суспільства за умов дотримання норм моралі
Філантропічна відповідальність	Діяльність підприємства, спрямована на підтримку і розвиток добробуту суспільства через добровільну участь у реалізації соціальних програм



<p><u>Зміст КСВ пов'язують з досягненням стійких конкурентних переваг</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Глобальний договір ООН (1999 р.); - Зелена книга Європейського союзу «Просування Європейської рамкової концепції задля корпоративної соціальної відповідальності» (2001 рік); - 2010 р. - «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності ISO 26000. Близько 450 експертів з 99 країн світу розробляли цей стандарт, який є першим всесвітньо узгодженим керівництвом для реалізації СВ будь-якою організацією; - Великі корпорації мають повністю укомплектовані відділи КСВ та наймають на роботу менеджерів та консультантів, що займаються цією сферою суспільних відносин. - Розвиваються юридичні та аудиторські фірми, які мають КСВ як основний напрямок своєї діяльності. - Університети та наукові школи проводять конференції та дослідження в сфері КСВ - створення нових професійних асоціацій, КСВ вийшла на рівень найбільших міжнародних ділових та міжурядових форумів (Європейська академія бізнесу в суспільстві (European Academy of Business in Society – EABIS), 2002 р., Глобальна ініціатива відповідального лідерства (Global Responsible Leadership Initiative – RLI), 2004 р., Коаліція за створення екологічно відповідальної економіки, Світовий економічний форум, Світова бізнес рада із стійкого розвитку, Організація економічного співробітництва та розвитку, профільні комісії та конференції ООН)

2.2. Концепція корпоративної соціальної відповідальності

**Корпоративна
соціальна
відповідальність**



добровільне прийняття відповідальності суб'єктом господарювання за рішення та дії, понад встановлені законодавчо-нормативні зобов'язання, що веде до зростання взаємної корисності та максимізації позитивного впливу та/або мінімізації негативного на оточуюче середовище і дозволяє забезпечити стійкий розвиток всіх взаємопов'язаних учасників за рахунок принципу синергічності

Трансформація ідеї корпоративної соціальної відповідальності

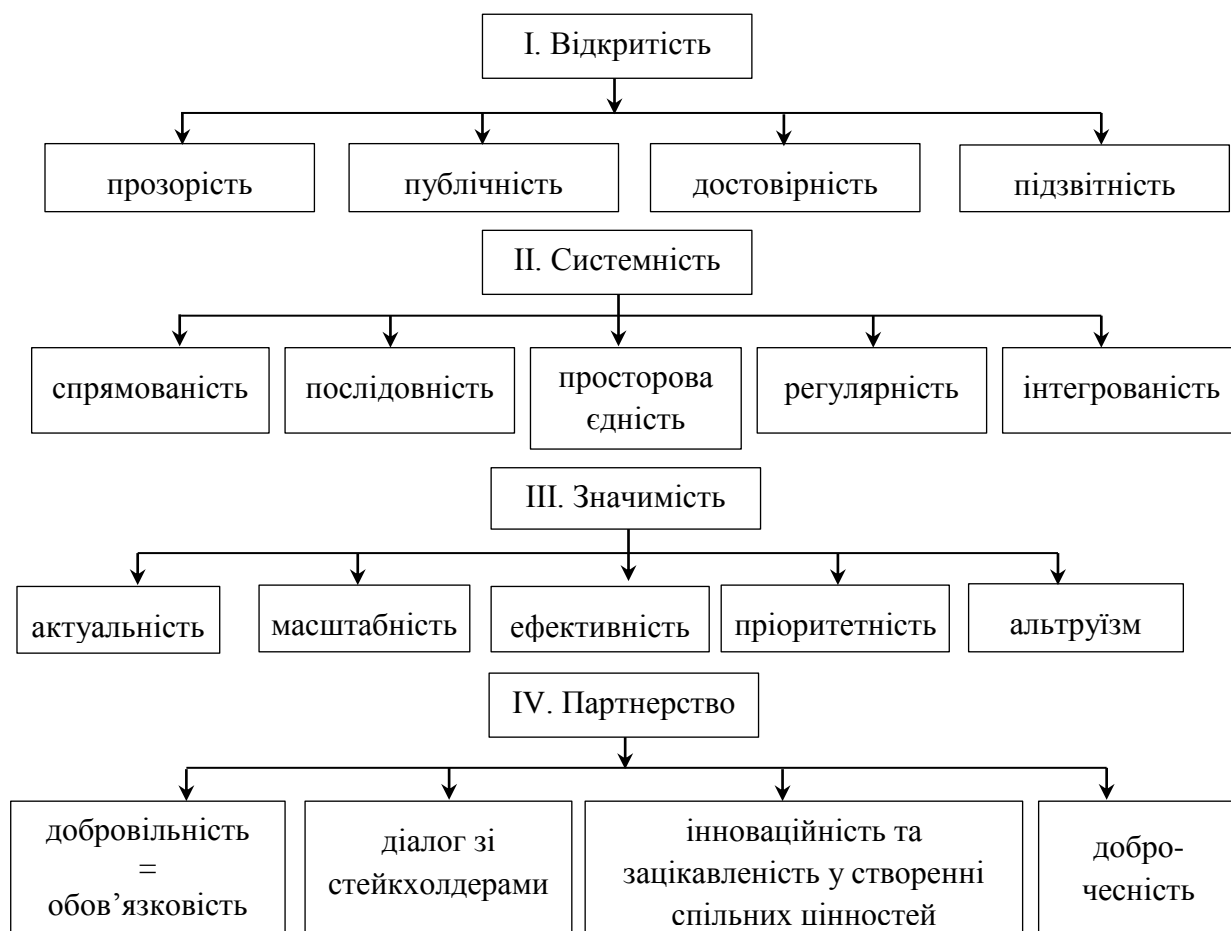


**Корпоративна
соціальна
відповідальність**

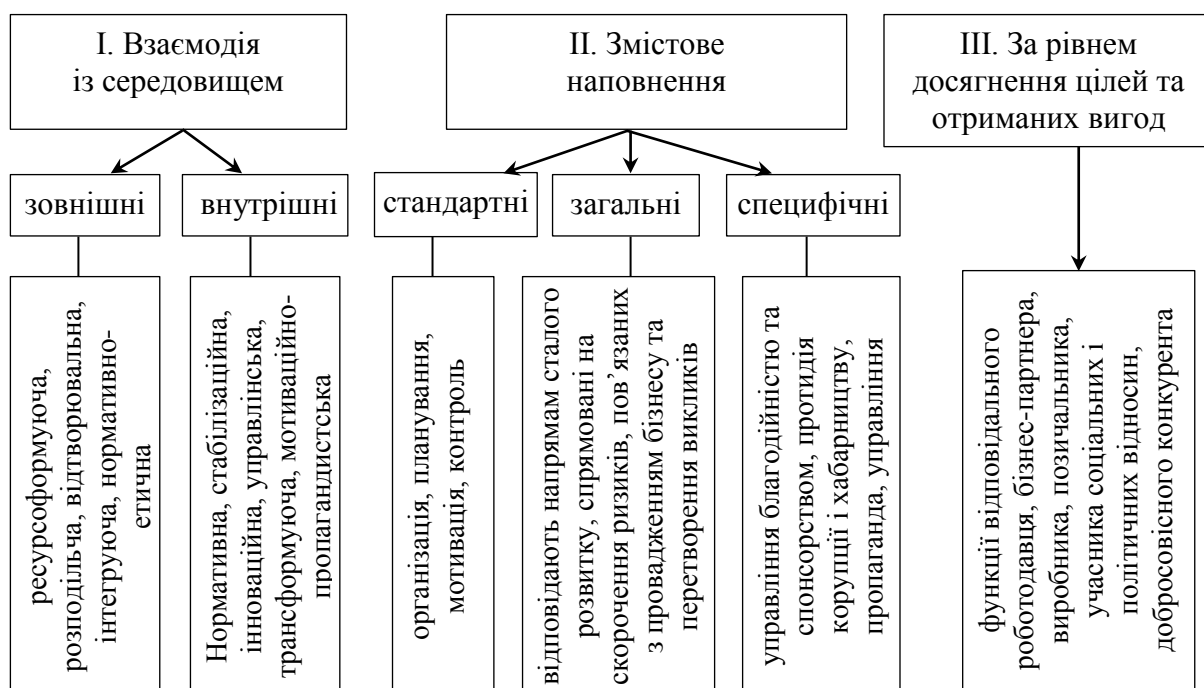


створення спільних цінностей для суспільства задля забезпечення його сталого розвитку на основі інтегрованості принципів соціальної відповідальності у стратегію розвитку підприємства

Специфічні принципи реалізації КСВ на рівні підприємства



Функції корпоративної соціальної відповідальності



КСВ передбачає діяльність як у внутрішньому, так і зовнішньому, середовищі організації:

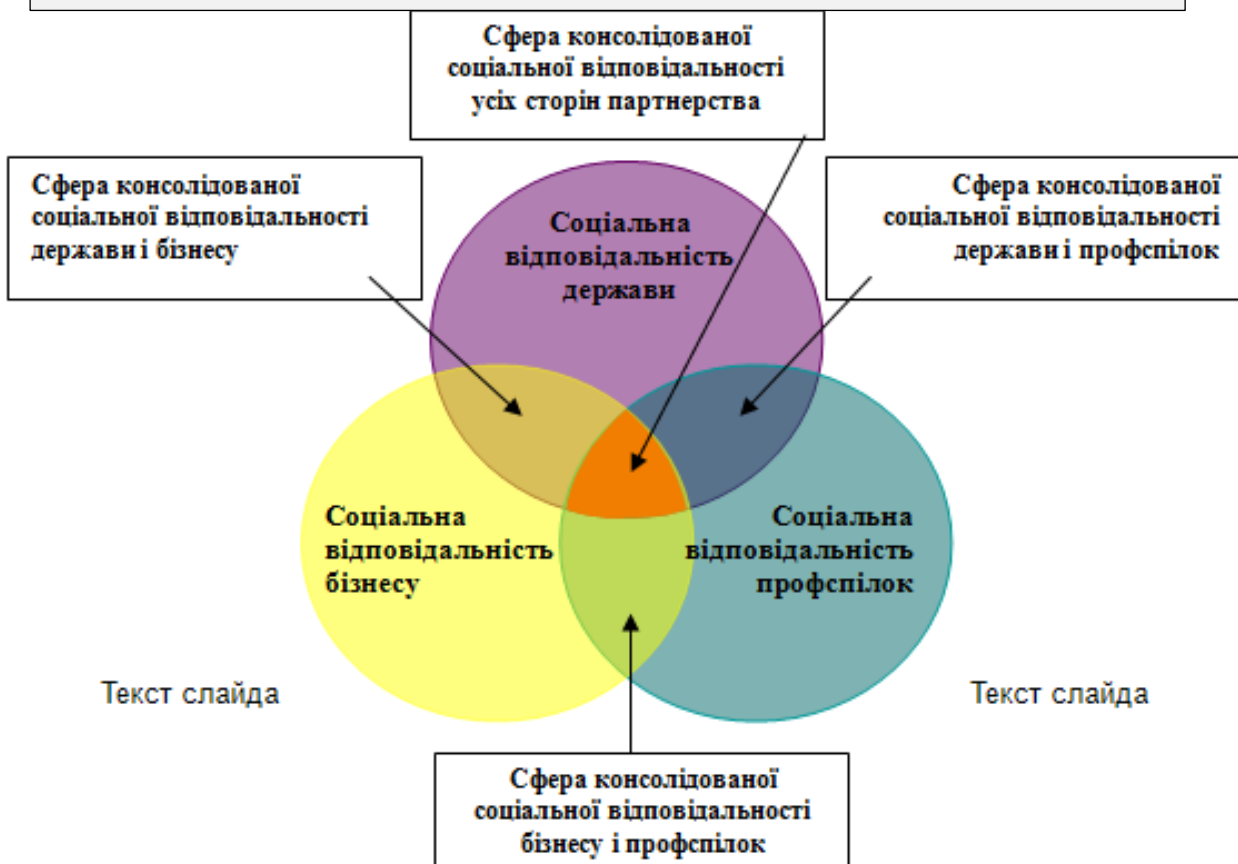
Внутрішнє середовище КСВ

- безпека праці;
- стабільність заробітної плати;
- додаткове медичне та соціальне страхування робітників;
- розвиток людських ресурсів через навчальні програми та програми підготовки і підвищення кваліфікації;
- надання допомоги робітникам в критичних ситуаціях.

Зовнішнє середовище КСВ

- спонсорство та корпоративна благодійність;
- сприяння охороні навколишнього середовища;
- взаємодія з місцевою громадою та місцевими органами влади;
- відповідальність перед споживачами за якість товарів та послуг.

Консолідована соціальна відповідальність партнерів



Реалізація КСВ у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства

Внутрішнє середовище	Зовнішнє середовище
продуктивна зайнятість працівників підприємства	зміцнення традицій чесного і відповідального підприємництва
гідна оплата праці на основі зростання її продуктивності	створення нових робочих місць, розбудова соціальної інфраструктури бізнесу
дотримання прав працівників у сфері соціально-трудова відносин, гарантія свободи діяльності профспілок	сприяння зміцненню соціальної правової держави і громадянського суспільства шляхом дотримання законодавства
«виробнича демократія» – залучення до участі в управлінні підприємствами рядових акціонерів і персоналу	налагодження дієвої системи соціального партнерства в тріаді бізнес-влада-суспільство, фандрайзинг
надання працівникам підприємств різноманітних соціальних послуг та соціальних пакетів	підтримка здорового способу життя, втілення ідеалів гуманізму, свободи, справедливості й солідарності
підвищення освітнього рівня та професійної підготовки кадрів, посадового та професійного зростання	створення сприятливих умов для відтворення і розвитку людського капіталу та його раціонального використання
створення сприятливого соціально-психологічного клімату, виховання працівників у дусі гуманізму, соціальної справедливості і відповідальності	соціальне підприємництво у сферах, важливих для суспільства, соціальні інвестиції, інвестування в розвиток громади, створення соціальних венчурних фондів
удосконалення соціально-трудова, впровадження економічної демократії, соціальне адвокатування	взаємодія з місцевими органами влади і громадами з метою сталого розвитку територій розташування
участь працівників у розподілі прибутків підприємства	впровадження у ділову практику відносин, заснованих на чесності, взаємній довірі
відповідальне споживання ресурсів, технології замкненого циклу	сприяння формуванню раціональної моделі споживання за моделлю кругової економіки
відповідальний та соціально-орієнтований маркетинг	забезпечення якості продукції, прав та інтересів споживачів
спонсорство і корпоративна благодійність	підтримка добровільної суспільно корисної діяльності громадян
безпечні і сприятливі умови праці	охорона навколишнього природного середовища і ресурсозбереження
соціальна (нефінансова) звітність, соціальний аудит і контролінг	ефективний діалог із зацікавленими сторонами і громадськістю
соціальний брендинг, соціальні комунікації, підтримка ділової репутації, корпоративна культура	практика поширення моделі соціально відповідальної поведінки (здоровий спосіб життя, харчування, волонтерство тощо)

2.3. Організація діяльності з соціальної відповідальності підприємства

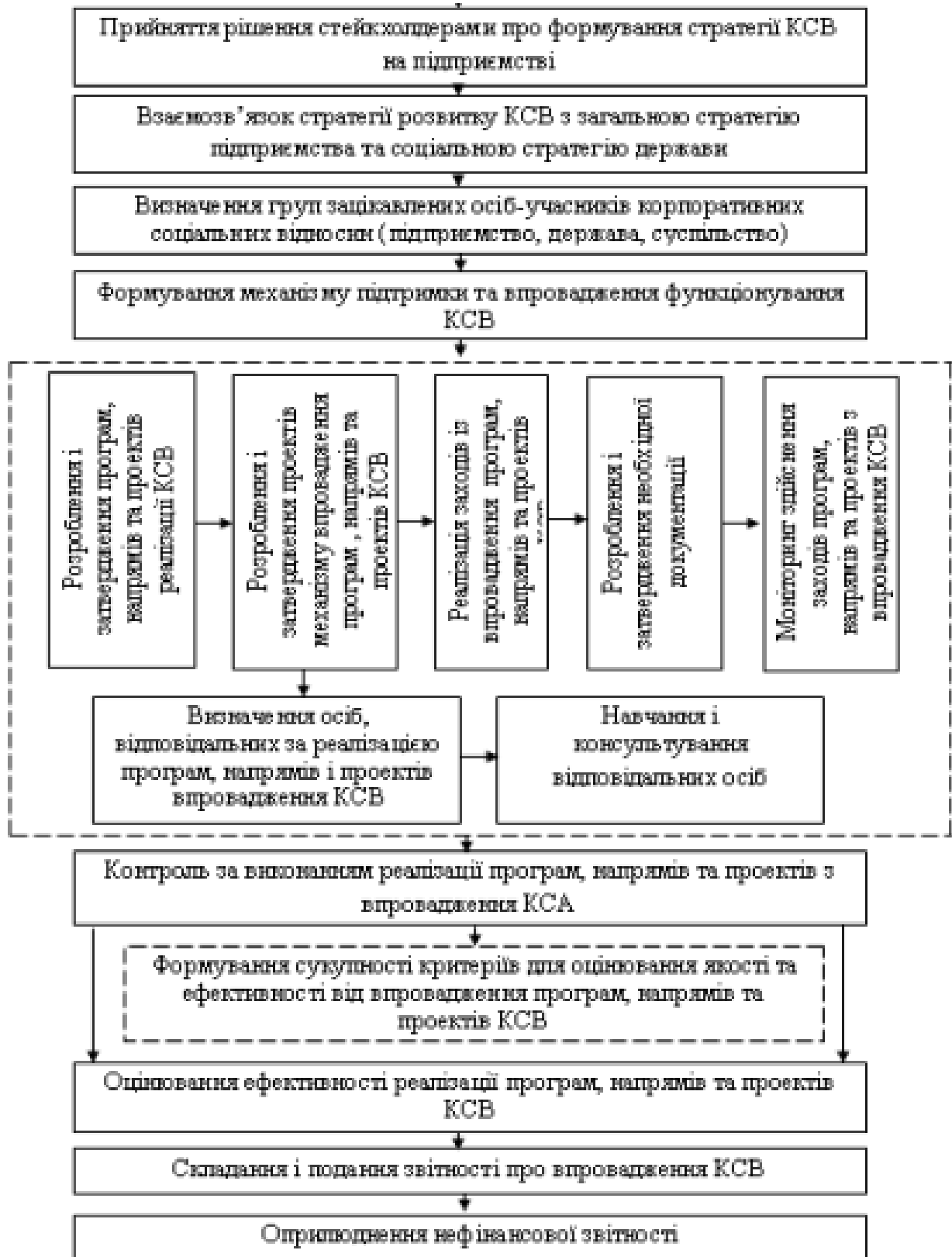
Структура управління СВ на підприємстві

Управлінський рівень	Голова правління (відповідає за розроблення, впровадження та затвердження політики і програм СВ на підприємстві)
Стратегічний рівень	Група Стратегічного планування (розглядає питання стратегічного характеру та результати впровадження політики і програм СВ, погоджує їх)
Практичний рівень	Група з Соціальної відповідальності (розроблення політики і програм СВ, надання звітів щодо їх виконання)

Стадії розвитку КСВ на підприємствах

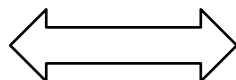


Етапи впровадження соціальної відповідальності на підприємстві



Механізм КСВ в системі стратегічного управління підприємством

Соціальна відповідальність



Стратегія розвитку підприємства



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 2

1. Наукова праця Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» вийшла у світ у:

- а) 1952 р.;
- б) 1953 р.;
- в) 1954 р.;
- г) 1955 р..

2. Концепція, що одержала широке поширення в 20-х роках ХХ ст., згідно якої фірми повинні мати й іншу мету, крім «роблення грошей» – це концепція:

- а) “служіння”;
- б) “соціальної відповідальності”;
- в) “демонстраційного ефекту”;
- г) “соціальної орієнтованості”.

3. З погляду М. Фрідмена, соціальна відповідальність підприємства полягає у:

- а) максимізації соціального ефекту;
- б) збільшенні витрат на соціальні заходи;
- в) оптимальному співвідношенні прибутку та соціального ефекту;
- г) зростанні і максимізації прибутку.

4. Внутрішнє середовище КСВ не включає:

- а) безпеку праці;
- б) надання допомоги робітникам в критичних ситуаціях;
- в) відповідальність перед споживачами за якість товарів та послуг;
- г) розвиток персоналу через навчальні програми та програми підготовки і підвищення кваліфікації.

5. До зовнішнього середовища КСВ належить:

- а) безпека праці;

- б) надання допомоги робітникам в критичних ситуаціях;
- в) відповідальність перед споживачами за якість товарів та послуг;
- г) розвиток персоналу через навчальні програми та програми підготовки і підвищення кваліфікації.

6. Ефективність діяльності економічного суб'єкта розглядається в контексті розділення інтересів учасників бізнесу – це теорія:

- а) конкуруючих сторін;
- б) зацікавлених сторін;
- в) пов'язаних сторін;
- г) співпрацюючих сторін.

7. До стейкхолдерів не належать:

- а) дилери-розповсюджувачі;
- б) засоби масової інформації;
- в) конкуренти;
- г) благодійні організації.

8. Які стейкхолдери зацікавлені в отримання можливості гідної праці, продуктивної зайнятості, стабільності заробітної плати?

- а) акціонери
- б) персонал;
- в) інвестори;
- г) організації-партнери.

9. Споживачі як стейкхолдери найбільше зацікавлені у:

- а) якісних товарах компанії;
- б) прибутковій діяльності компанії;
- в) покращенні технічних та економічних показників роботи компанії;
- г) позитивному іміджі компанії.

10. Стратегічними напрямками системи впровадження КСВ є:

- а) покращення стану навколишнього середовища;
- б) зростання рівня конкурентоспроможності країни;
- в) покращення якості життя населення;
- г) всі відповіді вірні.

11. Правова стадія розвитку корпоративної соціальної відповідальності передбачає, що компанія:

- а) «веде свою діяльність у відповідності з очікуваннями суспільства, зафіксованими на законодавчому рівні;
- б) бере на себе добровільні зобов'язання у області корпоративної соціальної відповідальності, які приносять позитивний ефект у короткостроковий і середньостроковий перспективі;
- в) докладає зусилля для просування принципів корпоративної соціальної відповідальності в діловому співробітництві;
- г) інтегрує корпоративну соціальну відповідальність у стратегію свого розвитку».

12. Стадія розвитку корпоративної соціальної відповідальності, на якій компанія інтегрує корпоративну соціальну відповідальність у стратегію свого розвитку:

- а) технічна;
- б) правова;
- в) функціональна;
- Г) стратегічна.

13. Структури управління корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві складається з трьох рівнів:

- а) управлінського, стратегічного і практичного;
- б) стратегічного, тактичного і практичного;
- в) теоретичного, практичного і наукового;
- г) наукового, стратегічного і практичного.

14. Рада директорів, як підрозділ компанії у сфері корпоративної соціальної відповідальності, здійснює:

- а) реалізацію стратегії і тактики корпоративної соціальної відповідальності;
- б) прийняття принципів рішень щодо розвитку соціально відповідального бізнесу;
- в) затвердження стратегії компанії;
- г) впроваджує технології корпоративної соціальної відповідальності.

15. Розробка програм з соціально відповідальності починається з:

- а) визначення цілей;
- б) виявлення актуальних проблем;
- в) пошуку необхідних засобів;
- г) навчання й консультування відповідальних осіб.

16. Соціально відповідальна поведінка – це:

- а) можливість для організації реалізовувати свої потреби в безпеці до стійкості;
- б) можливість підприємства сформувавши потреби для ведення бізнесу;
- в) можливість оцінювати ефективність ведення бізнесу;
- г) можливість використання зв'язків з громадськістю.

17. До мінімально законодавчо закріплених прав і обов'язків суб'єкта господарювання належить:

- а) забезпечення безпеки, охорони праці своїх працівників;
- б) скорочення викидів шкідливих речовин в атмосферу;
- в) розвиток якості та споживчих властивостей продукції та послуг;
- г) розвиток персоналу через систему професійної підготовки кадрів.

18. Автором наукової теорії зацікавлених сторін, де стейкхолдери розглядаються як «коаліція впливу», рівень

відносин і діалог з якою є критично важливим для менеджменту компанії, являється:

- а) А. Керолл;
- б) М. Фрідман;
- в) Е. Фрімен;
- г) Дж. Елкінгтон.

19. Концепція відповідального маркетингу запропонована:

- а) М.Вебером ;
- б) А.Лаффером;
- в) А.Смітом;
- г) Ф.Котлером.

20. Автором наукової ідеї щодо потрібного критерію, що передбачає трикутник рівноваги між економічними, соціальними та екологічними цілями в системі сталого розвитку підприємства є:

- а) А. Керолл;
- б) М. Фрідман;
- в) Е. Фрімен;
- г) Дж. Елкінгтон.

21. Корпоративні традиції належать до групи корпоративної культури:

- а) цінності;
- б) комунікації;
- в) інновації та зміни;
- г) влада та лідерство.

22. Автором наукової концепції щодо формування піраміди корпоративної соціальної відповідальності, що включає дискреційний, етичний, правовий та економічний складники, є:

- а) А. Керолл;

- б) М. Фрідман;
- в) Е. Фрімен;
- г) Дж. Елкінгтон.

23. Який підхід до соціальної відповідальності відображає мінімальну соціальну відповідальність компанії?

- а) «корпоративний альтруїзм»;
- б) «розумний егоїзм»;
- в) «корпоративний егоїзм»;
- г) «розумний альтруїзм».

24. Який з перелічених видів діяльності не відноситься до внутрішньої соціально відповідальної діяльності?

- а) підтримка ветеранів праці;
- б) управління ланцюгами постачання;
- в) екологічний менеджмент;
- г) програма мотивації і кар'єрного росту.

25. Теоретичні основи розвитку концепції соціальної відповідальності закладено в концепції:

- а) «служіння»;
- б) «потрійного критерію»;
- в) піраміди соціальної відповідальності;
- г) «створення спільних цінностей».

26. Найбільш сучасним підходом до розуміння корпоративної соціальної відповідальності є концепція:

- а) «зацікавлених сторін»;
- б) «потрійного критерію»;
- в) піраміди соціальної відповідальності;
- г) «створення спільних цінностей».

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть учених, праці яких заклали теоретичне підґрунтя для вивчення феномену соціальної відповідальності.
2. Дайте характеристику і зробіть порівняльний аналіз підходів щодо розуміння феномену соціальної відповідальності М. Фрідменом та Е. Фріменом.
3. Розкрийте суть підходу А. Керолла до розуміння соціальної відповідальності бізнесу.
4. Дайте детальну характеристику концепції потрійного критерію.
5. Розкрийте економічний зміст концепції створення спільних цінностей.
6. Дайте характеристику принципам та функціям корпоративної соціальної відповідальності.
7. Визначте рівні управління соціальною відповідальністю на рівні підприємства.
8. Розкрийте складники механізму корпоративної соціальної відповідальності в системі стратегічного управління підприємством.

ТЕМА 3. «ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ З ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

3.1. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті формування взаємовідносин між роботодавцями і працівниками.

3.2. Права людини на робочому місці. Міжнародні ініціативи із захисту прав людини в бізнес середовищі.

3.3. Концепція гідної праці. Соціальний діалог і соціальна відповідальність.

3.1. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті формування взаємовідносин між роботодавцями і працівниками



Соціальна відповідальність роботодавця формується у відносинах з:

працівниками

споживачами

постачальниками

навколишнім середовищем

суспільством

Соціальна відповідальність роботодавця у відношенні до працівника включає:

Гідні умови праці

Гідна заробітна плата

Безпека та охорона праці

Розвиток соціального партнерства

Дотримання трудового законодавства

Відсутність дискримінації на робочому місці за гендерною, віковою та іншими ознаками

Можливості професійного та соціального зростання для кожного працівника

Здоровий клімат та етику взаємовідносин у колективі

дотримання трудових і соціально-економічних прав працівників та врахування їхніх інтересів, встановлення додаткових пільг та гарантій

Соціальна відповідальність працівника охоплює:

Відповідальне, добросовісне ставлення до праці

Підвищення продуктивності праці, націоналізаторська активність

Додержання вимог професійного розвитку

Дотримання правил трудової поведінки та безпеки праці

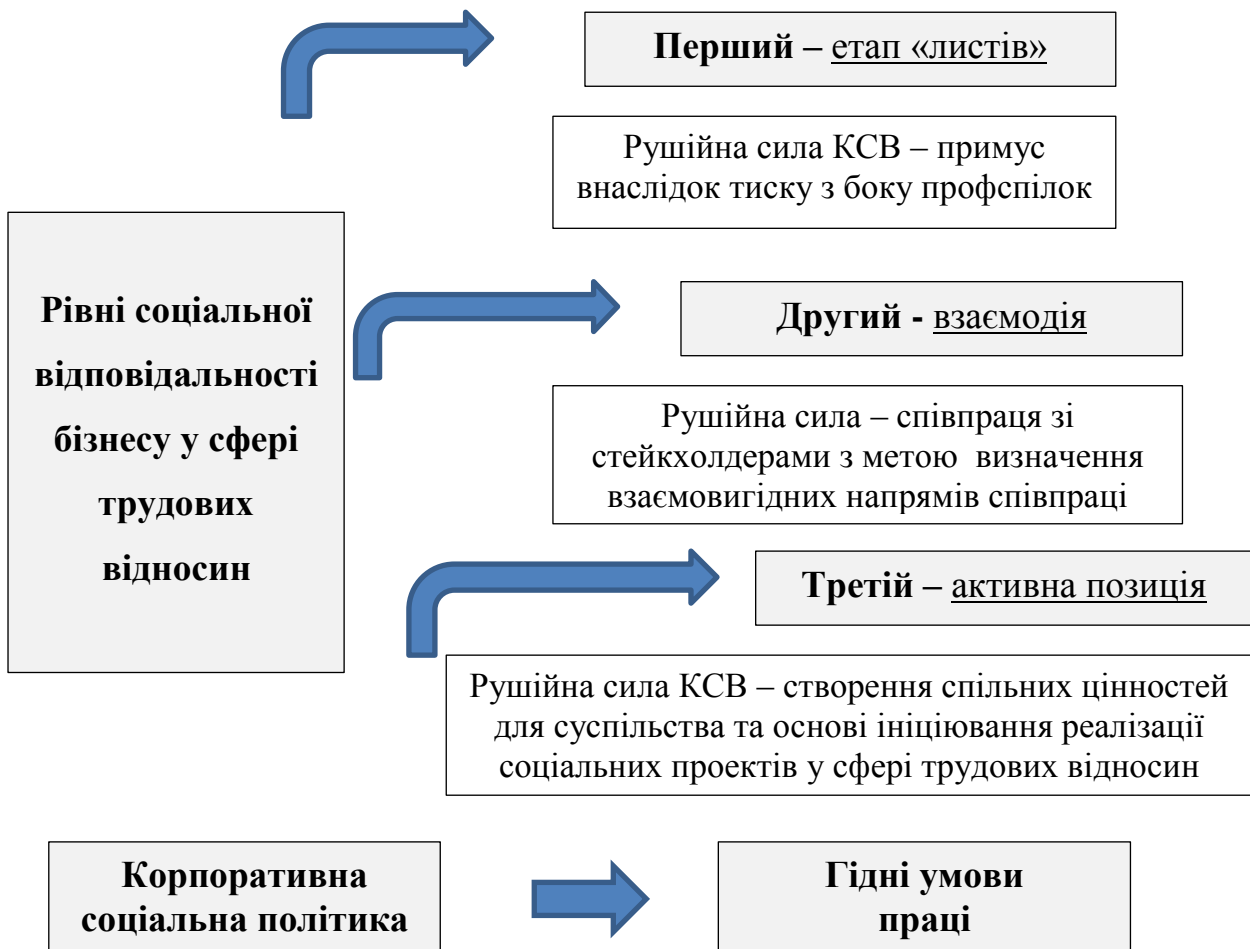
Участь у соціальному партнерстві

Дотримання правил корпоративної етики

Дотримання переваг соціально відповідальної поведінки у трудовій сфері

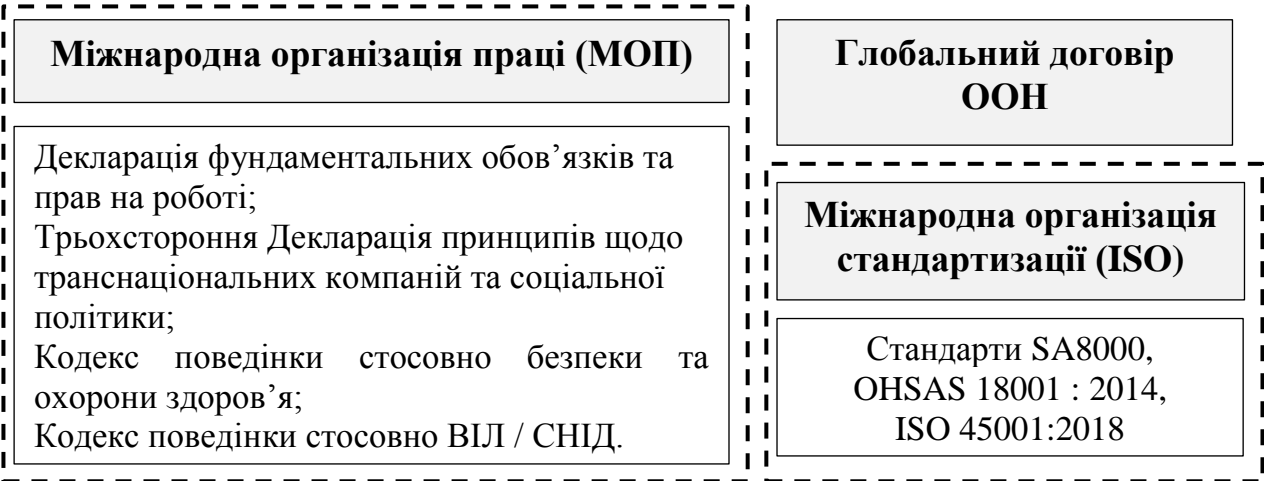
Доброчесність і комплаєнс у сфері трудових відносин

Уникання практики тіншової зайнятості



3.2. Права людини на робочому місці.
Міжнародні ініціативи із захисту прав людини в бізнес середовищі

Основні міжнародні документи, що регулюють СВБ в розрізі профільних організацій



Стандарти щодо соціальної відповідальності підприємства охоплюють питання, які регламентують



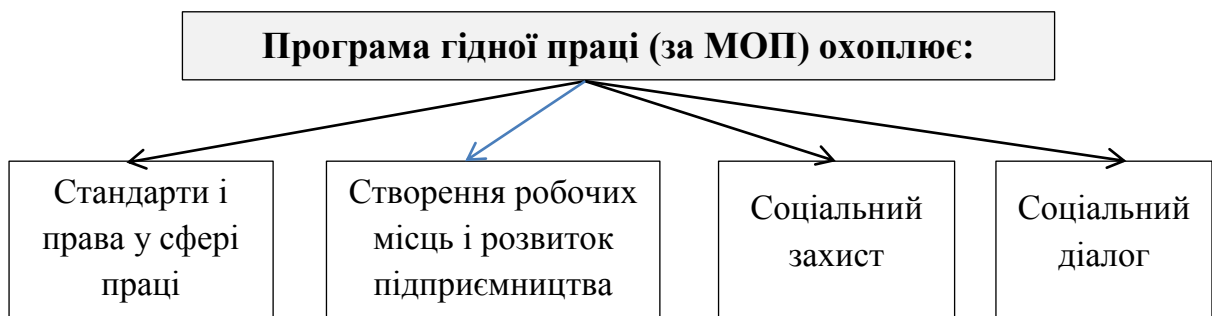
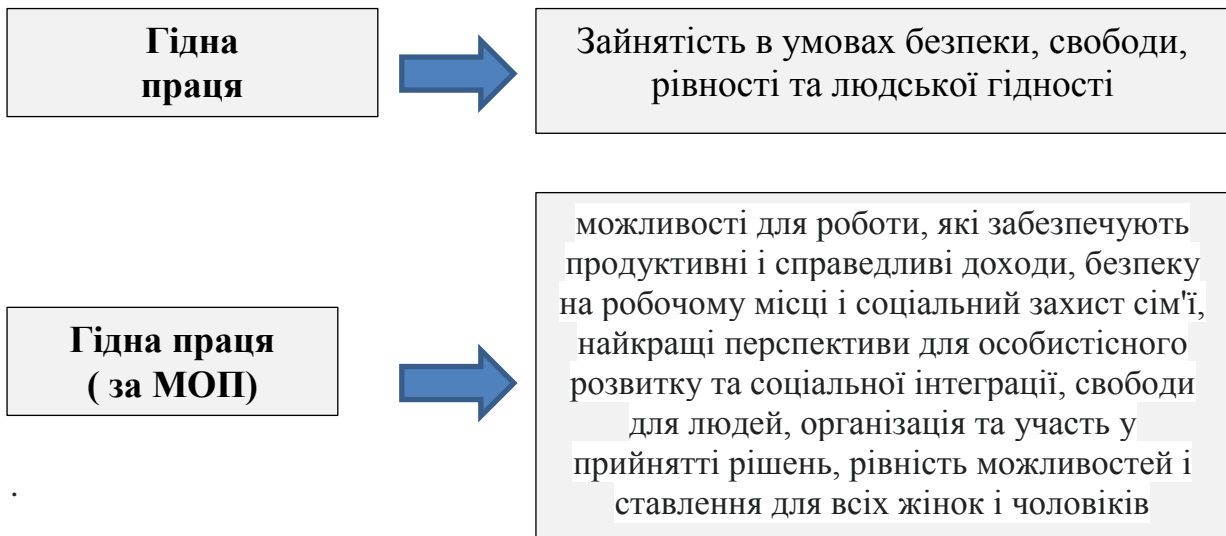
Стандарти КСВ у сфері менеджменту соціальної відповідальності та охорони праці

Назва	Характеристики та основні вигоди від використання стандарту
<p>SA 8000 : 2014 «Система менеджменту соціальної відповідальності» (червень, 2014 року)</p>	<p>Стандарт спрямований на поліпшення умов праці, життєвого рівня працівників, усунення дискримінації праці, сутність якого складає низка вимог щодо соціального захисту за такими напрямками, як дитяча праця; примусова праця; охорона праці; свобода об'єднань і право на укладання колективного договору; дискримінація; дисциплінарні заходи; робочий час; заробітна плата; системи управління. Стандарт забезпечує визначення етичних критеріїв виробництва товарів і послуг. Вигоди для підприємства: чітке визначення порядку та умов приймання на роботу і здійснення трудової діяльності; соціальна відповідальність встановлюється як закон при веденні бізнесу; постійне удосконалення умов праці; можливість за допомогою сертифікації провести незалежну перевірку соціальної орієнтованості підприємства; висока мотивація персоналу, що у свою чергу дозволяє ефективніше застосовувати сучасні системи менеджменту для досягнення намічених цілей, забезпечуючи при цьому постійну рентабельність.</p>

**Стандарти КСВ у сфері менеджменту
соціальної відповідальності та охорони праці**

Назва	Характеристики та основні вигоди від використання стандарту
<p>OHSAS 18001 «Система менеджменту професійної безпеки та здоров'я» (національний нормативний документ ДСТУ OHSAS 18001:2010 «Системи управління гігієною та безпекою праці. Вимоги»</p>	<p>Міжнародний стандарт, в якому описані вимоги до розробки і впровадження систем управління на підприємстві стосовно охорони здоров'я та безпеки праці; сфокусований на управлінні факторами ризику в галузі охорони праці та промислової гігієни, в центрі уваги процедурні питання, розглядає можливі ризики. Організації та підприємства, що розробили та впровадили систему відповідно вимогам OHSAS 18001:2007, знижують ризики штрафувань, а у випадках, пов'язаних з виникненням виробничих травм, профзахворювань та нещасних випадків - знижують ризик нести правову відповідальність та попадати під судовий розгляд. Крім того, впровадження даного стандарту може стати складовою стратегічного планування підприємства, і розглядатись як ефективна інвестиція в підприємство, яке піклується про безпеку, здоров'я та майбутнє своїх працівників. Додатково до OHSAS 18001 був виданий стандарт OHSAS 18002, в якому роз'яснено вимоги до стандарту, а також описані настанови стосовно створення системи. Це свого роду методичний посібник, завдяки якому зручно проходити сертифікацію на відповідність стандарту OHSAS 18001. У зв'язку з прийняттям ISO 45001:2018 організації, які на даний час сертифіковані за OHSAS 18001 (який буде вилучено) мають трирічний термін для пересертифікації за ISO 45001:2018</p>
<p>ISO 45001:2018 «Системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці. Вимоги та рекомендації щодо застосування» (березень, 2018 р.)</p>	<p>сфокусований на взаємодії між організацією і її бізнес-оточенням, в центрі уваги процеси у сфері охорони здоров'я і праці, розглядає як ризики, так і можливості, орієнтований на поліпшення системи менеджменту в умовах мінливого середовища. Організація отримує наступні вигоди: скорочення випадків травматизму і професійних захворювань на робочих місцях; зниження кількості і тривалості лікарняних, плинності кадрів, що призведе до підвищення продуктивності праці; зниження кількості і вартості страхових виплат; створення культури здоров'я і безпеки, в результаті чого заохочується активна участь співробітників в їх власній системі менеджменту ОЗіБП; фокус на лідерство керівництва, а не просто управління СМОЗіБП, що забезпечить її очікувану результативність і постійне поліпшення; можливість виконання законодавчих та нормативно-правових вимог у сфері ОЗіБП; поліпшення репутації організації; зміцнення морального духу персоналу, поліпшення корпоративної культури.</p>

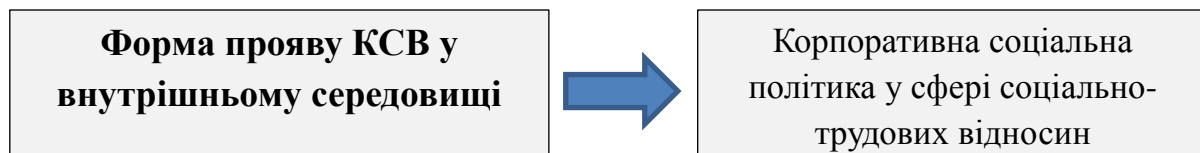
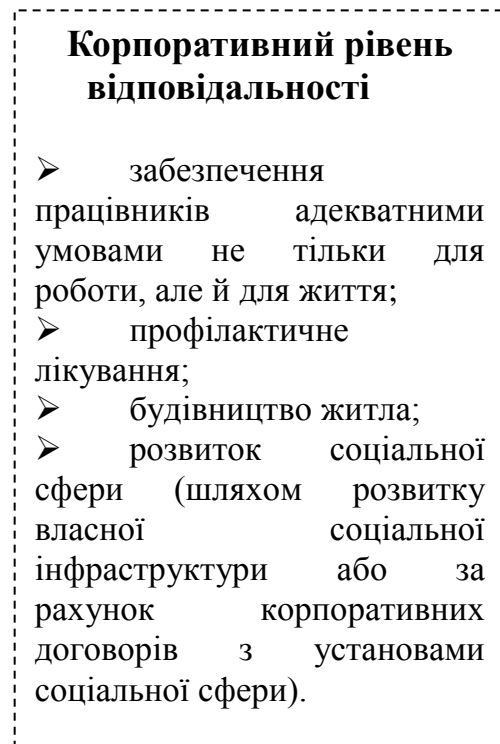
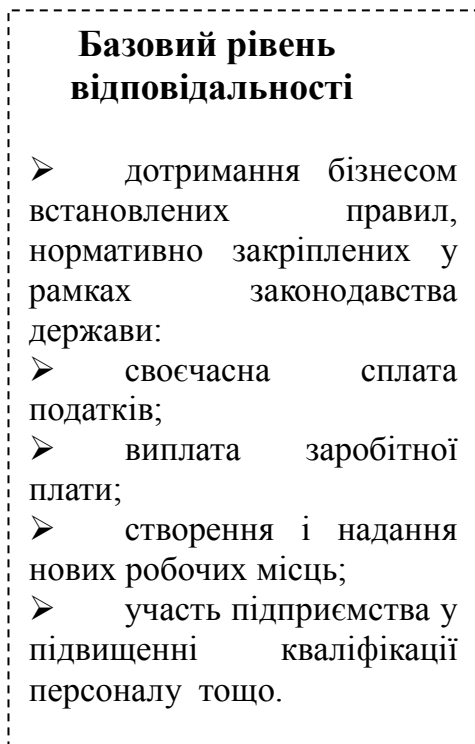
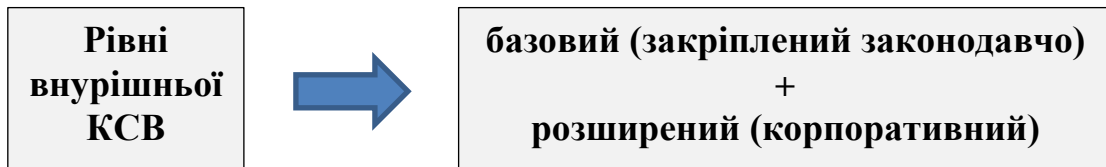
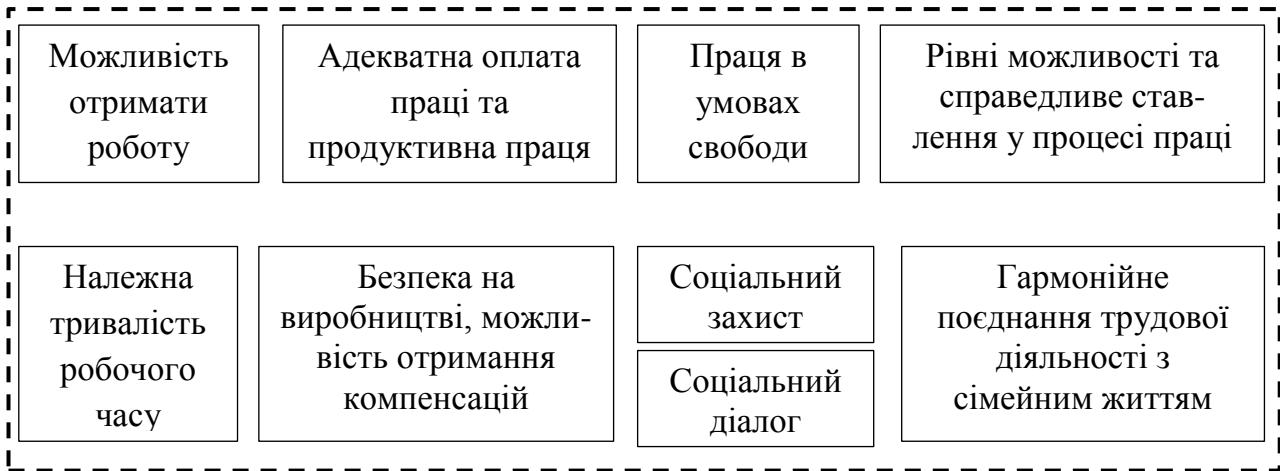
3.3. Концепція гідної праці. **Соціальний діалог і соціальна відповідальність.**



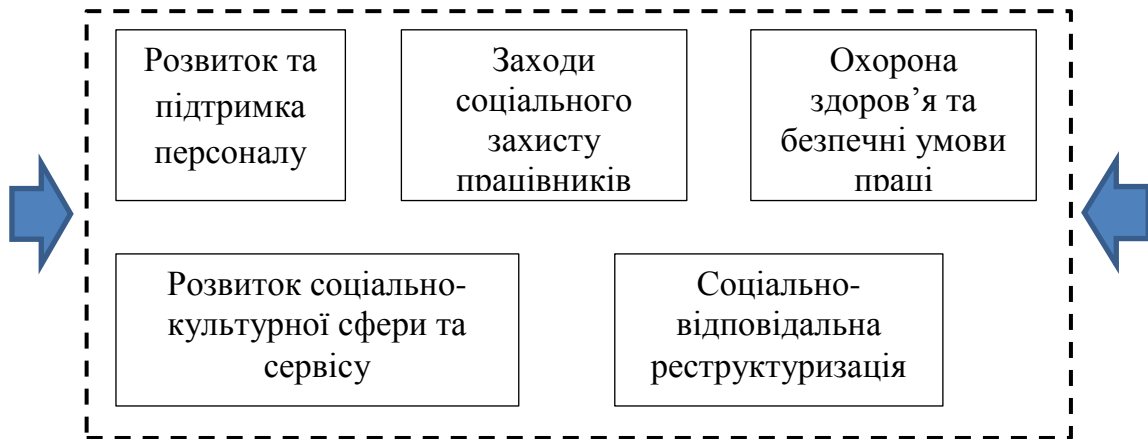
Економічний зміст поняття гідної праці у науковій літературі:

-
- «вища форма соціально-трудова відносин і одне з найскладніших суспільних явищ через різноманіття і різноспрямованість причинно-наслідкових зв'язків між його різними елементами і факторами, що визначають характер і тенденції розвитку»
 - «ідеальна модель трудових відносин»
 - «підґрунтя та необхідна умова підвищення якості трудового життя, що характеризується ефективним розвитком та використанням трудового потенціалу, з одного боку, і рівнем добробуту та духовного розвитку людини через її діяльність – з іншого боку»
 - «впливовий фактор формування нових трудових відносин», що відповідає Цілям сталого розвитку 2016-2030 (ЦСР 8)

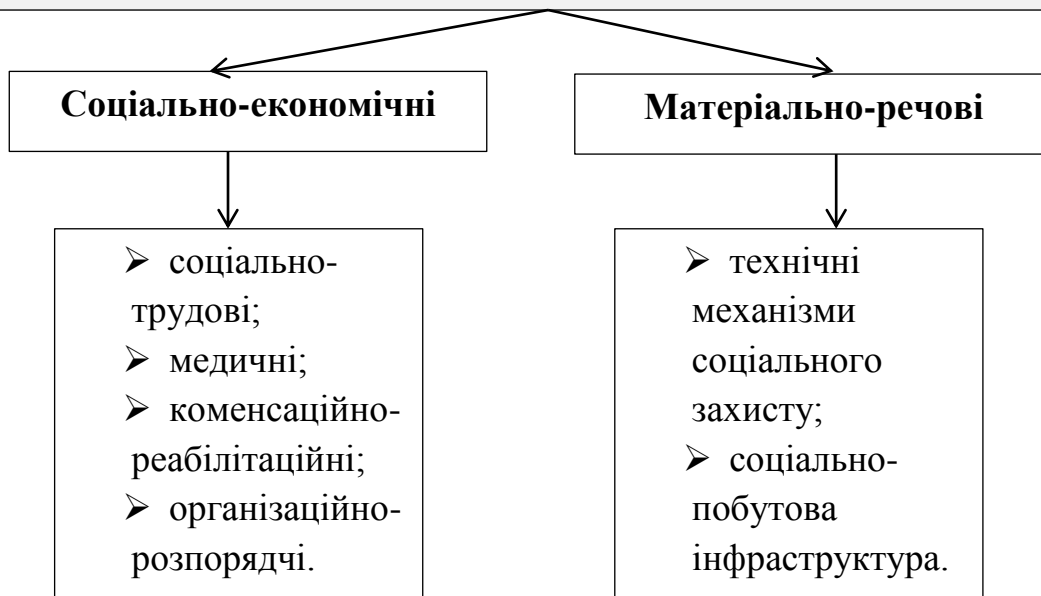
**Складові та напрями оцінювання рівня досягнень
у забезпеченні умов для гідної праці**



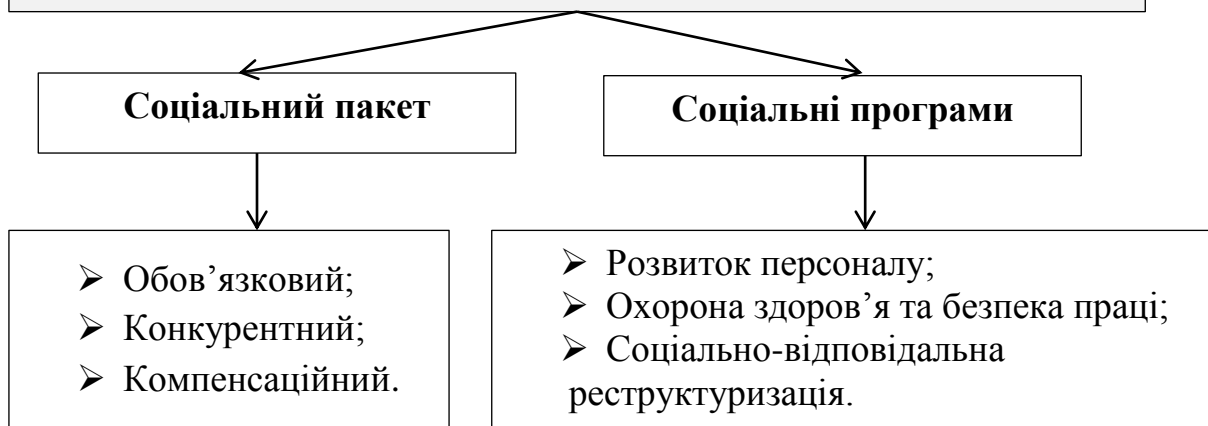
Напрями реалізації КСВ у соціально-трудових відносинах

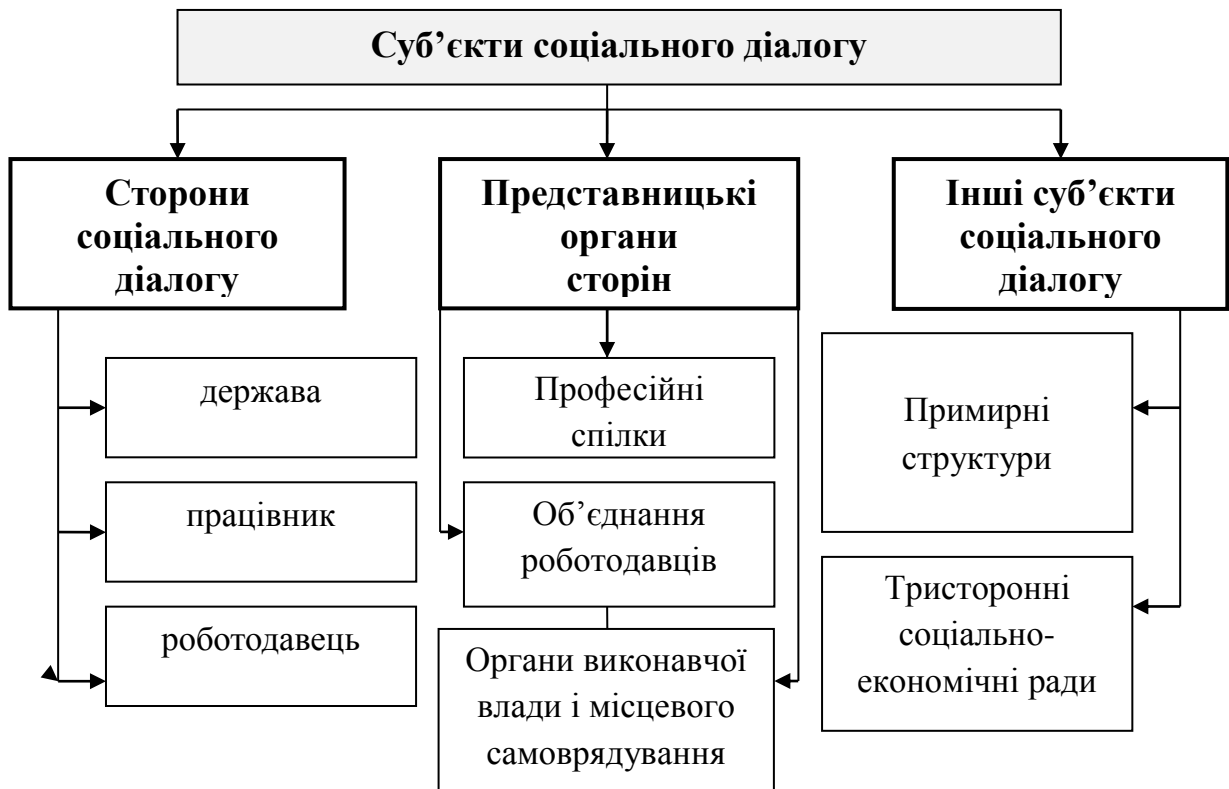


Механізми реалізації КСВ у сфері праці



Інструменти внутрішньої КСВ у сфері праці





ТЕСТОВІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 3

Завдання 1. Дати визначення поняттю:

Базовий рівень внутрішньої соціальної відповідальності включає – ...

Обов'язковий соціальний пакет включає – ...

Соціальний діалог – ...

Концепція гідної праці – ...

Завдання 2. Визначити правильне чи хибне твердження:

1) Соціальні блага є важливим чинником стимулювання працівників, тому порядок надання соціальних послуг та їх перелік повинні бути закріплені в колективному договорі.

2) Кодекс поведінки стосовно безпеки та охорони здоров'я містить практичні рекомендації стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я як у державному, так і в приватному секторі.

Завдання 3. Віднайти єдину правильну відповідь:

1. Обов'язковий соціальний пакет включає:

- а) оплату листків тимчасової непрацездатності;
- б) компенсацію вартості палива при використанні працівником особистого автомобіля;
- в) оплату спортивних заходів;
- г) всі відповіді правильні.

2. Соціальний захист - це:

а) можливість для економічно активного населення мати продуктивну зайнятість, яка б задовольняла умови безпеки, свободи, рівності та людської гідності;

б) система гарантій дотримання інтересів працівників у разі втрати або зниження доходів внаслідок безробіття каліцтва, право на соціальне, медичне і пенсійне страхування і забезпечення, а також надання додаткового соціального пакету та інших соціальних послуг;

в) право на ведення колективних переговорів, спільного пошуку і прийняття рішень у разі виникнення трудових конфліктів; включає систему заходів, що забезпечують співпрацю працівників і роботодавців;

г) добровільний моніторинг, сертифікація та оцінювання умов праці у міжнародних компаніях на глобальних ринках.

3. Що не відноситься до внутрішньої СВБ:

а) навчальні програми;

б) випуск якісної продукції;

в) безпека праці;

г) допомога в ліквідації стихійного лиха.

4. Врегульована нормами права специфічна система суспільних колективних правових відносин між власниками засобів виробництва (роботодавцями) та найманими працівниками в 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.

5. Корпоративні традиції належать до групи корпоративної культури:

а) цінності;

б) комунікації;

в) інновації та зміни;

г) влада та лідерство.

6. Конкурентний соціальний пакет включає:

а) оплату листків тимчасової непрацездатності;

б) компенсацію вартості палива при використанні працівником особистого автомобіля;

в) оплату спортивних заходів;

г) всі відповіді правильні.

7. Концепція гідної праці за інтерпретацією МОП це:

а) можливість для економічно активного населення мати продуктивну зайнятість, яка б задовольняла умови безпеки, свободи, рівності та людської гідності;

б) система гарантій дотримання інтересів працівників у разі втрати або зниження доходів внаслідок безробіття каліцтва, право на соціальне, медичне і пенсійне страхування і забезпечення, а також надання додаткового соціального пакету та інших соціальних послуг;

в) право на ведення колективних переговорів, спільного пошуку і прийняття рішень у разі виникнення трудових конфліктів; включає систему заходів, що забезпечують співпрацю працівників і роботодавців;

г) добровільний моніторинг, сертифікація та оцінювання умов праці у міжнародних компаніях на глобальних ринках.

8. Кодекси, які включають положення про цінності організації, її філософію та цілі (викладають основи корпоративної культури):

а) моральні;

б) корпоративні;

в) трудові;

г) професійні.

9. Двостороння угода, за якою працівник зобов'язується особистою працею виконувати обумовлену договором роботу з дотриманням встановленого трудового розпорядку, а роботодавець зобов'язується виплачувати працівникові відповідну заробітну плату та забезпечити належні умови праці, це:

а) соціальне партнерство;

б) соціальна політика;

в) колективний договір;

г) трудовий договір.

10. до складу соціального пакету належить:

- а) обов'язковий соціальний пакет;
- б) споживчий соціальний пакет;
- в) компенсаційний соціальний пакет;
- г) правильні відповіді а) і в).

4. Встановити відповідність наступними між поняттями:

1. ISO 45001:2018	А. Міжнародний стандарт КСВ у сфері менеджменту та охорони праці, спрямований на поліпшення умов праці, життєвого рівня працівників, усунення дискримінації праці, сутність якого складає низка вимог щодо соціального захисту
2. Декларація фундаментальних обов'язків та прав на роботі	Б. Міжнародний стандарт КСВ у сфері менеджменту та охорони праці, в якому описані вимоги до розробки і впровадження систем управління на підприємстві стосовно охорони здоров'я та безпеки праці; сфокусований на управлінні факторами ризику в галузі охорони праці та промислової гігієни, в центрі уваги процедурні питання, розглядає можливі ризики
3. OHSAS 18001	В. Міжнародний стандарт КСВ у сфері менеджменту та охорони праці, сфокусований на взаємодії між організацією і її бізнес-оточенням, в центрі уваги процеси у сфері охорони здоров'я і праці, розглядає як ризики, так і можливості, орієнтований на поліпшення системи менеджменту в умовах мінливого середовища
4. SA 8000	Г. провадить рамки міжнародних прав працівників через прийняті міжнародною спільнотою «ключові стандарти трудових відносин»

Завдання 5.

Надати характеристику формуванню взаємовідносин працівника і роботодавця підприємства (на прикладі ТК Водафон або НАК Нафтогаз).

Завдання 6.

За офіційними даними Державної служби статистики (табл. 3.1) надати характеристику рівня та динаміки соціальних показників розвитку підприємництва в Україні за 2017-2019 рр.

Таблиця 3.1

Динаміка соціальних показників розвитку підприємництва в Україні за 2017-2019 рр.

№ зп	Найменування показника, одиниці виміру	2017 рік	2018 рік	Відхилення від попереднього періоду		2019 рік	Відхилення від попереднього періоду	
				+/-	%		+/-	%
1.	Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	5812,9	5959,5	146,6	2,5	6407,5	448	7,5
2.	Кількість найманих працівників, тис. осіб	5714,6	5870,6	156	2,7	6241,9	371,3	6,3
3.	Витрати на персонал, млрд. грн.	570	727,1	157,1	27,6	901,2	174,1	23,9
4.	Середньомісячна зар. плата, грн.	7104	8865	1761	24,8	10497	1632	18,4
5.	Продуктивність праці на 1 штатн. працівника, млн. грн. на особу	634,5	734,4	99,9	15,7	846,6	112,2	15,3

Завдання 7.

Дати характеристику рівню зайнятості суб'єктів підприємницької діяльності в Україні за їх видами (рис. 3.1). Визначити рівень зайнятості персоналу в малому та середньому бізнесі України (рис. 3.2).

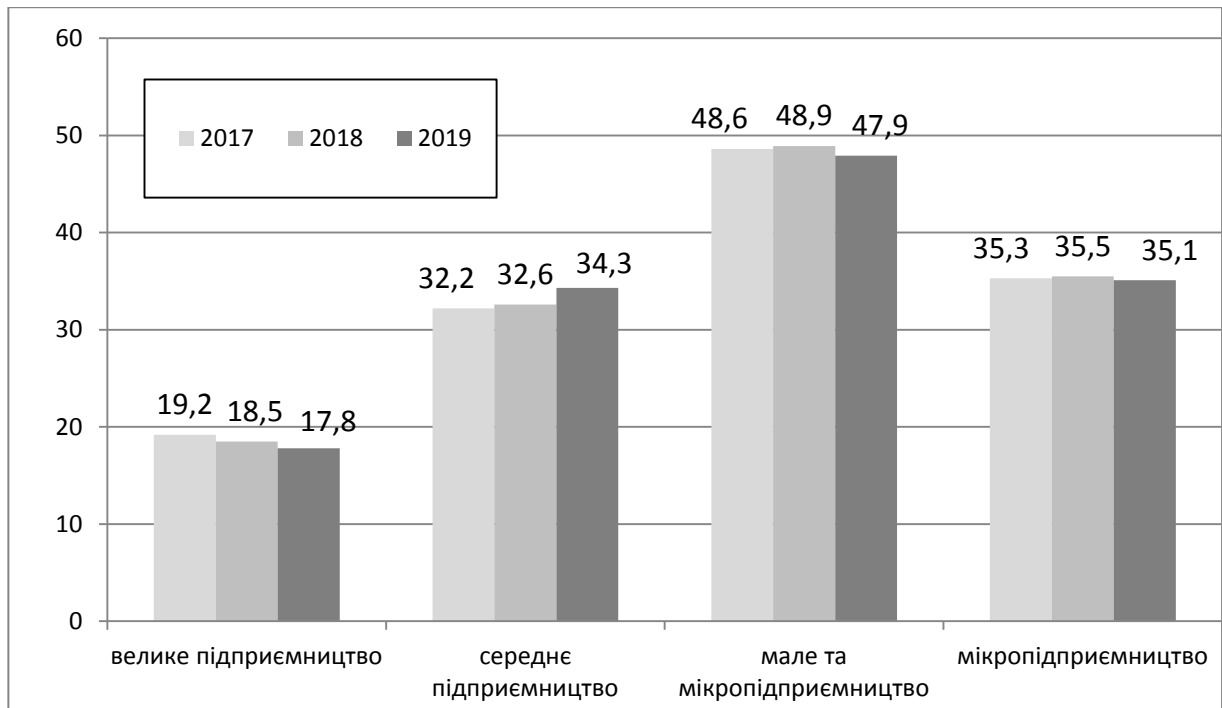


Рис. 3.1. Частка суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємства у загальній кількості зайнятих працівників, %

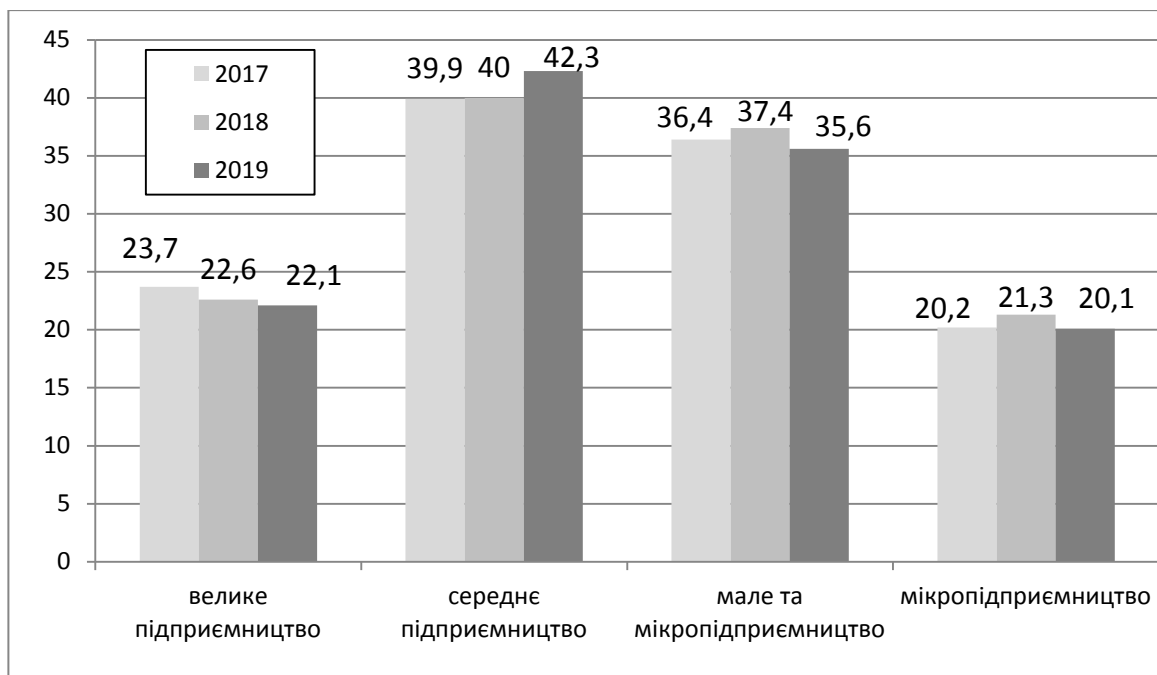


Рис. 3.2. Частка суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємства у загальній кількості найманих працівників, %

Завдання 8.

За даними рисунку 3.3 надати комплексну характеристику витратам суб'єктів підприємницької діяльності в Україні на утримання персоналу.

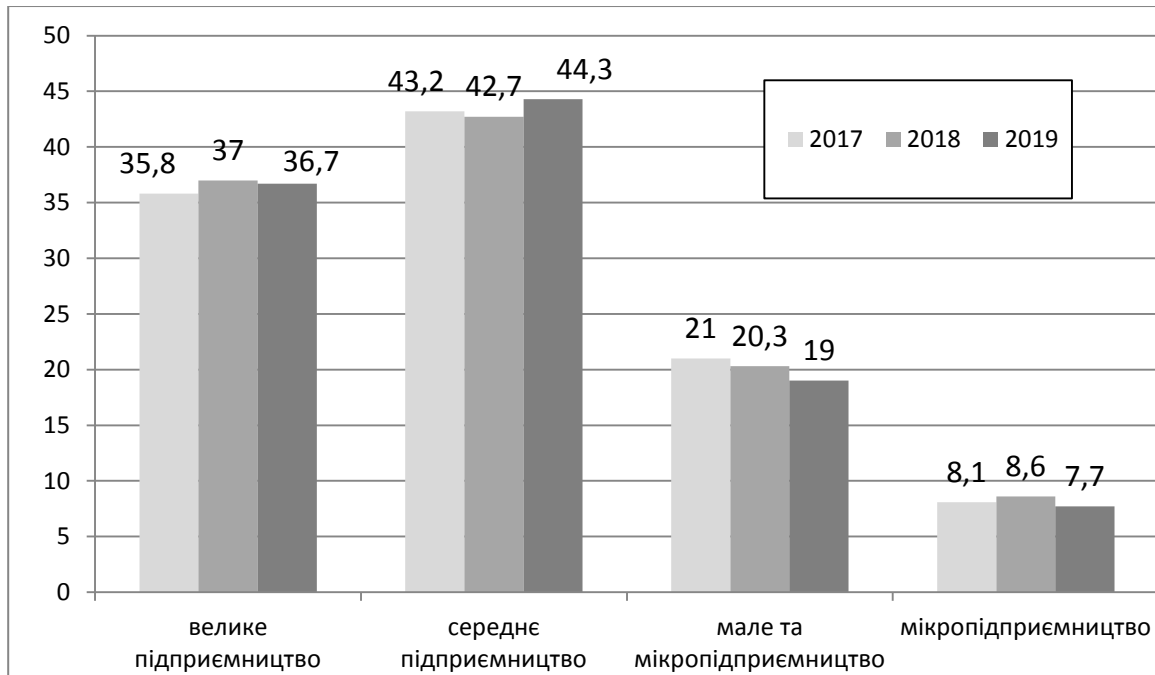


Рис. 3.3. Частка суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у загальних витратах на персонал, %

За даними Державної служби статистики визначити розміру номінальної, реальної та середньомісячної заробітної плати персоналу в Україні, т.ч. і в розрізі видів економічної діяльності. Визначити рівень гендерної сегрегації в оплаті праці підприємств України.

Завдання 9.

Сприятливі та безпечні умови праці є запорукою стійкості та стабільності економіки, здатності до саморозвитку і соціального прогресу кожного суб'єкта господарювання, тому у системі соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності важливим є дослідження системи охорони праці та виробничого

травматизму на підприємствах. За даними таблиці 3.2 та рисунку 3.4 надати комплексну характеристику сучасному стану безпеки праці на підприємствах України.

Таблиця 3.2

Динаміка кількості працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці на підприємствах України за 2015-2019 рр.

№ зп	Найменування показника, одиниці виміру	2015 рік	2017 рік	Відхилення від попереднього періоду		2019 рік	Відхилення від попереднього періоду	
				+/-	%		+/-	%
1.	Кількість штатних працівників, тис. осіб	898,7	838,6	-60,1	-6,7	834,4	-4,2	-0,5
2.	Частка працівників, %	28,9	28,4	-0,5	-1,7	29,6	1,2	4,2

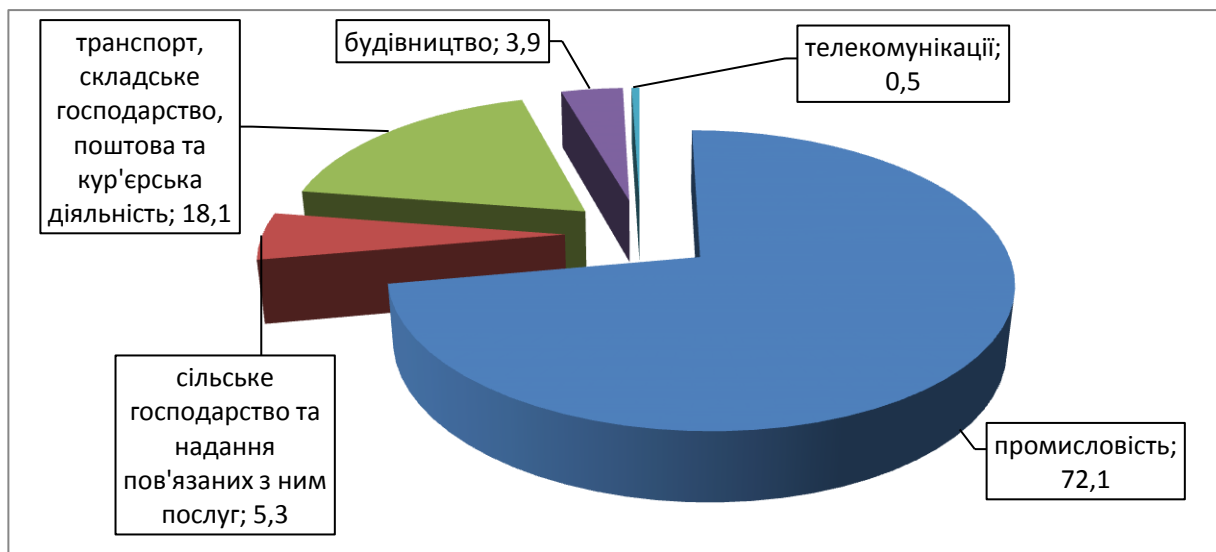


Рис. 3.4. Розподіл працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці, за окремими видами економічної діяльності станом на 31.12.2019 р., %

Завдання 10.

В контексті формування соціальної відповідальності підприємництва на засадах сталого розвитку важливого значення набуває реалізація програмних завдань Цілі 8 «Гідна праця та

економічне зростання» (ЦСР 2016-2030), яка інкорпорує активізацію економічного та соціального вектору формування соціальної відповідальності бізнесу у відносинах з персоналом та стейкхолдерами мезосередовища. За даними Моніторингового звіту, підготовленого Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства спільно з низкою наукових та експертних організацій (див. Цілі сталого розвитку Україна : ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання» : моніторинговий звіт. К.: Державна служба статистики України, 2020. 96 с.) визначити прогрес у досягненні ключових парламентів, що стосуються гідної праці (завдання 8.3-8.6).

Питання для самоконтролю:

1. Визначте і надайте детальну характеристику рівням, на яких формується корпоративна соціальна відповідальність у трудових відносинах.

2. Розкрийте основні та похідні принципи реалізації корпоративної соціальної відповідальності у сфері трудових відносин.

3. Назвіть елементи соціальної відповідальності роботодавця у відношенні до працівника.

4. Які напрями діяльності охоплює соціальна відповідальність працівника.

5. Назвіть основні міжнародні документи, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу у розрізі профільних організацій.

6. Надайте характеристику стандартам у сфері менеджменту соціальної відповідальності та охорони праці.

7. Що включає в себе концепція гідної праці. Яка ціль сталого розвитку корелює з нею?

8. Надайте характеристику базовому та розширеному рівням внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, а також назвіть основні інструменти їх реалізації.

9. Дайте визначення поняттю соціального діалогу та назвіть його основні сторони на макрорівні.

ТЕМА 4. «ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

4.1. Складові зовнішньої відповідальності бізнесу.

4.2. Соціальна відповідальність бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності.

4.3. Новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії.

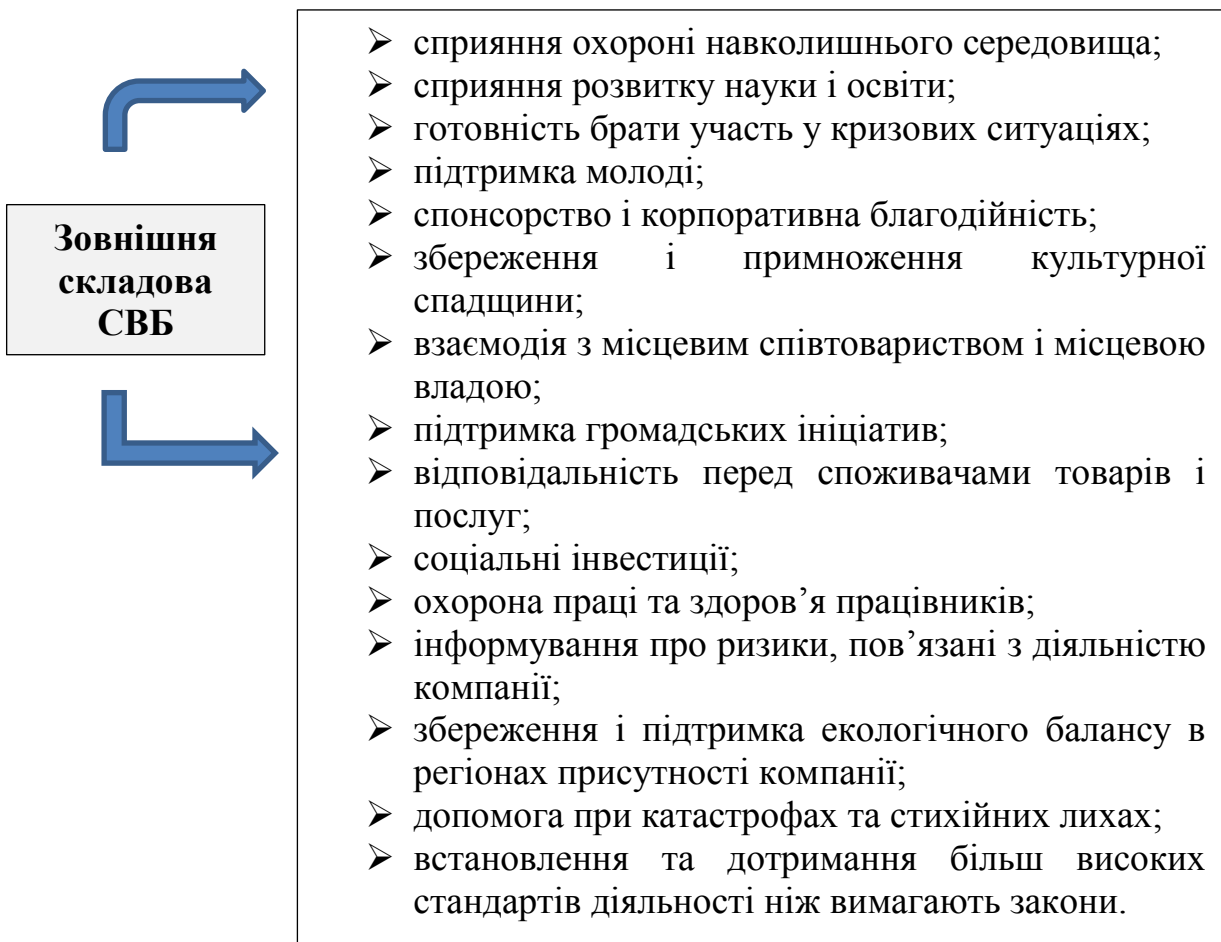
4.4. Соціально відповідальний маркетинг.

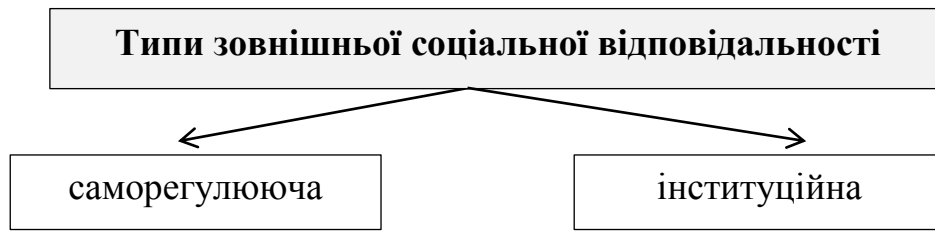
4.5. Формування корпоративної соціальної відповідальності у відносинах

зі споживачами

4.6. Відповідальність компаній щодо партнерів по бізнесу.

4.1. Складові зовнішньої відповідальності бізнесу.



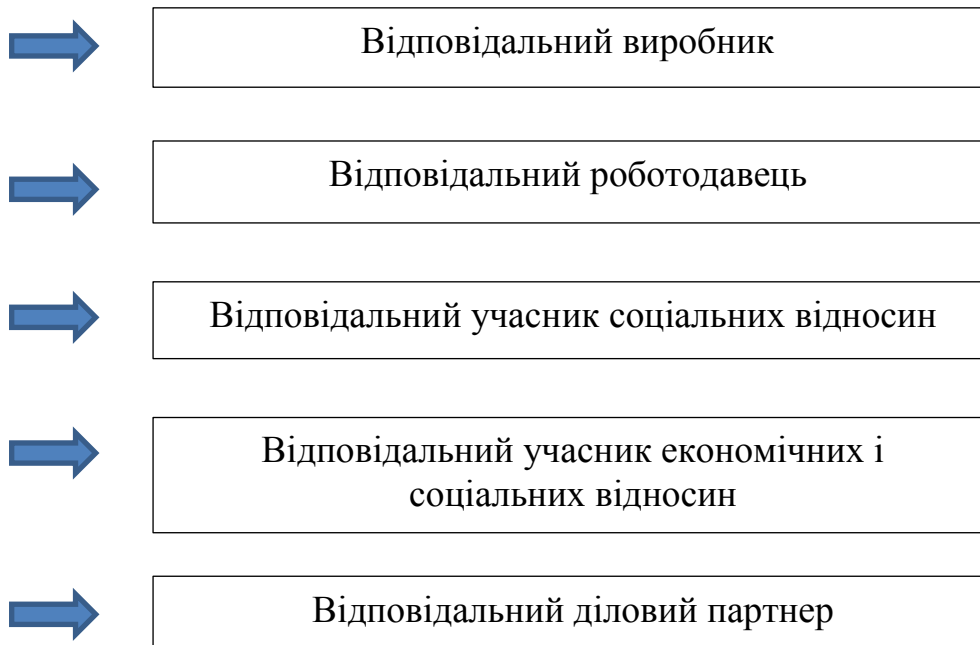


4.2. Соціальна відповідальність бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності.

Відповідальність щодо людини :



Форми прояву соціальної відповідальності :



Ступені прояву соціальної відповідальності :



4.3. Новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії.

I. Соціально відповідальне інвестування

стратегії

- сканування (основа діяльності окремих фондів соціальних інвестицій);
- соціальне адвокатування (фонди, зацікавлені у вирішенні проблеми зміни клімату);
- інвестування у громаду (підтримка неприбуткових організацій, малого бізнесу, соціальних структур тощо з метою зміцнення і посилення місцевих громад)

II. Соціальне підприємництво

застосування основних принципів ведення бізнесу та підприємництва до вирішення соціальних проблем

Сучасні форми:

Чисто некомерційна форма:

- електронна філантропія;
- програмні інвестиції;
- гібридна форма між грантом і традиційною інвестицією;
- малоприбуткове підприємство з обмеженою відповідальністю.

Чисто некомерційна форма:

- задекларована соціальна місія;
- індивідуальний підприємець;
- комерційне партнерство, ТОВ, АТ;
- корпорація по забезпеченню громадських інтересів.

Гібридна форма:

- комерційні організації з некомерційними підрозділами;
- некомерційні організації з комерційними підрозділами;
- некомерційні організації з некомерційними підрозділами;
- партнерства, альянси між ними.

III. Соціальні венчурні фонди

- надання стартового капіталу соціальним венчурним проектам;
- організація тренінгів для виконавців проектів, інформаційно-методична допомога в реалізації проектів, надання послуг соціального маркетингу, фінансового менеджменту,
- проведення моніторингу й оцінки соціально значимих ініціатив, передбачених реалізацією проектів;
- безпосередня участь у заходах проекту, надання технічної допомоги тощо.

Активи та інструменти, що використовуються в благодійній діяльності

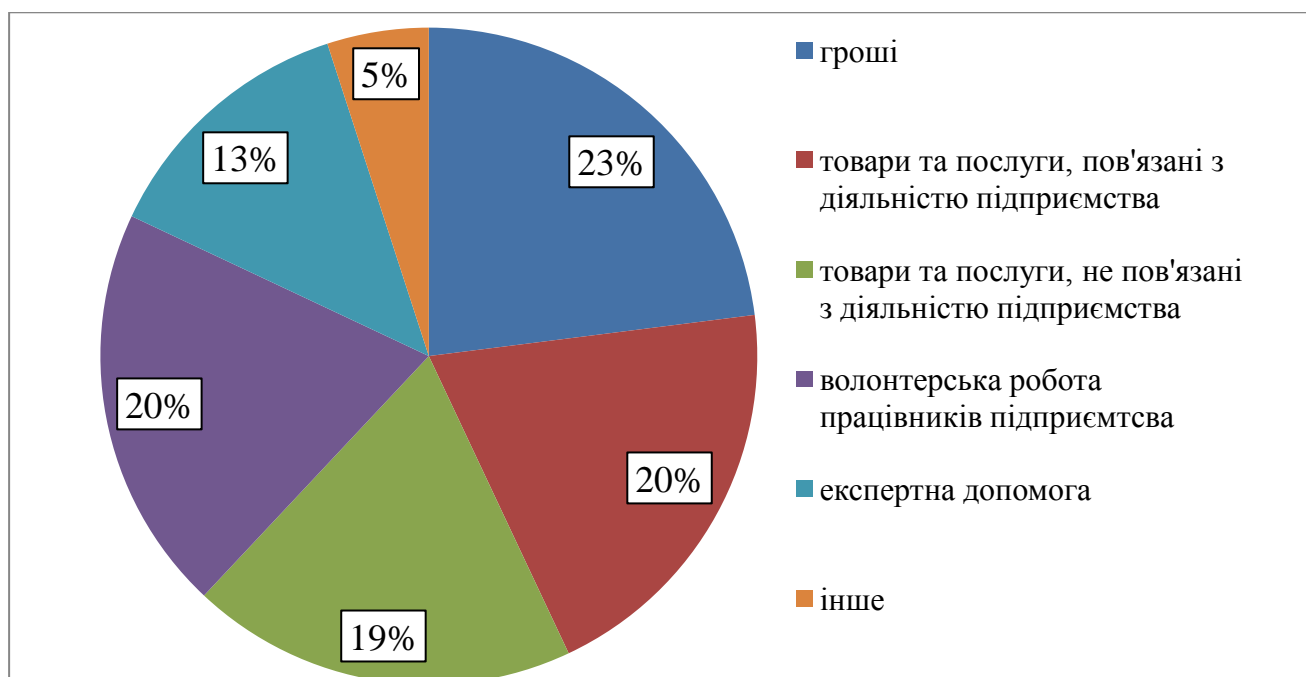
Фінансові активи

- **благодійний рахунок** – надання адресної благодійної допомоги;
- **грантові програми** – надання цільових коштів на реалізацію соціальних проектів;
- **операційні програми** – перехід від разових благодійних акцій до планових операційних соціальних програм;
- **корпоративний фонд** – спеціально створений фонд для благодійних заходів, кошти в основному надає компанія-засновник.

Нефінансові активи

- **«In-kind giving»** - форма надання благочинної допомоги у формі товарів та послуг, обладнання, нерухомості та землі, що перебуває у власності підприємства;
- **Pro-bono послуги** – професійна робота, що виконується добровільно і безкоштовно (в Україні не розвинуто);
- **Корпоративне волонтерство** – політика компанії, спрямована на залучення працівників до волонтерської діяльності

Форми надання благодійної допомоги українськими підприємствами



4.4. Соціально відповідальний маркетинг

Соціально відповідальний маркетинг

Відповідальний маркетинг

комплексна діяльність, спрямована на задоволення потреб цільового ринку на основі врахування соціальних та етичних потреб суспільства в цілому.

Соціальний маркетинг

діяльність суспільних організацій, що спрямована на задоволення існуючої у суспільстві потреби шляхом ознайомлення суспільства з необхідним продуктом, послугою чи програмою.

Принципи відповідального маркетингу

Стратегічна відповідальність

Відповідальність за свої повідомлення

Соціальна відповідальність

Відповідальність за виконання

Відповідальність за вибір та повернення інвестицій


Відповідальність за навколишнє середовище

Складники соціально відповідального маркетингу


- відповідальні відносини з клієнтами (конкурентна та етична поведінка, захист прав споживачів, задоволення потреб споживачів);
- формування соціально-відповідального комплексу маркетингу (4P);
- відповідальні відносини з конкурентами;
- відповідальні відносини зі стейкхолдерами;
- відповідальні відносини з власними працівниками;
- відповідальне ставлення до навколишнього середовища.

4.5. Формування корпоративної соціальної відповідальності у відносинах зі споживачами


Завдання корпоративної соціальної відповідальності щодо формування взаємин із споживачами:

- 
- дотримання вимог споживачів та пріоритет їхніх потреб;
 - безпечність товарів (послуг, робіт);
 - надання інформації про товари і технологію їх виготовлення;
 - право вибору покупцем товарів (послуг, робіт);
 - спонсорування освітніх програм безпечного використання продукції;
 - поліпшення пакування і маркування;
 - підвищення споживчої цінності продуктів.


Базові принципи захисту прав споживачів




ПРАВО ВИБОРУ «визначає право мати доступ до різноманітності товарів і послуг, які продаються за конкурентними цінами, а у разі монопольної торгівлі мати, при справедливій ціні, гарантію задовільної якості».




ПРАВО НА ІНФОРМОВАНІСТЬ визначає «право отримувати відомості, необхідні для того, щоб робити обґрунтований вибір, або приймати потрібне рішення. Споживачі мають бути забезпечені інформацією, яка дозволить їм діяти розумно і відповідально. Вони також повинні бути захищені від неточних рекламних відомостей, розміщених в об'явах, на етикетках, упаковці або розповсюджених іншими методами, які вводять в оману».



ПРАВО НА ЗАДОВОЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПОТРЕБ визначає «право на основні (базові) товари і послуги, які забезпечують виживання, на адекватне харчування, одяг, житло, санітарні умови, охорону здоров'я, освіту».



ПРАВО НА БЕЗПЕКУ - право «бути захищеним від продуктів, виробничих процесів і послуг, шкідливих для здоров'я або життя. Воно передбачає піклування як про повсякденні, так і про довгострокові інтереси».



ПРАВО БУТИ ВИСЛУХАНИМ визначає «право споживача відстоювати свої інтереси і спонукати уряд й інші органи, що здійснюють державну політику приймати їх до повного і співчутливого розгляду при формулюванні і здійсненні економічних та інших аспектів політики. Це право передбачає представництво у вказаних органах, а також участь у розробці продуктів і послуг до того, як вони почнуть вироблятися або реалізовуватися».

ПРАВО НА ВІДШКОДУВАННЯ визначає «право на задоволення обґрунтованих претензій, тобто право отримувати компенсацію у разі придбання неякісних товарів або отримання незадовільних послуг, а також користуватися прийнятими формами правової допомоги для задоволення як серйозних, так і дрібних претензій».

ПРАВО НА СПОЖИВЧУ ОСВІТУ визначає «право на придбання знань і навичок, які дозволяють споживачеві постійно, протягом усього життя, підвищувати освіченість у сфері відстоювання своїх прав споживача, а також вплив на сферу виробництва і реалізацію товарів та послуг».

ПРАВО НА ЗДОРОВЕ НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ (екоконсюмеризм) визначає «право на фізичне оточення, яке здатне підвищувати якість життя. Воно включає в себе захист від екологічних небезпек, над якими окрема особа не має контролю. Воно визнає необхідність захищати і поліпшувати навколишнє середовище для нинішнього і майбутніх поколінь».

4.6. Відповідальність компаній щодо партнерів по бізнесу.

Принципи добросовісної конкуренції

дотримання конкурентного законодавства; запобігання таємним угодам на ринках; використання соціально прийнятних пріоритетів і критеріїв для оцінки привабливості та конкурентоспроможності товару; вихід із сумнівних ринків під час виникнення значних етичних проблем; прозорість в діяльності; дотримання загальноприйнятих норм бізнесу й етики

Елементи відповідальності щодо партнерів по бізнесу

- використання прозорих методів ціноутворення стосовно партнерів;
- розроблення програм взаємодії з посередниками, спрямованих на спільне дотримання принципів соціальної відповідальності;
- перехід до безпечних технологій транспортування і збуту продукції;
- співпраця із місцями продажу для організації оптимального обслуговування клієнтів;
- надання вичерпної і об'єктивної інформації про товар;
- етична рекламна кампанія, система сертифікації та маркування продукції;
- недопущення змови з постачальниками;
- недопущення узалежнення постачальників від великого підприємства;
- відповідальні закупівлі;
- відповідальні ланцюги постачання;
- недопущення нав'язування своїх умов та низьких цін за продукцію;
- недопущення запізнь з платежами компанії-підряднику, що наносить економічний збиток останній.

ТЕСТОВІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 4

Завдання 1. Дати визначення поняттю:

- Соціальне підприємництво –
- Відповідальний маркетинг –
- Соціально відповідальне інвестування –
- Соціальні венчурні фонди –

Завдання 2. Визначити правильне чи хибне твердження:

- 1) Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 36000 наголошує на обов'язковому наданні інформації про продукти і послуги в зрозумілій для споживача формі
- 2) На першому рівні соціальної відповідальності бізнесу розташовується діяльність бізнесу, що характеризує його базову соціальну відповідальність

Завдання 3. Вказати одну правильну відповідь:

1. В основі якої концепції робиться акцент на виробництві товарів та послуг відповідно до ринкових потреб?

- а) концепція чистого маркетингу;
- б) концепція соціально-етичної діяльності;
- в) концепція інтенсифікації комерційних зусиль;
- г) концепція вдосконалення товару.

2. Споживачі продукції та послуг відносяться до:

- а) суб'єктів соціальної відповідальності;
- б) об'єктів соціальної відповідальності;
- в) соціально активних груп.
- г) всі відповіді вірні.

3. У Законі «Про захист прав споживачів» чітко зазначений термін протягом якого споживач може повернути

товар при наявності чеку. Виберіть варіант відповіді, в якому вірно вказано цей термін.

- а) 7 днів;
- б) 14 днів;
- в) 21 день;
- г) 3 місяці.

4. Які інструменти стратегічної корпоративної філантропії використовуються у міжнародному бізнес-середовищі?

- а) соціально відповідальне інвестування, соціальне підприємництво;
- б) соціальні венчурні фонди;
- в) соціальні венчурні фонди; соціальна звітність;
- г) відповіді а) та б).

5. Виділяють такі етапи ланцюга постачань згідно з «Відповідальним управлінням ланцюгом постачання»:

- а) видобуток сировини, виробництво продукції;
- б) пакування продукції;
- в) складування та транспортування продукції;
- г) всі відповіді вірні.

6. Які переваги впровадження відповідального маркетингу:

- а) можливість виходу на нові ринки;
- б) відмова від залучення нових споживачів;
- в) зниження потенційних інвестиційних можливостей.
- г) підвищення собівартості продукції.

7. Право споживача бути вислуханим означає:

- а) право мати доступ до різноманітності товарів і послуг, які продаються за конкурентними цінами, а у разі монопольної торгівлі мати, при справедливій ціні, гарантію задовільної якості;

б) право на задоволення обґрунтованих претензій, тобто право отримувати компенсацію у разі придбання неякісних товарів або отримання незадовільних послуг, а також користуватися прийнятими формами правової допомоги для задоволення як серйозних, так і дрібних претензій;

в) право отримувати відомості, необхідні для того, щоб робити обґрунтований вибір, або приймати потрібне рішення;

г) право споживача відстоювати свої інтереси і спонукати уряд й інші органи, що здійснюють державну політику приймати їх до повного і співчутливого розгляду при формулюванні і здійсненні економічних та інших аспектів політики.

8. Які дії конкурентів будуть визначені як неправомірні у відповідності до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»?

А) копіювання зовнішнього вигляду виробу;

Б) порівняльна реклама;

В) використання позначень (імені, торгової марки, оформлення упаковки);

Г) всі відповіді вірні.

9. Виберіть напрям, який можна віднести до благодійної діяльності:

А) управління впливами на довкілля;

Б) діяльність pro bono;

В) соціальне інвестування;

Г) етичні стандарти діяльності.

10. Що з переліченого можна віднести до відповідального відношення виробника зі споживачем?

А) відсутність захисту конфіденційних даних про споживача;

Б) обмеження терміну сервісного обслуговування;

В) мінімізація ризиків при використанні продукції;

Г) відображення на етикетках 90% від складу продукції, особливо у харчовій промисловості.

Завдання 4. Встановити відповідність між поняттями:

1. Філантропія	А. це застосування основних принципів ведення бізнесу та підприємництва до соціальних проблем, дотримання вимог екологічної безпеки та якості продукції (послуг).
2. Соціальне підприємництво	Б. це форма прояву індивідуальної соціальної відповідальності бізнесменів
3. Принцип «продукція доступна кожному»	В. базується на дотриманні пріоритету потреб споживачів з одночасним урахуванням загальнолюдських принципів.
4. Концепція соціально-етичної діяльності	Г. вироблення продуктів і послуг, придатних для якомога більшої кількості людей, зокрема й споживачів з особливими потребами

Завдання 5. На основі інформації щодо благодійних організацій в Україні (Діяльність українських благодійних організацій: дослідження Corestone Group та GFK Ukraine. URL: www.zagoriy.foundation; В. Кокоть Залучення приватного сектору до розвитку громад. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/recovery-and-peacebuilding/un-rpp-research-local-sector-to-boost-local-development.html>) надати коротку характеристику їх діяльності, та, зокрема, участі бізнесу в благодійній діяльності.

Завдання 6. За даними таблиці 4.1 надати характеристику динаміці розвитку підприємництва в Україні.

Таблиця 4.1

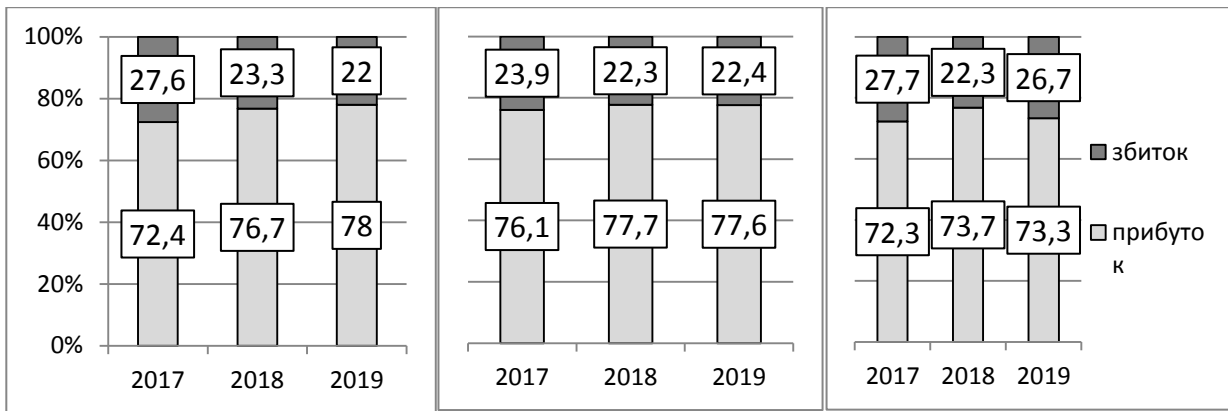
Динаміка кількості суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва в Україні за 2017-2019 рр.

(тис. од.)

№ зп	Найменування показника	2017 рік	2018 рік	Відхилення від попереднього періоду		2019 рік	Відхилення від попереднього періоду	
				за абсолютними показниками	за відносними показниками		за абсолютними показниками	за відносними показниками
1.	Суб'єкти великого підприємництва	0,399	0,466			0,518		
-	підприємства	0,399	0,466			0,518		
-	фізичні особи - підприємці	0	0			0		
2.	Суб'єкти середнього підприємництва	15,3	16,5			18,1		
-	підприємства	14,9	16,1			17,8		
-	фізичні особи - підприємці	0,4	0,419			0,378		
3.	Суб'єкти малого підприємництва	52,3	58			59		
-	підприємства	44,8	46,6			48,9		
-	фізичні особи - підприємці	7,5	11,4			10,1		
4.	Суб'єкти мікропідприємництва	1737,1	1764,7			1864		
-	підприємства	278,1	292,8			313,4		
-	фізичні особи - підприємці	1459	1471,9			1550,6		

Визначити частку окремих суб'єктів підприємницької діяльності в структурі суб'єктів господарювання в Україні.

Завдання 7. За даними рисунку 4.1 надати комплексну характеристику результатам фінансової діяльності суб'єктів господарювання України. Визначити найвищу частку підприємств, які отримали збиток за 2017-2019 рр. серед інших суб'єктів господарювання.



Суб'єкти великого підприємництва

Суб'єкти середнього підприємництва

Суб'єкти малого і мікропідприємництва

Рис. 4.1. Розподіл суб'єктів підприємницької діяльності в Україні за отриманим чистим фінансовим результатом за 2017-2019 рр., %

Обґрунтувати причини такого становища підприємств в Україні.

Завдання 8. За даними таблиці 4.2 проаналізувати динаміку валового нагромадження основного капіталу суб'єктами підприємництва в Україні.

Таблиця 4.2

Динаміка валового нагромадження основного капіталу суб'єктами підприємницької діяльності України за 2017-2019 рр.

№ зп	Найменування показника, одиниці виміру	2017 рік	2018 рік	Відхилення від попереднього періоду		2019 рік	Відхилення від попереднього періоду	
				(+,-)	%		(+,-)	%
1.	Капітальні інвестиції, млрд. грн.	359,2	471,1			524,5		
2.	Частка валового нагромадження основного капіталу у ВВП, %	15,8	17,2			x	x	x
3.	Валове нагромадження основного капіталу у % до попереднього року, %	116,1	114,3			x	x	x

Додатково дослідити динаміку капітальних інвестицій, що спрямовані на підтримку високо- та середньо високотехнологічних видів діяльності в Україні. Зробити висновки щодо ефективності відтворення основного капіталу у Україні та рівня соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва у забезпеченні інноваційного розвитку країни.

Завдання 9. Важливим складником соціальної відповідальності, який характеризує економічну спроможність бізнесу до вирішення проблем суспільного розвитку, є своєчасна і повному обсязі сплата податків. За даними Державної казначейської служба станом на 1 січня 2020 року надійшло податків і зборів на суму 739,2 млрд. грн. (рис. 4.2).

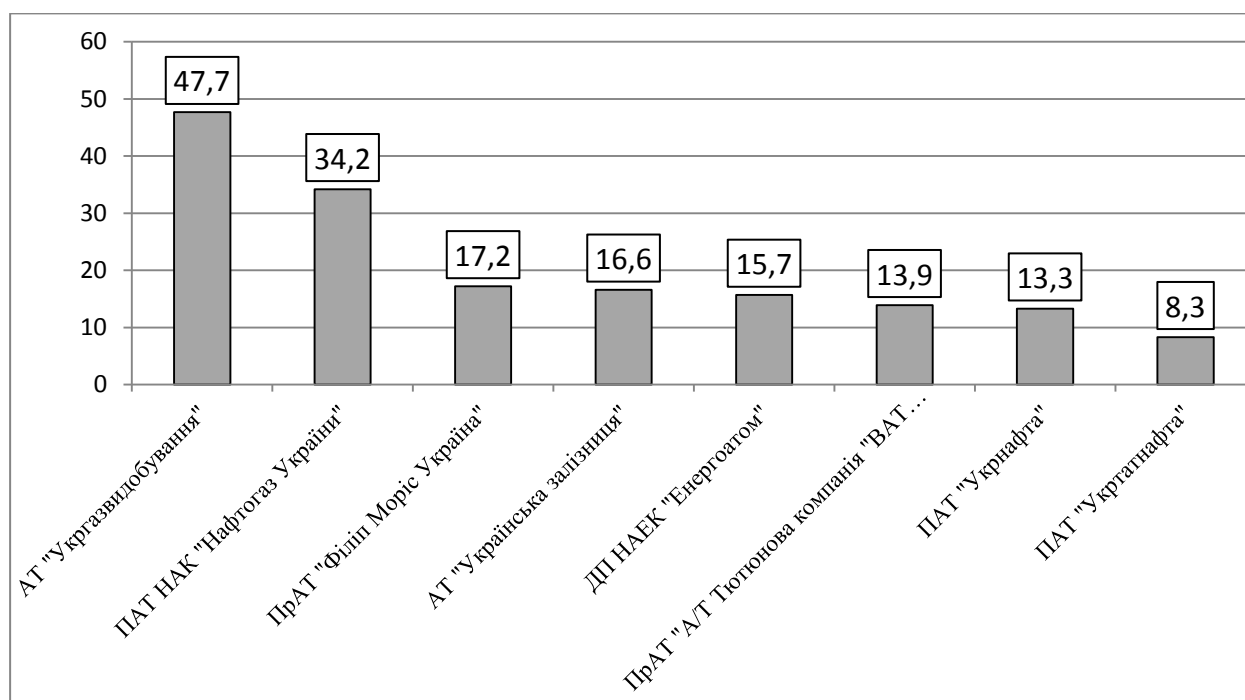


Рис. 4.2. Найбільші компанії України за сумою сплати податкових платежів за 2019 рік, млрд. грн.

За даними щодо обсягу податкових надходжень від найкрупніших платників податків України за 2019 рік та даними Державної казначейської служби України визначити ефективність даного складника соціальної відповідальності бізнесу.

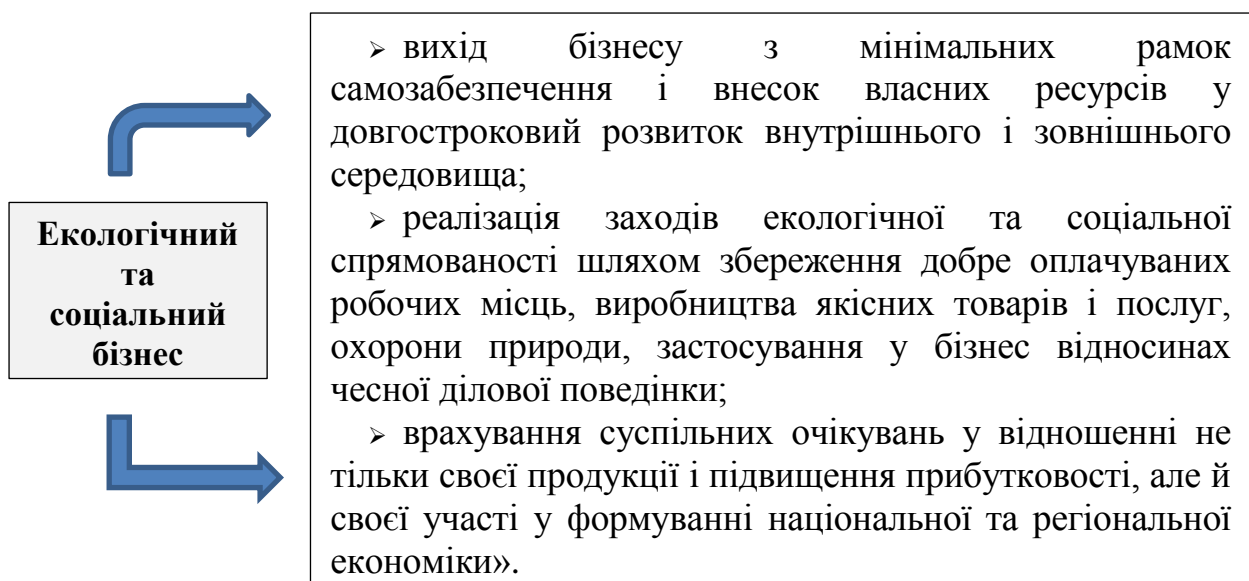
Питання для самоконтролю:

1. Які складники охоплює зовнішня сторона соціальної відповідальності бізнесу?
2. Що собою являє інституційний складний зовнішньої соціальної відповідальності.
3. Надайте характеристику формам прояву соціальної відповідальності бізнесу у зовнішньому середовищі.
4. Розкрийте поняття феномену та сучасних форм соціального підприємництва.
5. Визначте основні інструменти, що використовуються бізнесом у благодійній діяльності.
6. Назвіть основні елементи та принципи соціально відповідального маркетингу.
7. Сформулюйте основні завдання корпоративної соціальної відповідальності щодо формування взаємин зі споживачами.
8. Назвіть принципи та елементи відповідальності щодо партнерів по бізнесу. Наведіть приклади.
9. Які базові принципи захисту прав споживачів є основою для формування зовнішньої складової соціальної відповідальності бізнесу?
10. Яка роль соціальних венчурних фондів у розвитку соціальної відповідальності?
11. Надайте характеристику основним стратегіям соціально відповідального інвестування в системі соціальної відповідальності підприємства.

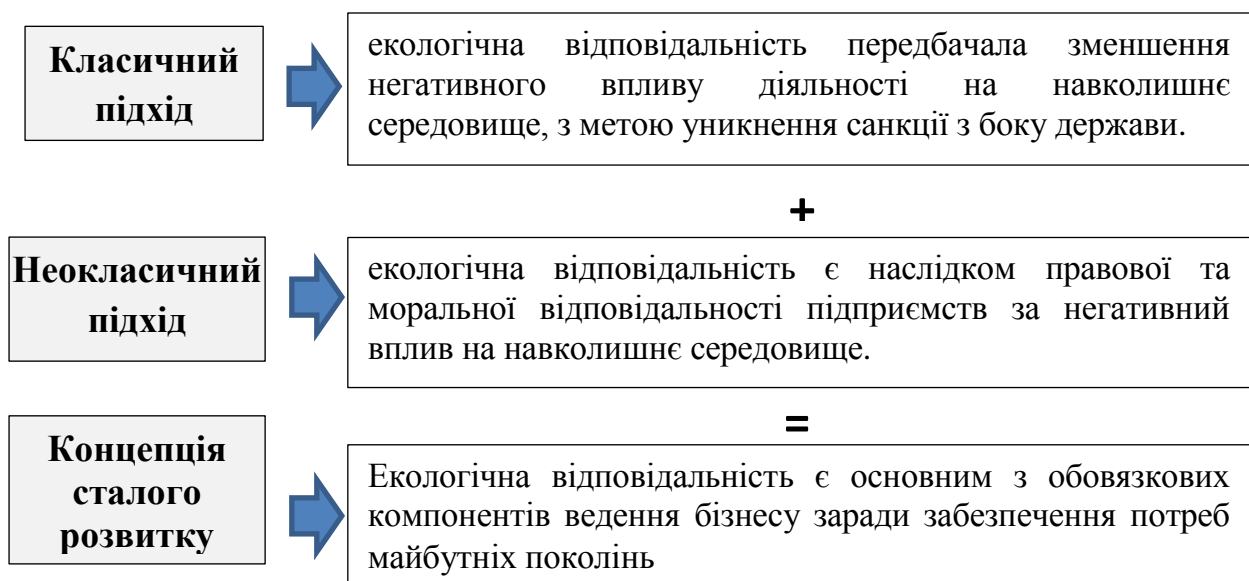
Тема 5. «ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

- 5.1. Сутність екологічної відповідальності
- 5.2. Елементи екологічної відповідальності бізнесу
- 5.3. Шляхи посилення екологічної відповідальності.
- 5.4. Функції та ієрархія державної системи екологічного управління

5.1. Сутність екологічної відповідальності



Теоретичне обґрунтування екологічної відповідальності



Екологічна відповідальність

збереження сталого балансу економічних та екологічних інтересів у процесі господарської діяльності на базі попередження, скорочення та відновлення втрат у природному середовищі.

діяльність як кожного окремого громадянина, так і бізнес-структур, яка приносить користь навколишньому природному середовищу (або зменшує негативний вплив на довкілля).

Функції

стимулююча

компенсаційна

превентивна

наявність економічних та нормативно-правових стимулів до охорони довкілля

відшкодуванні збитків, завданих навколишньому природному середовищу у грошовому чи натуральному виразі

примусові засобів впливу на поведінку учасників екологічних відносин шляхом застосування покарання та відшкодування завданих збитків.

Критерії визначення екологічної корпоративної відповідальності

Дотримання екологічних зобов'язань - повна відповідність концепції сталого розвитку, поєднання з стратегічними пріоритетами, дотримання вимог законодавства, відшкодування завданих збитків, корпоративна культура на екологічних ініціативах

Енергетичний та сировинний менеджмент – ефективне використання ресурсів, системність діяльності в екологічній сфері, відновлювальна енергія та матеріали, аналіз екологічних витрат та переваг, коригування екологічної політики, мінімізація негативного впливу на довкілля

Ефективне залучення зацікавлених сторін – інформування місцевих громад про екологічні наслідки діяльності, відповідальність перед громадою, врахування думки громади в реалізації проектів, прозорість діяльності, звітування перед громадою

5.2. Елементи екологічної відповідальності бізнесу

Корпоративна екологічна відповідальність

1. Запровадження корпоративної екологічної політики

2. Екологічний аудит

Види екологічного аудиту

Комплаєнс-аудит – перевірка відповідності діяльності екологічним нормам

Проблемний аудит – оцінювання впливу на глобальні екологічні проблеми

Аудит безпеки і здоров'я – безпечність роботи для персоналу підприємства

Аудит певної території – оцінювання екологічної ситуації конкретної території

Корпоративний аудит – комплексна перевірка екологічної політики підприємства

Аудит товарного циклу – аналіз впливу виробництва продукції на екологічну ситуацію

3. Залучення працівників до екологічних ініціатив

Екологічні освітні проєкти – інформування персоналу щодо впливу компанії на довкілля, залучення до заходів сприяння поліпшенню екології

Спеціальні програми – щодо впливу на екологічно несвідомих працівників

Екологічна етика – розвиток екологічної відповідальності персоналу

4. Зелене постачання»

➔ При виборі постачальників екологічно відповідальні компанії керуються не лише ціною та якістю товарів, але й їх екологічністю: сировина та матеріали повинні задовольняти внутрішні вимоги екологічних стандартів виробництва компанії; вони мають видобуватися чи виготовлятися за природозберігаючими технологіями; для їх доставки повинні використовуватись найбільш екологічні транспортні схеми.

5. Виробництво «зелених» товарів



використання для виготовлення продукції екологічно чистих матеріалів, застосування інноваційних технологій переробки відходів, використання технологій замкнутих циклів.

6. Система екологічного управління



дозволяє чітко визначати цілі природоохоронної діяльності, досягати їх та постійно вдосконалювати екологічні заходи. Її втілено в стандартах екологічного менеджменту ISO 14000.ii.

В основу екологічного управління покладено чотирирівневу структуру, що передбачає:

- 1) аналіз екологічних проблем та вияв найгостріших з них;
- 2) визначення екозбережувальних цілей та планування основних заходів для їх досягнення;
- 3) реалізацію заходів;
- 4) аналіз, оцінку ефективності запропонованих заходів, виявлення шляхів удосконалення екологічної політики.

Стандарти систем екологічного менеджменту **ISO 14000** і екологічного менеджменту та аудиту **EMAS** дозволяють підприємству:

- досягти якісно нового рівня охорони навколишнього середовища,
- зробити його природоохоронну діяльність системною і ефективною,
- передбачають здійснення необхідних заходів щодо удосконалення цієї діяльності при збереженні економічних інтересів підприємства.

Система екологічного менеджменту, яка відповідає стандарту ISO 14000, включає шість взаємозалежних елементів:

- екологічну політику;
- планування природоохоронної діяльності відповідно до прийнятої екологічної політики;
- організацію діяльності в системі екологічного менеджменту та її реалізація;
- внутрішні перевірки і коригування здійснюваної діяльності;
- аналіз результатів роботи та перегляд системи екологічного менеджменту;

5.3. Шляхи посилення екологічної відповідальності

Законодавче регламентування екологічної відповідальності

Законодавство України про охорону навколишнього середовища включає:

1. Конституцію України.
2. Кодекси: Водний кодекс України; Земельний кодекс України; Повітряний кодекс України; Лісовий кодекс України; Кодекс України про надра;
3. Закони України (близько 40) Про охорону навколишнього середовища; Про екологічну експертизу; Про екологічний аудит; Про природно-заповідний фонд країни; Про охорону атмосферного повітря; Про тваринний світ; Про енергозбереження; Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку; Про поводження з радіоактивними відходами; Про правовий режим території, що зазнала радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи; Про статус та соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи та ін.

Екологічна освіта

- усвідомлення пріоритетних загальнолюдських цінностей,
- отримання знань про основні джерела порушення природної рівноваги,
- формування відповідальності за скоєне як перед собою, так і перед сім'єю, суспільством, державою в цілому, так і перед природою,
- інформування про екологічні проекти різних рівнів, можливості участі у еко-тренінгах, про волонтерські ініціативи,
- використання електронних носіїв про оформлення документації, оприлюднення інформації на сайтах, використання елементів цифрової економіки в бізнес-практиці,
- проведення роз'яснювальної роботи в громадах,
- залучення до екологічних ініціатив конкретних територій,
- просвітницька робота в ЗМІ та зі стейкхолдерами.

Система екологічної сертифікації

«добровільна форма гігієнічного тестування та висновку про можливість віднесення продукції до екологічно чистої. У випадку позитивного результату визначається рівень екологічної чистоти та видається сертифікат, який дає право на рекламу продукції як екологічно чистої. Для цього використовують стандарти екологічного менеджменту серії ISO 14000, які тісно пов'язані з функціонуючими стандартами менеджменту якості».

Екологічне маркування

Довідково. В Україні екологічне маркування впроваджується з 2003 року відповідно до вимог національного стандарту ДСТУ ISO 14024 «Екологічне маркування та декларації — Екологічне маркування типу I — Принципи та методи», гармонізованого з ISO 14024 «Environmental labels and declarations — Type I environmental labelling — Principles and procedures».

Етапи екологічного маркування

I - вибір нової категорії продукції для розробки екологічних критеріїв – вимог яким повинна відповідати продукція на всіх етапах життєвого циклу, з тим, щоб їй було присвоєно право на використання знаку екологічного маркування, яке надається за результатами екологічної сертифікації

II - екологічна сертифікація та укладання ліцензійної угоди на право використання знаку екологічного маркування на сертифікованій продукції. За результатами заявнику видається сертифікат відповідності, що належить певній сертифікаційній системі. **Стандарт ISO 14024:1999** визначає програму екологічного маркування типу I як добровільну, багатокритеріальну програму третьої сторони, яка передбачає видачу права на застосування екологічного маркування (екологічного знака та тверджень екологічного змісту), що вказує на загальну екологічну перевагу продукції (товарів чи послуг) в рамках певної однорідної групи на основі розгляду її життєвого циклу.

III – нагляд за сертифікованою продукцією

Знаки екологічного маркування

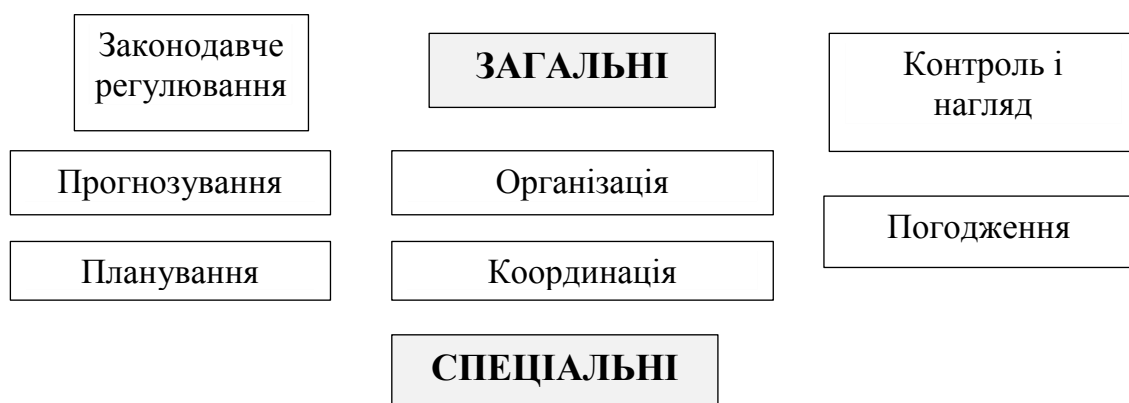


5.4. Функції та ієрархія державної системи екологічного управління

Напрями державного екологічного управління

- «екологічне оздоровлення деградованих природних об'єктів, ландшафтів і стабілізація екологічного стану держави;
- відновлення природного потенціалу, заощадливе природокористування;
- формування національної екологічної мережі;
- охорона навколишнього природного середовища;
- забезпечення екологічної безпеки, зменшення антропогенного тиску і забруднення відходами;
- екологізація загальних функцій управління державою;
- екологізація соціально-економічного розвитку, впровадження принципів збалансованого розвитку;
- розвиток національного екологічного партнерства».

Функції державної системи екологічного управління



Біовпорядження.

- формування національної екологічної мережі з біосферними ядрами (центрами), збереження й примноження біологічного різноманіття, посилення біотичного механізму регулювання навколишнього середовища.

Ресурсовпорядження.

- здійснення просторово-територіального устрою природних ресурсів та об'єктів: землеустрою, лісовпорядкування, паспортизації водних об'єктів тощо, а також встановлення територій з особливим режимом користування та охорони



Розподіл і перерозподіл природних ресурсів –
механізм процесу надання природних ресурсів у користування (власність) та припинення права користування (власності) природними ресурсами



Облік природних ресурсів –
«ведення прироресурсних кадастрів (сукупність кількісних, якісних та інших характеристик екологічного, господарського та правового стану природних ресурсів): земельного, водного, лісового, рекреаційного, родовищ корисних копалин, рослинного й тваринного світу, Червоної книги України, територій та об'єктів природно-заповідного фонду, відходів, екологічно небезпечних об'єктів і територій тощо»



Спеціалізований контроль –
«державний контроль за додержанням норм і правил у галузі охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання й відновлення природних ресурсів, у тому числі землі, надр, поверхневих і підземних вод, атмосферного повітря, лісів, інших об'єктів рослинного й тваринного світу, морського середовища та природних ресурсів територіальних вод, континентального шельфу і виключної (морської) економічної зони, територій та об'єктів прирорно-запоаяльного фонду України, а також у сфері поводження з відходами, додержання норм екологічної безпеки»



Лімітування –
«затвердження для підприємств, установ та організацій лімітів використання чи видобування природних ресурсів, лімітів викидів і скидів забруднювальних речовин у навколишнє природне середовище, а також лімітів на утворення й розміщення відходів»



Нормування –
«визначення нормативів гранично допустимих викидів і скидів забруднювальних речовин у навколишнє природне середовище та інших видів шкідливого впливу на нього, а також нормативів плати за забруднення навколишнього середовища і розміщення відходів. Впровадження стандартів екологічного управління й аудиту»



Експертиза –
«забезпечення проведення екологічного дослідження, аналізу, оцінки об'єктів чи діяльності, спроможних безпосередньо чи в процесі реалізації (застосування, впровадження тощо) негативно впливати на стан навколишнього природного середовища і здоров'я населення, а також забезпечення процесу підготовки висновків про їхню відповідність

Моніторинг –

«спостереження, збирання, обробка й передавання, зберігання й аналіз інформації про стан навколишнього природного середовища, оцінка й прогнозування його змін та ступеня небезпечності, розробка науково обгрунтованих рекомендацій для прийняття управлінських рішень»

Вирішення спорів –

«врегулювання розбіжностей між суб'єктами екологічних правовідносин та захист порушених екологічних і пов'язаних із ними суб'єктних прав».

Забезпечення відповідальності за екологічні правопорушення –

«складання протоколів та розгляд справ про адміністративні правопорушення в галузі охорони навколишнього природного середовища і використання природних ресурсів; подання позовів про відшкодування збитків і втрат, заподіяних у результаті порушення законодавства про охорону навколишнього природного середовища; обмеження чи призупинення (тимчасове) діяльності підприємств та об'єктів, незалежно від форм власності та підпорядкування, якщо їх експлуатація здійснюється з порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища, вимог дозволів на використання природних ресурсів, з перевищенням лімітів і нормативів гранично допустимих викидів і скидів забруднювальних речовин».

Стандартизація –

«розробка і встановлення комплексу обов'язкових правил, вимог, норм і нормативів у галузі використання природних ресурсів, охорони навколишнього природного середовища від забруднення та інших шкідливих впливів, забезпечення екологічної безпеки»

Аудит –

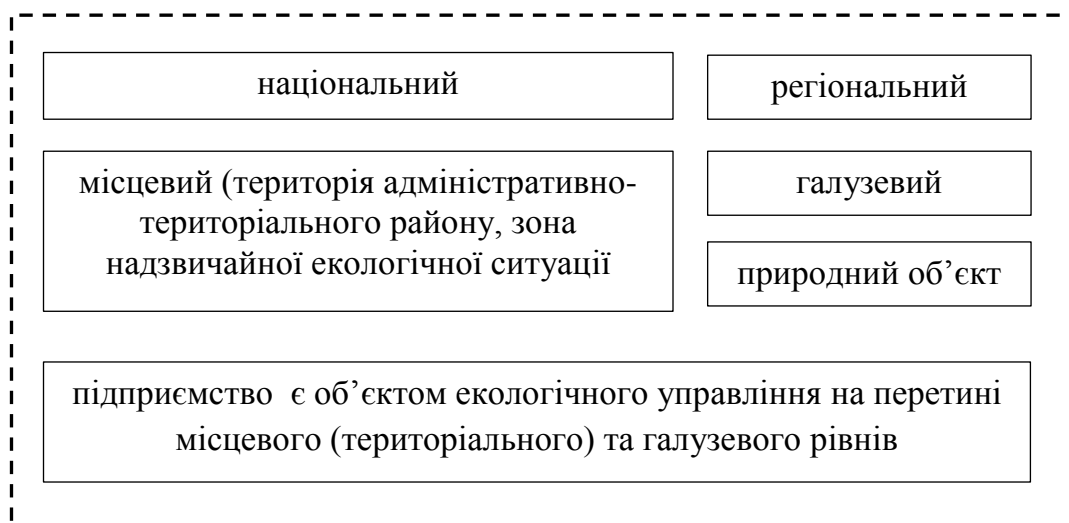
«збирання інформації та оцінка відповідності екологічного стану, діяльності, заходів, умов, а також системи екологічного управління об'єкта аудиту (суб'єкт господарювання, природний об'єкт, програма, проект тощо) екологічним вимогам, розробка рекомендацій щодо поліпшення його екологічних аспектів».

Ліцензування –

«екологічне обгрунтування, адміністративно-правове й державне економічне регулювання, а також екологічний контроль за виробництвом і сферою послуг шляхом видачі дозволів на здійснення певної діяльності, пошук (розвідка) та експлуатація родовищ корисних копалин, захоронення (складування) відходів, екологічно небезпечна діяльність

- ➔ **Сертифікація –**
«визначення, перевірка й документальне підтвердження об'єкта сертифікації встановленим екологічним вимогам».
- ➔ **Страховання –**
«встановлення відповідальності страхувальника (страхової фірми) за ризики, пов'язані з понаднормативним забрудненням навколишнього природного середовища».
- ➔ **Інформування –**
«забезпечення систематичного й оперативного інформування населення, органів державної влади, підприємств, установ, організацій та громадян про стан навколишнього природного середовища, захворюваності населення».
- ➔ **Організація освіти –**
«організація екологічного виховання, забезпечення безперервної екологічної освіти населення та обов'язкової екологічної підготовки керівних кадрів».
- ➔ **Постійне вдосконалення управління –**
«процес систематичного оцінювання діяльності ДСЕУ, розробка і впровадження заходів щодо підвищення ефективності й результативності екологічного управління».

Рівні екологічного управління в Україні



ТЕСТОВІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 5

Завдання 1. Дати визначення поняттю:

Екологічний та соціальний бізнес

Чинники успіху у контексті екологічної відповідальності підприємства

Екологічний аудит

Екологічна сертифікація

Завдання 2. Обрати єдину правильну відповідь:

1. Які бувають види забруднення за причинами виникнення?

- а) повне;
- б) часткове;
- в) антропогенне;
- г) суспільне

2. Що з переліченого можна віднести до наслідків поліпшення екологічної ситуації через впровадження екологічно відповідальної поведінки компаній?

- а) зменшення витрат на виробництві;
- б) припинення плинності кадрів;
- в) поліпшення здоров'я населення;
- г) додаткові прибутки компанії

3. Виберіть з запропонованих варіантів відповідей показник якості захисту навколишнього середовища:

- а) кількість сировини яка стає відходами;
- б) кількість робочих місць, на яких можуть працювати інваліди;
- в) рівень шуму виробництва;
- г) кількість ступенів захисту товару від підробки

4. На якій підставі здійснюється екологічний аудит компанії?

- а) рекомендований державою;
- б) за власним запитом;
- в) обов'язково через 10 років роботи компанії на ринку;
- г) на це питання складно відповісти

5. Які рекомендації чекають від екологічного аудиту?

- а) визначення обсягів споживання ресурсів;
- б) виміру шкідливих викидів до атмосфери;
- в) пропозиції щодо переобладнання виробництва;
- г) рекомендація ринків збуту продукції

6. Що з переліченого не відноситься до видів екологічного аудиту?

- а) корпоративний аудит;
- б) зовнішній аудит;
- в) проблемний аудит;
- г) аудит товарного циклу

7. Скільки принципів Глобального Договору ООН присвячено екологічним питанням?

- а) 3;
- б) 5
- в) 7;
- г) 9;

8. Що з переліченого можна віднести до наслідків поліпшення екологічної ситуації через впровадження екологічно відповідальної поведінки компаній?

- а) збільшення запасів корисних копалин на певних територіях;
- б) збільшення виробництва генно модифікованої продукції;

- в) поліпшення екологічних характеристик планети;
- г) зменшення виробництва генномодифікованої продукції;

9. Виберіть з запропонованих варіантів відповідей показник якості захисту навколишнього середовища:

- а) темпи зростання цін на енергоносії та паливо;
- б) витрати енергії за весь період виробництва і використання продукції;
- в) світові квоти видобутку нафти;
- г) всі відповіді вірні

10. Що з переліченого можна віднести до принципів виробництва зелених товарів?

- а) мінімальне використання хімічних добрив у сільському господарстві;
- б) створення процесів виробництва замкнутого циклу;
- в) вхідний контроль якості сировини на наявність хімічних речовин;
- г) контроль якості продукції.

11. До яких екологічних ініціатив компанії залучають працівників?

- а) створення екологічної реклами;
- б) періодичне прибирання парків;
- в) екологічне виховання дітей;
- г) розробка екологічного пакування продукції

12. Що з переліченого відноситься до видів екологічного аудиту?

- а) попередній аудит;
- б) державний аудит;
- в) проблемний аудит;
- г) перехресний аудит

13. Яка мета екологічного маркування?

- а) повідомити суспільство про зниження шкідливого впливу на оточуюче середовище, пов'язане з цією продукцією;
- б) повідомити суспільство про органічне походження компонентів товару;
- в) повідомити суспільство, що продукція має сертифікат відповідності;
- г) повідомити суспільство про можливість переробки пакування цього товару.

14. До звітних форм, що відображають результати діяльності підприємств з охорони навколишнього середовища належить:

- а) № 2-ТП (повітря) «Звіт про викиди забруднюючих речовин і парникових газів у атмосферне повітря від стаціонарних джерел викидів»;
- б) форма № 1 – екологічні витрати «Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі»;
- в) форма № 1 – відходи «Звіт про втрати на навколишнє середовище»;
- г) Всі відповіді правильні або Ваша відповідь

15. Україна взяла на себе зобов'язання:

- а) до 2015 року скоротити свої викиди на 20 %;
- б) до 2020 року скоротити свої викиди на 20 %;
- в) до 2020 року скоротити свої викиди на 5 %;
- г) до 2017 року скоротити свої викиди на 2 %.

16. Для реалізації внутріфірмового управління природоохоронною діяльністю для бізнесу розроблено:

- а) ЗУ «Про соціальну відповідальність»;
- б) стандарти ISO серії 14 000;
- в) звіт за GRI 14 000;
- г) вірної відповіді немає.

17. Соціальний аудит як підвид контролю був розроблений у:

- а) США та Європі у 90-х роках;
- б) Німеччині, Швеції та Канаді у 50-х роках;
- в) Великобританії, Скандинавії та Канаді у 90-х роках;
- г) США та Канаді у 50-х роках.

18. Згідно із стандартом серії 14000 методологія «оцінки життєвого циклу» – це:

- а) інтеграція екологічних аспектів у процес проектування та розробки продукції;
- б) оцінка екологічного впливу, пов'язаного з продукцією, на всіх стадіях її життєвого циклу;
- в) обмін екологічною інформацією;
- г) всі відповіді правильні.

Завдання 3. Встановити відповідність між поняттями:

1. Ресурсовпорядження	А) Забезпечення проведення екологічного дослідження, аналізу, оцінки об'єктів чи діяльності, спроможних безпосередньо чи в процесі реалізації (застосування, впровадження тощо) негативно впливати на стан навколишнього природного середовища і здоров'я населення, а також забезпечення процесу підготовки висновків про їхню відповідність екологічним вимогам.
2. Лімітування	Б) Спостереження, збирання, обробка й передавання, зберігання й аналіз інформації про стан навколишнього природного середовища, оцінка й прогнозування його змін та ступеня небезпечності, розробка науково обгрунтованих рекомендацій для прийняття управлінських рішень.

3. Експертиза	В) Збирання інформації та оцінка відповідності екологічного стану, діяльності, заходів, умов, а також системи екологічного управління об'єкта аудиту (суб'єкт господарювання, природний об'єкт, програма, проект тощо) екологічним вимогам, розробка рекомендацій щодо поліпшення його екологічних аспектів.
4. Аудит	Г) Визначення, перевірка й документальне підтвердження об'єкта сертифікації встановленим екологічним вимогам.
5. Сертифікація	Д) Затвердження для підприємств, установ та організацій лімітів використання чи видобування природних ресурсів, лімітів викидів і скидів забруднювальних речовин у навколишнє природне середовище, а також лімітів на утворення й розміщення відходів.

Завдання 4. На основі даних соціальної звітності, яку знайти на сайті одного з підприємств:

1. Carlsberg Ukraine <https://carlsbergukraine.com/kompan-ya/pro-nas/>

2. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»
<https://www.mhp.com.ua/uk/about>)

дати аналіз екологічній компоненті соціальної відповідальності

Завдання 5. За даними таблиці 5.1 проаналізувати капітальні інвестиції суб'єктів підприємництва в екологічну діяльність для контролю за забрудненням навколишнього середовища. Визначити темп росту показників у відношенні до попереднього періоду. Зробити висновки щодо ефективності капітальних вкладень суб'єктів підприємництва.

Таблиця 5.1

Капітальні інвестиції суб'єктів підприємництва України
в обладнання та устаткування для контролю за забрудненням
навколишнього середовища та приладдя для запобігання
забрудненню

(в основному, очисного обладнання) за 2017-2019 рр.

(млн. грн.)

№ зп	Рік	Усього	з них			
			захист оточуючого повітря та клімату	збір та ліквідація стічних вод	збір та ліквідація відходів	інші природоохоронні види діяльності
1.	2017	5683,2	2301,2	853,3	2403,3	125,4
-	у % до попереднього року					
2.	2018	5465,9	2950,3	1109	1081,6	325
-	у % до попереднього року					
3.	2019	5471	2950,2	1114,2	1081,6	325
-	у % до попереднього року					

Завдання 6. За даними таблиці 5.2 проаналізувати обсяги капітальних інвестицій підприємств України в обладнання та устаткування, що пов'язані з екологічно більш чистими технологіями. Визначити темпи росту / зменшення показників.

Таблиця 5.2

Капітальні інвестиції суб'єктів підприємництва України
в обладнання та устаткування, що пов'язані з екологічно більш
чистими технологіями за 2017-2019 рр.

(млн. грн.)

№ зп	Рік	Усього	з них			
			захист оточуючого повітря та клімату	збір та ліквідація стічних вод	збір та ліквідація відходів	інші природоохоронні види діяльності
1.	2017	4183,4	300,1	250,1	40,1	3593,1
-	у % до попереднього року					
2.	2018	3519,4	514,1	304,8	44,5	2656
-	у % до попереднього року					
3.	2019	3519,4	514,1	308,9	44,5	2655,9
-	у % до попереднього року					

Завдання 7. За даними таблиці 5.3 дати характеристику поточним витратами підприємств України на захист навколишнього середовища. Визначити темпи зростання / зниження показників. Зробити відповідні висновки.

Таблиця 5.3

Загальні поточні витрати суб'єктів підприємництва України
на захист навколишнього середовища за 2017-2019 рр.

(млн. грн.)

№ зп	Рік	Усього	з них			
			захист оточуючого повітря та клімату	збір та ліквідація стічних вод	збір та ліквідація відходів	інші природоохоронні види діяльності
1.	2017	19409,5	2086,9	7978	7485,9	1858,7
-	у % до попереднього року					
2.	2018	23383,3	2877,5	9520,4	8801,3	2184,1
-	у % до попереднього року					

3.	2019	23369,2	2871,6	9519,8	8797,3	2180,5
-	у % до попереднього року					

Завдання 8. За даними таблиці 5.4 проаналізувати динаміку показників екологічності економіки України за 2016-2018 рр., визначити темпи росту / зниження відповідних показників. Зробити відповідні висновки.

Таблиця 5.4

Динаміка показників екологічності економіки України за 2016-2018 рр.

№ зп	Найменування показника, одиниці виміру	2016 рік	2017 рік	Відхилення від попереднього періоду		2018 рік	Відхилення від попереднього періоду	
				(+/-)	%		(+/-)	%
1.	Ресурсо-ємність ВВП, % до рівня 2015 року							
-	енергоємність	102,3	94,7			95,3		
-	матеріалоємність	100	98,2			97,2		
-	вуглецевоємність	105,8	85,1			83,8		
-	водоємність	98,2	91,6			95,2		
-	відходоємність	92,5	111,6			104,0		
2.	Обсяг утворених відходів від усіх видів економічної діяльності, на одиницю ВВП, кг на \$1000 за ПКС 2011 р.	904,2	1089,8			1015,7		
3.	Частка спалених та утилізованих відходів, %	26,0	27,6			29,7		

Питання для самоконтролю:

1. Які складники визначають сутність екологічної компоненти соціальної відповідальності бізнесу?
2. Надайте характеристику функціям та критеріям екологічної відповідальності бізнесу.
3. Що таке екологічний аудит і які його основні види?
4. Визначте особливості побудови структури екологічного управління.
5. Що включає в себе система екологічного менеджменту згідно зі стандартом ISO 14000?
6. Які види діяльності охоплює екологічна освіта?
7. Розгляньте систему та етапи екологічного маркування.
8. Визначте основні функції системи екологічного управління і надайте їм характеристику.

Тема 6. **МОНІТОРИНГ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ)**

- 6.1. Побудова системи комунікацій із корпоративної соціальної відповідальності
- 6.2. Нефінансова звітність як інструмент розвитку соціальної відповідальності підприємства.
- 6.3. Нефінансова звітність у світі.
- 6.4. Нефінансова звітність в Україні.
- 6.5. Стандарти та процес підготовки нефінансового звіту.

6.1. Побудова системи комунікацій із корпоративної соціальної відповідальності

Принципи формування інформаційної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності

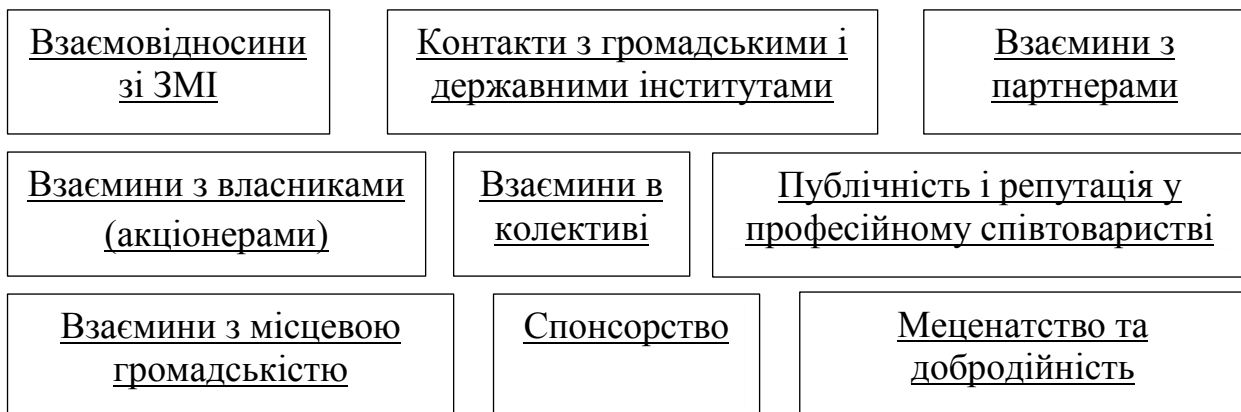
1. **Принцип рівноправності:** підприємство забезпечує всім зацікавленим особам рівні права і можливості в одержанні й доступі до інформації, зокрема забезпечує всім акціонерам та їхнім представникам рівні права на одержання інформації і документів, що підлягають наданню, з урахуванням винятків, установлених законом та установчими документами.
2. **Принцип оперативності:** підприємство в можливо короткий термін інформує акціонерів, інвесторів, інвестиційне співтовариство та громадськість про найбільш істотні події і факти, що зачіпають їхні інтереси.
3. **Принцип повноти:** підприємство надає про себе інформацію, достатню, щоб сформувати об'єктивне бачення в акціонерів, інвесторів та громадськості в питанні, яке їх цікавить.
4. **Принцип достовірності:** підприємство надає своїм акціонерам та інвесторам інформацію, що відповідає дійсності, а також уживає всіх розумних заходів, щоб розповсюджувана інформація не була перекручена.
5. **Принцип доступності:** способи доведення значущої інформації до акціонерів, інвесторів та громадськості мають забезпечувати вільний і необтяжливий доступ до такої інформації.

6. **Принцип регулярності**: підприємство на регулярній основі надає своїм акціонерам, інвесторам та громадськості інформацію про себе за допомогою наявних у його розпорядженні засобів інформування.

7. **Принцип збалансованості**: підприємство намагатиметься знайти баланс між відкритістю і прозорістю з одного боку, і конфіденційністю - з другого, для забезпечення прав акціонерів на отримання інформації та обмеження доступу до «чутливої інформації».

8. **Принцип захищеності**: підприємство застосовує допустимі законами способи й засоби захисту інформації, що становить державну, службову й комерційну таємницю.

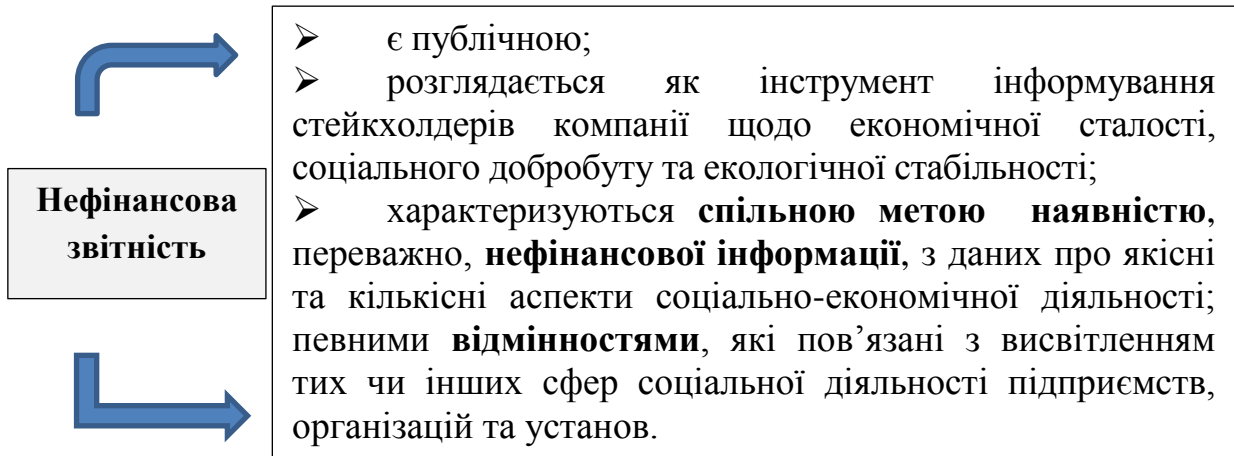
Складники системи комунікацій із корпоративної соціальної відповідальності



6.2. Нефінансова звітність як інструмент розвитку соціальної відповідальності підприємства

Звітність щодо різних аспектів соціальної відповідальності

<p><u>! не існує єдиної назви</u></p> <p>"соціальний звіт" (Social reporting); "звіт із корпоративної соціальної відповідальності" (Corporate Social Responsibility Reporting), "звіт із корпоративної відповідальності" (Corporate Responsibility Report), "звіт із прогресу" (Progress Report), "звіт зі сталого розвитку" (Sustainable Development Reporting) та інші</p>



Нефінансова звітність

(звітність, в якій відображено нефінансові показники) – це сукупність даних компанії, організації, що відображає середовище існування її, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства.



Вектори нефінансової звітності



Форми формування нефінансової звітності

Довільна форма – найпоширеніший підхід

- Комплексні звіти:**
- за методом потрійного підсумку;
 - за методом Лондонської групи порівняльного аналізу;
 - за методом групи корпоративного громадянства

Стандартизовані звіти:


- стандарти Саншайн;
- модульні стандарти GRI;
- стандарти AA 1000;
- стандарти SA 8000.

Інтегрований звіт:


Інтегроване представлення показників як фінансового, так і нефінансового напрямку у щорічному звіті компанії, дає можливість зрозуміти роль сталого розвитку в діяльності підприємства

Фінансові і нефінансові звіти утворюють єдину інформаційну базу для управління соціально-економічною діяльністю підприємства (вони інформаційно доповнюють один одного, а також мають спільні ознаки)


Найбільш поширені нефінансові звіти




Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP – Communication on Progress). Звіт з прогресу (щодо виконання принципів Глобального Договору (ГД) ООН) – це одна з найпоширеніших та найлегших до впровадження форм нефінансової звітності, що **не проходить аудит**. Глобальний Договір ґрунтується на десяти універсальних принципах, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Звіт з прогресу щорічно обов'язково готують тільки ті компанії, що є підписантами (членами) Глобального Договору ООН



Звіт зі сталого розвитку. Цей звіт є найбільш складним нефінансовим звітом, оскільки готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting Initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у своєму звіті за п'ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності (**аудит можливий**)



Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA 1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical Account Ability). Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахування їхньої думки під час аналізу діяльності компанії. Згідно з вимогами стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення цінностей і задач компанії), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, збір та аналіз інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою організацією. Стандарт перевірки звітності AA1000 націлений на сприяння організаційній звітності задля сталого розвитку шляхом забезпечення якості нефінансового обліку, аудиту та звітності (**аудит можливий**)



Звіт про КСВ-діяльність (соціальний звіт, звіт про соціальні та/або екологічні проекти компанії). Це – найбільш легкий нефінансовий звіт, який готується компанією. Він створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні жодні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проектів компанії і **не проходить аудит**.

Стандарти щодо звітування у сфері корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Стандарти спрямовані на посилення ефективності комунікацій, насамперед, із зовнішнім середовищем підприємства шляхом підготовки та поширення нефінансової звітності, використання яких дозволяє визначити ступінь залученості соціальної відповідальності у стратегію розвитку підприємства, визначити взаємозв'язок між тим, як і якими темпами підприємство реалізує в своїх стратегічних планах концепцію сталого розвитку та КСВ; підвищити прозорість бізнесу щодо економічної, соціальної та екологічної сталості розвитку; зміцнити взаємовідносини з основними стейкхолдерами підприємства; вдосконалити процес стратегічного управління.

Назва	Характеристики та основні вигоди від використання стандарту
Звіт з прогресу (Звіт про виконання принципів ГД ООН)	Складається лише підприємствами - членами Глобального Договору ООН, у звіті відображається стан виконання принципів соціальної відповідальності та плани на майбутнє. Містить інформацію про те, як компанія виконує принципи ГД ООН у чотирьох сферах: права людини, трудові відносини, захист навколишнього середовища та боротьба з корупцією.
Глобальна ініціатива зі звітності GRI (стандарт G4, модульні стандарти нефінансової звітності)	Розвиває звіт про прогрес, найбільш деталізована та складна форма звітності - звіт зі сталого розвитку (Sustainability Reporting Guidelines) – містить чіткі індикатори щодо діяльності компанії у сфері сталого розвитку, остання версія керівництв G4 прийнята у 2013 році. Відображає економічні, соціальні та екологічні досягнення, має чіткі критерії, яких компанія повинна дотримуватися при його складанні. В 2016 році вийшли в світ модульні стандарти складання нефінансової звітності (GRI Standards), які були розроблені Global Reporting Initiative. Офіційно стандарти вступили в силу 1 липня 2018 року.

	<p>Модульний стандарт складається з трьох універсальних категорій (GRI 102 «Контекстуальна інформація про організацію та її практику звітування», GRI 103 «Звіт про управління у кожній сфері, що ідентифікується», комплекс GRI 200 «Економіка», 300 «Навколишнє середовище», 400 «Соціальна сфера»), які підходять для всіх компаній незалежно від виду діяльності, а також 33 специфічних стандарти, які пов'язані з екологічними, економічними та соціальними аспектами діяльності компанії.</p>
<p>AA 1000 міжнародної організації «Підзвітність»</p>	<p>передбачає інтеграцію екологічних і соціальних аспектів в організацію бізнесу з метою підвищення соціальної та екологічної відповідальності бізнесу перед суспільством за рахунок максимального залучення груп зацікавлених сторін, і врахування їхньої думки під час аналізу діяльності підприємства (тобто заснований на діалозі зі стейкхолдерами). Має наступні серії: AA 1000 Account Ability Principles Standard (AA1000AP, остання версія 2018 р.) – визначає основоположні принципи, відповідно до яких підприємство має складати звітність сталого розвитку; AA 1000 Assurance Standard (AA1000AS, остання версія 2008 р., переглянута у 2019 році) – визначає методики оцінки ступеня і характеру відповідності звітності стандартам AA 1000; The AA 1000 Stakeholder Engagement Standard (AA 1000 SES, остання версія 2015 р.) – гарантує основу для забезпечення комунікаційного процесу між зацікавленими сторонами і підприємством.</p>

З 2017 року вступили в дію Директиви 2013/34/ЄС та 2014/95/ЄС, які визначили обов'язковою умовою діяльності підприємств з кількістю працюючих понад 500 осіб подання нефінансової звітності. Особливістю цих Директив є необхідність звітувати не тільки щодо внутрішніх ризиків, а й загроз, які є в стосунках з постачальниками та субпідрядниками. Навіть компанії не з країн до ЄС, які постачають туди свою продукцію, будуть змушені приділяти увагу, обсягам викидів парникових газів, соціальним проблемам, проблемам менеджменту компанії. Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» (від 05.10.2017 р. № 2164-VIII, чинний з 01.01.2018) (стаття 11) - для великих підприємств передбачено подання звіту про управління разом з фінансовою звітністю та консолідованою фінансовою звітністю.

6.3. Нефінансова звітність в світі

Франція	<ul style="list-style-type: none">➤ організації, персонал яких налічує більше 300 осіб, зобов'язані з 1977 р. Соціальний звіт, що містить інформацію щодо практик найму на роботу, оплати праці, охорони здоров'я і безпеки, умов праці на робочому місці, навчання і професійної підготовки, а також щодо відносин між керівництвом і персоналом;➤ компанії, що котируються на біржі Франції, з 01.01.2003 р. зобов'язані надавати соціальний звіт з охорони праці та навколишнього середовища про вплив їхньої діяльності на суспільство. У звіті також необхідно розкрити ступінь дотримання основних принципів і прав у сфері праці, затверджених Деклараціями Міжнародної організації праці (МОП), а також заходи щодо просування цих принципів серед субпідрядників філіями французьких організацій.
Бельгія	з 1995 р. до річного звіту обов'язково додається Соціальний звіт, що містить загальний опис робочої сили, інформацію щодо практик найму і розвитку персоналу, плинності кадрів, заходів просування і професійну підготовку працівників. Великі організації готують повний звіт, малі та середні (з кількістю працівників більше 20 осіб) - скорочений. Звіт подається до Національного банку Бельгії, який контролює достовірність інформації.
Данія	з 1993 р. «Закон про захист навколишнього середовища» містить вимоги екологічної звітності для «найбільших забруднювачів»
Норвегі	з 1998 р. національний та іноземний бізнес, що провадить свою діяльність на території країни і є суб'єктом оподаткування, згідно з «Законом про бухгалтерський облік» обов'язково включає до преамбули інформацію про операційне середовище, гендерну рівність, екологію, а також про заходи, які можуть запобігти або зменшити негативний вплив компанії
Велика Британія	у 2005 р. прийнятий «Закон про обов'язкову корпоративну соціальну звітність підприємств, що котируються на біржі». Відповідно до опублікованого Національним інститутом стандартизації Великої Британії стандарту в соціальному звіті обов'язковому розкриттю підлягає інформація про персонал (аспекти здоров'я і безпеки праці, політики найму, навчання і розвитку, мотивацій, бізнес-етики, продуктивність працівників) і суспільно важливих проблем (питання охорони здоров'я, наявності у виробничому ланцюгу соціальних ризиків, різноманіття клієнтської бази, впливи на місцеве співтовариство (шум, забруднення повітря і води), а також дотримання прав людини і корінних народів).
Швеція	закони, прийняті у кінці 2009 р., зобов'язали всі компанії державної власності оприлюднювати звіти щодо їхньої екологічної безпеки, економічної і соціальної діяльності.
Німеччина	звітність за нефінансовими показниками є обов'язковою для великих підприємств і холдингів. Наприкінці 2004 р. у законодавство про бухгалтерський облік і реформи були внесені зміни, які вперше приписували включити в звітність ключові нефінансові показники діяльності: екологічний вплив і стан людського капіталу

6.4. Нефінансова звітність в Україні

Вектори нефінансової звітності в Україні:

**умови праці
та розвиток
людського
капіталу**

участь персоналу в різноманітних тренінгах і програмах, системи оцінки ефективності роботи, мотивації, дотримання прав людини, трудові відносини, інформація про соціальні переваги працівників, гідне ставлення до них, створення безпечних умов праці

**збереження і
відтворення
навколишнього
середовища**

екологічні ініціативи, наприклад, обсяги інвестицій у здійснення заходів щодо зменшення забруднення навколишнього середовища (вартість і перелік заміненого устаткування, вартість впровадження екологічних програм, проведення екологічного аудиту тощо) і отриманих від них результатів, надають детальну характеристику впливу функціональної діяльності на навколишнє середовище, у тому числі й негативного.

доброчинність

надання адресної доброчинної допомоги, проведення соціальних акцій щодо запобігання розповсюдження хвороб (ВІЧ/СНІДУ, раку, туберкульозу тощо), допомоги дітям в інтернатах, дитячих будинках тощо

**співпраця з
місцевими
громадами**

допомога у покращенні соціально-побутових умов у місцях розташування виробничих ділянок, допомога органам місцевого самоврядування, партнерство з метою вирішення конкретних соціальних або екологічних питань

**протидія
корупції**

незначна кількість підприємств указують на існування політики відбору бізнес-партнерів та співпраці з ними, найму працівників і підрядників, впровадження практики реєстрації подарунків

**відповідальність
за продукцію**

інформація про відповідальність впродовж всього життєвого циклу продукту (в т.ч. збір і утилізація використаних товарів або упаковки), інформація щодо відповідальності за постачальників впродовж всіх ланцюгів постачання

**економічне
зростання**

у нефінансовій звітності стисло надається інформація про доходи і прибутки, просування на ринку.

6.5. Процес підготовки нефінансового звіту.

За рівнем інтеграції можна виокремити два підходи до складання нефінансових звітів в Україні: у вигляді окремого документа, що описує діяльність підприємства в соціальній та екологічній сферах; у вигляді тематичного розділу річної звітності підприємства.

Етапи підготовки нефінансового звіту

1. Отримання схвалення керівництва компанії.



2. Узгодження цілей компанії

(для чого вона складає звіт: поліпшити репутацію, збільшити цінність для акціонерів, стати кращою за конкурентів), очікування як компанії, так і стейкхолдерів, потребу у верифікації третьою стороною. На цьому етапі є необхідність пов'язати стратегічні пріоритети компанії та її цінності з цілями нефінансового звіту. Важливо розуміти, що звіт має стати публічною інформацією, відповідно, його будуть читати. Створити матрицю тих, хто буде читати звіт, важливо, оскільки це допоможе включити до звіту необхідну інформацію.

Матриця читачів звітів зі сталого розвитку та їх інтересів.

Громада	Споживачі	Інвестори
<ul style="list-style-type: none">- Охорона здоров'я і безпеки;- Економічні можливості, в тому числі зайнятість;- Соціальні інвестиції;- Екологічні ризики.	<ul style="list-style-type: none">- Безпека продуктів;- Задоволеність споживачів;- Етика;- Робота зі скаргами споживачів;- Ваші продукти у порівнянні з іншими продуктами.	<ul style="list-style-type: none">- Ризики і можливості;- Прибуток, взаємовідносини з стейкхолдерами;- Зарплати, бонуси, дивіденди;- Етична складова;- Вирішення проблем компанією з точки зору ефективного ризик-менеджменту;- Відкритість і прозорість компанії.
Громадські організації	Співробітники	Регулятори
<ul style="list-style-type: none">- Екологічна складова;- Етика у взаємовідносинах;- Співпраця з громадськими організаціями;- Відкритість і прозорість компанії;- Про що компанія не звітує.	<ul style="list-style-type: none">- Охорона здоров'я і безпеки;- Зарплата і бонуси;- Професійний і особистісний розвиток;- Баланс між професійним і особистим життям;- Відповідність законодавству.	<ul style="list-style-type: none">- Відповідність законодавству;- Соціальні інвестиції компанії;- Економічні показники компанії;- Екологічні показники;- Співпраця з державними органами влади.



3. Визначення:

- **за яким стандартом або форматом компанія буде готувати звіт, масштаб**(рівень включення економічних, соціальних та екологічних показників),
- **мови звіту**(особливо якщо компанія міжнародна або має цілі, пов'язані з міжнародним позиціонуванням),
- **ресурсів та часового періоду,**
- **форми звіту**(друкований чи он-лайн),
- **рівня верифікації.**



4. Створення крос-секторальної робочої групи з різних відділів (людські ресурси, екологічні питання, закупівлі, розвиток продукту, фінансовий департамент, маркетинг, зв'язки з громадськістю) **для підготовки внутрішнього звіту.**



5. Узгодження ключових питань, які охоплює звіт.



6. Залучення стейкхолдерів.

Визначити, на яких стейкхолдерів розрахований звіт компанії, а також методи і форми їх залучення до підготовки звіту: щодо питань, необхідних для включення, розробки ключових показників ефективності (економічних, соціальних та екологічних), сприйняття результативності компаній або верифікації звіту; визначте ключові показники ефективності, узгодьте ці показники як всередині компанії, так і зовні - з її стейкхолдерами.



7. Процес збору інформації включає збір та аналіз відповідних даних.

Процес збору даних має бути зафіксований у компанії окремою процедурою, для того щоб ця активність відбувалася на постійній основі й допомагала моніторити здійснені активності. Джерела даних включають інформацію щодо звітів компанії, фінансову та бухгалтерську інформацію, звітів із закупівель, екологічні огляди і, можливо, оцінку екологічного та соціального впливу компанії, якщо компанія таке здійснює, звіти щодо кількості, якості й відгуків із проведених тренінгів, оцінка рівня задоволеності співробітників тощо.



8. Узгодження ключових заяв звіту, скласти його текстову частину, визначити графічну частину (графіки, верстання), яка має підкреслити вибрані заяви, а також одержати схвалення керівництва на друк або верифікацію звіту.



9. Проведення аудиту звіту - як внутрішнього, так і зовнішнього.



10. Розробка електронної або друкованої версії звіту.

Тенденція останніх років - мінімальне використання паперу, тільки при потребі - друк скороченої версії звіту. Інші варіанти: розмістити на сайті компанії, де читачі можуть самі сформулювати необхідний звіт для себе (не за всіма, а за вибраними індикаторами), деякі компанії створюють окремі сторінки або сайти для свого нефінансового звіту. Важливо також як у самому звіті, так і на сайті вказати адреси та контакти для замовлення звітів і для надсилання коментарів із зазначенням контактної особи з питань підготовки звіту. Рівень контактної особи може бути різним, але чим він вищий, тим більша довіра.



11. Розроблення стратегії розповсюдження звіту серед головних стейкхолдерів, а також комунікаційної стратегії.

(організація круглих столів, прес-конференцій, розсилка прес-релізів, повідомлення для інвесторів, реклама, мейли й інші форми комунікації, наприклад, рахунки компанії для клієнтів)



12. Оприлюднення нефінансового звіту.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 6

1. Динамічний соціальний моніторинг – це:

- а) комплексне оцінювання систем і раціональне реагування на можливість виправлення помилок;
- б) ефективний аналіз підприємницької діяльності в різні періоди економічної циклічності;
- в) раціональний відбір показників за соціальними групами, проектами, територією та іншими ознаками з метою виявлення реальних проблем і вибір найкращих шляхів розвитку;
- г) виявлення рівня суспільного співробітництва, соціального діалогу, дії соціальних програм і їх якість на регіональному рівні.

2. Комунікативно-регулююча функція соціального аудиту:

- а) формує умови для попередження соціальних ризиків, які можуть виникати в процесі неефективного управління;
- б) допомагає визначити наскільки діяльність підприємства відповідає суспільним очікуванням за допомогою підтвердження (непідтвердження) показників соціальної звітності;
- в) надає відомості про результати соціально відповідальної діяльності, функціонування соціальних процесів на підприємстві;
- г) відображається у відкритті нових закономірностей методики практичної реалізації

3. Що із переліченого не належить до групи соціальних показників ефективності:

- а) питома вага необоротних активів соціальної сфери у необоротних активах підприємства;
- б) повнота виконання корпорацією своїх стратегічних та поточних планів;
- в) коефіцієнт плинності кадрів;

г) дефіцит робочої сили у підприємстві загалом і за окремими її категоріями.

4. Системний соціальний моніторинг – це:

а) глибоке дослідження кожної окремо взятої системи і її операційно-господарської діяльності.

б) комплексне оцінювання систем і раціональне реагування на можливість виправлення помилок;

в) ефективний аналіз підприємницької діяльності в різні періоди економічної циклічності;

г) раціональний відбір показників за соціальними групами, територією та іншими ознаками з метою виявлення реальних проблем і вибір найкращих шляхів розвитку.

5. До індикаторів соціальних програм відносяться:

а) зниження рівня захворюваності працівників, підвищення рівня освіти;

б) зниження рівня безробіття, як молоді так і осіб із обмеженими можливостями;

в) зростання якісних показників навколишнього середовища;

г) всі відповіді правильні.

6. Евристична функція соціального аудиту:

а) формує умови для попередження соціальних ризиків, які можуть виникати в процесі неефективного управління;

б) аналізує об'єкт дослідження, визначає ефективність реалізації соціальних програм;

в) надає відомості про результати соціально відповідальної діяльності, функціонування соціальних процесів на підприємстві;

г) відображається у відкритті нових закономірностей методики практичної реалізації соціальних проектів бізнесом.

7. Профілактична функція соціального аудиту:

- а) формує умови для попередження соціальних ризиків, які можуть виникати в процесі неефективного управління;
- б) аналізує об'єкт дослідження, визначає ефективність реалізації соціальних програм;
- в) надає відомості про результати соціально відповідальної діяльності, функціонування соціальних процесів на підприємстві;
- г) відображається у відкритті нових закономірностей методики практичної реалізації соціальних проектів бізнесом.

8. До соціальних показників у соціальному звіті за GRI відносять такі:

- а) взаємовідношення працівників і керівництва;
- б) управління, зобов'язання і взаємодія із зацікавленими сторонами;
- в) стратегія організації;
- г) всі відповіді правильні.

9. Відповідно до цього стандарту здійснюється забезпечення надійних та безпечних умов праці персоналу:

- а) ISO 14000;
- б) OHSAS 18000;
- в) SA 8000;
- г) ISO 26000.

10. Відповідно до цього стандарту здійснюється забезпечення правил, законів та інших екологічно орієнтованих вимог стосовно діяльності підприємств:

- а) ISO 14000;
- б) OHSAS 18000;
- в) SA 8000;
- г) ISO 26000.

11. Стандарт, який представляє собою керівництво за принципами, які покладені в основу соціальної відповідальності, основними темами і проблемами, що стосуються соціальної відповідальності, і способами інтеграції соціально відповідальної поведінки в стратегії, системи, практики і процеси організації, це:

- а) ISO 14000;
- б) OHSAS 18000;
- в) SA 8000;
- г) ISO 26000.

12. Стандарт, який призначений для оцінки соціальних аспектів систем менеджменту, це:

- а) ISO 14000;
- б) OHSAS 18000;
- в) SA 8000;
- г) ISO 26000.

13. Стандарт, який визначає правила та принципи роботи зі стейкхолдерами, це:

- а) ISO 14000;
- б) AA 1000;
- в) SA 8000;
- г) ISO 26000.

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

- а) рейтинг соціальної відповідальності бізнесу;
- б) соціальний звіт;
- в) соціальні інвестиції;

г) соціальне партнерство.

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

- а) соціальна відповідальність;
- б) соціальний рейтинг;
- в) соціальний аудит;
- г) соціальний звіт.

Питання для самоконтролю:

1. Яке, на Вашу думку, основне призначення нефінансової звітності, і чому її слід використовувати в діяльності підприємства поряд з фінансовою звітністю?

2. Визначте особливості формування Звіту про прогрес, Звіту зі сталого розвитку за вимогами системи GRI, нефінансової звітності за стандартом AA1000.

3. Чому європейські країни надають великого значення формуванню не фінансових звітів? Які існують законодавчі вимоги щодо їх обов'язковості? Яка ситуація в Україні? Наведіть приклади.

4. Розкрийте основні етапи підготовки нефінансового звіту.

5. Які форми оприлюднення нефінансового звіту є найбільш ефективними у контексті ви будови взаємин зі стейкхолдерами?

Тема 7. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

7.1. Фактори ефективності функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією

7.2. Рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу.

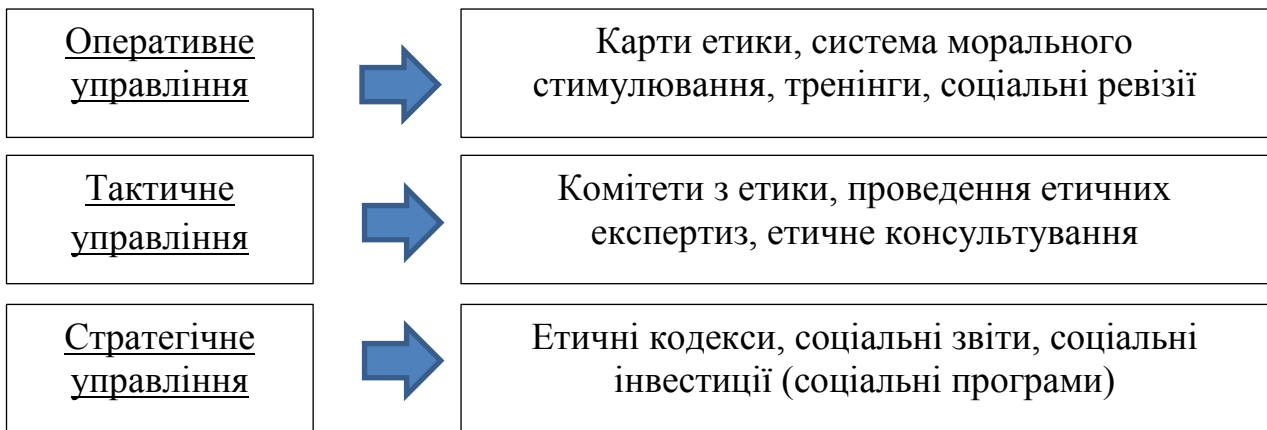
7.3. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.

7.1. Фактори ефективності функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією

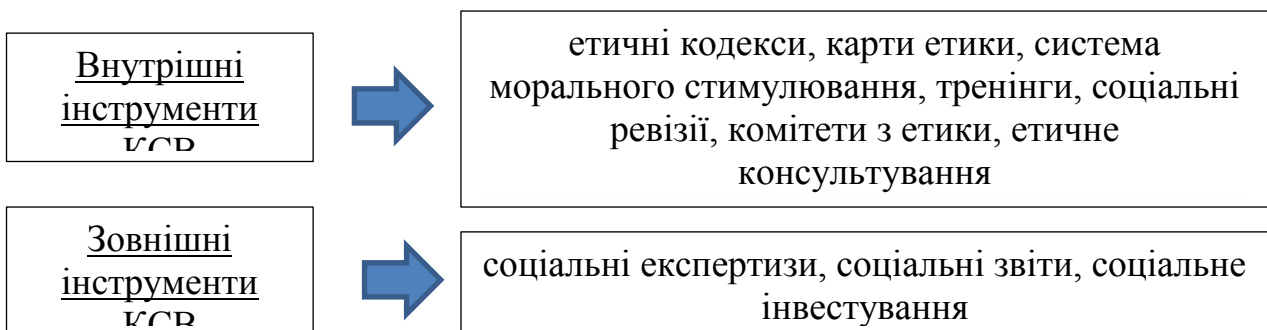


3. Комітети з етики	як постійно діючі (для оцінки повсякденної практики з точки зору етики), так і тимчасові (при необхідності вирішити виниклу моральну проблему). Майже всі члени таких комітетів - керівники вищого рівня.
4. Соціальні ревізії	«створюються для оцінки і складання звітів про соціальний вплив дій і програм організації»
5. Соціальна звітність	«документально оформлена сукупність даних комерційної організації, що відображають середовище функціонування компанії, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній, екологічній сфері життя суспільства»
6. Навчання етичної поведінки	проведення тренінгів з вирішення моральних проблем бізнесу.
7. Етичні експертизи	«діяльність, спрямована на перевірку, аналіз і оцінку змісту, мети діяльності та очікуваних результатів на основі пошуку чесних, відповідальних, гуманних, справедливих рішень питань, важливих з точки зору моралі і таких, що пов'язані з морально - психологічними ускладненнями».
8. Соціальне інвестування	«використання і залучення зовнішніх та внутрішніх ресурсів територіальних громад в інтересах їхнього соціально-економічного, культурного розвитку, створення достатнього рівня життя для її членів, забезпечення реалізації їхніх демократичних прав і свобод, гармонії з навколишнім середовищем».
9. Система методів морального заохочення і покарання	використовується для узагальнення підсумків позитивної чи негативної оцінки дій працівника та результатів його праці.
10. Соціальні комунікації	«обмін між людьми або іншими соціальними суб'єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких відображені інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений цілим рядом соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві».

Значення інструментів КСВ у стратегії розвитку підприємства

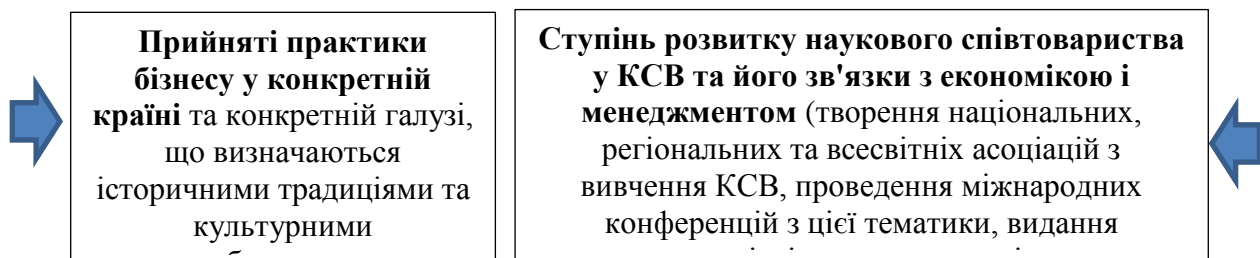
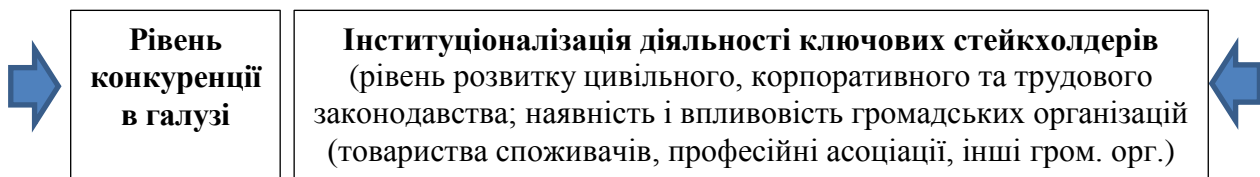


Взаємодія інструментів КСВ із середовищем

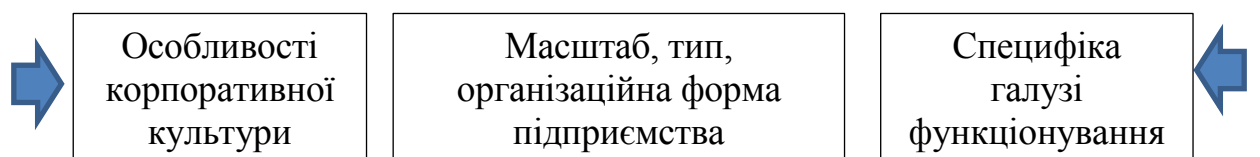


Фактори ефективності функціонування КСВ в управлінні підприємством

ЗОВНІШНІ

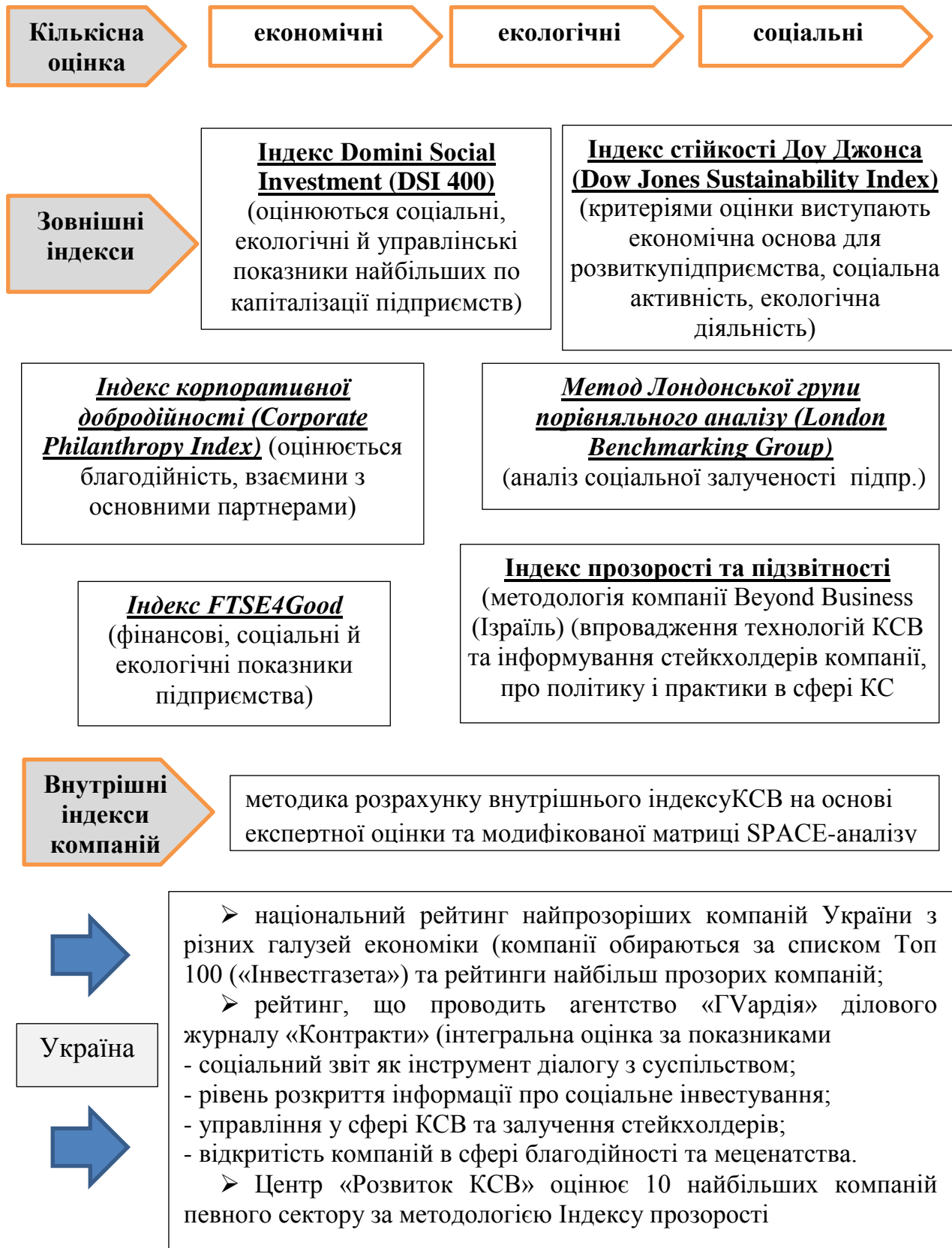


ВНУТРІШНІ



7.2. Рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу

Показники КСВ:



Показники оцінки ефективності соціальних програм організації за основними напрямками

Напрямок соціальної програми	Показники ефективності соціальних програм у рамках цього напрямку
Розвиток персоналу	<p>кількість керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на навчання та перепідготовку персоналу;</p> <p>середній рівень заробітної плати персоналу;</p> <p>кількість робочих, що пройшли навчання;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на надання соціального пакета і преміальні виплати персоналу;</p> <p>кількість годин навчання з розрахунку на одного співробітника;</p> <p>проведені тренінги та результати навчання;</p> <p>структура робочої сили в гендерному та віковому розрізі;</p> <p>кількість робітників – інвалідів;</p> <p>оцінка працівниками своєї компанії.</p>
Охорона здоров'я та безпечні умови праці	<p>понаднормові години;</p> <p>кількість інцидентів на робочому місці;</p> <p>кількість співробітників, що отримали путівки в будинки відпочинку, санаторії, профілакторії і т. ін. за рахунок організації;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на медичне обслуговування співробітників на підприємстві;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на охорону праці і техніку безпеки;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на підтримку санітарно-гігієнічних і ергономічних умов праці;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на підтримку материнства і дитинства.</p>
Соціально відповідальна реструктуризація	<p>плинність кадрів;</p> <p>кількість перепідготовлених співробітників з тих, що вивільняються з організації;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на вихідну допомогу;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на перенавчання співробітників, що вивільняються;</p> <p>обсяг коштів, виділених організацією на сприяння працевлаштуванню співробітників, що вивільняються.</p>

<p>Природоохоронна діяльність і ресурсозберігання</p>	<p>кількість проведених акцій озеленення, суботників і інших аналогічних заходів; обсяг коштів, виділених організацією на організацію екологічно безпечного виробничого процесу; обсяг коштів, виділених організацією на зведення очисних споруд; використання вторинної сировини; споживання енергії; утилізація відходів; кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів.</p>
<p>Розвиток місцевого співтовариства</p>	<p>обсяг коштів, виділених на участь у добродійних акціях; обсяг коштів, виділених організацією на проведення програм і акцій підтримки соціально незахищених верств населення; обсяг коштів, виділених організацією на спонсорування місцевих культурних, освітніх і спортивних об'єктів і заходів; кількість людей, що отримали в тій або іншій формі допомогу від організації; обсяг коштів, виділених організацією на підтримку дитинства і юнацтва; обсяг коштів, виділених організацією на підтримку житлово-комунального господарства і об'єктів культурно-історичного значення; обсяг коштів, виділених організацією на підтримку соціально значущих досліджень і кампаній. надані робочі місця; освітні і навчальні програми для громадськості; участь у стратегічному розвитку регіону; допомога в рішенні різних проблем (екологічних, охорона здоров'я та ін.) .</p>
<p>Добросовісна ділова практика</p>	<p>дотримання компанією прав людини; обсяг коштів, виділених організацією на публікацію інформації про організацію для бізнес-партнерів, клієнтів і інших зацікавлених у діяльності організації сторін (корпоративний сайт, інформаційні брошури і ін.); обсяг коштів, виділених організацією на проведення програм співпраці з органами державного управління, асоціаціями споживачів, професійними об'єднаннями і іншими громадськими організаціями;</p>

	<p>обсяг коштів, виділених організацією на навчання постачальників, бізнес-партнерів і інших зацікавлених у діяльності організації сторін; обсяг коштів, виділених організацією на проведення програм сприяння малому бізнесу; рекламації покупців; скарги на недобросовісну рекламу; штрафні санкції антимонопольного комітету; надання споживачам кращого сервісу; рівень задоволення споживача; кредиторська заборгованість; рівень відповідності стандартам продукції; вплив продукції/діяльності компанії на суспільство.</p>
--	---

7.3. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні

На формування соціальної відповідальності в Україні

впливає низка факторів:

- неефективна структура економіки;
- міжнародна практика іноземного інвестування в соціально відповідальні компанії;
- неефективна система соціального захисту;
- реалії тіньової економіки;
- низька інституційна підтримка;
- недосконале трудове законодавство;
- низький рівень корпоративної культури підприємств;
- низьке розуміння бізнесом основних завдань, принципів і механізмів соціальної відповідальності;
- недостатня прозорість діяльності;
- непропорційний розвиток складників соціальної відповідальності та сталого розвитку;
- невключеність орієнтирів сталого розвитку у стратегію діяльності підприємств.

Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року



метою Стратегії є визначення напрямів сприяння розвитку СВБ в Україні, організаційних механізмів та умов для інтеграції СВБ у діяльність підприємств для забезпечення сталого розвитку України, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах.

Перспективи розвитку та стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні:

державні механізми стимулювання КСВ

збільшення кількості підприємств, що впроваджують власну стратегію КСВ

поширення кращих практик соціальної відповідальності українського бізнесу щодо етичної та чесної поведінки

розвиток високотехнологічних та конкурентоспроможних виробництв з урахуванням створення доданої вартості на всіх етапах інноваційного ланцюга

імплементация завдань стратегії сталого розвитку в діяльність підприємств

збільшення добровільного нефінансового звітування

забезпечення гідної праці, дотримання сучасних стандартів безпеки праці і розвитку людини, покращення соціально-трудова прав та зайнятості персоналу

підвищення рівня цифрової трансформації підприємств, забезпечення проникнення ІКТ у промисловість з метою осучаснення та включення промислового виробництва до світових промислових ланцюгів

удосконалення політики у сфері управління відходами на законодавчому рівні, розширення відповідальності виробника шляхом впровадження заходів щодо зменшення відходів, покращення їх утилізації, забезпечення повторного використання

покращення життя громад; підвищення стандартів життя населення та формування середнього класу; зменшення диспропорцій регіонального розвитку; захист прав споживачів; зменшення податкового навантаження на бізнес, покращення умов доступу до фінансових ресурсів

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 7

Завдання 1. Ціль 8 «Гідна праця та економічне зростання» інкорпорує активізацію економічного та соціального вектору формування соціальної відповідальності бізнесу у відносинах з персоналом та стейкхолдерами мезосередовища. За даними таблиці 7.1 визначити рівень реальності досягнення прогресу за завданнями Цілі сталого розвитку 8 «Гідна праця та економічне зростання» (високий, середній, низький, практично недосяжне завдання) за визначеними орієнтирами на 2020 рік, 2025 рік, 2030 рік. Визначити основні перешкоди та перспективні напрями на шляху досягнення такого прогресу.

Таблиця 7.1

Рівень прогресу досягнення українським бізнесом ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання»

Завдання	Індикатор, одиниці виміру	Фактично досягнутий рівень (рік)	Орієнтир для досягнення			Реальність досягнення
			2020 рік	2025 рік	2030 рік	
8.1	8.1.1. Індекс фізичного обсягу ВВП, %	103,2 (2019 рік)	104	106	107	
	8.1.2. Частка валового нагромадження у ВВП, %	18 (2019 рік)	23	28	22	
	8.1.3. Частка експорту високотехнологічних товарів, %	16,4 (2019 рік)	25	28	30	
	8.1.4. Рейтинг за Глобальним індексом інновацій	47 (2019 рік)	50	45	40	
8.2	8.2.1. Коефіцієнт віддачі основних засобів	0,12 (2018 рік)	0,13	0,18	0,23	
	8.2.2. Індекс продуктивності праці, %	101,9 (2019 рік)	104	103,6	105,8	
8.3	8.3.1. Рівень зайнятості населення віком 20-64 роки, %	66,9 (2019 рік)	66	68	70	
8.4	8.4.1. Частка молоді, яка на працює, не навчається і не набуває професійних навичок, %	14,5 (2018 рік)	17	16,5	15,5	
8.5	8.5.1. Кількість потерпілих від нещасних випадків на виробництві, % до 2015 р.	91 (2019 рік)	75	60	55	
	8.5.2. Кількість загиблих від нещасних випадків на виробництві, % до 2015 р.	113 (2019 рік)	70	50	45	

	8.5.3. Частка працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами, %	29,6 (2019 рік)	22	17	12	
8.6	8.6.1. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів малого та середнього підприємництва, млн. осіб	7,4 (2019 рік)	8,3	9,5	10,5	
	8.6.2. Частка доданої вартості за витратами виробництва суб'єктів малого та середнього підприємництва, % до загального рівня	64,3 (2018 рік)	70	75	80	
	8.6.3. Місце України в рейтингу DoingBusiness	64 (2019 рік)	30	25	20	

Завдання 2. Ціллю сталого розвитку 9 (ЦСР 2016-2030) поставлено низку завдань, які дозволяють на основі інноваційного підходу створити потужний виробничий сектор економіки та інфраструктуру виробничого та невиробничого призначення. За даними таблиці 7.2 визначити рівень реальності досягнення прогресу за завданнями Цілі сталого розвитку 9 «Промисловість, інновації та інфраструктура» (високий, середній, низький, практично недосяжне завдання) за визначеними орієнтирами на 2020 рік, 2025 рік, 2030 рік. Визначити основні перешкоди та перспективні напрями на шляху досягнення такого прогресу.

Таблиця 7.2

Рівень прогресу досягнення українським бізнесом
ЦСР 9 «Промисловість, інновації та інфраструктура»

Завдання	Індикатор, одиниці виміру	Фактично досягнутий рівень (рік)	Орієнтир для досягнення			Реальність досягнення
			2020 рік	2025 рік	2030 рік	
9.1	9.1.4. Ступінь зносу транспортних засобів у ВЕД «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність», %	62,9 (2018 рік)	49	45	45	

9.4	9.4.2. Частка додатної вартості за витратами виробництва підприємств, які належать до середньовисокоготехнологічного сектору переробної промисловості у загальній доданій вартості за витратами виробництва, %	3,8 (2018 рік)	7,5	9,6	11,8	
	9.4.3. Частка працівників, зайнятих на підприємствах середньовисокоготехнологічного сектору переробної промисловості, у загальній кількості зайнятих у промисловості, %	21,6 (2018 рік)	26	28	29	
9.5	9.5.2. Частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі промислової продукції, %	1,3 (2019 рік)	5	10	15	
9.6	9.6.1. Рівень охоплення населення Інтернетом, абонентів на 100 жителів	62 (2018 рік)	50	75	100	

Завдання 3. Ціллю сталого розвитку 12 поставлено низку завдань за ключовими напрямками: зниження ресурсомісткості економіки (12.1), зменшення втрат продовольства у виробничо-збутових ланцюгах (12.2), забезпечення сталого використання хімічних речовин на основі інноваційних технологій та виробництв (12.3) та досягнення екологічної безпеки – зменшення обсягу утворення відходів і збільшення обсягу їх повторного використання та переробки на основі інноваційних технологій та виробництв (12.4). За даними таблиці 7.3 оцінити прогрес (за шкалою – високий, середній, низький, практично недосяжне завдання) за визначеними орієнтирами на 2020 рік, 2025 рік, 2030 рік. Визначити основні перешкоди та перспективні напрями на шляху досягнення такого прогресу.

Таблиця 7.3

Рівень прогресу досягнення українським бізнесом
ЦСР 12 «Відповідальне споживання та виробництво»

Завдання	Індикатор, одиниці виміру	Фактично досягнутий рівень (рік)	Орієнтир для досягнення			Реальність досягнення
			2020 рік	2025 рік	2030 рік	
12.1	12.1.1. Ресурсоємність ВВП, % до рівня 2015 року	2018 рік				
	енергоємність	95,3	90	80	60	
	матеріалоемність	97,2	90	80	60	
	вуглецевоємність	83,8	90	80	60	
	водоємність	95,2	90	80	60	
	відходоємність	104,0	90	80	60	
12.4	12.4.1. Обсяг утворених відходів від усіх видів економічної діяльності, на одиницю ВВП, кг на \$1000 за ПКС 2011 р.	1015,7	950	880	800	
	12.4.2. Частка спалених та утилізованих відходів, %	29,7	35	45	55	

Завдання 4. Основу моніторингу соціальної відповідальності підприємства становить нефінансова звітність, яка містить інформацію не тільки щодо результатів економічної діяльності, але й соціальні та екологічні показники, при чому дана інформація подається як з позиції аналізу кількісних показників, так і якісних. Оцінити динаміку прозорості діяльності підприємств – найбільших платників податків за даними рисунку 7.1.

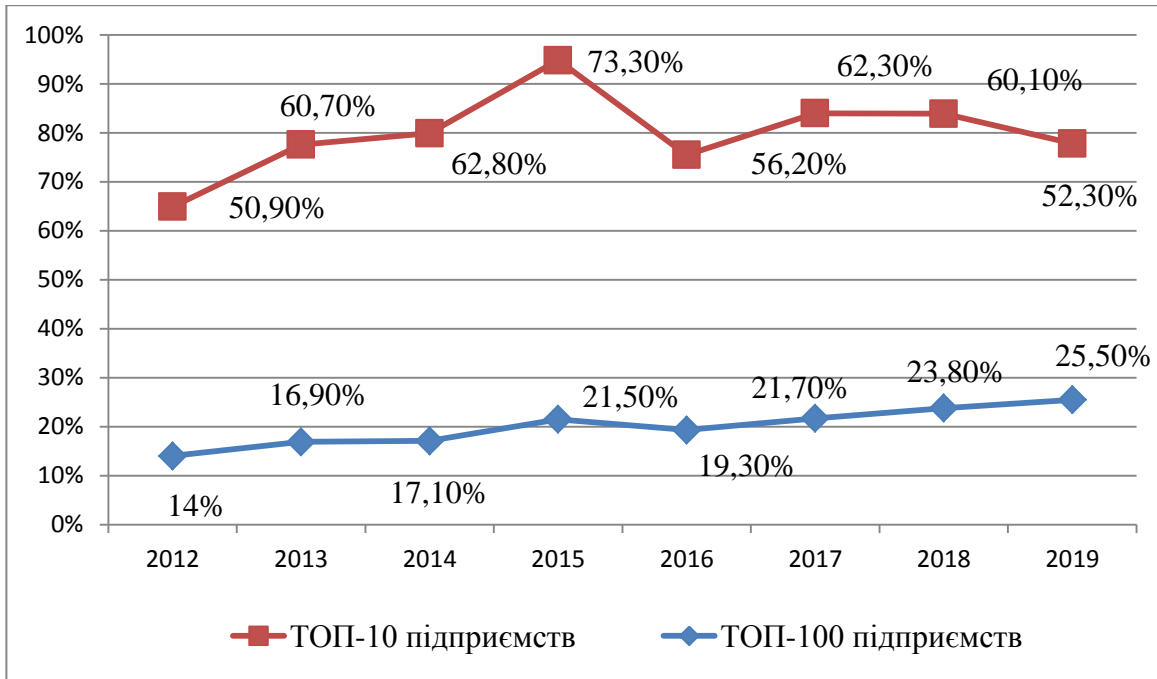


Рис. 7.1. Середній рівень розкриття інформації про КСВ на сайтах ТОП-100 українських підприємства за 2012-2019 рр. (%)

Завдання 5. Надати характеристику основним напрямкам діяльності у сфері просування принципів соціальної відповідальності організацій, логотипи яких представлені на рисунку 7.2.



Визначити роль цих організації у формуванні соціальної відповідальності українського бізнесу. Надати комплексну характеристику стандартам (рекомендаціям) у сфері соціальної відповідальності, запроваджених окремими з цих організацій.

Завдання 6. Встановити відповідність між поняттями.

1.	Глобальний договір	А.	добровільне керівництво з соціальної відповідальності, що надає інструкції щодо основних принципів, ключових тем та питань, що мають відношення до соціальної відповідальності
2.	ISO 26000 : 2010	Б.	стандарт спрямований на поліпшення умов праці, життєвого рівня працівників, усунення дискримінації праці
3.	Цілі сталого розвитку – 2030	В.	ініціатива ООН, спрямована на сприяння соціальній відповідальності ділових кіл та підтримку вирішення ними проблем глобалізації та забезпечення сталого розвитку суспільства
4.	Звіт з прогресу	Г.	найбільш деталізована та складна форма звітності, яка має чіткі критерії, яких компанія повинна дотримуватися при його складанні.
5.	Звіт за стандартом GRI	Д.	складається лише підприємствами - членами Глобального Договору ООН.
6.	Звіт за стандартом AA 1000	Ж.	розроблений з метою зменшення негативного впливу діяльності підприємств на навколишнє середовище
7.	SA 8000 : 2014	З.	заснований на діалозі із зацікавленими сторонами
8.	ISO 9001 : 2015	К.	стандарт спрямований на забезпечення якості продукції на всіх етапах її виробничого (життєвого) циклу
9.	ISO 14001	Л.	сфокусований на взаємодії між організацією і її бізнес-оточенням, в центрі уваги процеси у сфері охорони здоров'я і праці, розглядає як ризики, так і можливості
10.	ISO 45001:2018	М.	план дій світового співтовариства, орієнтований на виведення світу на траєкторію сталого та життєстійкого розвитку

Питання для самоконтролю:

1. Які види етичних кодексів Ви знаєте. Надайте їм коротку характеристику.

2. Розкрийте інструменти корпоративної соціальної відповідальності, що може використовувати підприємство з метою підвищення її ефективності.

3. Надайте характеристику зовнішнім факторам ефективності функціонування КСВ в управлінні підприємством.

4. За якими групами показників слід надавати оцінку ефективності соціальної відповідальності бізнесу?

5. Які рейтингові показники використовуються для оцінки рівня соціальної відповідальності підприємства у зовнішньому середовищі?

6. Які фактори блокують формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні?

7. Надайте оцінку перспективам та стратегічним напрямкам розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

ГЛОСАРІЙ

Азійська модель корпоративної соціальної відповідальності – це модель, яка передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. Для азійської моделі характерна активна роль держави, яке протягом довгого часу брала участь в корпоративному стратегічному плануванні.

Американська модель соціальної відповідальності бізнесу - найбільш лібералізований варіант соціальної політики держави, який базується на принципі відокремлення соціального захисту від вільного ринку й обмеженні захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат.

Гідна праця – наявність зайнятості в умовах свободи, рівності, безпеки та людської гідності; можливість для жінок та чоловіків одержати адекватну професійним знанням гідну і продуктивну роботу в умовах свободи, рівності, соціальної захищеності та людської гідності.

Глобальний договір ООН – ініціатива ООН, спрямована на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки.

Декларація фундаментальних обов'язків та прав на роботі – міжнародний документ, що провадить рамки міжнародних прав працівників через прийняті міжнародною спільнотою «ключові стандарти трудових відносин».

Екологічна експертиза – це забезпечення проведення екологічного дослідження, аналізу, оцінки об'єктів чи діяльності,

спроможних безпосередньо чи в процесі реалізації (застосування, впровадження тощо) негативно впливати на стан навколишнього природного середовища і здоров'я населення, а також забезпечення процесу підготовки висновків про їхню відповідність.

Екологічне маркування – це твердження, в якому зазначено про екологічні аспекти певного товару чи послуг.

Екологічний менеджмент та аудит (EMAS) - це інструмент добровільного управління, розроблений Європейською комісією (ЄС) для організацій, які оцінюють, звітують та покращують свої екологічні показники та передають екологічні досягнення.

Екологічна сертифікація – це процедура підтвердження відповідності, за допомогою якої незалежна від виробника (продавця, виконавця) і споживача (покупця) організація засвідчує в письмовій формі, що продукція, процес або послуга відповідає встановленим екологічним вимогам.

Економіка спільного споживання (шерингова економіка) – це соціоекономічна система, яка заснована на спільному використанні матеріальних і людських ресурсів.

Європейська модель КСВ – модель активного втручання держави, характеристикою якої є надання соціальних благ на загальній основі й врахування інтересів всіх сторін. Вагомим чинником є партнерські відносини.

Зелена економіка – напрям в економічній науці, який сформувався в останні два десятиліття, в межах якого вважають, що економіка є залежним компонентом природного середовища, в якому вона існує і є його частиною.

Концепція потрійного критерію - концепція вибудовування бізнесу, згідно з якою підприємці та менеджери повинні брати до уваги не лише фінансові показники, але також соціальні та екологічні результати діяльності компанії. Згідно з концепцією, бізнес будується на «трьох стовпах сталого розвитку» - це планета, люди і прибуток.

Корпоративна соціальна відповідальність – створення спільних цінностей для суспільства задля забезпечення його сталого розвитку на основі інтегрованості принципів соціальної відповідальності у стратегію розвитку підприємства.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), від англ. corporate social responsibility (CSR), також соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) - відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Корпоративна благодійність (філантропія) - це надання коштів або матеріальної допомоги, волонтерів благодійним та громадським організаціям для досягнення ними власної місії, елемент розвитку цивілізованого бізнесу, який сприяє економічному розвитку країни, покращує якість життя населення.

Корпоративне волонтерство – політика компанії, спрямована на залучення працівників до волонтерської діяльності.

Корпоративне громадянство – це форма прояву соціально відповідальної активності суб'єкту підприємництва, тобто діяльності підприємства, свідомо орієнтованої на вирішення

суспільно корисних завдань, до яких не зобов'язує законодавство і в яких немає прямої економічної зацікавленості.

Міжнародний стандарт ISO 26000 «Настанови щодо соціальної відповідальності» – настанова, яка допомагає організаціям упорядкувати свою діяльність в галузі соціальної відповідальності, надає єдине розуміння соціальної відповідальності і детальну інструкцію для всіх організацій.

Ресурсовпорядження – здійснення просторово-територіального устрою природних ресурсів та об'єктів: землеустрою, лісовпорядкування, паспортизації водних об'єктів тощо, а також встановлення територій з особливим режимом користування та охорони.

Розумний егоїзм – термін, яким часто позначають філософсько-етичну позицію, що встановлює для кожного суб'єкта принциповий пріоритет його власних інтересів над будь-якими іншими інтересами, громадськими або інтересами інших суб'єктів.

Соціальна відповідальність – термін, що має двояке значення. З однієї сторони, це дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм. З іншої соціальна відповідальність особи полягає в тому, що вона зобов'язується нести доповнюючий обов'язок особистого чи майнового характеру.

Соціальна нерівність – становище в суспільстві, коли окремі соціальні групи мають різний соціальний статус, належать до різних суспільних класів або соціальних кіл і, при цьому, отримують особливі соціальні привілеї чи є позбавленими таких привілеїв.

Соціальне підприємництво – це підприємництво, підприємство, підприємницька діяльність, покликані вирішити соціальні проблеми та задовольнити потреби суспільства. Передбачає використання стартапів та інших засобів підприємництва для розробки, фінансування та реалізації рішень соціальних, культурних або екологічних проблем.

Соціальний венчурний фонд – фонд, який інвестує та підтримує соціальні підприємства, в основі бізнес-моделей яких лежить досягнення соціальних та екологічних змін.

Створення спільної цінності – це альтернативний погляд на практику підвищення фінансової ефективності корпорацій, який поєднує отримання прибутку із задоволенням суспільних потреб. Основна ідея концепції створення спільної цінності полягає у зміцненні взаємозв'язку між соціальним і економічним прогресом, що здатний породити нову хвилю глобального розвитку.

Стейкхолдери (зацікавлені сторони, зацікавлені особи, заінтересовані сторони, причетні сторони) – фізичні та юридичні особи, які мають легітимний інтерес у діяльності організації, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність.

Стійкий розвиток, сталий розвиток – загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі.

Цілі сталого розвитку (ЦСР), які ще називають “Глобальними цілями” – це загальний заклик до дій, спрямованих на те, щоб покінчити з бідністю, захистити планету і забезпечити мир і процвітання для всі людей у світі.

In-kind giving – форма надання благочинної допомоги у формі товарів та послуг, обладнання, нерухомості та землі, що перебуває у власності підприємства.

ISO 14000 – це система стандартів, пов'язаних з управлінням навколишнім середовищем, що допомагають організаціям мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище; відповідати чинним законам, правилам та іншим екологічно орієнтованим вимогам; і постійно вдосконалюватися у вищезазначеному.

ISO 45001 – стандарт у сфері менеджменту соціальної відповідальності та охорони праці, сфокусований на взаємодії між організацією і її бізнес-оточенням, в центрі уваги процеси у сфері охорони здоров'я і праці, розглядає як ризики, так і можливості, орієнтований на поліпшення системи менеджменту в умовах мінливого середовища.

OHSAS 18001 – міжнародний стандарт, в якому описані вимоги до розробки і впровадження систем управління на підприємстві стосовно охорони здоров'я та безпеки праці; сфокусований на управлінні факторами ризику в галузі охорони праці та промислової гігієни, в центрі уваги процедурні питання, розглядає можливі ризики.

Pro-bono послуги – професійна робота, що виконується добровільно і безкоштовно.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова (основна)

1. Господарський кодекс України від 16. 01. 2003 р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № №18 -22. Ст. 144. Дата оновлення: 06.01.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15/card6> (дата звернення: 31.08.2021).
2. Горфинкель В.Я., Родіонова Н.В. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для академического бакалавриата; под общ. ред. В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. М. : Издательство Юрайт. 2014. 570 с.
3. Грیشнова О.А., Міщук Г.Ю., Олійник О.О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків : монографія. Рівне: НУВГП, 2014. 216 с.
4. Дейч М.Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект: монографія. Донецьк: Ін-т економіки промисловості. 2014. 352 с.
5. Деліні М. М. Соціальна звітність в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Інтелект XXI*. 2017. № 6. С. 41-45.
6. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.
7. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. К.: Видавництво «Юстон». 2017. 52 с
8. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Науковий вісник Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. Серія: Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–26.
9. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–26

10. Колот А. М. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Україна: аспекти праці*. 2013. № 8. С. 3-17.

11. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика: збірник наукових праць*. 2013. Вип. 2(6). С. 6-14.

12. Колповська А.М. Періодизація розвитку концепції соціальної відповідальності в Україні. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2015. Випуск 1(13). URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-01\(13\)/5.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-01(13)/5.pdf). (дата звернення: 31.08.2021)

13. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова О.В. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні експертні оцінки: монографія. Донецьк: НАН України, Інститут економіки промисловості, 2013. 296 с.

14. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.

15. Резнік Н. Соціальна відповідальність бізнесу: сутнісно-теоретичні аспекти. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13. № 3. С. 296-303.

16. Свинчук А. Міжнародний досвід розвитку соціальних підприємств: уроки для України. *Теорія стратегії та економічного розвитку*. 2014. № 34. С. 25-32.

17. Свинчук А., Корнецький А., Гончарова М., Назарук В., Гусак Н., Туманова А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін: посібник. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІЕНЕЙ»». 2017. 188 с.

18. Смолій Л.В. Інституціоналізація соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. С. 26-30, С. 27.

19. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. Київ: Видавнича компанія «КІТ», 2005. 41 с.
20. Цілі сталого розвитку 2016-2030. URL: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku> (дата звернення: 31.08.2021).
21. Account Ability Standard. URL: <https://www.accountability.org/standards/>(accessed: 31.08.2021).
22. Bowen H. R. Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Row, 1953. 376 p.
23. BS OHSAS 18001 Occupational Health and Safety Management. URL: <https://www.bsigroup.com/en-ID/BS-OHSAS-18001/> (accessed: 31.08.2021).
24. Enterprice 2020. URL: <https://www.csreurope.org/about-us/our-strategy> (accessed: 31.08.2021).
25. Europe - 2020 strategy. URL:https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en (accessed: 31.08.2021).
26. GRI Standards. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/> (accessed: 31.08.2021).
27. ISO/DIS 26000 : Guidance on social responsibility. URL: http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/ISO_DIS_26000_Guidance_on_Social_Responsibility.pdf (accessed: 31.08.2021).
28. RIO Declaration on Environment and Development. General Assembly of United Nations. URL: [http://www.un.org/documents/ga/conf151/ aconf15126-1annex1.htm](http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm) (accessed: 31.08.2021).
29. Sustainable development and Social Responsibility – Guidance for using ISO 26000:2010 in food chain. URL: <https://www.iso.org/standard/71624.html> (accessed: 31.08.2021).
30. The Ten Principles of the UN Global Compact. The United Nations Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (accessed: 31.08.2021).

Допоміжна

31. Баюра Д. Розвиток соціально відповідального корпоративного управління в контексті інтересів стейкхолдерів. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 4. С. 39-44.

32. Березіна О. Функціональний аспект соціальної відповідальності корпорацій. URL: <http://intkonf.org/berezina-ouu-funktsionalniy-aspekt-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-korporatsiy> (дата звернення: 31.08.2021)

33. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» : зб. наук. пр. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2012. № 14. С. 9-16.

34. Будько О.В. Облік соціально відповідальної діяльності як інформаційна основа управління сталим розвитком підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 20. С. 33-38.

35. Власова Т.Р. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та тенденції. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2013. Вип. 1. С. 52-57.

36. Гітіс Т. П. Визначення та дослідження обмежувальних факторів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 2. С. 44-48.

37. Євтушенко В.А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2013. № 46 (1019). С. 53-63.

38. Єфіменко Т. І. Подання показників соціалізаційних явищ і процесів у фінансовій звітності підприємств. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент*. 2013. № 1. С. 34-42.

39. Єфіменко Т. І., Орлова В. М., Петухова Т. О. Подання показників соціальної відповідальності підприємництва в фінансовій звітності. *Ефективна економіка*. 2014. №4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2969> (дата звернення: 31.08.2021).

40. Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємництва. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2017. Випуск IV (68). С. 20-35.

41. Зінченко О.І., Харченко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 281-286.

42. Індекс прозорості сайтів українських компаній – 2016. Укладачі: Зінченко А., Резнік Н., Саприкіна М. К.: Видавництво «Юстон», 2017. 11 с.

43. Індекс прозорості сайтів українських компаній – 2017. Укладачі: Зінченко А., Резнік Н., Саприкіна М. К.: Видавництво «Юстон», 2018. 28 с.

44. Канивец Е.П., Занина А.А. Современные бизнес-стратегии корпоративной благотворительности. *Вісник Донецького національного університету. Серія Економіка і право*. 2014. Вип. 1. С. 67-74.

45. Колеснік М.В. Методологічні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: фінанси, маркетинг та smart-інституціоналізація. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 6 (62). С. 150-156

46. Колосок А. Теоретичний аспект соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. №4. С. 64-67

47. Компаративна оцінка бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності: ЄС і Україна (2015-2016 рр.): дослідження / за ред. Л.Петрашко. К.: КНЕУ, 2017. 64 с.

48. Корнецький А., Нагаївська Д. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 204-208.

49. Крикун В. А. Сутність та еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 6. Ч. 1. 2014. С. 91

50. Лебедев І.В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. №1. С.106-116.

51. Панухник Я.Г. Соціальна відповідальна діяльність як інструмент модернізації технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі. *Інноваційна економіка*. 2016. № 3-4. С. 60-65.

52. Попадюк О.В. Аналіз організаційно-інституційного середовища функціонування системи соціальної відповідальності підприємств харчової промисловості в Україні. *Український журнал прикладної економіки: Всеукр. наук. журнал*. Тернопіль, 2018. Том 3. № 2. С.54-58.

53. Попадюк О.В. Еволюція наукових підходів, складові, принципи та інструменти соціально відповідального управління підприємством в умовах євроінтеграції *Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів* / за заг. ред. О. В. Зибаревої. Чернівці, 2016. С.70-84.

54. Попадюк О.В. Наукові підходи до формування соціальної відповідальності. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ. 2017. Вип. I-II (65-66). Економічні науки. С. 22-43.

55. Попадюк О.В. Науково-практичні засади оцінювання системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємстві. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. 2018. № 130. С. 177-187.

56. Свинчук А. Міжнародний досвід розвитку соціальних підприємств: уроки для України. *Теорія стратегії та економічного розвитку*. 2014. № 34. С. 25-32.

57. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії «Єurore-2020»). *Український соціум*. 2013. № 2. С. 163-176.

58. Тарасюк Г. М. Організаційні аспекти планування корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 4. С. 35-38.

59. Шандова Н.В., Жосан Г.В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Херсон. нац. техн. ун-т. Херсон : Вишемирський В.С. 2015. 306 с.

60. Штупун М. Інформаційне забезпечення складання звітності з корпоративної соціальної відповідальності. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 1. С. 326-335.

61. Aras G., Aybars A., Kutlu O. Managing corporate performance: Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2010. Vol. 59. № 3. P. 229-254.

62. Bernal-Conesa, J. A., de Nieves Nieto, C., Briones-Penalver, A. J. CSR Strategy in Technology Companies: Its Influence on Performance, Competitiveness and Sustainability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2017. №24. P. 96-107.

63. Bringing the European CSR Strategy to the next stage 2015-2019. CSR's Europe Memorandum to the European Commission. URL: https://www.csreurope.org/sites/default/files/publications/Memorandum_to_the_European_Commission.pdf (accessed: 31.08.2021).

64. Bull M., Ridley-Duff R. Towards an Appreciation of Ethics in Social Enterprise Business Models. *Journal of Business Ethics*. 2018. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-018-3794-5#enumeration> (accessed: 31.08.2021).

65. Famiyeh S. Corporate social responsibility and firm's performance: empirical evidence. *Social Responsibility Journal*. 2017. Vol. 13. Issue 2. P. 390-406.

66. ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work. International Labour Organization. URL: <http://www.ilo.org/declaration/lang--en/index.htm> (accessed: 31.08.2021).

67. ISO 14001. URL: <https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html> (accessed: 31.08.2021).

68. ISO 22000 : 2018 Food safety management – Requirements for any organization in the food chain. URL: <https://www.iso.org/standard/65464.html> (accessed: 31.08.2021).

^{69.} ISO 45001:2018 Occupational health and safety management systems - Requirements with guidance for use. URL: <https://www.iso.org/standard/63787.html> (accessed: 31.08.2021).

70. ISO 9001 : 2015. URL: <https://www.iso.org/standard/62085.html> (accessed: 31.08.2021).

71. Martinez-Conesa I., Soto-Acosta P., Palacios-Manzano M. Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol.142. Part 4. P. 2374-2383.

72. Strauss K. The 10 companies with the best CSR reputations in 2017. URL: <https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/09/13/the-10-companies-with-the-best-csr-reputations-in-2017/#1dcfb737546b> (accessed: 31.08.2021).

73. Sustainable Development Goals. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300> (accessed: 31.08.2021).

74. Universal Declaration of Human Rights. United Nations. URL: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html> (accessed: 31.08.2021).

Інформаційні ресурси

1. База українського законодавства в Інтернет. URL: <http://www.lawukraine.com> (дата звернення: 31.08.2021).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 31.08.2021).
3. Всеукраїнська мережа доброчесності і комплаєнсу (UNIC). Офіційний сайт. URL: <http://unic.org.ua> (дата звернення: 31.08.2021)
4. Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної соціальної відповідальності». URL: http://www.eurofound.europa.eu/emcc/content/source/eu02002s.htm?p1=topic&p2=Corporate_Social_Responsibility (дата звернення: 31.08.2021)
5. Інститут соціальної та етичної відповідальності. URL: AccountAbility <https://www.accountability.org/>(дата звернення: 31.08.2021)
6. Маніфест «Підприємство-2020» «Майбутнє для Європи, якої ми прагнемо». URL: https://www.csreurope.org/sites/default/files/UKRAINIAN_Enterprise%202020%20Manifesto.pdf (дата звернення: 31.08.2021)
7. Мережа глобального договору в Україні. URL: <https://globalcompact.org.ua/>(дата звернення: 31.08.2021)
8. Національна стратегія КСВ в Україні: стан та перспективи. URL: <https://www.gurt.org.ua/articles/31876/>(дата звернення: 31.08.2021)
9. Учасники мережі UNIC. *Офіційний сайт Всеукраїнської мережі доброчесності і комплаєнсу.* URL: <http://unic.org.ua/members/> (дата звернення: 31.08.2021).
10. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». *Офіційний сайт.* URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine> (дата звернення: 31.08.2021).
11. International Organization for Standardization. URL: <https://www.iso.org/news/2011/03/Ref1558.html> (accessed: 31.08.2021).

12. Social Accountability International. SA 8000 : 2014 URL:
<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&pageId=1711>
(accessed: 31.08.2021).

13. Sustainable business: Journal for CSR and Sustainable Development. URL: <http://csrjournal.com/1446-principy-korporativnojj-socialnojj-otvetstvennosti.html> (accessed: 31.08.2021).

14. WBCSD – World Business Council for Sustainable Development. URL: www.wbcsd.org. (accessed: 31.08.2021).

ДЛЯ НОТАТОК

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

О.В. Зибарева, Л.В. Вербівська

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Навчальний посібник

Папір офсетний. Формат 60x84/16.
Ум. друк. арк. 19,76. Вид. 21-33. Зам. № 29. Тираж 100 прим
Видавець та виготівник: ПБКФ «Технодрук»
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №1841 від 10.06.2004 р.
58000, м. Чернівці, вул. І. Франка, 20, оф.18, тел. (0372) 55-05-85