

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

Ю. Б. Кракос, Ю. Ю. Діденко

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2016

УДК658.012.32:331.103:334 (075.8)
ББК 65.29:65.24:65.248 я 73
К 77

Рецензенти: д-р екон. наук, проф. Г. В. Задорожний,
канд. екон. наук, доц. Г. Б. Тимохова

Кракос, Ю. Б.

К 77 Соціальна відповідальність [Електронний ресурс] : навч.
посіб. / Ю. Б. Кракос, Ю. Ю. Діденко. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т
ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2016. – 57 с.

Наведено теоретичні основи соціальної відповідальності людини, держави, підприємства. Розглянуто основні питання корпоративної соціальної відповідальності. Для зручності інформацію викладено переважно в схематичній формі у вигляді таблиць і рисунків.

Для студентів факультету очної й заочної форм навчання економічних спеціальностей при вивченні дисциплін «Соціальна відповідальність», «Менеджмент», «Економіка праці», «Менеджмент персоналу». Може бути також використано в практичній підприємницькій діяльності.

Іл. 7. Табл. 13.Бібліогр.: 21 назва

УДК 658.012.32:331.103:334 (075.8)
ББК 65.29:65.24:65.248 я 73

© Кракос Ю. Б., Діденко Ю. Ю., 2016

© Національний аерокосмічний

університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут», 2016

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тема 1. Соціальна відповідальність як фактор соціального розвитку.....	6
Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави і суспільства.....	12
Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.....	19
Тема 4. Формування відносин роботодавців з працівниками на принципах соціальної відповідальності.....	25
Тема 5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на принципах соціальної відповідальності.....	29
Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності.....	42
Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.....	44
Теми 8, 9. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.....	46
Додаток 1. Завдання для самостійної роботи	48
Додаток 2. Тести для самоперевірки	49
Додаток 3. Теми для індивідуального завдання.....	54
Бібліографічний список.....	55

ВСТУП

Підвищення якості життя людини тісно пов'язане з поняттям «соціальна відповідальність». У наш час все більше відчувається зростання впливу бізнесу на всі сторони життя суспільства. Саме соціальна відповідальність є необхідною платформою для діалогу між державою, бізнесом і суспільством.

Мета навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність» – формування у студентів фундаментальних знань теорії і практики соціальної відповідальності й відповідальності професійних компетенцій з позиції сучасних стандартів соціальної політики, соціальної звітності, етики бізнесу й прав людини в умовах інтеграції концепції стійкого розвитку.

Завдання навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність»:

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

Предмет навчальної дисципліни – теоретико-методологічні, методичні й організаційно-економічні аспекти формування і розвитку соціальної відповідальності людини, держави, суб'єкта господарювання.

Міждисциплінарні зв'язки: соціальна економіка, менеджмент персоналу, економіка підприємства, економіка праці й соціально-трудова відносини, державне регулювання.

Унаслідок вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

•знати:

- суть, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі й рівні соціальної відповідальності;
- особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку;
- місце соціальної відповідальності в діяльності підприємства;
- моделі корпоративної соціальної відповідальності й становлення різних типів корпоративної культури;
- нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;
- критерії, показники й методики оцінювання соціальної відповідальності;

- особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях;
- суть соціальних інвестицій як форми прояву корпоративної відповідальності роботодавців;
- суть, складові й пріоритети розвитку соціально відповідальної політики стосовно співпрацівників підприємства;
- екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;
- суть, структуру, вимоги й особливості міжнародних стандартів соціальної звітності;

•вміти:

- формувати механізм управління соціальною відповідальністю;
- формувати ефективну взаємодію роботодавців зі співробітниками на засадах соціальної відповідальності;
- формувати відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності;
- визначати напрями активізації індивідуальної і колективної екологічної відповідальності;
- посилювати соціальну відповідальність суб'єктів суспільного розвитку через соціальне партнерство;
- здійснювати моніторинг соціальної відповідальності;
- оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності;
- розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності.

Посібник орієнтовано на освітні програми магістратури вищих навчальних закладів, студентів і викладачів. Принцип викладення навчального матеріалу полягає в логічному поєднанні теоретичних відомостей і завдань для самостійної роботи і перевірки знань.

Тема 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Питання, що розглядаються в темі 1

Поняття й види соціальної відповідальності. Концепція сталого розвитку. Триєдина концепція сталого розвитку (економічна, соціальна й екологічна складові). Концепція ноосфери В. І. Вернадського. Взаємозв'язок людства з природою. Історія концепції сталого розвитку. Всесвітній фонд захисту природи. «Хартія Землі». Індикатори сталого розвитку. Сталий розвиток територій. Принципи сталого розвитку територій. Роль соціальної відповідальності у реалізації концепції сталого розвитку. Система соціального партнерства як механізм ефективної взаємодії держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства

Ключові поняття

Соціальна відповідальність (СВ) (англ. social responsibility) – складна, збірна морально-правова, філософська та етико-психологічна категорія, яка вивчалася багатьма науками, але під різними кутами зору. Розрізняють моральну, політичну, юридичну, суспільну, громадянську, професійну та інші види відповідальності, які в сукупності являють собою родове поняття «соціальна відповідальність». У табл. 1.1 наведено різні визначення термінів «відповідальність» і «соціальна відповідальність».

Соціальна відповідальність характеризується зовнішньою негативною реакцією з боку суспільства на дії суб'єкта, що порушують норми. Види соціальної відповідальності подано на рис. 1.1.

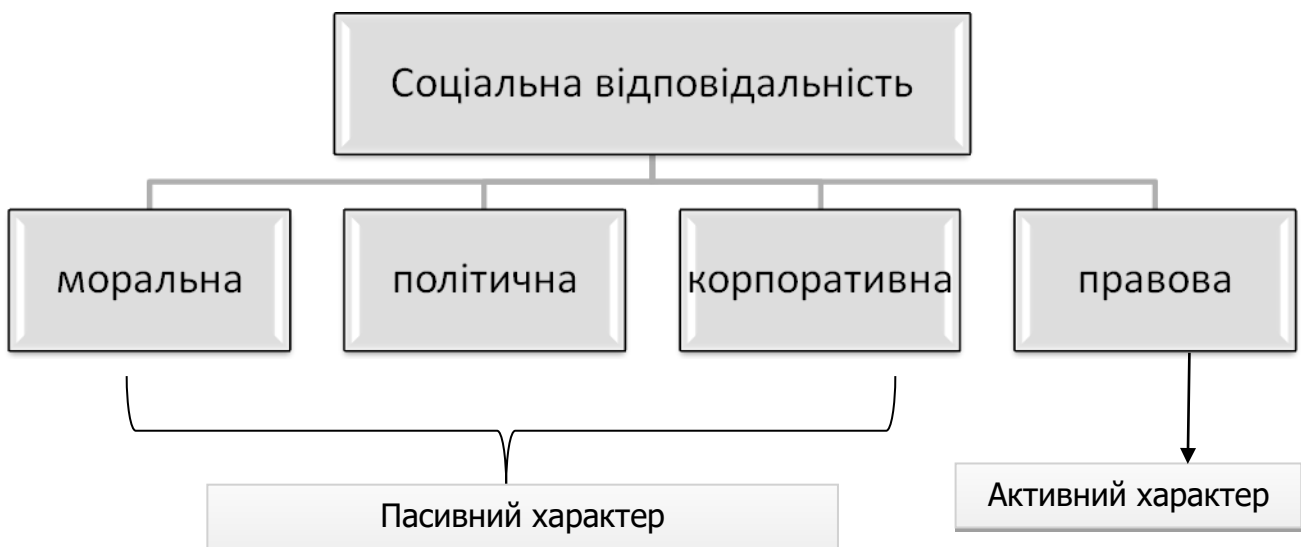


Рис. 1.1. Види соціальної відповідальності

Поняття соціальної відповідальності

<p>Відповідальність – це форма саморегуляції особистості, що виражається в усвідомленні себе причиною здійснюваних вчинків та їхніх наслідків і усвідомленні й контролі своєї здатності бути причиною змін (або протидії змінам) в навколишньому світі й у власному житті.</p> <p>Відповідальність – це організаційне положення, що забезпечує дисциплінованість і максимально ефективно ставлення людини до його обов'язків.</p> <p>Однією з окремих форм відповідальності є соціальна відповідальність – схильність людини поводитися відповідно до інтересів інших людей і соціального цілого, а не в вузькоогоїстичних інтересах, дотримуватися ухвалених норм [1]</p>	
Словник бізнес-термінів [2]	СВ – це свідоме ставлення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп і особистостей, для соціального прогресу суспільства
Мануйлов Є. М. [3]	СВ особистості у правовій державі становить універсальну, всезагальну форму зв'язку і взаємозалежності особистості й суспільства, виникає зі становленням громадянського суспільства і є необхідною умовою його існування
Юдін Б.Г. [4]	СВ – це відповідальність окремого вченого і наукового співтовариства перед суспільством. Першорядне значення при цьому має безпека застосування тих технологій, які створюються на основі досягнень науки, запобігання можливим негативним наслідкам їх застосування або їх мінімізація, забезпечення безпечного як для досліджуваних, так і для решти населення і навколишнього середовища проведення досліджень. Поряд з цим поняття соціальної відповідальності включає проведення досліджень та експертиз, спрямованих на вирішення проблем, що стоять перед суспільством
Фінансово-інвестиційний тлумачний словник [5]	СВ – це принцип, який має бути основою бізнесу для забезпечення благополуччя суспільства, а не тільки для максимізації прибутків. У більшій частині річних звітів корпорацій зазвичай указується, що зроблено компанією для продовження освіти, допомоги національним меншинам, скільки коштів передано сфері мистецтва і відомствам соціальної допомоги, а також спрямовано на поліпшення соціальних умов у цілому. Концепція соціальної відповідальності використовується інвесторами при виборі компаній, найбільш придатних їхнім співробітникам, які не забруднюють навколишнє середовище, виробляють не зброю, а потрібну людям продукцію
Соціальна відповідальність – це об'єктивна необхідність відповідати за порушення соціальних норм, яка характеризує взаємовідносини особистості з багатьма соціальними групами (державою, суспільством, колективом тощо)	

Сталий розвиток (англ. sustainable development) – це процес змін, в якому експлуатація природних ресурсів, напрямки інвестицій, орієнтація науково-технічного розвитку, розвиток особистості й інституційні зміни узгоджені між собою і зміцнюють нинішній і майбутній потенціал для задоволення людських потреб і устремлінь.

Теорія і практика показали, що екологічна складова є невід'ємною частиною людського розвитку. В основу діяльності Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку і її заключної доповіді «Наше

спільне майбутнє» було покладено нову триєдину концепцію сталого (еколого-соціально-економічного) розвитку. Всесвітній саміт ООН зі сталого розвитку (міжурядовий, неурядовий і науковий форуми) у 2002 році підтвердив прихильність всього світового співтовариства ідеям сталого розвитку для довгострокового задоволення основних людських потреб при збереженні систем життєзабезпечення планети Земля. Концепція сталого розвитку багато в чому перекликається з концепцією ноосфери, висунутої академіком В. І. Вернадським ще в середині ХХ століття.

Триєдина концепція сталого розвитку

Концепція сталого розвитку виникла внаслідок об'єднання трьох основних точок зору: економічної, соціальної та екологічної.

Економічна складова

Економічний підхід до концепції сталого розвитку базується на теорії максимального потоку сукупного доходу Хікса–Ліндаля, який може бути вироблений за умови, принаймні, збереження сукупного капіталу, за допомогою якого і утворюється цей дохід. Ця концепція передбачає оптимальне використання обмежених ресурсів і екологічних (природо-, енерго- і матеріалоощадних) технологій, включаючи видобуток і перероблення сировини, створення екологічно прийнятної продукції, мінімізацію, перероблення й знищення відходів. Однак при вирішенні питань про те, який капітал має зберігатися (фізичний, природний або людський) і якою мірою різні види капіталу є взаємозамінними, а також при вартісному оцінюванні цих активів, особливо екологічних ресурсів, виникають проблеми їх правильної інтерпретації і обліку. Виникли два види стійкості: слабка, коли мова йде про незменшуваний у часі природний і вироблений капітал, і сильна, коли повинен не зменшуватися природний капітал (причому частина прибутку від продажу невідновлюваних ресурсів має спрямовуватися на збільшення цінності відновлюваного природного капіталу).

Соціальна складова

Соціальна складова сталого розвитку орієнтована на людину і спрямована на збереження стабільності соціальних і культурних систем, у тому числі на скорочення багатьох руйнівних конфліктів між людьми. Важливим аспектом цього підходу є справедливий поділ благ. Бажаними є збереження культурного капіталу і різноманіття в глобальних масштабах, а також більш повне використання практики сталого розвитку, що є в невідоміючих культурах. Для досягнення сталого розвитку сучасному суспільству доведеться створити більш ефективну систему прийняття рішень, яка враховуватиме історичний досвід і підтримуватиме плюралізм. Важливим є досягнення справедливості не тільки всередині, а й між поколіннями. У межах концепції людського розвитку людина є не об'єктом, а суб'єктом розвитку. Спираючись на розширення варіантів вибору людини як головної цінності, концепція сталого розвитку передбачає, що

людина має брати участь у процесах, які формують сферу її життєдіяльності, сприяти прийняттю й реалізації рішень, контролювати їх виконання.

Екологічна складова

З екологічної точки зору сталий розвиток має забезпечувати цілісність біологічних і фізичних природних систем. Особливе значення має життєздатність екосистем, від яких залежить глобальна стабільність всієї біосфери. Більш того, поняття «природних» систем і ареалів проживання можна розуміти широко, включаючи в них створене людиною середовище, таке як, наприклад, міста. Основна увага приділяється збереженню здатності до самовідновлення й динамічної адаптації таких систем до змін, а не збереження їх у деякому «ідеальному» статичному стані. Деградація природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища і втрата біологічного різноманіття скорочують здатність екологічних систем до самовідновлення.

Єдність концепцій

Узгодження цих різних точок зору і їх переклад на мову конкретних заходів, які є засобами досягнення сталого розвитку, – завдання величезної складності, оскільки всі три елементи сталого розвитку мають розглядатися збалансовано. Важливими є також і механізми взаємодії цих трьох концепцій. Економічний і соціальний елементи, взаємодіючи один з одним, породжують такі нові завдання, як досягнення справедливості всередині одного покоління (наприклад, щодо розподілу доходів) і надання цілеспрямованої допомоги бідним верствам населення. Механізм взаємодії економічного та екологічного елементів породив нові ідеї щодо вартісного оцінювання й інтерналізації (обліку в економічній звітності підприємств) зовнішніх впливів на навколишнє середовище. Нарешті, зв'язок соціального та екологічного елементів викликав інтерес до таких питань, як рівність всередині поколінь і між ними, включаючи дотримання прав майбутніх поколінь і участь населення в процесі прийняття рішень.

Сталий розвиток територій

XX століття, що стало періодом безпрецедентного зростання міст і систем розселення, виявило також потребу людства в розробленій впровадженні принципів сталого розвитку у галузі містобудування і територіального планування. Відповідна концепція отримала назву «сталий розвиток територій» і має на увазі забезпечення при здійсненні містобудівної діяльності безпеки і сприятливих умов життєдіяльності людини, обмеження негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє середовище і забезпечення охорони та раціонального використання природних ресурсів в інтересах нинішнього і майбутнього поколінь.

Принципи сталого розвитку територій:

1. У нових населених пунктах або кварталах міст створюється гуманна поверховість житлових об'єктів (не вище п'яти поверхів),

планувальні рішення враховують створення зручної транспортної інфраструктури, легку доступність адміністративних, ділових і торгових центрів, соціальних установ.

2. Забудова ведеться за принципом осередків, тобто створюються зелені двори, дитячі майданчики; ділові квартали з висотним будівництвом відокремлюються від житлових зелених районів.

3. При створенні транспортної інфраструктури перевага віддається найбільш прийнятному з екологічної точки зору транспорту (тролейбуси, трамваї, фунікулери, надземні й наземні електропоїзди і т. д.), серйозна увага приділяється розвитку громадського транспорту, стимулюється і підтримується користування велосипедами.

4. Виконується достовірний розрахунок паркувальних місць поблизу житлових масивів та адміністративно-ділових центрів у прив'язці до демографічного та економічного розвитку регіону.

5. Велика увага приділяється благоустрою територій, тобто створюються штучні водойми (де є можливість), парки, алеї, облаштовуються набережні та ін.

6. Розраховується функціональне призначення кожного кварталу з урахуванням демографічних перспектив, регіональної економічної специфіки (наприклад, промислові підприємства створюються з урахуванням рози вітрів та інших факторів) і навіть реалій макроекономіки.

7. При створенні інженерної інфраструктури враховується можливість використання локальних джерел відновлюваної енергії в кожному кварталі.

8. Закладається можливість використання внутрішньобудинкових енергоощадних технологій (пристрої для забезпечення природної вентиляції та освітлення) у прив'язці до можливостей регіональної енергосистеми.

9. Створюється ефективна система водопостачання і водовідведення (каналізація з максимальним первинним очищенням перед скиданням у водойми) у комплексі з локальними системами рециркуляції використаної води, очищення так званих «сірих» вод, тобто використаних у господарських цілях.

10. Створюється система роздільного збору твердих побутових відходів, максимальної рециркуляції вторинних матеріалів, опрацьовуються зручні для населення схеми з компостування нетвердих побутових відходів.

11. Архітектурний вигляд будівель узгоджується з особливостями місцевого ландшафту, з наявними національними архітектурними традиціями.

12. Створюються об'єкти соціальної інфраструктури, необхідної для освітньо-культурного і духовного розвитку здорового, творчо активного

суспільства, причому з урахуванням відмінності вікових груп і стимуляцією суспільства до активної взаємодії.

13. Комплексно вирішуються проблеми з раціоналізацією сортування і перероблення сміття.

14. Стимулюються відносини, що надають руху життю спільноти:

- ділові відносини у межах спільноти, місцевий ринок для своїх, бартерні відносини;
- спільні заходи: будівля нових будинків для членів спільноти, збори фондів у рамках розвитку проектів членів спільноти, збори у межах медичної допомоги окремим членам, спільне прибирання територій (суботники), насадження дерев, проведення фестивалів, ярмарок, свят;
- постійні збори членів комуни для вироблення загальної стратегії; рішення з питань поточного життя приймаються спільно;
- місцева самоврядна демократія.

15. Розвивається повноцінна місцева економіка у межах невеликих співтовариств і малого бізнесу, що забезпечує її різноманітність, самоокупність і самодостатність

Соціальне партнерство (*англ. social partnership*) — система інститутів і механізмів узгодження інтересів учасників виробничого процесу: працівників і роботодавців, оснований на рівній співпраці. Розвиток соціального партнерства в його різних формах – важлива складова процесу посилення соціальної спрямованості сучасної ринкової економіки, її соціалізації. В системі соціального партнерства інтереси працівників представляють зазвичай профспілки, інтереси роботодавців – спілки підприємців. У так званому трипартиському її варіанті третім безпосереднім учасником процесу узгодження інтересів і гарантом виконання прийнятих угод є держава. Узгодження інтересів досягається шляхом переговорного процесу, під час якого сторони домовляються про умови праці та її оплату, соціальні гарантії працівникам і їх значення в діяльності підприємства.

Запитання для самостійної роботи

1. Концепція ноосфери В. І. Вернадського.
2. Взаємозв'язок людства з природою.
3. Історія концепції сталого розвитку.
4. Всесвітній фонд захисту природи (коли створено, його цілі, методи, чим займається).
5. «Хартія Землі»: основні положення і висновки.
6. Індикатори сталого розвитку.
7. Дайте визначення термінам «глобалізація», «соціальний капітал», «культурний капітал», «фізичний капітал», «фінансовий капітал», «глобальні проблеми», «соціосфера», «ноосфера».

Тема 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ І СУСПІЛЬСТВА

Питання, що розглядаються в темі 2

Основні економічні агенти соціальної відповідальності та їх взаємодія. Чотирисекторна модель економіки. Суб'єктна структура ринкового господарства. Принципи взаємодії держави і суспільства. Форми реалізації суспільних ініціатив. Державна політика як основа формування простору взаємодії держави, суспільства й бізнесу. Соціальна держава, її ознаки і функції. Основні напрямки державної соціальної політики. Формування й проблеми реалізації соціальної відповідальності держави. Моделі соціальної політики сучасних держав. Форми прояву соціальної відповідальності держави, бізнесу, людини. Рівні соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність громадянина.

Ключові поняття

Економічні агенти (*англ. economic agents*)— суб'єкти економічних відносин, які беруть участь у виробництві, розподілі, обміні й споживанні економічних благ.

У чотирисекторній (відкритій) моделі економіки можна виділити такі макроекономічні агенти:

1. Домогосподарства (*англ. households*) – домашні господарства (індивіди та їхні сім'ї). Як агенти пропозиції вони, володіючи економічними ресурсами, є їхніми продавцями на ринку ресурсів, отримуючи за це грошові доходи, необхідні для споживання товарів і послуг.

2. Фірми (*англ. firm, company*) – це установи у вигляді фабрик, ферм, шахт, магазинів, які виконують кілька функцій з виробництва і розподілу товарів і послуг; організація, яка володіє економічними ресурсами і веде господарську діяльність. Як агенти попиту вони купують необхідні для виробництва ресурси, а як агенти пропозиції –пропонують на ринку вироблені товари і послуги.

3. Держава (*англ. state*) – агент, що складається з державних установ, завданням якого є регулювання економіки.

4. Іноземний сектор (*англ. foreign sector*) – всі інші держави (у трисекторній (закритій) моделі економіки іноземного сектору немає).

Суб'єктна структура ринкового господарства (*англ. subjective structure of the market economy*) – це система взаємовідносин між безліччю суб'єктів, що виражає їхні цілі, економічні інтереси, характер, форми організації та взаємодії з приводу руху товарів і послуг, що є рівноправними і такими, які узгоджуються.

Взаємодія громадянського суспільства і держави – це система заходів, що вживають органи влади й інститути громадянського суспільства з метою захисту й досягнення інтересів і потреб громадян,

соціальних груп у сфері економічних, соціально-політичних і духовних відносин.

Співпраця органів публічної влади і громадянського суспільства має ґрунтуватися на принципах, наведених у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Принципи взаємовідносин держави і громадських інститутів

Принцип	Зміст
Громадська активність	Громадська активність як ініціативна і добровільна участь людей у житті суспільства і вирішенні питань управління державними справами є важливим складовим елементом демократичного суспільства. Органи публічної влади мають підтримувати громадську ініціативу шляхом створення сприятливих умов для її виникнення і реалізації
Партнерство	Взаємодія органів публічної влади та інститутів громадянського суспільства має будуватися на основі партнерства і рівноправності. Це дасть змогу зробити співпрацю ефективною і створити умови для об'єднання зусиль державного й громадського секторів з метою вирішення суспільно значущих питань
Відкритість і відповідальність	Діяльність неурядових організацій, органів державної влади, органів місцевого самоврядування має бути відкритою, відповідальною і підзвітною суспільству з питань власної діяльності, у тому числі з питань реалізації проектів і фінансового забезпечення цих проектів
Політична незалежність	Інститути громадянського суспільства мають бути вільними і незалежними, діяти виключно у межах закону. За підтримки громадських ініціатив за рахунок бюджетів і фондів органів державної влади чи органів місцевого самоврядування необхідно забезпечити неможливість надання привілеїв або створення обмежень політичного характеру, а також поширення політичного впливу на громадські ініціативи
Запобігання корупції	За підтримки громадських ініціатив за рахунок бюджетів і фондів органів публічної влади потрібно створити умови і механізми, які перешкоджають корупції
Раціональний і збалансований розвиток	Органи публічної влади, а також громадські ініціативи повинні дбати про раціональний і збалансований розвиток власної взаємодії відповідно до існуючих у суспільстві потреб. Діяльність громадських ініціатив не може бути такою, коли певна сфера проектів залишається не охопленою, а інша – представлена надмірною кількістю інститутів або ініціатив
Комплексність	Форми реалізації громадських ініціатив через інститути громадянського суспільства є взаємозв'язаною і взаємодоповнювальною системою. Усі форми реалізації громадських ініціатив повинні розвиватися і діяти цілісно і системно. Кожна з форм є невід'ємним елементом громадянського суспільства, сприяє становленню і зміцненню інститутів громадянського суспільства. Відсутність реалізації однієї з форм значно ускладнює реалізацію інших і негативно позначається на загальному рівні розвитку громадянського суспільства

Соціальна держава (*англ. welfare state*) – політична система, яка перерозподіляє матеріальні блага відповідно до принципу соціальної справедливості заради досягнення кожним громадянином гідного рівня життя, згладжування соціальних відмінностей і допомоги нужденним.

Ознаки соціальної держави: високий рівень економічного розвитку країни, що дає змогу перерозподіляти доходи населення, не обмежуючи великих власників; соціально орієнтована структура економіки; формування громадянського суспільства; розроблення державою різноманітних соціальних програм; розвинене соціальне законодавство; утвердження цілей держави, що забезпечують кожній особистості гідні умови життя, соціальну захищеність і рівні стартові умови для самореалізації; соціальна відповідальність перед громадянами.

Державна політика як процес – цілеспрямована діяльність органів публічної влади з вирішення суспільних проблем, досягнення соціально значущих цілей розвитку суспільства в цілому й окремих його сфер.

Світовий досвід свідчить про існування таких моделей розроблення державної політики:

1. Модель «зверху вниз», яка передбачає, що державні рішення приймаються на вищих рівнях державного управління, а на нижчих рівнях знаходяться пасивні виконавці політики.

2. Модель «знизу вверху», яка передбачає, що формування державної політики починається з нижчих структур управління при активному залученні громадян, громадських інститутів.

3. «Централізована модель», яка припускає, що політика формується і реалізується силами бюрократичного апарату без залучення інститутів громадянського суспільства й урахування громадської думки.

4. «Демократична модель», яка передбачає, що при збереженні централізованого управління держава створює умови для активізації діяльності громадян, використовуючи механізми залучення до розроблення державної політики громадян і громадських об'єднань.

Державна економічна політика (*англ. state economic policy*) – це сукупність взаємозв'язаних заходів, які вживають органи державної влади й управління з метою формування певного напрямку розвитку економіки країни і вирішення соціально-економічних проблем. Розвиток національної економіки є циклічним процесом, для якого характерна послідовна зміна таких фаз: економічне зростання (піднесення), висока економічна кон'юнктура (економічний бум), спад економіки (рецесія, економічна криза, стагнація, стагфляція), низька економічна кон'юнктура. Стан національної економіки визначає тип державної економічної політики.

Державна соціальна політика (*англ. state social policy*) – це цілеспрямована діяльність держави з управління суспільними процесами і відносинами в соціально-культурній сфері. Вона має бути співвіднесена з

конкретно-історичними обставинами, підкріплена фінансовими ресурсами і розрахована на певні соціальні результати.

Сьогодні існують три моделі соціальної політики у сучасних державах: консервативна, ліберальна, соціал-демократична (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Моделі соціальної політики сучасних держав

Показники	Модель соціальної політики		
	Ліберальна	Консервативна	Соціал-демократична
Захист від сил ринку і втрати доходів	Слабкий	Середній	Сильний
Соціальні права і допомоги з бідності (допомога бідним)	Допомога бідним	Соціальні права	Соціальні права
Частина приватних соціальних витрат	Висока	Середня	Низька
Розмір індивідуальної підтримки	Середній	Високий	Середній
Різні системи забезпечення для різних професійних груп і груп ризику	Немає	Є	Немає
Обсяги перерозподілу	Помірні	Помірні	Високі
Гарантії повної зайнятості	Немає	Тільки на початку	Є

За М. Шмідтом, критеріями віднесення соціальної політики до тієї чи іншої моделі є такі:

- розмір відрахувань на соціальний захист осіб найманої праці, пов'язаних з функціонуванням ринку та іншими причинами втрати доходу (розраховується як відношення державних соціальних витрат до валового внутрішнього продукту);

- розмір соціального забезпечення, встановленого законом (вимірюється як частка соціальних видатків, що використовується згідно з принципами соціальної нужденності відносно всіх державних соціальних видатків);

- співвідношення між державними й приватними соціальними витратами (витрати приватного страхування через старість і хвороби на індивідуальній або груповій основі у відсотках до державних витрат на ці потреби);

- розмір індивідуального або колективного фінансування соціальної держави за рахунок податків (вимірюється як частка індивідуальних внесків до всіх соціальних податкових надходжень);

- кількість однотипних соціальних гарантій і їх розподіл за різними професійними групами і групами ризику (вік, безробіття, хвороба);

- обсяги перерозподілу суспільного багатства соціальною політикою (вимірюється як частка вкладів роботодавців у систему соціального забезпечення і страхування в доходах мало- і високозабезпечених осіб найманої праці);

- глибина заходів, що вживаються урядом щодо забезпечення повної зайнятості (вимірюється як середньорічний відсоток безробітних).

На рис. 2.1 показано рівні соціальної відповідальності.

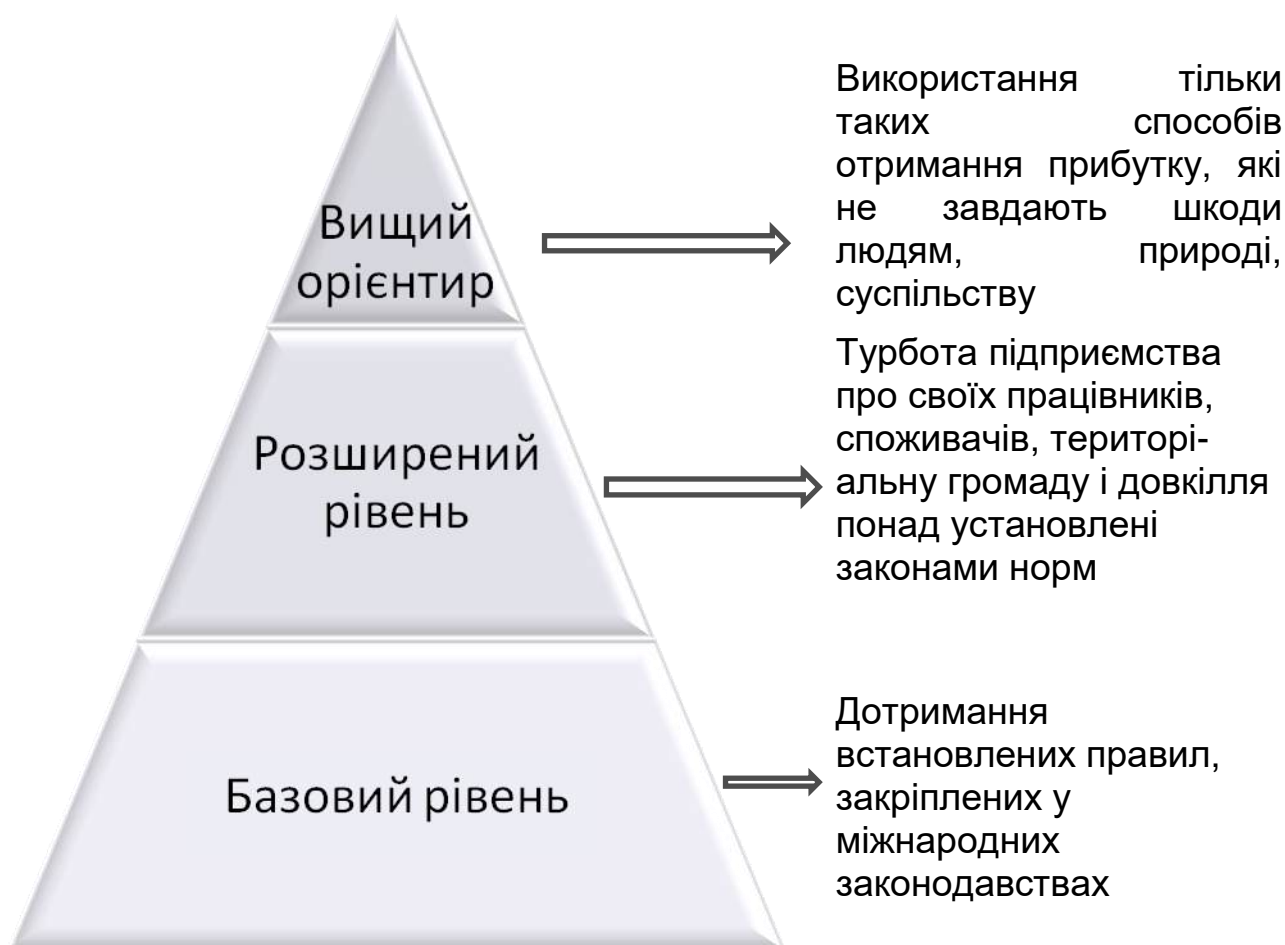


Рис. 2.1. Рівні соціальної відповідальності

Розглянемо форми прояву соціальної відповідальності бізнесу (табл. 2.3), держави (рис. 2.2) і особистості (рис. 2.3).

Форми прояву соціальної відповідальності бізнесу (СВБ)

Форми прояву СВБ	Відповідальний виробник	Компанія виробляє якісну, нешкідливу для споживачів продукцію, не завищує ціни на неї, надає правдиву інформацію про продукцію споживачам, діє відповідно до норм екологічного права, турбується про навколишнє середовище, впроваджує новітні технології для зниження негативного впливу або ліквідації шкідливих відходів, запобігання їх викидам
	Відповідальний роботодавець	Компанія діє відповідно до норм трудового права (часто перевищує їх, надаючи працівникам додаткові соціальні блага), піклується про умови праці, розвиток і соціальне благополуччя своїх працівників
	Відповідальний учасник соціальних відносин	Компанія бере участь у підтримці благополуччя суспільства, що найчастіше проявляється у проведенні благодійних акцій для сиріт, людей з інвалідністю та інших соціально вразливих груп населення, у підтримці духовності, освіти, науки, культури, сприянні розвитку свого регіону
	Відповідальний учасник економічних і політичних відносин з державою	Підприємство сумлінно платить податки і внески на соціальне страхування, веде діяльність відповідно до норм чинного законодавства, уникає корупції, ефективно веде бізнес без пільг і дотацій від держави, забезпечує прозорість корпоративних фінансів і вимагає прозорості державних фінансів, підтримує законність, незалежне правосуддя і політичну конкуренцію
	Відповідальний діловий партнер	Компанія формує свої відносини з партнерами на принципах дотримання договорів, угод і професійних стандартів діяльності, фінансової відповідальності. Власники компанії відомі й пишаються нею, фінансова звітність є прозорою, благодійність – не показовою, а щирою, репутація – стабільною

Форми прояву соціальної відповідальності держави

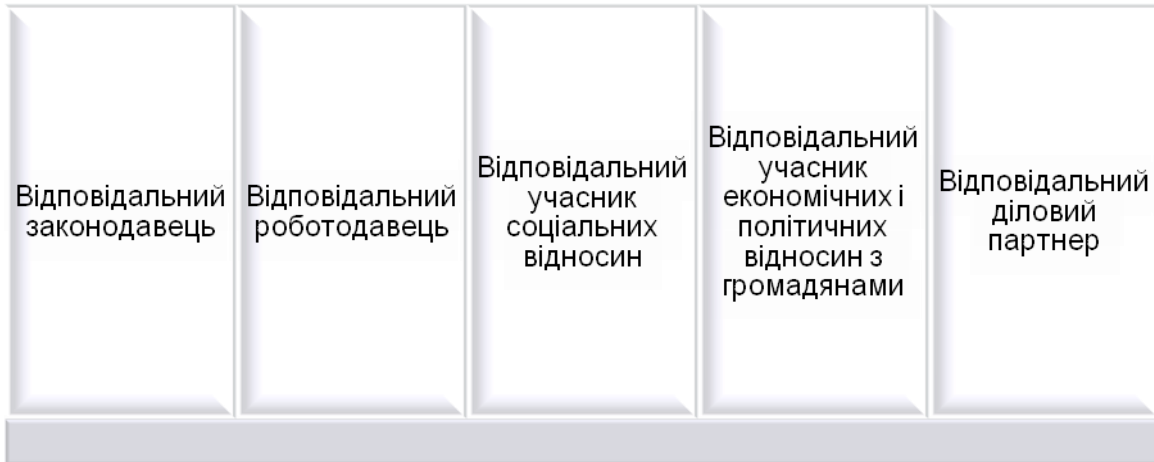


Рис. 2.2. Форми прояву соціальної відповідальності держави

Форми прояву соціальної відповідальності особистості

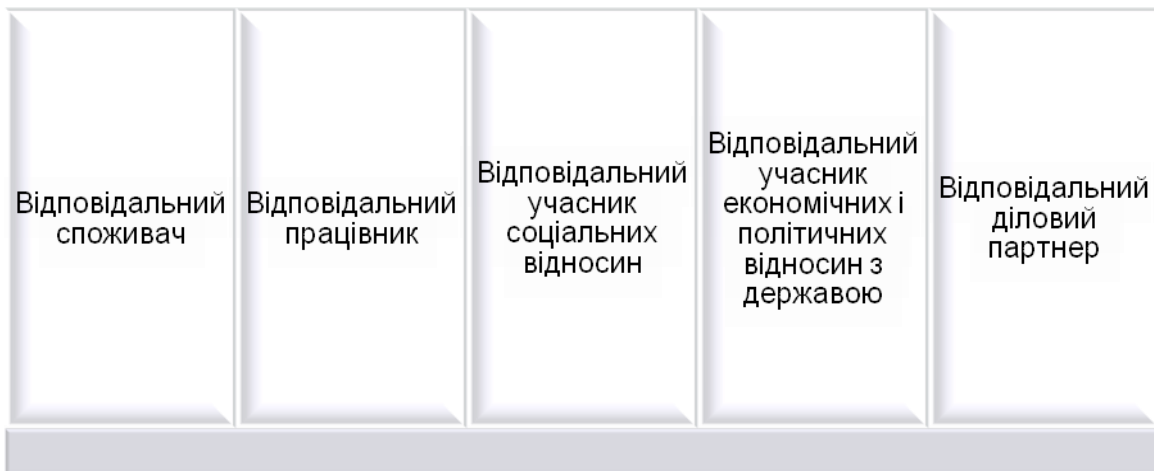


Рис. 2.3. Форми прояву соціальної відповідальності особистості

Запитання для самостійної роботи

1. Трисекторна модель економіки.
2. Форми реалізації громадських ініціатив.
3. Основні напрями державної соціальної політики.
4. Суть соціальної політики підприємства.
5. Дати визначення термінам «органи публічної влади», «інститути громадянського суспільства», «громадянські ініціативи», «соціальна справедливість», «валовий внутрішній продукт».

Тема 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Питання, що розглядаються в темі 3

Соціальна відповідальність бізнесу. Поняття, об'єкти і роль корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Джерела КСВ. Концепція корпоративної соціальної відповідальності. Роль економічної діяльності підприємств у реалізації соціальної відповідальності. Рівні застосування і реалізації КСВ. Моделі КСВ, учасники соціальних відносин, їх взаємодія. Політика корпоративної соціальної відповідальності: шляхи реалізації. Характеристика основних методів оцінювання корпоративної соціальної відповідальності. Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю. Якість формування правових норм, контрольних інститутів та інфраструктури. Партнерство й інститути інвестування. Якість продуктів і послуг. Запровадження й реалізація міжнародних стандартів.

Ключові поняття

Соціальна відповідальність бізнесу (*англ. Social responsibility of business*) — відповідальність суб'єктів бізнесу за дотримання норм і правил, неявно визначених або невизначених законодавством (в області етики, екології, милосердя, людинолюбства, співчуття і т. д.), що впливають на якість життя окремих соціальних груп і суспільства в цілому. Відповідальність настає внаслідок ігнорування суб'єктами бізнесу вимог і запитів суспільства або недостатньої уваги до них і проявляється в уповільненні відтворення трудових ресурсів на територіях, які є ресурсною базою для певного виду бізнесу.

На рис. 3.1 проілюстровано рівні СВБ.

Корпоративна соціальна відповідальність (*англ. corporate social responsibility (CSR), also called corporate conscience, responsible business*)— це реалізація інтересів компанії (корпорації) за допомогою забезпечення соціального розвитку її колективу й активної участі компанії у розвитку суспільства.

Сам по собі термін «корпоративна соціальна відповідальність» стали широко використовувати на початку 1970-х років, хоча абревіатура КСВ зустрічалася рідко. Термін «стейкхолдери» (зацікавлені сторони), тобто особи, на яких впливає діяльність організації, використовувався для опису корпоративних власників, крім акціонерів, приблизно з 1989 р. Початок КСВ покладено діловою етикою – видом прикладної етики, що розглядає етичні принципи і моральні або етичні проблеми, які можуть виникнути в діловому середовищі.

Об'єкти КСВ:

- екологія;
- демографія;

- безпека;
- здоров'я і відпочинок;
- освіта;
- культура і наука;
- інформація.



Рис. 3.1. Рівні соціальної відповідальності бізнесу

Роль бізнесу як економічної діяльності, головною метою якої є отримання прибутку і розвиток власної справи, можна розглядати з двох точок зору: як джерело соціальної відповідальності і як джерело ресурсів для соціальних інвестицій (табл. 3.1).

Джерела КСВ – це ті сили, які диктують корпорації і менеджерам певні обов'язки відповідальної поведінки.

Зовнішні джерела КСВ – це сили, які диктують бізнесу певні обов'язки відповідальної поведінки, викликані існуючим у суспільстві негласним договором, що узгоджує поведінку бізнесу з цілями і цінностями всього суспільства.

Внутрішні джерела КСВ – відповідальність, викликана існуючою реальною владою бізнесмена, тобто корпорацію розглядають як моральний агент.

Таблиця 3.1

Роль економічної діяльності підприємств
у реалізації соціальної відповідальності

Економічна діяльність підприємств		
Як джерело ресурсів для соціальних інвестицій	Як джерело соціальної відповідальності	
Фінансові ресурси Персонал Організаційні ресурси	Сплата податків Створення робочих місць Виплата заробітної плати	Дотримання законодавчих обмежень Дотримання моральних норм, вимог суспільства

Стадії розвитку компаній наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Стадії розвитку компанії

Стадія	Зміст
Громадянська	Компанія докладає зусиль для просування принципів КСВ у діловому співтоваристві
Стратегічна	Компанія інтегрує КСВ у стратегію свого розвитку, орієнтуючись при цьому на довгострокову перспективу
Функціональна	Компанія робить деякі добровільні кроки в області КСВ, що дають позитивний ефект у коротко- і середньостроковій перспективі
Правова	Компанія веде свою діяльність відповідно до очікувань суспільства, зафіксованих на законодавчому рівні
Оборонна	Компанія не визнає власної відповідальності й заперечує провину за негативні впливи на стан довкілля і суспільство

КСВ являє собою багаторівневу відповідальність, яку можна подати у вигляді піраміди Керолла (рис. 3.2).

Сумарний внесок бізнесу в благополуччя місцевого співтовариства може вимірюватися різними методами (табл. 3.3), проте жоден з них не є універсальним, оскільки в цей час не існує єдиних критеріїв такого оцінювання.

Загальносвітовий і загальноєвропейський списки лідерів індексу Доу-

Джонса зі сталого розвитку наведено в табл. 3.4 і 3.5.



Рис. 3.2. Піраміда А. Керолла: сукупна соціальна відповідальність

КСВ як політика і концепція стратегічного розвитку компаній поширюється на такі взаємозв'язані напрямки:

- формування і зміцнення іміджу та ділової репутації;
- корпоративний розвиток – проведення реструктуризації та організаційних змін за участю представників від вищого менеджменту компаній, їхнього персоналу та громадських організацій;
- екологічна політика і використання природних ресурсів;
- управління розвитком персоналу;
- здоров'я, безпека й охорона праці, дотримання прав людини;
- взаємодія з місцевими органами влади, державними структурами і громадськими організаціями для вирішення спільних соціальних проблем;
- соціальні аспекти взаємодії з постачальниками і покупцями своїх продукції і послуг;
- PR-забезпечення перелічених напрямів.

Таблиця 3.3

Характеристика основних методів оцінювання
корпоративної соціальної відповідальності

Методи оцінювання КСВ	Критерії оцінювання	Недоліки
Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line)	Економічні показники. Екологічні показники. Соціальні результати діяльності	Не враховуються характер взаємин і форми взаємодії компанії з усіма стейкхолдерами, а також ефективність цієї взаємодії
Метод збалансованої карти оцінювання (Balanced Scorecard)	Фінансові показники. Відносини з клієнтами. Внутрішні бізнес-процеси. Інновації і навчання	Не розглядаються характер взаємин і форми взаємодії з державою та місцевим співтовариством, а також екологічні результати діяльності компанії
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)	Соціальна залученість компаній	Не враховуються фінансові й соціальні результати діяльності компанії, взаємини з державою
Стандарт SA 8000	Соціальні аспекти системи управління компанії	Не враховуються економічні та екологічні результати діяльності, а також зовнішня соціальна активність компанії
Європейська модель (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence)	Якість продукції. Відповідальність перед споживачами	Не враховуються фінансові й соціальні результати діяльності компанії, взаємини з державою і місцевим співтовариством
Індекс корпоративної благодійності (Corporate Philanthropy Index)	Благодійність. Взаємини з основними партнерами	Не враховуються економічні та екологічні результати діяльності компанії, взаємини з державою
Соціальний індекс (Social Index SI)	Внутрішні й зовнішні соціальні програми	Не розглядаються економічні та екологічні результати діяльності компанії, взаємини з органами влади
Індекс стійкості Доу-Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	Економічна основа для розвитку компанії. Соціальна активність. Екологічна діяльність	Не враховуються характер взаємозв'язків і форми взаємодії компанії з усіма стейкхолдерами. Неможливо оцінити всі компанії
Індекс FTSE4Good	Фінансові, соціальні та екологічні показники компаній, що не належать до «заборонених галузей»	Не враховуються характер взаємозв'язків і форми взаємодії компанії з усіма стейкхолдерами. Неможливо оцінити всі компанії
Індекс Domini Social Investment (DSI400)	Соціальні та екологічні показники найбільших за капіталізацією компаній, що не належать до «заборонених галузей»	Не враховуються характер взаємозв'язків і форми взаємодії компанії з усіма стейкхолдерами. Неможливо оцінити всі компанії

Таблиця 3.4

Загальносвітовий список лідерів індексу Доу-Джонса зі сталого розвитку
(DJSI World)

Назва компанії	Сектор економіки	Країна
Toyota Motor	Автомобілебудування	Японія
Westpac Banking Corp.	Банківська справа	Австралія
AlcanInc.	Базові природні ресурси	Канада
DSM NV	Хімія	Нідерланди
AMEC plc	Будівництво	Великобританія
Koninklijke (Royal) Philips Electronics	Товари і послуги, які підлягають циклічному переробленню	Нідерланди
Statoil	Енергетика	Норвегія
British Land Plc	Фінансові послуги	Великобританія
Unilever	Продукти харчування і напої	Нідерланди/ Великобританія
Novozymes A/S	Охорона здоров'я	Данія
3M Company	Товари і послуги для промислових потреб	США
Swiss Reinsurance	Страхування	Швейцарія
Pearson PLC	Засоби масової інформації	Великобританія
Procter & Gamble Co.	Товари і послуги, які не підлягають циклічному переробленню	США
Marks & Spencer PLC	Роздрібна торгівля	Великобританія
Intel Corp.	Технології	США
BT Group Plc	Телекомунікації	Великобританія
Severn Trent Plc	Громадські й комунальні послуги	Великобританія

Таблиця 3.5

Загальноєвропейський список лідерів індексу Доу-Джонса зі сталого розвитку
(DJSI STOXX)

Назва компанії	Сектор економіки	Країна
Volkswagen AG	Автомобілебудування	Німеччина
ABN-AMRO Holding N.V.	Банківська справа	Нідерланди
Anglo American Plc	Базові природні ресурси	Великобританія
DSM NV	Хімія	Нідерланди
AMEC plc	Будівництво	Великобританія
Koninklijke (Royal) Philips Electronics	Товари і послуги, які підлягають циклічному переробленню	Нідерланди
Statoil	Енергетика	Норвегія
British LandPlc	Фінансові послуги	Великобританія
Unilever	Продукти харчування і напої	Нідерланди/ Англія
Novozymes A/S	Охорона здоров'я	Данія
SKF AB	Товари і послуги для промислових потреб	Швеція
Swiss Reinsurance	Страхування	Швейцарія
Pearson PLC	Засоби масової інформації	Великобританія
Kesko	Товари і послуги, які не підлягають циклічному переробленню	Фінляндія
Marks & Spencer PLC	Роздрібна торгівля	Великобританія
Nokia Corp.	Технології	Фінляндія
BT Group Plc	Телекомунікації	Великобританія
Severn Trent Plc	Громадські й комунальні послуги	Великобританія

Запитання для самостійної роботи

1. Благодійність як форма соціальної відповідальності. Розглянути також Social Responsibility Mark (SRM) (zareєстрований з дотриманням усіх норм українського й міжнародного права знак соціальної відповідальності, який можуть отримати люди і компанії, що займаються благодійністю).
2. Концепція корпоративного громадянства.
3. ISO 26000 - Керівництво з соціальної відповідальності, Стандарт SA-8000.
4. Стандарт Саншайн, ISO 14000.
5. Стандарт GRI, AA-1000.
6. Дати визначення термінам «Dow Jones Sustainability Index», «FTSE4GOOD», «моральний агент», «моральний партнер», «корпоративна культура», «корпоративне громадянство»

Тема 4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ З ПРАЦІВНИКАМИ НА ПРИНЦИПАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Запитання, що розглядаються в темі 4

Система державного прогнозування й планування економічного і соціального розвитку. Збалансування інтересів роботодавців і найманих працівників. Рівні соціально-трудова відносин. Права людини на робочому місці. Конвенції Міжнародної організації праці. Закони України щодо професійних спілок. Ініціативи з прав людини Глобального договору ООН. Індекс сталого розвитку Доу-Джонса. Акт Сорбанеса – Окслі. Глобальні принципи Леона Саллівана. Угоди Міжнародної організації праці. Глобальна ініціатива прозорості (GTI). Принципи корпоративного управління ОЕСР. Стандарти серії AA 1000. Стандарти ISO 9001, ISO 14000 і SA8000, OHSAS-18001. Глобальна ініціатива звітності (Global Reporting Initiative – GRI). Практика партнерства між роботодавцями і працівниками. Соціально відповідальний роботодавець. Економічний ефект від партнерських відносин між роботодавцями і працівниками.

Ключові поняття

Соціально-трудова відносини характеризують економічні, психологічні й правові аспекти взаємозв'язків окремих людей і соціальних груп у процесі трудової діяльності.

Система соціального партнерства будується на узгодженні й захисті інтересів різних соціальних груп. З урахуванням відмінності, різноспрямованості й незахищеності інтересів окремих соціальних груп, верств, класів при партнерських відносинах передбачаються взаємодія і взаємозалежність всіх суб'єктів соціально-трудова відносин.

Найманий працівник (*англ. employee*) – це фізична особа, що уклала трудовий договір (контракт) з роботодавцем на виконання певної роботи відповідно до своєї кваліфікації і своїх здібностей. Захистом інтересів найманих працівників займаються, в першу чергу, професійні спілки.

Роботодавець (*англ. employer*) – це фізична або юридична особа (організація), що наймає для роботи одну або більше осіб. При цьому роботодавцем може бути як власник засобів виробництва, так і його представник (наприклад, керівник організації, який не є її власником).

Держава в системі соціально-трудових відносин виконує законодавчу функцію, є координатором і організатором цих відносин, а також посередником і арбітром при трудових спорах. З іншого боку, держава також є роботодавцем.

Рівні соціально-трудових відносин поділяють на такі:

- індивідуальний і колективний;
- державний, рівень організації, робочого місця та ін.

Соціально-економічні інтереси (*англ. socio-economic interests*) – це реальна (глибинна) причина соціальних дій, подій, активності, досягнень, яка стоїть за безпосередніми спонуканнями – мотивами, помислами, справами індивідів і соціальних груп.

Соціальні інтереси зумовлені економічним становищем кожної конкретної людини або групи людей.

Економічні інтереси – об'єктивні причини діяльності людей, зумовлені їх місцем у системі виробництва.

Класифікація прав і свобод людини і громадянина

Права людини можна поділити на особисті й політичні, соціально-економічні, культурні й колективні. Нижче наведено популярну теорію класифікації прав і свобод людини і громадянина.

Особисті права є правами кожного, і хоча часто іменуються цивільними, не пов'язані безпосередньо з належністю до громадянства держави, не впливають з нього, вважаються природженими і невід'ємними для кожної людини незалежно від її громадянства, статі, віку, раси, етнічної або релігійної належності, є необхідними для охорони життя, гідності й свободи людини. До особистих прав зазвичай відносять такі:

- право на життя;
- карність тільки по суду – заборона позасудової розправи;
- недоторканність особи;
- свобода пересування і вибору місця проживання;
- недоторканність житла;
- недоторканність листування;
- заборона примусової праці;

– недоторканність власності (деякі правознавці відносять до економічних; у Франції визнано одним з основних особистих прав з часів Великої французької революції);

- гідність особистості;
- свобода совісті й віросповідання.

Політичні права і свободи відрізняються від особистих, соціальних, економічних та інших прав тим, що зазвичай тісно пов'язані з належністю до громадянства певної держави. Є однією з груп основних конституційних прав і свобод громадян, оскільки визначають їх участь у громадському й політичному житті країни. До політичних прав зазвичай відносять такі:

- рівність перед законом – відсутність станів;
- свобода совісті – право мати будь-які переконання, у тому числі сповідувати будь-яку релігію або не сповідувати ніякої;
- свобода слова і друку – заборона цензури;
- свобода зібрань – право проводити збори як у закритому приміщенні, так і просто неба;
- свобода спілок – право створювати спілки, не питаючи дозволу;
- свобода страйків;
- право звернень.

Соціальні права – це можливості особистості у сфері виробництва і розподілу матеріальних благ, які мають забезпечити задоволення економічних і тісно пов'язаних з ними духовних потреб та інтересів людини. До них належать:

- трудові права (право на працю і свободу праці);
- право на охорону сім'ї, материнства, батьківства і дитинства;
- право на соціальне забезпечення;
- право на житло;
- право на охорону здоров'я та медичну допомогу;
- право на восьмигодинний робочий день, на справедливі умови праці, рівну оплату за працю рівної цінності тощо.

Економічні права:

- свобода праці;
- свобода промисловості й торгівлі;
- свобода придбання власності й розпорядження нею;
- право спадкування;
- право на володіння, користування і розпорядження землею.

Культурні права забезпечують духовний розвиток особистості. До них належать:

- свобода мови – право отримувати освіту рідною мовою і пояснюватися рідною мовою на зборах;
- право на освіту;

– свобода наук і мистецтв (свобода літературного, наукового та інших видів творчості й викладання);

– свобода викладання.

Екологічні права:

– право на сприятливе навколишнє середовище;

– право на достовірну інформацію про стан навколишнього середовища;

– право на відшкодування шкоди, заподіяної здоров'ю або майну екологічним правопорушенням.

Права людини на робочому місці регулюються нормами КЗпП України.

Кодекс законів про працю України (КЗпП України) регулює трудові відносини працівників, правові засади і гарантії здійснення громадянами права розпоряджатися власними здібностями до праці в Україні (останнє змінення від 23 грудня 2015 р.).

Структура Кодексу:

Глава I. Загальні положення.

Глава II. Колективний договір.

Глава III. Трудовий договір.

Глава III-A. Забезпечення зайнятості вивільнюваних працівників.

Глава IV. Робочий час.

Глава V. Час відпочинку.

Глава VI. Нормування праці.

Глава VII. Оплата праці.

Глава VIII. Гарантії і компенсації.

Глава IX. Гарантії при покладенні на працівників матеріальної відповідальності за шкоду, заподіяну підприємству, установі, організації.

Глава X. Трудова дисципліна.

Глава XI. Охорона праці.

Глава XII. Праця жінок.

Глава XIII. Праця молоді.

Глава XIV. Пільги для працівників, які поєднують роботу з навчанням.

Глава XV. Індивідуальні трудові спори.

Глава XVI. Професійні спілки. Участь працівника в управлінні підприємствами, установами, організаціями.

Глава XVI-A. Трудовий колектив.

Глава XVII. Загальнообов'язкове державне соціальне страхування та пенсійне забезпечення.

Глава XVIII. Нагляд і контроль за додержанням законодавства про працю.

Представниками працівників у соціальному партнерстві є професійні спілки та їхні об'єднання, інші профспілкові організації, передбачені статутами загальноукраїнських профспілок, або інші представники, обрані працівниками у випадках, передбачених Трудовим кодексом.

Професійна спілка (англ. *trade union*) – це добровільна неприбуткова громадська організація, яка об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їхньої професійної (трудової) діяльності (навчання).

У табл. 4.1 наведено міжнародні та європейські договори з прав людини.

Запитання для самостійної роботи

1. Порівняйте американську модель корпоративного громадянства з європейською.
2. Порівняйте японську модель корпоративного громадянства з канадською.
3. Жіноча праця. Права на робочому місці вагітної жінки (див. КЗпП).
4. Праця молоді (див. КЗпП).
5. Професійні спілки. Участь працівника в управлінні підприємствами, установами, організаціями (див. КЗпП).
6. Етика і корпоративні цінності.
7. Діловий етикет, дрес-код.

Тема 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ПРИНЦИПАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Питання, що розглядаються в темі 5

Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності. Поняття і види стейкхолдерів. Зарубіжний досвід. Визначення стейкхолдерів компанії. Карта стейкхолдерів. Матриця стейкхолдерів. Оцінювання діалогу за стейкхолдерами. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і зарубіжний досвід.

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

Таблиця 4.1

Міжнародні та європейські договори з прав людини

Основні документи ООН	Участь України	Основні документи Ради Європи	Участь України
Міжнародна конвенція про ліквідацію всіх форм расової дискримінації	Ратифіковано в 1969 р., заяву про допуск індивідуальних скарг зроблено в 1992 р.	Європейська Конвенція про захист прав людини й основних свобод	Ратифіковано в 1997 р.
Міжнародний пакт про громадянські й політичні права	Ратифіковано в 1973 р.	Протокол № 1 ЕКПЛ	Ратифіковано в 1997 р.
Факультативний протокол до Міжнародного пакту про громадянські й політичні права	Приєднання в 1991 р.	Протокол № 4 ЕКПЛ	Ратифіковано в 1997 р.
Другий Факультативний протокол до Міжнародного пакту про громадянські й політичні права	Приєднання в 2007 р.	Протокол № 6 ЕКПЛ	Ратифіковано в 2000 р.
Міжнародний пакт про економічні, соціальні й культурні права	Приєднання в 2007 р.	Протокол № 7 ЕКПЛ	Ратифіковано в 1997 р.
Конвенція про ліквідацію всіх форм дискримінації жінок	Ратифіковано в 1981 р.	Протокол № 12 ЕКПЛ	Ратифіковано в 2006 р.
Факультативний протокол до Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації жінок	Ратифіковано в 2003 р.	Протокол № 13 ЕКПЛ	Ратифіковано в 2003 р.
Конвенція проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність, видів поводження і покарання	Ратифіковано в 1987 р., заяву про допуск індивідуальних скарг зроблено в 2003 р.	Європейська соціальна хартія	Підписано в 1996 р.

Закінчення табл. 4.1

Основні документи ООН	Участь України	Основні документи Ради Європи	Участь України
Факультативний протокол до Конвенції проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність, видів поводження і покарання	Ратифіковано в 2006 р.	Додатковий протокол до Європейської соціальної хартії 1988 р.	Не підписано
Конвенція про права дитини	Ратифіковано в 1991 р.	Додатковий протокол до Європейської соціальної хартії 1995 р.	Не підписано
Факультативний протокол до Конвенції про права дитини щодо участі дітей у збройних конфліктах	Ратифіковано в 2005 р.	Європейська соціальна хартія	Ратифіковано в 2006 р., заяви про допуск індивідуальних скарг не зроблено
Факультативний протокол до Конвенції про права дитини щодо торгівлі дітьми, дитячої проституції і дитячої порнографії	Ратифіковано в 2003 р.	Європейська конвенція про запобігання катуванням чи нелюдському або такому, що принижує гідність, поводження або покарання	Ратифіковано в 1997 р.
Міжнародна конвенція про захист прав усіх працівників-мігрантів і членів їхніх сімей	Не підписано	Європейська хартія регіональних мов або мов меншин	Ратифіковано в 2005 р.
Конвенція про права інвалідів	Ратифіковано в 2010 р.	Рамкова конвенція про захист національних меншин	Ратифіковано в 1998 р.
Факультативний протокол до Конвенції про права інвалідів	Ратифіковано в 2010 р.	Конвенція Ради Європи про протидію торгівлі людьми	Підписано в 2005 р.

Ключові поняття

Стейкхолдер (англ. *stakeholder*) – це група (індивідуум), яка може вплинути на досягнення організацією своїх цілей або на роботу організації в цілому.

Отже, стейкхолдери – це всі групи людей (або інших організацій), чий внесок (робота, капітал, ресурси, купівельна спроможність, поширення інформації про компанії) є основою успіху організації (рис. 5.1).

Створити нову цінність для клієнтів недостатньо, потрібно зуміти показати їм, наскільки важливими є нові послуги. Для цього потрібно створити механізм, за допомогою якого цінність буде передаватися від компанії клієнту. Таким механізмом і є певна система роботи із зацікавленими групами.

Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок приватного сектору в суспільний розвиток через механізм соціальних інвестицій.



Рис. 5.1. Зацікавлені групи корпорації

Соціальні інвестиції бізнесу (англ. *business social investment*) – це матеріальні, технологічні, управлінські й інші ресурси, а також фінансові кошти компаній, що спрямовуються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, у припущенні, що в стратегічному відношенні компанія отримає (хоча і не завжди і не просто вимірюваний) соціальний та економічний ефект.

Сучасні вчені виділяють 10 принципів, які дають уявлення про відповідальність компанії перед своїми стейкхолдерами:

1. Постійне відстеження інтересів стейкхолдерів. Основна ідея взаємодії зі стейкхолдерами полягає в розумінні того, що процес створення вартості є спільною дією. Компанії мають забезпечити отримання прибутку своїм акціонерам, виконувати зобов'язання перед

кредиторами, банками. Менеджери повинні намагатися збалансувати інтереси стейкхолдерів.

Наприклад, онлайн-аукціон eBay постійно оновлює свій інтерфейс і бізнес-процеси для того, щоб відповідати очікуванням і запитам безлічі груп стейкхолдерів. Здатність компанії постійно задовольняти потреби великої кількості покупців і продавців дала величезну вигоду акціонерам, ринкова ціна акцій з 1999 року по 2006 рік зросла на 400 %.

2. Визнання того, що стейкхолдери – це реальні, складні люди з іменами, особами і цінностями. Робітники більш мотивовані працювати в компанії, цінності й місію якої вони поділяють. Фірма зі свого боку повинна розуміти їхні цінності.

3. Пошук рішень питань, які задовольняють одночасно відразу кілька груп стейкхолдерів.

4. Залучення до інтенсивної взаємодії зі стейкхолдерами, і не тільки з доброзичливими; необхідно обов'язково вести діалог різними методами з клієнтами, постачальниками, службовцями й акціонерами, а також не забувати про різні суспільства, засоби масової інформації, критиків та інших другорядних стейкхолдерів.

5. Філософія волонтаризму – прагнення самим керувати взаємовідносинами зі стейкхолдерами, а не залишати це уряду. Викликом для менеджерів може виявитися необхідність змінити мислення і добровільно зробити управлінські процеси більш відповідальними для стейкхолдерів. Якщо в цей процес втручається держава, то це означає, що менеджмент не зміг виконати своє завдання.

6. Узагальнення маркетингового підходу: необхідно нарощувати зусилля компанії, спрямовані на розуміння потреб стейкхолдерів, використовуючи маркетингові прийоми сегментації стейкхолдерів для кращого розуміння їхніх індивідуальних потреб і багатосторонньої природи більшості стейкхолдерів.

7. Ніколи не ставити інтереси одного стейкхолдера вище за інтереси іншого на тривалому проміжку часу; концепції «служувати покупцям» і «служувати працівникам» можна узагальнити у філософію «служувати своїм стейкхолдерам».

8. Проведення переговорів з первинними і вторинними стейкхолдерами. Якщо група або індивід можуть вплинути на компанію, то необхідні взаємодія і стратегічне мислення. У порівняно відкритому і вільному суспільстві наслідки відсутності взаємодії з широким колом стейкхолдерів можуть призвести до додаткових обмежень і вимог з боку держави.

9. Постійний моніторинг і зміна процесів, щоб краще служити своїм стейкхолдерам. Якою б не була взаємодія зі стейкхолдерами, її завжди можна поліпшити.

10. Керуватися метою виконувати обіцянки, дані стейкхолдерам. Прагнути до досягнення своїх і їхніх бажань.

Існують три загально визнані моделі відносин зі стейкхолдерами: стратегія інформування (information strategy), стратегія реагування (response strategy) і стратегія залучення (involvement strategy).

1. Стратегія інформування. При цій стратегії зв'язок є одностороннім: від компанії до стейкхолдерів. Основною метою є поширення об'єктивної інформації про діяльність організації. Така інформаційна модель припускає, що стейкхолдери є досить впливовими, вони можуть як підтримати організацію (лояльністю, споживчими звичками), так і завдати їй шкоди (через демонстрації, страйки, бойкоти). Тому компанія повинна інформувати про свої добрі наміри, рішення і дії для того, щоб забезпечити собі підтримку стейкхолдерів. Таким чином, одне з основних завдань цієї стратегії полягає в ефективній передачі повідомлень про рішення компанії в області КСВ.

2. Стратегія реагування. Ця стратегія на відміну від стратегії залучення базується на двосторонній асиметричній комунікаційній моделі. В обох моделях інформація рухається як до публіки, так і від неї. Основна відмінність між моделями полягає в тому, що асиметрична модель передбачає відсутність рівноваги у відносинах з громадськістю, оскільки компанія не змінюється внаслідок подібної взаємодії. Замість цього вона намагається змінити суспільне ставлення і поведінку. Відділ з корпоративних комунікацій у цьому випадку буде проводити опитування, ринкові дослідження для спостереження за тим, де компанія поліпшила або могла б поліпшити свої дії в області КСВ. Взаємодія сприймається у формі зворотного зв'язку у вигляді результатів досліджень про те, що публіка прийме. Стейкхолдери розглядаються впливовими, але вони пасивно реагують на ініціативи корпорації. З цього випливає, що компанія у своїх спробах зрозуміти потреби стейкхолдерів ризикує почути лише відлуння свого послання, оскільки компанія задає питання у межах, що припускають заздалегідь визначені відповіді, які вона хоче почути.

3. Стратегія залучення. Ця стратегія передбачає діалог зі стейкхолдерами. Як організація, так і стейкхолдери мають шанс переконати свого опонента змінитися. В ідеалі змінитися на краще повинні обидві сторони – унаслідок залучення до симетричної моделі комунікації. Компанії повинні прагнути не тільки впливати на стейкхолдерів, але й піддаватися такому впливу з їхнього боку. Наприклад, замість того, щоб відразу діяти у межах певної соціальної ініціативи, при цій стратегії компанії слід провести переговори зі своїми стейкхолдерами з приводу їх ставлення до цієї ініціативи і прийняти певні зміни в цій ініціативі, якщо їх буде визнано необхідними. Стратегія залучення узгоджується з двома іншими розглянутими вище у питанні впливовості стейкхолдерів, однак відрізняється тим, що вважає інформування й проведення опитувань необхідними, але не достатніми, припускає систематичний взаємовигідний діалог між компанією та її стейкхолдерами.

Незважаючи на те, що тут наведено три стратегії комунікації при КСВ, на цій момент немає емпіричних підтверджень того, що двостороння стратегія сьогодні широко використовується.

Методи управління стейкхолдерами

Модель стейкхолдерів складається з таких основних методів управління:

1. Партнерський метод, оснований на тому, щоб розпочати партнерські відносини з усіма стейкхолдерами, заручитися підтримкою і довірою.

2. Метод захисту, який припускає, що стейкхолдери в певний момент можуть негативно вплинути на компанію, тому необхідно бути готовим до такої ситуації. Готовність означає всебічний аналіз стейкхолдерів як шляхом маркетингових досліджень, так і за допомогою реклами і PR. Знання про групи впливу дають змогу пом'якшити можливі впливи. У великих компаніях, які сильно залежать від зовнішнього середовища, для окремих груп стейкхолдерів можуть створюватися цілі відділи.

Слід зазначити, що «захист» не є ознакою того, що стейкхолдери сприймаються як вороги. Сучасна теорія стейкхолдерів наполягає на тому, що стейкхолдери повинні сприйматися майже як члени організації. Чим вони ближче, тим краще.

Управління окремими видами стейкхолдерів

У першу чергу, розглянемо зовнішніх стейкхолдерів, оскільки управління ними є найбільш складним.

1. Покупці. Важливі групи покупців слід досконало вивчити. Їхніх представників компанія може залучати для розроблення нових продуктів. З покупцями необхідно налагодити канал комунікації. Думки покупців мають бути почуті й зрозумілі. Іноді відносини з покупцями можуть бути навіть досить неформальними, вони повинні сприйматися співробітниками компанії як «свої» і навпаки.

Слід зазначити, що знання про тих, кому продається товар, іноді є важливішими від того, що, власне, продається.

2. Постачальники. Багато фірм уже побудували відносини зі своїми постачальниками таким чином, що останні практично беруть участь у розробленні стратегії й прийнятті важливих рішень. Вони максимально залучені до діяльності фірми і з ними налагоджено партнерські відносини. У виробництві, при якому важливими є швидкість і точність термінів, правильно вибудовані відносини з постачальниками можуть дати змогу отримати товар за необхідності відразу ж без можливих зволікань. При цьому товар іноді може не потрапити на склад постачальника і відразу бути відвантажений покупцеві.

3. Конкуренти. Вони не завжди можуть розглядатися як протиборча сила. Нерідко мають місце ситуації, коли сторони, що конкурують, об'єднують свої зусилля в момент загрози появи інноваційного продукту. Конкуренти також можуть об'єднуватися в альянс з метою змагання з

іншими фірмами цієї ж галузі. У будь-якому випадку конкуренти – рушійна сила будь-якої компанії, їхня діяльність безпосередньо впливає на організацію, змушує заздалегідь прораховувати всі стратегії і ходи наперед.

4. Владні органи. До них відносять як державні, так і муніципальні владні структури. Урядові органи і фірми можуть мати спільні цілі, наприклад, створення сприятливих умов для міжнародної торгівлі, розвиток інфраструктури. Налагоджений контакт з владними структурами, іноді підкріплений конкретними видами співпраці, є надзвичайно важливим. У країнах ЄС дуже поширеним є об'єднання урядових і бізнесових структур. В окремих галузях взаємодія влади і бізнесу є найбільш сильною, наприклад в енергетиці або авіації. Хороші відносини з місцевою владою можуть мати позитивний фінансовий ефект – надання пільг, зниження податків та інші преференції. Місцева влада зацікавлена в тому, щоб організація вела легальну діяльність, а також очікує на допомогу соціальним структурам: школам, лікарням, культурним установам. Відповідно для того, щоб заручитися підтримкою влади, треба справдити сподівання.

5. Громадські організації. До них належать групи соціально активних громадян. Співпраця з ним є необхідною для вивчення громадської думки й підтримки позитивного образу компанії в очах громадськості, що, в свою чергу, обов'язково окупиться у вигляді прибутку. До цієї ж групи можна віднести профспілки, до яких входять співробітники підприємства.

Зазначимо, що позитивний імідж компанії – це не абстрактна, а цілком конкретна річ, що дає гроші.

6. Фінансові посередники. Це велика група стейкхолдерів, до якої можна віднести банки, брокерські фірми, пенсійні й інвестиційні фонди. Ті з них, які є кредиторами компанії, – найбільш важливі. Діяльність компанії має бути відкритою для кредиторів. Іноді це є умовою отримання кредиту, і тоді представники кредиторів входять до ради директорів. Важливо показати, що кошти, взяті в кредит, цілеспрямовано використовуються і будуть повернуті в строк, тільки у цьому разі фірма може сподіватися на подальшу фінансову підтримку.

У табл. 5.1 наведено інформацію про джерела інформації для організації взаємодії зі стейкхолдерами, а у табл. 5.2 – перелік основних правових документів, у яких тим чи іншим чином визначаються питання організації діалогу влади і бізнесу.

Імідж компанії – це стійкий емоційно забарвлений образ або уявлення про компанію, що формується в свідомості людей внаслідок цілеспрямованого впливу з боку самої компанії на всіх зацікавлених осіб, яких вона групує всередині й навколо себе. Іншими словами, імідж – поверхнева емоційна категорія, що базується на враженнях і не потребує зважених оцінок і висновків.

Таблиця 5.1

Джерела інформації для організації взаємодії зі стейкхолдерами

Джерела інформації	Приклади
<p>Кодекси, стандарти, рамкові угоди інструкції та інструменти Дають інструкції, що базуються на основних принципах, або покрокове керівництво для дій, а також контрольні показники для оцінювання дій менеджменту корпорації</p>	<p>ISO 14001 (стандарти в галузі охорони навколишнього середовища) Стандарти Міжнародної організації праці (МОП) SA 8000 – стандарт сертифікації підприємств у галузі трудових відносин Ділові принципи проти корупції Керівництво ОЕСР для багатонаціональних корпорацій Глобальна ініціатива зі звітності у сфері сталого розвитку (GRI) Серія документів AA 1000 (система якості звітності організацій)</p>
<p>Аналіз конкретних практичних випадків, найкраща практика і дослідницькі доповіді Можуть надихнути на роздуми з приводу власного підходу корпорації: дає можливість вивчити досвід (і помилки) інших</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Керівництво із взаємодії зі стейкхолдерами • Аналіз конкретних ситуацій, що стосуються КСВ (www.wbcsd.org) (Світова ділова рада зі сталого розвитку) • «Як змусити взаємодію зі стейкхолдерами працювати» www.csrgcampaign.org • «Ризики і можливості: кращий досвід нефінансової звітності» www.sustainability.com • Галузеві доповіді з бізнесу та економічного розвитку www.economicfootprint.org • Промисловість як партнер для сталого розвитку (доповідь)
<p>Показники та індекси Дають можливість оцінити становище корпорації відносно конкурентів або партнерів, які досягли цієї області Використовуються з метою порівняльного оцінювання діяльності</p>	<p>Приклади:</p> <ul style="list-style-type: none"> – індекс стійкості Доу-Джонса (Dow Jones Sustainability Index); – рейтинг Accountability 2005; – FTSE4GOOD; – індекс корпоративної відповідальності «Бізнес в суспільстві» (Business in the Community Corporate Responsibility Index)
<p>Конкуренти й інші компанії, які стикаються з подібними питаннями Можуть бути хорошим джерелом інформації</p>	<p>Конференції, заходи і бізнес-співробітництво з відповідних питань демонструють найкращі практичні приклади і дають можливість зустрітися з іншими компаніями, що стикаються з подібними питаннями. Доповіді про сталий розвиток є хорошим джерелом інформації: www.globalreporting.org (доповіді, розбито за категоріями згідно з GRI); www.corporateregister.com (on-line база даних з нефінансової звітності)</p>
<p>Партнерства, промислові асоціації, неурядові організації Можуть бути потужним ефективним інструментом для того, щоб займатися певними питаннями. Такі асоціації є хорошим джерелом інформації</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Співпраця між компаніями, громадянським суспільством і урядами на глобальному рівні, рівні сектору, регіону або на рівні окремих ініціатив • Глобальний договір ООН (United Nations Global Compact) • Добровільні ініціативи, пов'язані з ЮНЕП • Секторальні ініціативи Світової ділової ради зі сталого розвитку WBCSD • Асоціації, організовані у зв'язку зі суспільною проблемою, або галузеві асоціації (www.unep.fr/outreach/business/best_practice.htm) • Регіональні спеціальні ініціативи

Таблиця 5.2

Перелік основних правових документів, у яких тим чи іншим чином визначаються питання організації діалогу влади і бізнесу

Назва документа	Стислий опис
Конституція України	Право громадян на участь в управлінні державними справами
Закон України «Про державну підтримку підприємництва»	Забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва для формування конкурентного середовища, стимулювання інвестиційної та інноваційної активності, сприяння веденню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності з просування вироблених ними товарів (робіт, послуг) на внутрішні й зовнішні ринки, а також забезпечення зайнятості населення
Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва»	Введення на центральному і місцевому рівнях системи цільових бюджетних програм розвитку підприємництва, в розробленні й реалізації яких мають брати участь представники бізнесу
Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності»	Визначено значні обсяги прав підприємців та їхніх об'єднань у реалізації регуляторної політики
Указ Президента «Про заходи щодо забезпечення підтримки і подальшого розвитку підприємницької діяльності»	Введення при місцевих органах влади мережі дорадчих органів – координаційних рад з питань підприємництва
Указ Президента «Про забезпечення участі громадськості у формуванні й реалізації державної політики»	Визначено систему заходів щодо активізації влади і громадськості
Постанова КМУ «Про деякі питання забезпечення участі громадськості у формуванні й реалізації державної політики»	Установлено порядок проведення консультацій з громадськістю з питань формування і реалізації державної політики, затверджено типові положення про громадську раду при центральному і місцевих органах виконавчої влади
Інші законодавчі й нормативні акти, що визначають питання доступу громадян, у тому числі підприємців, до процедур прийняття рішень і впливу їх на ці процедури	

Репутація є категорією суто раціональною, яка формується на реальному досвіді, що мав місце, взаємодії цільових груп з організацією, доказових аргументах, усвідомленому зіставленні або оцінках авторитетних експертів. У загальному вигляді ділову репутацію можна розглядати як сукупність думок зацікавлених сторін про переваги і недоліки компанії, що визначає прийняття рішень відносно неї. Це колективна думка про компанію, що формується протягом часу в свідомості цільових груп на основі експертної оцінки економічного, соціального та екологічного аспектів її діяльності.

Конфлікт – це зіткнення інтересів двох осіб або соціальних груп стосовно володіння якимось дефіцитним ресурсом, серйозна розбіжність, гостра суперечка; протистояння, прагнення придбати цінності шляхом обмеження інтересів інших.

Об'єкт (предмет) конфлікту – питання, благо, через яке виник конфлікт.

Причиною конфліктів є розбіжності: соціальна неоднорідність суспільства, відмінність у рівнях доходів, влади, культури, соціального престижу, релігійні відмінності. Причинами конфліктів також можуть бути невдоволення своїм соціальним становищем, затримка зарплати, корумпованими чиновниками та ін.

Привід конфліктів – будь-що, навіть незначна подія, що спричиняє зіткнення.

Мета конфлікту – досягнення власного інтересу шляхом обмеження інтересів інших.

Масштаб конфлікту – кількість учасників і серйозність його наслідків (встановлено, що чим масштабнішим є конфлікт, тим він рідше трапляється, і навпаки).

Функції конфліктів:

– позитивні – інформування про наявність соціальної напруженості, стимулювання змін;

– негативні – створення стресових ситуацій, дезорганізація, навіть руйнування соціальної системи.

Типи конфліктів за кількістю учасників: внутрішньоособистісні (один учасник); міжособистісні (два учасники); між особистістю і групою; соціальні (багато учасників, соціальні групи, держави) з економічних, політичних, етнічних, культурних та релігійних, професійних причин.

Типи конфліктів за причинами (предметом) спору: економічні – між будь-якими за кількістю групами і суб'єктами з приводу грошей або ресурсів; політичні – між країнами й державами за територію або престиж; культурні або релігійні – з приводу поділу дефіцитних духовних благ; професійні – між професіями або галузями з приводу економічних або соціальних благ; етнічні – між народами за територію або кращі умови проживання.

Типи конфліктів за кількістю учасників:

– внутрішньоособистісний – всередині однієї людини між її ролями, які суперечать одна одній, наприклад, у ситуації морального вибору – як вчинити: по совісті або собі на користь;

– міжособистісний – між двома або кількома людьми (найпоширеніший тип конфлікту), наприклад, сварка друзів, сварка між подружжям, бійка на дискотеці, суперечка або сварка в транспорті тощо;

– соціальний – між соціальними групами, наприклад, страйк, бунт, повстання, революція, війна.

Види конфліктів: конфронтація – пасивне протистояння груп з різними інтересами; суперництво – відкрита боротьба за свої інтереси, завзяте відстоювання своєї позиції; конкуренція – економічна боротьба за отримання більшої вигоди, прибутку або доступу до дефіцитних ресурсів.

Способи вирішення конфліктів: посередництво, арбітраж, компроміс, переговори, застосування сили, влади, закону.

Методи залагодження конфліктів: силою (рішення, прийняте під тиском багнетів, гармат, танків і рушниць, є недовговічним; пригнічене невдоволення виникне знову); згодою (переговори, пошук згоди, компроміс; у чомусь треба поступитися одній стороні, у чомусь – іншій).

Лобізм – це діяльність розгорнутої системи контор, агентств, промислових, торгових та інших структур, організованих груп ділових кіл, які впливають (від переконання до підкупу) на законодавців і чиновників з метою прийняття відповідних законопроектів, отримання урядових замовлень, субсидій тощо, в інтересах організацій, які вони представляють.

Практика взаємної підтримки депутатів шляхом «торгівлі голосами» називається логролінгом (одна з форм лобізму).

Корупція (від лат. corrumpere – розтлівати, лат. corruptio – підкуп, псування) – використання посадовою особою своїх владних повноважень і довірених йому прав, а також пов'язаних з цим офіційним статусом авторитету, можливостей, зв'язків з метою особистої вигоди, що суперечить законодавству і моральним установкам. Корупцією називають також підкуп посадових осіб, їхню продажність, що є типовим для мафіозних держав.

Види корупції:

– побутова, яка породжується взаємодією пересічних громадян і чиновників; до цієї категорії належать різні подарунки від громадян і послуги посадовій особі й членам її сім'ї, а також кумівство (непотизм);

– ділова, що виникає при взаємодії влади і бізнесу; наприклад, у разі господарської суперечки сторони можуть прагнути заручитися підтримкою судді з метою винесення рішення на свою користь;

– корупція верховної влади, що належить до політичного керівництва і верховних судів у демократичних системах; вона стосується владних груп, недобросовісна поведінка яких полягає в здійсненні політики в своїх інтересах і на шкоду інтересам виборців.

У табл.5.3 наведено типологію корупційних відносин.

Таблиця 5.3

Типологія корупційних відносин

Критерії типології корупції	Види корупції
Хто зловживає службовим становищем	Державна (корупція держчиновників) Комерційна (корупція менеджерів фірм) Політична (корупція політичних діячів)
Хто є ініціатором корупційних відносин	Вимагання хабарів з ініціативи керівної особи. Підкуп з ініціативи прохача
Хто є хабародавцем	Індивідуальний хабар (з боку громадянина) Підприємницький хабар (з боку легальної фірми) Кримінальний підкуп (з боку кримінальних підприємців, наприклад, наркомафії)
Форма вигоди, яку одержує хабароотримувач від корупції	Грошові хабарі Обмін послугами (патронаж, непотизм)
Цілі корупції з точки зору хабародавця	Прискорювальний хабар, щоб той, хто отримав хабар, швидше робив те, що повинен за службовим обов'язком Гальмувальний хабар, щоб той, хто отримав хабар, порушив свої службові обов'язки Хабар «за добре ставлення», щоб той, хто отримав хабар, не робив надуманих причіпок до хабародавця
Ступінь централізації корупційних відносин	Децентралізована корупція (кожен хабародавець діє з власної ініціативи) Централізована корупція «знизу вгору» (хабарі, які регулярно збираються нижчими чиновниками, розподіляються між ними і вищими чиновниками) Централізована корупція "зверху вниз" (хабарі, які регулярно збираються вищими чиновниками, частково передаються їхнім підлеглим)
Рівень поширення корупційних відносин	Низова корупція (у нижчому і середньому ешелонах влади) Верхівкова корупція (у вищих чиновників і політиків) Міжнародна корупція (у сфері світогосподарських відносин)
Ступінь регулярності корупційних зв'язків	Епізодична корупція Систематична (інституційна) корупція Клептократія (корупція як невід'ємний компонент владних відносин)

Запитання для самостійної роботи

1. Методики оцінювання репутації корпорації.
2. Карта стейкхолдерів.
3. Матриця стейкхолдерів.
4. Втручання влади в діяльність компаній: зарубіжний і вітчизняний досвід.

Тема 6. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Питання, що розглядаються в темі 6

Стан довкілля як глобальна проблема. Масштаб екологічних проблем. Економічні й соціальні прояви екологічних проблем. Міжнародні ініціативи із навколишнього середовища. Міжнародний стандарт ISO 14000. Міжнародний і український досвід упровадження принципів екологічної відповідальності. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності. Основні принципи і напрямки соціальної відповідальності у сфері захисту довкілля. Програми з контролю забруднення й захисту довкілля, збереження природних ресурсів, дотримання екологічних стандартів тощо. Міжнародні документи з охорони навколишнього середовища і стандарти екологічного менеджменту. Законодавство України про охорону довкілля. Стратегія національної екологічної політики України на період до 2020 року. Основні принципи охорони навколишнього природного середовища. Пріоритетність вимог екологічної безпеки. Водний, Лісовий і Земельний кодекси.

Ключові поняття

Екологічна відповідальність (ЕВ) – це свідоме ставлення суб'єкта господарювання до нормативно-правових вимог охорони навколишнього середовища на основі розуміння ним наслідків здійснюваної господарської діяльності для навколишнього середовища і добровільно взятих на себе обов'язків і готовності вживати превентивних заходів щодо запобігання шкоді навколишньому середовищу, а також добровільно ліквідувати завдану йому шкоду.

Функції ЕВ: стимулююча, компенсаційна, превентивна (стимулююча функція полягає у застосуванні економічних і правових стимулів, що спонукають до охорони екологічних інтересів; компенсаційна – спрямована на відновлення втрат природного середовища в формі натуральної або грошової компенсації; превентивна – полягає у попереджувальному впливі на поведінку суб'єкта шляхом застосування мір покарання і відшкодування шкоди).

Розглядаючи діяльність компаній в аспекті соціально-екологічної відповідальності бізнесу, слід зазначити, що всі компанії, які займаються вирішенням екологічних проблем, можна умовно поділити на дві групи:

1. Компанії, які при вирішенні екологічних проблем отримують реальну економічну вигоду, наприклад, упроваджуючи ресурсощадні технології і тим самим знижуючи собівартість продукції.

2. Компанії, які займаються вирішенням екологічних проблем заради створення позитивного іміджу, вважаючи, що основна мета їхньої діяльності – отримання прибутку.

Найбільш значущими для соціально відповідальних компаній є такі екологічні проблеми, які можна вирішити тільки за умови екологічно орієнтованої господарської діяльності:

- забруднення всіх компонентів природного середовища (атмосфери, водних об'єктів, ґрунтів та ін.), що перевищує асиміляційний потенціал екосистем;

- виснаження невідновлюваних природних ресурсів (нафта та ін.) і деяких поновлюваних природних ресурсів (прісна вода, ліси та ін.);

- зниження і втрата біологічного різноманіття (необхідним є збереження місць проживання флори і фауни і цілих екосистем, оскільки зникнення одного виду тварин або рослин, порушення ландшафту може спричинити необоротні наслідки для екосистеми в цілому);

- зміна клімату, яке може призвести до необоротних наслідків (наприклад, танення льодовиків може призвести до підвищення рівня світового океану і затоплення великих територій, а також до дефіциту прісної води в тих регіонах, де населення користується водою з річок з льодовиковим харчуванням).

Для вирішення цих проблем соціально і екологічно відповідальні компанії використовують у своїй практиці такі інструменти:

1. Оцінювання впливу на навколишнє середовище (включаючи стратегічне екологічне оцінювання) при розробленні стратегій і планів економічного розвитку.

2. Екологічний аудит, що дає змогу на ранньому етапі виявляти природоохоронні порушення.

3. Екологічне страхування, при якому передбачається відшкодування шкоди, завданої навколишньому середовищу.

4. Сертифікацію на відповідність положенням екологічних стандартів (міжнародні стандарти серії ISO 14000, що належать до екологічного менеджменту; Міжнародний стандарт ISO 19011, які відносять до аудиту систем менеджменту якості і/ або систем екологічного менеджменту; національні стандарти серій «Ресурсозбереження» і «Охорона природи»).

5. Упровадження концепції технологічного нормування на основі найкращих доступних технологій.

6. Використання соціальної звітності, що містить екологічний компонент.

Стандарт ISO 14000 – серія міжнародних стандартів зі створення системи екологічного менеджменту. ISO 14000 є групою стандартів, пов'язаних з навколишнім середовищем, щоб допомогти організаціям:

- звести до мінімуму негативний вплив діяльності організації на навколишнє середовище;

– дотримуватися законів, що містять правила й інші екологічно орієнтовані вимоги.

Вимоги ISO 14000 є невід'ємною частиною Схеми екологічного менеджменту та аудиту Європейського союзу (EMAS). Однак вимоги EMAS є більш жорсткими у питаннях підвищення екологічної ефективності діяльності організації, дотримання екологічного законодавства, звітності й залучення співробітників.

Перелік стандартів серії ISO 14000:

– ISO 14001. Системи екологічного менеджменту. Вимоги і настанови щодо застосовування;

– ISO 14004. Системи екологічного менеджменту. Настанови щодо принципів, систем і засобів забезпечення функціонування;

– ISO 14015. Екологічний менеджмент. Екологічне оцінювання площ і організацій;

– ISO 14020. Екологічні етикетки і декларації. Основні принципи;

– ISO 14031. Управління навколишнім середовищем. Оцінювання екологічної ефективності;

– ISO 14040. Управління навколишнім середовищем. Оцінювання життєвого циклу. Принципи і структура;

– ISO 14050. Управління навколишнім середовищем. Словник;

– ISO 14062. Екологічний менеджмент. Інтегрування екологічних аспектів у проектування й розроблення продукції;

– ISO 14063. Екологічний менеджмент. Обмін екологічною інформацією. Рекомендації та приклади;

– ISO 14064. Вимірювання, кількісне вимірювання і зменшення викидів парникових газів.

Запитання для самостійної роботи

1. Економічні й соціальні прояви екологічних проблем.

2. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності.

3. Міжнародний і український досвід упровадження принципів екологічної відповідальності.

4. Програми контролю забруднення і захисту навколишнього середовища, збереження природних ресурсів і дотримання екологічних стандартів.

5. Основні положення Водного, Лісового і Земельного кодексів.

Тема 7. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Питання, що розглядаються в темі 6

Соціальна відповідальність корпорації як бізнес-стратегія. Соціальна відповідальність як фактор стійкого розвитку підприємства, інструмент управління ризиками і засіб підвищення ефективності управління. Довгострокові вкладення в соціально-економічний розвиток територій. Відповідальність за збереження довкілля. Відповідальність перед співробітниками та іншими стейкхолдерами. Декларація соціального партнерства. Принципи взаємовигідного співробітництва. Співпраця з органами влади та іншими стейкхолдерами. Розроблення соціальних програм. Оцінювання результативності соціального партнерства. Створення соціально сприятливого середовища. Прозорість ведення бізнесу. Легітимність форм власності. Позитивний економічний і соціальний вплив підприємства на суспільство.

Ключові поняття

Бізнес-стратегія – це те, що взято як основний напрямок розвитку бізнесу, який визначає вид діяльності й засоби для здійснення поставлених цілей, визначає місію компанії, систему зовнішньої і внутрішньої комунікацій, методику реакцій на внутрішні й зовнішні подразники, а також соціальну роль компанії.

Соціальне партнерство – це особлива система відносин, що виникає між найманими робітниками і роботодавцями за посередницької ролі держави, узгодження економічних інтересів у соціально-трудої сфері й врегулювання соціально-трудої конфліктів.

Систему соціального партнерства називають "трипартизм", оскільки в регулюванні соціально-трудої відносин беруть участь три сторони: організації, що представляють інтереси найманих працівників, об'єднання роботодавців і держава.

Теоретичні основи соціального партнерства розроблялися багатьма вченими. В основу їх поглядів покладено взаємовідносини між основними класами суспільних систем. В антагоністичному суспільстві ці відносини мали антагоністичний, протилежний характер. У науковій літературі розглядаються два шляхи вирішення соціальних конфліктів: знищення приватної власності на засоби виробництва і державне управління підприємствами; узгодження інтересів власників і найманих працівників.

Представники марксистської школи стверджують, що між капіталістами і робітниками існують непримиренні інтереси і узгодити їх можна революційним шляхом (шляхом зміни суспільного ладу).

У роботах авторів таких політичних орієнтацій, як соціалісти, ліберали та інші, стверджується про можливість узгодження класових інтересів.

У розвиток ідеї і практики громадського партнерства зробили внесок представники класичної школи економічної науки Ш. Фур'є (1772–1837 рр.), А. Сен-Сімон (1760–1825 рр.), Р. Оуен (1771–1858 рр.). Так, Фур'є писав про необхідність конструктивного співробітництва між працею і капіталом.

Джон Стюарт Мілль (1806–1873 рр.) зазначив, що відносини між господарями і працівниками будуть поступово витіснятися відносинами партнерства в одній з двох форм: у деяких випадках об'єднуються працівники з капіталістами, а в інших – працівники між собою.

Проблемами співробітництва між працею і капіталом займався відомий економіст А. Маршал (1842–1924 рр.). Він писав, що «співпраця між капіталом і працею також є обов'язковою, як і співробітництво між прядільниками і ткачами».

Істотний внесок у теорію і практику соціального партнерства зробили німецькі економісти Вільгельм Рьопке (1899–1966 рр.), Альфред Мюллер-Армако (1901–1978 рр.) і Людвіг Ерхард (1897–1977 рр.). Вони розробили концепцію соціального ринкового господарства, основану на поєднанні конкуренції, економічної свободи підприємств і активної політики держави в перерозподілі доходів і організації соціальної сфери.

У 1919 році було створено Міжнародну організацію праці (МОП) з метою встановлення і збереження соціального миру і регулювання соціально-трудових відносин, захисту прав людини.

Запитання для самостійної роботи

1. Декларація соціального партнерства. Навести приклади.
2. Відповідальність за збереження навколишнього середовища.
3. Створення соціально сприятливого середовища.
4. Прозорість ведення бізнесу. Легітимність форм власності.
5. Позитивний економічний і соціальний ефект впливу підприємства на суспільство.

Теми 8, 9. МОНІТОРИНГ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Питання, що розглядаються в темах 8, 9

Значення і зміст моніторингу соціальної відповідальності. Алгоритм моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. Розроблення бази власних стандартів. Фіксація параметрів корпоративної соціальної відповідальності. Виявлення реальних досягнень. Параметри моніторингу соціальної відповідальності. Ключові індикатори і поняття поточного становища соціальної відповідальності на підприємстві. Основні напрями корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративне громадянство. Відповідальність кожного як корпоративного громадянина.

Відповідальність перед співробітниками. Комплексна система соціальної відповідальності. Трансляція корпоративної соціальної відповідальності на зовнішні зацікавлені сторони. Публічна активність.

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

Індикатори оцінювання соціальної відповідальності. Збалансована система показників соціальної відповідальності. Розрахунок соціального ефекту від інвестицій. Ключові показники ефективності соціальної відповідальності.

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

Ключові поняття

Система моніторингу ефективності соціально значущої діяльності передбачає досягнення внутрішньої єдності предмета, об'єкта, суб'єкта, мети, завдань, принципів, технологій, результатів і зворотного зв'язку. Кінцева мета її функціонування – розширення інформаційно-аналітичного інструментарію процедур управління шляхом виявлення і використання причинно-наслідкових зв'язків між операційною діяльністю і соціальними інвестиціями. Основним призначенням системи моніторингу є оптимізація стійкої прибуткової діяльності підприємства й забезпечення гармонійних взаємовідносини з зовнішнім середовищем за рахунок використання нових можливостей і мінімізації загроз.

Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності бізнесу входить до стратегії підприємства, значно розширює її функції, орієнтує місію, впливає на кінцеві фінансові цілі, виробничу програму, величину економічного потенціалу і бюджет. За допомогою моніторингу КСВ можна сформувати аналітичну базу управлінських рішень, яка відображає рівень менеджменту в нефінансових показниках, переводить відносини соціального партнерства на якісно новий рівень і є дієвим механізмом зворотного зв'язку.

Запитання для самостійної роботи

1. Корпоративне громадянство в країнах Європи, Азії, Америки.
2. Особливості корпоративного громадянства в Україні.
3. Методики оцінювання соціальних інвестицій.
4. Основні індикатори оцінювання соціальної відповідальності.
5. Збалансована система показників соціальної відповідальності.
6. Розрахунок соціального ефекту від інвестицій.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема: «Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність».
Практична вправа «Соціальна відповідальність компанії»

Соціальна відповідальність компанії перед суспільством набуває все більшого значення.

Існують дві протилежні точки зору:

1. Соціальні проблеми має вирішувати держава, а бізнес – це тільки «роблення грошей». Аргумент – дії в соціальній сфері ведуть до зменшення прибутків компанії, погіршення у зв'язку з цим її конкурентних позицій, зростання витрат, які в подальшому призводять до підвищення цін, що завдає шкоди споживачам і спричиняє інші негативні наслідки.
2. Бізнесмени мають перед суспільством моральні зобов'язання, а соціальні дії, навпаки, можуть дати велику користь підприємцям, наприклад, покращання їхнього іміджу в суспільстві – непогана реклама.

Сформулюйте аргументовані відповіді на такі запитання:

1. Чию позицію Ви поділяєте і чому?
2. Чи повинен, на Вашу думку, підприємець в сучасній Україні виконувати соціальні зобов'язання перед країною і в яких формах?
3. Чи буде йому в кінцевому підсумку це вигідним, в тому числі у фінансовому відношенні? Якщо так, то чому?
4. В яких формах вітчизняний бізнес може здійснювати соціальну підтримку:
 - а) у масштабах фірми;
 - б) у масштабах регіону, країни.

ТЕСТИ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Який вид соціальної відповідальності має активний характер:
 - а) політична СВ;
 - б) правова СВ;
 - в) корпоративна СВ;
 - г) всі відповіді правильні?

2. Процес всесвітньої економічної, політичної, культурної та релігійної інтеграції та уніфікації називається:
 - а) «сталий розвиток»;
 - б) «стагнація»;
 - в) «глобалізація»;
 - г) «євроінтеграція».

3. Зв'язки між людьми, які створюють механізм соціальної взаємодії, і норми довіри і поведінки, що залежать від них, називаються :
 - а) фізичним капіталом;
 - б) соціальним капіталом;
 - в) громадським капіталом;
 - г) культурним капіталом.

4. Межі здатності планетарних джерел надавати людству потоки сировини і енергії, а стоків – поглинати забруднення і відходи називаються:
 - а) фізичними потоками;
 - б) фізичними межами зростання;
 - в) глобальними перетвореннями;
 - г) немає правильної відповіді.

5. Система взаємовідносин між безліччю суб'єктів, що виражає їхні рівноправні цілі, які взаємно узгоджують економічні інтереси, характер, форми організації та взаємодії з приводу руху товарів і послуг, називається:
 - а) суб'єктною структурою ринкового господарства;
 - б) суб'єктною структурою держави;
 - в) суб'єктною структурою влади;
 - г) всі відповіді правильні.

6. До форм реалізації громадських ініціатив відносять:
 - а) соціальні проекти;
 - б) взаємодію з органами публічної влади;
 - в) діяльність профспілок;
 - г) всі відповіді правильні.

7. Політична система, що перерозподіляє матеріальні блага відповідно до принципу соціальної справедливості заради досягнення кожним громадянином гідного рівня життя, згладжування соціальних відмінностей і допомоги нужденним, називається:

- а) монархічною державою;
- б) соціальною державою;
- в) авторитарною державою;
- г) утопією.

8. Індекс, який ранжує компанії залежно від того, як вони виявляють себе в соціальній, економічній та екологічній сферах, – це:

- а) FTSE4Good;
- б) Dow Jones Sustainability Index;
- в) Domini Social Investment (DSI400);
- г) Social Index SI.

9. Розроблення і закріплення в практиці державного управління цільових соціальних орієнтирів – це:

- а) державна політика;
- б) соціальна відповідальність;
- в) соціальне цілепокладання;
- г) корпоративна соціальна відповідальність.

10. Що з переліченого нижче є притаманним для соціал-демократичної соціальної політики:

- а) немає гарантій повної зайнятості населення;
- б) слабкий захист проти сил ринку й втрати доходу;
- в) високий розмір індивідуальної підтримки;
- г) сильний захист проти сил ринку й втрати доходу?

11. Форми прояву соціальної відповідальності держави:

- а) відповідальний законодавець;
- б) відповідальний споживач;
- в) відповідальний учасник економічних і політичних відносин з громадянами;
- г) відповідальний діловий партнер.

12. Учасниками соціальних відносин є:

- а) суспільство;
- б) влада;
- в) робітники й роботодавці;
- г) всі відповіді правильні.

13. Зміст функціональної стадії розвитку компанії з точки зору КСВ:

- а) компанія робить деякі добровільні кроки в області КСВ, що дають позитивний ефект у короткостроковій і середньостроковій перспективі;
- б) компанія докладает зусиль для просування принципів КСВ у діловому співтоваристві;
- в) компанія інтегрує КСВ у стратегію свого розвитку, орієнтуючись при цьому на довгострокову перспективу;
- г) компанія не визнає своєї відповідальності й заперечує провину за негативні впливи на стан навколишнього середовища і суспільство.

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

- а) об'єкти соціальної відповідальності бізнесу;
- б) суб'єкти соціальної відповідальності бізнесу;
- в) пропагандисти соціальної відповідальності бізнесу;
- г) противники соціальної відповідальності бізнесу.

15. Публічним інструментом інформування акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів про те, як і якими темпами підприємство реалізує свої плани щодо економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності, є:

- а) об'єкти СВБ;
- б) соціальний звіт;
- в) соціальні інвестиції;
- г) фінансові звіти.

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 відповідальність;
- в) правова відповідальність;
- г) екологічна відповідальність?

17. Документ, що зобов'язує відкриті акціонерні компанії, акції яких котируються в США, дотримуватися розширених стандартів корпоративної звітності, які тепер містять нефінансові аспекти управління ризиками, називається:

- а) Глобальними принципами Саллівана;
- б) Угодами МОП;
- в) Глобальною ініціативою прозорості;
- г) Актом Сорбанеса–Окслі.

18. Глобальна ініціатива звітності (Global Reporting Initiative– GRI) містить такі принципи:

- а) прозорість;
- б) релевантність;
- в) урахування інтересів усіх сторін;
- г) своєчасність.

19. Культурні права людини – це:

- а) свобода мови (право отримувати освіту рідною мовою і розмовляти рідною мовою на зборах);
- б) право на освіту;
- в) свобода викладення;
- г) усі відповіді правильні.

20. Добровільна, неприбуткова, громадська організація, яка об'єднує громадян, що мають спільні інтереси за родом їхньої професійної (трудової) діяльності (навчання), називається:

- а) фірмою;
- б) профспілкою;
- в) приватним пенсійним фондом;
- г) приватним інвестиційним фондом.

21. Хто належить до первинних стейкхолдерів:

- а) екологи;
- б) політики;
- в) акціонери;
- г) інвестори?

22. Діяльність розгорнутої системи контор, агентств, промислових, торгових або інших структур, організованих груп ділових кіл, які впливають на законодавців і чиновників з метою прийняття відповідних законопроектів, отримання урядових замовлень, субсидій тощо, в інтересах організацій, які вони представляють, називається:

- а) політикою;
- б) лобізмом;
- в) соціальною відповідальністю;
- г) круговою порукою.

23. Однією з форм логролінгу є:

- а) корупція;
- б) КСВ;
- в) «бочонок із салом»;
- г) «бочонок із медом».

24. Триєдина концепція стійкого розвитку містить такі напрямки:
- а) соціальний;
 - б) політичний;
 - в) економічний;
 - г) екологічний.
25. Система інститутів і механізмів узгодження інтересів учасників виробничого процесу (працівників і роботодавців), що базується на рівній співпраці, називається:
- а) соціальною відповідальністю;
 - б) корпоративним громадянством;
 - в) соціальним партнерством;
 - г) корпоративною соціальною відповідальністю.
26. Які рівні соціальної відповідальності бізнесу належать до добровільної складової:
- а) соціальна активність заради вигоди;
 - б) дотримання законодавства;
 - в) соціальна активність не заради вигоди;
 - г) всі відповіді правильні?
27. Хто належить до економічних агентів:
- а) домогосподарства;
 - б) держава;
 - в) фірми;
 - г) іноземні держави?
28. Взаємодія пересічних громадян і чиновників, тобто різні подарунки від громадян і послуги посадовій особі й членам її сім'ї в обмін на якусь послугу від чиновника, називається:
- а) діловою корупцією;
 - б) корупцією верховної влади;
 - в) особистою корупцією;
 - г) побутовою корупцією.

ТЕМИ ДЛЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

1. Система соціального партнерства як механізм ефективної взаємодії держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства.
2. Партнерство та ефективність взаємодії людини, держави, суспільства.
3. Соціальна відповідальність громадянина.
4. Основні напрямки української державної політики в галузі охорони праці.
5. Основні напрямки української державної політики в галузі сімейних відносин.
6. Основні напрямки української державної політики в освітній сфері.
7. Основні напрями державної національної політики.
8. Основні напрямки української державної екологічної політики.
9. Основні напрями державної міжнародної політики України.
10. Проблема соціальної відповідальності в сучасних вітчизняних організаціях.
11. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і зарубіжний досвід.
12. Стратегія національної екологічної політики України на період до 2020 року.
13. Декларація соціального партнерства.
14. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес-стратегія.
15. Складові розвитку соціальної відповідальності в Україні.
16. Міжнародні документи з охорони навколишнього середовища і стандарти екологічного менеджменту.
17. Роль соціальної відповідальності в реалізації концепції сталого розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / О. Гирик, О. Денис, О. Дубовик та ін.; за заг. ред. Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецової. – Київ : УБС НБУ, 2009. – 258 с.
2. Грищук, В. К. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / В. К. Грищук. – Львів : Держ.ун-т. внутрішніх справ, 2012. – 152 с.
3. Корпоративна соціальна відповідальність: модель і управлінські практики : підруч. для ВУЗів / М. А. Саприкіна, М. А. Саєнсус, Г. А. Місько [та ін.]. – Київ : Фабований лист, 2011. – 690 с.
4. Основы социального государства : учеб. для вузов / под общ. ред. Н. Н. Гриценко, А. А. Шулуса. – М. : АТИСО, 2009. – 440 с.
5. Аверин, А. Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия / А. Н. Аверин. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 96 с.
6. Валитов, Ш. М. Взаимодействие власти и бизнеса. Сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш. М. Валитов, В. А. Мальгин. – М. : Экономика, 2009. – 207 с.
7. Коммуникативная культура. От коммуникативной компетентности к социальной ответственности / под ред. С. В. Титовой. – СПб. : Питер, 2009. – 176 с.
8. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. – М. : КНОРУС, 2008. – 504 с.
9. Назарова, Г. В. Організаційні структури управління корпораціями: наук. видання / Г. В. Назарова. – Харків : ХДЕУ, 2004. – 408 с.
10. Попов, О. Є. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління : монографія / О. Є. Попов. – Харків : ІНЖЕК, 2009. – 390 с.
11. Попов, О. Є. Розподіл та реалізація корпоративного контролю при формуванні капіталу акціонерного товариства: монографія / О. Є. Попов, А. М. Котов, Т. Г. Зайцева. – Харків : ІНЖЕК, 2009. – 360 с.
12. Социальная политика : учеб. для вузов / под общ. ред. Н. А. Волгина. – М. : Экзамен, 2008. – 943 с.
13. Всесвітня організація зі стандартизації ISO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isotc.iso.org>. – 01.03.2016.
14. Глобальная инициатива по отчетности экологически ответственных экономик [Электронный ресурс]. – Режим доступу: www.globalreporting.org. – 01.03.2016.
15. Експертно-аналітичний портал, присвячений тематиці корпоративної соціальної відповідальності і стійкому розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.csr-review.net. – 01.03.2016.
16. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nau.kiev.ua/. – 01.03.2016

17. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minrd.gov.ua/nk>. – 01.03.2016.

18. Регіони України: статистичний щорічник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. – 01.03.2016.

19. Сайт Всемирного совета бизнеса по устойчивому развитию [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org>. – 01.03.2016.

20. Статистична звітність емітентів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.smida.gov.ua/db/emitent. – 01.03.2016.

21. Центр "розвиток соціальної відповідальності" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.csr.ukraine.org. – 01.03.2016.

Навчальне видання

**Кракос Юлія Борисівна
Діденко Юлія Юріївна**

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Редактор А. М. Ємленінова

Зв. план, 2016

Підписано до видання 26.12.2016

Ум. друк. арк. 3,1. Обл.-вид. арк. 3,56. Електронний ресурс

Видавець і виготовлювач

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

<http://www.khai.edu>

Видавничий центр «ХАІ»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

izdat@khai.edu

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції сер. ДК № 391 від 30.03.2001