

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ"**

Соціальна відповідальність

Опорний конспект лекцій

для студентів спеціальності 8.03050901

«Облік і аудит»

Конспект лекцій з дисципліни “ Соціальна відповідальність” /Уклад. І.А. Юр’єва. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2016. – 118 с. – Укр. мовою.

Укладачі: Юр’єва Ірина Анатоліївна
Рецензент Рета М. В.

Социальная ответственность: Опорный конспект лекций для студентов, обучающихся по специальности 8.03050901 «Учет и аудит» / НТУ ХПИ [Каф. экономического анализа и учета; Авт.-сост.: И.А. Юрьева]. - Х.: Изд-во НТУ ХПИ, 2016. - 124 с.

Опорний конспект включає основні питання, пов'язані з теорією соціальної відповідальності, з точки зору застосування принципів соціального управління на різних рівнях. Навчальна дисципліна є однією з основних нормативних у блоці гуманітарної та соціально-економічної підготовки, які викладаються магістрам на п'ятому курсі. Вона призначена для формування у студентів теоретичних знань про соціальну відповідальність, соціальні системи, організаційні рівні соціальної відповідальності, типи, структури та закономірності функціонування корпоративної соціальної відповідальності. Дисципліна містить два блоки змістовних модулів: теоретичні засади соціальної відповідальності, регулювання та управління формуванням концепції соціальної відповідальності.

УДК 340 Г85

Навчальне видання

Зміст

Вступ.....	3
Тема Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку.....	7
Лекція 1 Вступ до спеціальності . Концепція соціальної відповідальності.....	7
Лекція 2 Існуючі підходи до соціальної відповідальності у закордонній та вітчизняній теорії.....	12
Лекція 3 Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку.....	19
Тема 2 Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства.....	19
Лекція 4 Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства.....	28
Лекція 5 Соціальна відповідальність держави, людини та суспільства.....	34
Тема 3 Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.....	39
Лекція 6 Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.....	39
Лекція 7 Внутрішня направленість корпоративної і і соціальної відповідальності.....	48
Лекція 8 Зовнішня направленість корпоративної і і соціальної відповідальності.....	53
Тема 4 Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.....	59
Лекція 9 Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.....	59
Тема 5 Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.....	65
Лекція 10 Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.....	65
Тема 6 Екологічна компонента соціальної відповідальності.....	71
Лекція 11 Екологічна компонента соціальної відповідальності.....	71

Тема 7 Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.....	77
Лекція 12 Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.....	77
Тема 8 Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.....	84
Лекція 13 Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.....	84
Тема 9 Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.....	94
Лекція 14 Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.....	94
Лекція 15 Критерії оцінки реалізації соціальних програм.....	105
Тема 10 Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.....	114
Лекція 16 Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.....	114

Вступ

Теоретична частина курсу включає уявлення про соціальне управління організації, її сутність і природу, організаційну та функціональну структуру і основні підходи до побудови соціальної відповідальності в ній, загальне уявлення про соціальне управління організацією як соціальною системою. В теоретичній частині детально розглядаються проблеми створення соціальної відповідальності управління підприємством, ефективної організації та забезпечення її належного функціонування і розвитку згідно з визначеними цілями та обраною стратегією їх досягнення. Істотне місце у змісті навчальної дисципліни посідають питання організації соціальної відповідальності управління підприємством, управлінської праці, вирішенню конфліктних ситуацій та її відповідності міжнародним стандартам .

Основними елементами суспільної організації, її фундаментом, є суспільні відносини, соціальна структура суспільства і право власності.

В основі теорії соціальної відповідальності організації лежить теорія систем. Система - це ціле, створене із частин і елементів для цілеспрямованої діяльності. Іноді систему визначають як сукупність взаємозалежних діючих елементів. Ознаками системи є безліч складових її елементів, єдність головної мети для всіх елементів, наявність зв'язків між ними, цілісність і єдність елементів, наявність структури та ієрархічності, відносна самостійність і наявність управління цими елементами. Термін "організація" в одному зі своїх лексичних тлумачень означає також "систему", але не будь-яку систему, а певної мірою упорядковану, організовану.

При розгляданні теоретичних питань та при розв'язанні прикладних задач у процесі занять використовуються комп'ютери та сучасні інформаційні технології, що дає можливість заочного та дієвого навчання та набуття практичних навичок системного аналізу проблем та розробки ефективних соціально відповідальних управлінських рішень з їх подолання.

Метою викладання навчальної дисципліни "Соціальна відповідальність" є формування у студентів фундаментальних знань теорії та

практики соціальної відповідальності і відповідних професійних компетенцій. Завдання курсу – вивчення теоретичних положень і практики взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови стійкого розвитку суспільства. Основними завданнями вивчення дисципліни “Соціальна відповідальність” є набуття студентами знань з основних аспектів теорії соціального управління; ознайомлення студентів з досвідом соціального управління за науковими працями зарубіжних авторів; розвиток і вдосконалення особистих якостей студентів — майбутніх магістрів, які необхідні в управлінській діяльності. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати:

- сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності;
- особливості соціальної відповідальності різних суб’єктів суспільного розвитку;
- місце соціальної відповідальності в управлінні організацією;
- нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;
- моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури;
- критерії, показники та методичку оцінювання соціальної відповідальності;
- особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях;
- сутність соціальних інвестицій як форми прояву корпоративної відповідальності роботодавців;
- сутність, складові та пріоритети розвитку соціально відповідальної політики управління персоналом;
- екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;
- сутність, структуру, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності.

уміти :

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

Лекція 1

Вступ до спеціальності . Концепція соціальної відповідальності

1.1 Сутність соціальної відповідальності

1.2 Історія розвитку концепції соціальної відповідальності

1.3 Система соціальної відповідальності

1.1 Сутність соціальної відповідальності

Наведемо перелік термінології соціальної відповідальності:

Соціальна відповідальність - свідоме відношення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп.

Соціальна відповідальність - відносини між особистістю і соціальною групою, суспільством, які базуються на усвідомленому виконанні ними взаємних зобов'язань і своїх обов'язків, що випливають із нормативних актів, що регулюють соціальні відносини, а також із традицій.

Соціальна відповідальність - принцип, який повинен полягати в основі бізнесу для забезпечення благополуччя суспільства, а не тільки для максимізації прибутків.

Соціальна відповідальність - (social responsibility). Зобов'язання перед родиною, друзями і суспільством у цілому .

Соціальна відповідальність бізнесу - соціальна відповідальність бізнесу відповідальність суб'єктів бізнесу за дотримання норм і правил, неявно певних або невизначених законодавством (в області етики, екології, доброчинності і т.і.)

Відповідальність - форма саморегуляції особистості, яка виражається в усвідомленні себе причиною вчинків і їх наслідків і в усвідомленні і контролі своєї здатності виступати причиною змін (або протидії змінам).

1.2 Історія розвитку концепції соціальної відповідальності

Перша форма — колективна відповідальність у первісному суспільстві, що мала примітивний характер і була наслідком потреби людей у самозбереженні як родової сутності. Колективна відповідальність породжує сім'ю, рід, клан, плем'я.

Друга форма — етнічно-класова відповідальність у доіндустріальних суспільствах, в період розподілу праці, виникнення і розвитку приватної власності та держави. Етнічно-класова відповідальність породжує таку форму організації суспільства, як народність.

Третя форма — національно-класова відповідальність в індустріальних суспільствах.

Характеризується розширенням відповідальних зв'язків, чому сприяло створення світового капіталістичного ринку. Породжує нову форму організації суспільства — націю.

Четверта форма — загальнонаціональна відповідальність в умовах постіндустріального суспільства, яка удосконалюється на власній основі та приймає всезагальний характер взаємовідповідальності всіх суб'єктів діяльності в масштабах суспільства. Створюється в інтересах збереження цілісності соціальної системи та забезпечення умов для прогресивного розвитку всього суспільства і кожної людини.

П'ята форма — загальнолюдська відповідальність в умовах подальшого розвитку цивілізації.

В якості загального фактору соціальної самоорганізації відповідальні зв'язки та залежності створюють структуру суспільства за вертикаллю (суспільство — соціальна спільність — особистість) і за горизонталлю (екологія, економіка, політика, право, мораль, естетика, релігія).

1.3 Система соціальної відповідальності

Під системою соціальної відповідальності розуміють сукупність функцій та повноважень, які необхідні для здійснення управлінського впливу, у тому

числі і соціального. Система соціального управління повинна будуватися з врахуванням таких основних принципів:

- функціональної інтеграції - соціальне управління не може бути ефективним, якщо воно спиратиметься тільки на розв'язування оперативних та тактичних завдань; необхідно увесь менеджмент підприємства, усі його функції орієнтувати на соціальну відповідальність, а в разі виникнення ознак кризового стану - їх локалізацію;

- професіоналізму, що передбачає наявність спеціальної підготовки осіб, які приймають на собі відповідальність за дієвість соціального управління, опанування певних знань та навичок для безпосереднього проведення або управління цією роботою;

- відповідальності за наслідки рішень, що приймаються, саме в цій функціональній підсистемі управління необхідна розвинута та збалансована система відповідальності за наслідки реалізації соціальної програми, насамперед фінансові;

- оптимального співвідношення централізму та децентралізму в прийнятті відповідних рішень, максимальне залучення персоналу підприємства, яке опинилося в кризовому стані, до розробки та впровадження соціальних заходів.

Система соціальної відповідальності являє собою сукупність дій держави, організації, підприємців, особистості, що впливають на якість життя членів суспільства.

Для того щоб визначити площину охоплення своєї соціальної відповідальності, виявити проблеми та установити свої пріоритети, організації слід розглянути основні аспекти системи соціальної відповідальності:

Системі соціальної відповідальності притаманні:

- організаційне управління;
- права людини;
- трудові практики;

- навколишнє середовище;
- сумлінні ділові практики;
- проблеми, пов'язані зі споживачами;
- участь в [житті] співтовариств і їх розвиток.

Контрольні питання

1. Коли в економічній літературі виник термін соціальна відповідальність?
2. Назвіть основні змістовні елементи категорії соціальної відповідальності?
3. Прокоментуйте основні етапи розвитку соціальної відповідальності.
4. Як характеризується соціальна відповідальність на мікрорівнях?
5. Що означає термін відповідальність?
6. Охарактеризуйте поняття соціальна відповідальність в різних контекстах.
7. Розкрийте сутність поняття соціальна відповідальність
8. Надайте систему соціальної відповідальності

Література

- 1 Новая философская энциклопедия. В 4-х томах. М.: Мысль, 2001. Т. 3. С. 172.
- 2 Философский словарь / Под ред. И. Т. Фролова. — 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Республика, 2001. С. 403.
- 3 Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избр. произведения. М., 1990.
4. Іваненко О. Визначення поняття, сутності та видів соціальної відповідальності: актуальні проблеми / О. Іваненко. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.dniprokniga.dp.ua/46-ivanenko-o.-vznachennja-ponjattja-sutnosti-ta.html>.

Лекція 2

Існуючі підходи до соціальної відповідальності у закордонній та вітчизняній теорії

2.1 Рівні соціальної відповідальності

2.2 Моделі соціальної відповідальності

2.3 Принципи соціального захисту

2.4 Національні особливості застосування теорії соціальної відповідальності

2.1 Рівні соціальної відповідальності

Залежно від мотивації та зв'язку заходів соціальної відповідальності з економічними результатами діяльності підприємства можна узагальнено виділити основні рівні заглиблення організації в соціально відповідальні процеси. При цьому більш високий рівень характеризується більшим обсягом зобов'язань, що приймає підприємство. Перший рівень – базовий. Він містить у собі початкові передумови для подальшого формування соціально відповідальної поведінки. На цьому етапі головним принципом є повне виконання компанією усіх зобов'язань у рамках вимог сформульованих законодавством. Рівні соціального забезпечення (соціальний захист) — це рівень державних, місцевих, організаційних, як системи суспільно-економічних заходів, спрямованих на матеріальне забезпечення населення від соціальних ризиків (хвороба, інвалідність, старість, втрата годувальника, безробіття, нещасний випадок на виробництві тощо).

Другий рівень соціальної відповідальності у якості головного пріоритету передбачає проведення заходів соціальної відповідальності, що позитивно відобразяться на економічних результатах підприємства. Цей рівень передбачає забезпечення персоналу компанії не тільки належними умовами праці, але і адекватними умовами існування. При цьому

зберігаються зобов'язання попереднього рівня і додаються зобов'язання, які включають забезпечення співробітників підприємства певним набором соціальних послуг та пільг. Реалізація соціальних ініціатив на цій стадії проходить за двома напрямками:

- ініціативи, які спрямовані на розвиток потенціалу персоналу підприємства, підвищення професійних якостей та кваліфікації, підвищення охорони праці, турбота про здоров'я робітників;

- більш широкі ініціативи, пов'язані з покращенням житлових умов робітників, пенсійні програми, заходи спрямовані на піклування про сім'ї співробітників компанії, розвиток об'єктів соціальної сфери. Також другий рівень соціальної відповідальності включає зовнішні аспекти діяльності підприємства. Третій рівень соціальної відповідальності передбачає заходи, економічна вигода від яких не є очевидною, а саме такі суспільно значущі форми соціальної активності, як підтримка історичних пам'яток, культурних та спортивних заходів. Залежно від того, наскільки системно підприємство займається соціальними заходами, і залежно від глибини зв'язку між соціальними ініціативами та основними бізнес-процесами компанії, можна виділити два підходи до соціальної діяльності: благодійний та комерційний. При благодійному підході переважають філантропічні заходи, в ході виконання яких компанія виділяє частину прибутку на корисні для суспільства ініціативи, проте ці заходи не обов'язково мають безпосередній зв'язок з основними бізнес-процесами.

Відповідно до комерційного підходу, соціальна діяльність підприємства пов'язується з досягненнями її бізнес-цілей. Усі соціальні заходи, які фінансуються компанією, повинні мати відношення до основної діяльності фірми. Відповідно до цього обираються такі напрямки соціальної діяльності: освіта та охорона здоров'я співробітників, покращення екологічної безпеки виробництва, розвиток інфраструктури території присутності і т.і. Цей підхід поступово стає популярним серед

великих промислових підприємств, які намагаються сформулювати довгострокові цілі і стратегії розвитку. Особливістю комерційного підходу є обов'язковий перегляд всієї діяльності компанії з метою встановлення відповідності усіх процесів принципам соціальної відповідальності, а також розробка механізмів контролю за результативністю соціальних заходів

2.2 Моделі соціальної відповідальності

Існує декілька національних моделей соціальної відповідальності, кожна з яких відповідає національним традиціям, напрямкам розвитку економіки, стилям управління, суспільно-економічному укладу, особливостям функціонування громадських інститутів та правовим нормам конкретних країн. Розглянемо основні національні моделі соціальної відповідальності. Основною особливістю американської моделі є значна ініціатива бізнес-спільноти, відносно слабке регулювання з боку держави і другорядна роль громадських організацій. Американський уряд переносить рішення великої кількості соціальних проблем на місцевий рівень. У таких умовах місцева влада вимушена активно взаємодіяти з місцевим бізнесом. У США розповсюджена практика використання корпоративних фондів, за допомогою яких вирішуються соціальні проблеми по визначених напрямках. Основними напрямками соціальної діяльності є пенсійні, освітні, медичні програми. Соціальні ініціативи знаходять підтримку з боку держави у вигляді податкових пільг. Дана модель соціальної відповідальності передбачає свободу підприємств у визначенні рівня залучення до вирішення соціальних проблем. Разом з цим використовуються законодавчо закріплені механізми, що стимулюють підприємства і дозволяють зменшити державне втручання. Таким чином можна окреслити специфічні риси цієї моделі :

— має місце добровільний характер участі бізнесу у вирішенні соціальних проблем;

- втручання держави відбувається шляхом заохочення соціально відповідальної діяльності;
- соціальна діяльність компанії має чітко окреслені напрями;
- пріоритетом є вирішення соціальних проблем на рівні місцевої громади та окремого регіону;
- компанії контролюють цільове використання витрачених коштів та очікують на конкретні результати заходів.

Головна риса європейської моделі соціальної відповідальності полягає у значному державному регулюванні. Компанії не займаються самостійним вирішенням соціальних проблем, а активно взаємодіють з державними органами, некомерційними організаціями та іншими громадськими інститутами.

Основні особливості цієї моделі такі:

- спостерігається високий рівень інтеграції соціальної діяльності у загальну стратегію розвитку компанії;
- держава виступає у ролі інституту, який визначає правила поведінки і слідкує за їх виконанням;
- існує високий рівень уваги з боку громадськості;
- має місце проведення економічного обґрунтування соціальних заходів і контроль за їх ефективністю;
- благодійні заходи не є поширеними, що обумовлено високим рівнем податків, відсутністю пільг та інших стимулів.

Основним фактором розвитку японської моделі соціальної активності є культурні традиції країни. Соціальна відповідальність пов'язана з колективною взаємодією всередині підприємства та діловою взаємодією між корпораціями. Характерними особливостями японської моделі є:

- значний вплив держави, яка довгий час приймала участь у стратегічному плануванні розвитку промисловості;
- поширеність соціально-побутових ініціатив, що спрямовані на

задоволення потреб працівників;

- забезпечення соціально-побутових благ на колективній основі;
- розповсюдження серед компаній практики володіння об'єктами соціальної інфраструктури.

Існує низка інших національних моделей, зокрема скандинавська, німецька, британська. Однак визначальним фактором формування національної моделі є ступінь участі держави в процесах соціалізації бізнесової діяльності, а отже можна виділити три типи моделей соціальної відповідальності:

- модель активного втручання держави, характеристикою якої є надання соціальних благ на загальній основі та урахуванням інтересів усіх сторін (західноєвропейські країни);

- модель обмеженого втручання держави у вирішення соціальних проблем, що характеризується другорядним впливом уряду, при цьому основна роль відводиться компаніям (Японія);

- модель реактивного втручання держави, що характеризується мінімальною участю владних інститутів у вирішенні соціальних питань (США). Функції держави полягають у мінімальних правових вимогах і системі стимулів. Активне втручання можливе як реакція на неспроможність економічної системи до вирішення окремих питань.

2.3 Принципи соціального захисту

Національні системи соціального захисту сформувалися з урахуванням специфіки економічного, соціального і культурного розвитку країн. Однак, попри відмінності в шляхах розвитку і особливостях організації, якості і обсязі послуг, а також у методах фінансування, всі системи соціального захисту функціонують на основі єдиних принципів.

Принцип соціального страхування

Згідно з цим принципом, фінансування механізмів соціального захисту здійснюється за рахунок страхових внесків членів страхового об'єднання, які

при настанні страхового випадку отримують страхові виплати.

Принцип соціального страхування відіграє значну роль, насамперед, в Німеччині, Австрії, Франції, Італії та Нідерландах, де фінансування систем соціального захисту здійснюється або на основі тристоронньої участі робітників, роботодавців і держави (Німеччина, Австрія), або переважно за рахунок роботодавців і держави (Італія, Франція).

Застосування принципу соціального страхування ґрунтується на правилах еквівалентності та перерозподілу.

Правило еквівалентності

Відповідно до правила еквівалентності, обсяг страхових виплат залежить від розміру страхових внесків. Тобто, вносячи певну частку заробітної плати (страховий внесок) в фонд соціального страхування, застрахована особа, в разі втрати доходу, має право на отримання фінансового відшкодування, обсяг якого співвідноситься з розміром попередньої заробітної плати і сплачених внесків.

Правило перерозподілу

Поряд з правилом еквівалентності, принцип соціального страхування містить також правило перерозподілу, згідно з яким прибутки страхового фонду перерозподіляються на користь менш фінансово забезпечених членів спільноти через систему солідарної поруки.

Принцип соціального забезпечення

На відміну від принципу соціального страхування, принцип соціального забезпечення передбачає надання соціального захисту іншим категоріям населення (державні службовці, військові, діти-сироти тощо) і фінансування таких соціальних видатків за рахунок податкових надходжень у бюджет.

Принцип допомоги

Згідно з цим принципом, людина, яка потрапила в скрутне становище і не може самостійно з нього вийти, може звернутись по допомогу до відповідних інстанцій і розраховувати на соціальний захист (соціальні

виплати, соціальні послуги) в обсязі, достатньому для подолання проблем, що зумовили звернення по допомогу.

Принцип соціальної солідарності

Цей принцип передбачає взаємну допомогу всіх учасників системи соціального захисту. Така взаємодопомога реалізується у вигляді перерозподілу коштів між різними соціально-економічними та соціально-демографічними групами населення.

2.4 Національні особливості застосування теорії соціальної відповідальності

Базовим правовим документом, який регламентує права та обов'язки держави і громадянина, є Конституція України. Вона визначає нашу країну суверенною і незалежною, демократичною, соціальною та правовою державою (ст. 1), а людину, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпеку – найвищою соціальною цінністю. Підкреслюється також, що держава відповідає перед людиною за свою діяльність, а утвердження і забезпечення прав та свобод людини є головним її обов'язком (ст. 3). Важливим для розуміння ролі соціальної відповідальності в управлінській діяльності, що має сприяти всебічним процесам модернізації в Україні, є аналіз основних стратегічних і програмних документів, які регламентують ці процеси сьогодні. На глобальному рівні соціальна відповідальність окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації завдяки міжнародним домовленостям щодо запровадження сталого розвитку (м. Ріо-де-Жанейро, 1992 р., м. Йоганнесбург, 2002 р., м. Ріо-де-Жанейро, 2012 р.). Разом з тим світова спільнота розробила систему стандартів та рекомендацій, реалізація яких сприяє запровадженню сталого розвитку, а саме: стандарт ISO 14000 в галузі систем екологічного менеджменту, GRI – рекомендації щодо звітності в галузі сталого розвитку, міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, ISO 9001:2000 тощо. Сталий розвиток визначено

ООН як основний напрям розвитку цивілізації на ХХІ століття, а Україна має зайняти активну по-зицію для започаткування процесу змін, що забезпечить перехід до сталого розвитку держави.

Контрольні запитання

1. Надати визначення рівня соціального забезпечення (соціальний захист)
2. Що означає соціальне забезпечення з макроекономічної точки зору ?
3. Що передбачає другий рівень соціальної відповідальності ?
4. Що передбачає третій рівень соціальної відповідальності ?
5. Три типи моделей соціальної відповідальності:
6. Модель соціальної відповідальності Німеччини
7. Модель соціальної відповідальності Швеції
8. Модель соціальної відповідальності Великої Британії
9. Модель соціальної відповідальності України
10. Які принципи застосовуються у моделях ?

Список використаних джерел

- 1 Лайкман К. Модели социальной политики // Общество и экономика. – 2010. – № 8.
Esping-Andersen G. The three worlds of welfare capitalism. – Cambridge, 2010.
- 2 Сергієнко О. Соціальна політика в сучасному світі та в Україні // Україна: аспекти праці. – 2012. № 1.
- 3 Семигіна Т. Соціальна політика у глобальному вимірі. – К.: Пульсари, 2003.
- 4 Церкасевиц Л. В. Сучасні тенденції соціальної політики в країнах Європейського союзу. – СПб., 2012. – С. 33.

Лекція 3

Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку

3.1 Формування концепції стійкого розвитку

3.2 Поняття та сутність стійкого розвитку організацій

3.3 Інструментарій реалізації концепції стійкого розвитку організацій

3.1. Формування концепції стійкого розвитку

В 1983 р. з ініціативи Генерального секретаря ООН і відповідно до резолюції 38/161 Генеральною Асамблеєю ООН була створена Міжнародна комісія ООН по навколишньому середовищу і розвитку (МКОСР). Ця комісія була покликана розкрити проблеми, що поєднують екологічну і соціально-економічну заклопотаності в різних регіонах миру.

У червні 1992г у Ріо-де-Жанейро (Бразилія) відбулася Конференція ООН з навколишнього середовища і розвитку (ЮНСЕД), на якій представниками 179 країн були прийняті Декларація по навколишньому середовищу і розвитку та Порядок денний на XXI століття - програма перехід до сталого розвитку.

Центральними документами, прийнятими в Ріо, з'явилися:

- Порядок денний на XXI століття;
- Програма дій Організації Об'єднаних Націй, прийнята в Рио;
- Декларація по навколишньому середовищу і розвитку;
- Заява про принципи відносно лісів;
- Рамкова конвенція про зміну клімату під впливом газів, що викликають парниковий ефект;
- Конвенція про збереження біологічної різноманітності. Ці історичні документи охоплюють усі аспекти сталого розвитку.

На форумі була схвалена Концепція сталого розвитку людства, яка переслідувала ряд екологічних цілей. Таким чином, була документально оформлена і офіційно закріплена існуюча протягом двох десятиріч тенденція переходу від національних програм охорони природи окремих

країн - до охорони біосфери в глобальному масштабі зусиллями більшої частини людства; ідеї сталого розвитку пронизують усі документи цієї Конференції.

3.2 Поняття та сутність стійкого розвитку організацій

Ідея сталого розвитку полягає в рівності всіх поколінь і людей у кожному поколінні, в оптимальному використанні потенційних можливостей суспільства при збалансованості суспільного розвитку і потенціалу природи.

Сталий розвиток - це процес гармонізації продуктивних сил, забезпечення задоволення необхідних потреб усіх шарів суспільства за умови збереження і поетапного відтворення природного середовища, створення можливостей для рівноваги між потенціалом біосфери і потребами людей усіх поколінь.

Метою Концепції сталого розвитку слід вважати: забезпечення динамічного соціально-економічного розвитку, збереження навколишнього середовища, раціональне використання і відтворення природно-сировинного потенціалу, задоволення потреб населення регіону на основі розвитку високоефективних економіки і системи управління господарським комплексом, стимулювання структурних ринкових перетворень, використання наявних геоeкономических, природніх, мінерально-сировинних і трудових ресурсів.

Під сталим розвитком розуміють соціально-економічно- екологічно сталий розвиток. Але, яким би не був термін, зміст полягає в тому, що жодна зі складових не повинна розбудовуватися на шкоду іншій, і при цьому пріоритет повинен віддаватися, безумовно, екології.

Аналізуючи складне поняття стійкого довгочасного розвитку, можна назвати ряд його аспектів і складових їх елементів.

Політико-правовий аспект: а) розвинена сучасна демократія, тобто народовладдя, конституційна влада, правова держава, справді громадянське суспільство; б) система розумного законодавства; і оподаткування; в)

соціальна справедливість (гідна плата за працю, строге дотримання прав людини); г) забезпечення волі й: рівності всіх людей перед законом; д) єдність патріотизму і інтернаціоналізму, дружба народів, взаємна відповідальність громадянина і суспільства; е) координація урядових і суспільних структур у забезпеченні ноосферного розвитку суспільства.

Економічний аспект: а) розумна комбінація державної, суспільної і приватної власності в народному господарстві; цивілізована товарно-ринкова економіка; б) демонополізація і вільна конкуренція виробників і продавців; в) виробництво сільськогосподарської й промислової продукції, культурних благ у достатній кількості для задоволення основних життєвих потреб усіх жителів планети; г) ефективні і гуманні засоби стимулювання корисної діяльності жителів планети.

Екологічний аспект: а) відновлення відносної гармонії між біосферою і суспільством, націленість усіх трансформацій на формування ноосфери (ноосферогенез); б) збереження реальних можливостей не тільки для нинішнього, але і для майбутніх поколінь задовольняти свої основні життєві потреби; в) теоретична розробка і практична реалізація методів ефективного використання природних ресурсів; г) забезпечення екологічної безпеки ноосферного розвитку; д) розгортання спочатку маловідходного, а потім і безвідходного виробництва по замкненому циклу, широкий розвиток біотехнології; е) поступений перехід від енергетики, заснованої на спалюванні органічного палива, до альтернативної енергетики, що використовує возобновимые джерела енергії (сонце, вода, вітер, енергія біомаси, підземне тепло і т.і.);

Соціальний аспект: а) викорінювання на Землі голоду і убогості і безробіття; б) турбота про дітей і літніх людях, хворих і каліках; в) дошкільна і шкільна загальна освіта, виховання дітей і підлітків; г) розвиток широкої й загальнодоступної мережі професійних середніх і вищих навчальних закладів.

Міжнародний аспект. а) (боротьба за мир, запобігання нової світової війни і регіональних конфліктів, розв'язок будь-яких протиріч мирними, політичними засобами; б) забезпечення партнерства всіх країн і народів у промисловості, сільському господарстві, культурі й науці на основі двостороннього й багатобічного співробітництва;) надання всебічної допомоги слаборозвиненим країнам у різних аспектах економічного розвитку; г) активне сприяння ООН у її миротворчій і природоохоронній діяльності.

Інформативний аспект: а) високий рівень розвитку науки, техніки і їх втілення на практиці; б) подолання роз'єднаності природних і суспільних наук аж до розробки єдиної соціоестественной наукової теорії; в) широке поширення народної освіти і засобів масової інформації (ЗМІ), їхня правдивість; г) кібернетизація й інформатизація всього народного господарства і культури; д) масове застосування електронних засобів в ідеологічній роботі, зокрема , у пропаганді успіхів стратегії стійкого розвитку, у критику фактів її недооцінки; е) висування на пріоритетне місце інформаційних ресурсів перед матеріально-енергетичними; ж) подолання відставання свідомості від буття, розвиток у людей здатності наукового передбачення.

3.3 Інструментарій реалізації концепції стійкого розвитку організацій

Принцип відповідальності перед майбутнім

Людство здатне додати розвитку стійкий і довгочасний характер, для того щоб воно відповідало потребам нині живучих людей, не лишаючи майбутні покоління можливості задовольняти свої потреби.

Принцип політичного подолання екологічної кризи

Проблеми, що стосуються екологічної кризи, необхідно вирішувати мирними шляхами, на основі доброї волі всіх учасників міжнародного співтовариства.

Принцип партнерства

При виконанні принципів сталого розвитку держави співробітничать у дусі доброї волі і партнерства.

"У політиці можна поєднуватися заради досягнення відомої мети навіть із самим чортом, - потрібно лише бути впевненим, що ти проведеш чорта, а не чорт тебе". (Карл Маркс, Фрідріх Енгельс)

Правило "золотого мільярда" ("багато кликаних, але мало вибраних")

Основна причина екологічної кризи бачиться в надмірному зростанні чисельності людства. Досягнення стандартів життя розвинених країн для всього людства нереально - вони можуть бути забезпечені орієнтовно для мільярда людей - населення розвинених країн і національної еліти країн, що не досягли цього рівня. Золотий мільярд (за різними оцінками від 0.5 до 1,0 млрд. чіл.) - оцінка оптимальна чисельність населення Землі, яка може існувати в умовах сучасного стандарту матеріального благополуччя, не заподіюючи збитку біосфері.

Уже сьогодні починає діяти негласний принцип: "що припустимо для НАС (є через транснаціональні корпорації), то забороняється ЇМ". Ідея "золотого мільярда" уже працює...(Н.Н.Моїсєєв)

Принцип відкритого суспільства

Країни, які розвивається повинні бути відкриті для, торгівлі, інвестицій ідеологічних впливів і т.і. з боку міжнародного співтовариства, тобто розвинених країн (принцип звичайно не поширюється на останні - для них "відкритість" - можливість проводити свою політику, натискати на країни, що розвиваються).

Принцип "диявольського насоса" Моїсєєва - "І цей "диявольський насос" буде неминуче діяти, поки існує порядок, що встановився, викачуючи з відсталих країн капітали, ресурси і таланти! Результат дії цього насоса - стратифікація держав, що глибшається, ".

Принцип "життя в борг"

Констатація неефективності моделі національного розвитку, заснованої на одержанні кредитів - вони витрачаються нераціонально, у значній мірі розкрадаються, а відсотки за кредитами розоряють країну і майбутні покоління.

Принцип Бендера "Захід нам допоможе" (боротьба з бідністю)

Побажання світового співтовариства розвиненим країнам добровільно виділяти частину валового національного доходу (у межах 0,7%) на допомогу в охороні навколишнього середовища слабко розвиненим країнам, які розбудовуються.

Принцип зміни структури споживання

"Істи, щоб жити, а не жити, щоб істи". Сократ

Принцип "кожному своє"

Кожний народ розбудовується в руслі своєї культури, зберігаючи традиційні ремесла, спосіб життя. Цей принцип стосується, насамперед, малих народностей, що проживають у незвичайних, екстремальних умовах. Корінне населення, громади відіграють життєво важливу роль у раціональному використанні навколишнього середовища в силу їх знань і традиційної практики.

Проблема "Південь - Північ" ("Схід - Захід")

Істотну погрозу миру представляє можливість конфлікту між північними (розвиненими) і південними (відсталими) країнами; зіткнення двох мирів - мусульманського і християнського.

Принцип ідеологічного забезпечення

Сталий розвиток пов'язане з подоланням ряду релігійних, національних традицій, стереотипів суспільної свідомості, яка пропонується забезпечити системою екологічного виховання і освіти.

Принцип місцевого самоврядування

Керування територіями будується на принципі передачі місцевим органам влади максимально можливих, а центральної влади - мінімально необхідних повноважень у прийнятті рішень, а також на основі досягнення

громадської згоди по найбільш істотних питаннях, що зачіпають інтереси всього населення або окремих груп.

Принцип єдиного контролю і доступності інформації

Будь-який рід діяльності повинен бути відкритий для служб екологічного контролю всіх рівнів.

Принцип ієрархії рівнів сталого розвитку

Виділяються наступні рівні організації територій сталого розвитку:

Принцип єдності цілей

Діяльність усіх рівнів ієрархії поєднується єдністю цілей, які в загальному виді можуть бути сформульовані в наступному виді:

- забезпечення миру і безпеки (у тому числі соціальної і екологічної),
- забезпечення здоров'я і повноцінного відтворення населення на своїй і суміжній території;

Принцип комплексного забезпечення програм сталого розвитку

На кожному ієрархічному рівні для досягнення сталого розвитку необхідна реалізація наступних систем забезпечення програми:

- законодавчо-правовий і нормативної,
- економічної,
- контрольно-інформаційної (моніторингової),
- наукової,
- освітньої,
- матеріально-технічної і кадрової,
- організаційної.

Принцип екологізації всіх сфер життєдіяльності

Ресурси кожної території перебувають у власності і розпорядженні її населення і використовуються для задоволення основних матеріальних, духовних, естетичних потреб, досягнення цілей сталого розвитку - це є основою екологізації всіх сфер життєдіяльності.

Принцип загального екологічного утвору

Стійко може розбудовуватися лише високоінтелектуальне суспільство, для якого культурні традиції і духовні цінності є стримуючим фактором проти споживчого відношення до навколишнього середовища.

Контрольні запитання

1. Коли почалося формування концепції сталого розвитку?
2. Декларація про охорону навколишнього середовища
3. Коли була створена Міжнародна комісія ООН по навколишньому середовищу і розвитку (МКОСР)?
4. Основні етапи конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку (ЮНСЕД), Ріо-де-Жанейро (Бразилія),
5. Визначення сталого розвитку
6. Система сталого розвитку
7. Інструментарій реалізації концепції стійкого розвитку організацій
8. Правило "золотого мільярда"
9. Основні принципи концепції сталого розвитку

Література

1. Александров І.О. Стратегія сталого розвитку регіону: моногр. / І.О. Александров, О.В. Половян, О.Ф. Коновалов, О.В. Логачова, М.Ю. Тарасова; за заг. ред. д.е.н. І.О. Александрова / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2010. – 203 с.
3. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контекст: моногр./ Міжнар. рада з науки (ICSU) [та ін.]; наук.кер. М. З. Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2010. – Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку. – 359 с.
6. Барсуков І.Е. Защищая интересы: механизм управления по интересам жителей в контексте обеспечения устойчивого развития крупного города / И.Е. Барсуков // Российское пред-принимательство. – 2008. – № 2, вып. 2. – С. 66-69.

Лекція 4

Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства

4.1 Нормативне забезпечення соціальної відповідальності

4.2 Характеристика державних соціальних стандартів та гарантій

4.3 Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000)

4.4 Підходи до регулювання соціальною відповідальністю на мікро та макрорівні.

4.1 Нормативна база соціальної відповідальності

Розглянемо нормативне забезпечення системи соціальної відповідальності в Україні.

Право громадянина на соціальний захист є конституційним правом. У відповідності до ст.46 Конституції України громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі нової, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в ін. випадках, непередбачених законом.

Це право гарантується загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням за рахунок страхових внесків громадян, підприємств, установ і організацій, а також бюджетних та інших джерел соціального забезпечення; створенням мережі державних; комунальних, приватних закладів для догляду за непрацездатними.

Пенсії, інші види соціальних виплат та допомоги, що є основним джерелом існування, мають забезпечувати рівень життя, не нижчий від прожиткового мінімуму, встановленого законом.

Питання соціальної захищеності інвалідів регулюється Законом України "Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні " від 21 березня 1991 р. № 975 - XII із наступними змінами і доповненнями. Дискримінація інвалідів забороняється і переслідується законом.

Нормативна база: Закон України "Про державну допомогу сім'ям з дітьми" від 21.11.92 року, Положення про порядок призначення та виплати державної допомоги сім'ям з дітьми" 1993 року, Положення про порядок призначення та надання населенню субсидій для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг, придбання скрапленого газу, твердого та пічного побутового (рідкого) палива", затв. КМУ від 22.02.99 року №238, Положення про умови та порядок надання адресної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям, 02.11.94 року, Положення про державну грошову допомогу деяким категоріям пенсіонерів, від 18.07.99 року та низка інших.

Характеризуючи названі нормативно-правові акти, можна відмітити такі гарантії адресної соціальної допомоги:

- надання адресної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям;
- державна допомога сім'ям з дітьми;
- державна допомога деяким категоріям пенсіонерів.

4.2 Соціальні стандарти та соціальні гарантії в системі соціальної політики України. Державні соціальні стандарти та гарантії (станом на 1 січня)

Процес формування соціальних стандартів та створення системи соціальних стандартів, гарантій та нормативів розпочався в державі із прийняттям Закону України "Про прожитковий мінімум" (1999 р.) та Закону України "Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії" (2000р.).

У Законі України "Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії" дається визначення понять „державні соціальні стандарти”, „державні соціальні гарантії”, „прожитковий мінімум”, „соціальні норми і нормативи”, „нормативи витрат”. Принципами формування державних соціальних стандартів і нормативів є: забезпечення визначених Конституцією України соціальних прав та державних соціальних гарантій достатнього життєвого рівня для кожного; законодавче

встановлення найважливіших державних соціальних стандартів і нормативів; диференційований за соціально-демографічними ознаками підхід до визначення нормативів; наукове обґрунтування норм споживання та забезпечення та ін.

У зазначеному законі державні соціальні стандарти визначені як „встановлені законами, іншими нормативно-правовими актами соціальні норми і нормативи або їх комплекс, на базі яких визначаються рівні основних соціальних гарантій”. Закон також стверджує, що базовим державним соціальним стандартом є прожитковий мінімум, встановлений законом, на основі якого визначаються державні соціальні гарантії та стандарти у сферах доходів населення, житлово-комунального, побутового, соціально-культурного обслуговування, охорони здоров’я та освіти.

Прожитковий мінімум, в свою чергу, в законі визначено як „вартісну величину достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров’я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості”.

Соціальні стандарти встановлюються і гарантуються державою. Саме вона зобов’язана забезпечити всім громадянам достатній життєвий рівень. Це зазначено в ст. 48 Конституції: „кожен має право на достатній життєвий рівень для себе і своєї сім’ї, що включає достатнє харчування, одяг, житло” .

4.3 Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000)

Це - уніфікований стандарт визначає вимоги щодо соціального захисту, які дають можливість компанії:

— розробляти, підтримувати і запроваджувати політику і методи управління питаннями, які компанія може контролювати або на які вона може впливати;

— демонструвати зацікавленим сторонам, що її політика, методи і дії відповідають вимогам даного стандарту.

Вимоги даного стандарту є універсальними щодо географічного місцезнаходження, галузі промисловості та розміру компанії.

Компанія повинна дотримуватися національного законодавства і інших законів, що застосовуються, а також виконувати інші вимоги, стосовно яких вона бере на себе зобов'язання, а також даний стандарт.

Компанія також повинна поважати принципи наступних міжнародних документів:

Конвенції МОП 29 (993_136) і 105 (993_013) (примусова праця);

Конвенція МОП 87 (993_125) (свобода об'єднань);

Конвенція МОП 98 (993_004) (право на колективний договір);

Конвенції МОП 100 і 111 (993_161) (рівна оплата чоловікам і жінкам за рівноцінну роботу; дискримінація);

Конвенція МОП 135 (993_186) (представники працівників);

Конвенція МОП 138 і Рекомендація 146 (993_054) (мінімальний вік);

Конвенція МОП 155 (993_050) і Рекомендація 164 (993_151) (охорона праці);

Конвенція МОП 159 (993_065) (професійна реабілітація та зайнятість інвалідів);

Конвенція МОП 177 (993_327) (надомна праця);

Конвенція МОП 182 (найгірші форми дитячої праці) (993_166);

Всесвітня Декларація з прав людини (995_015);

Конвенція ООН про права дитини (995_021);

Конвенція ООН про усунення всіх форм дискримінації жінок (995_207).

Компанія повинна встановлювати, документувати, підтримувати і поширювати серед персоналу і інших зацікавлених сторін політику і методи сприяння здобуттю освіти дітьми відповідно до Рекомендації

МОП 146 (993_077) та молодими працівниками, які підпадають під місцеве законодавство про обов'язкову освіту або відвідують школу.

2.4 Ситуаційний, процесуальний підходи, адміністративна, класична концепція, школа людських відносин в соціальному управлінні

На рубежі 80- 90-х років минулого століття в менеджменті сформувався концептуальний напрямок, що одержав назва Школа організаційної культури. Вихідною посилкою даного наукового напрямку є наступна теза: підвищення загальної технічної, освітньої культури персоналу, культури міжособистісних відносин приносить більш високий виробничий ефект, ніж будь-які окремі вузькопрофільні інвестиції. У загальному виді сутність даного наукового напрямку зводиться до того, щоб розкріпачити особистість і через її ініціативність забезпечити подальший розвиток економіки країни, але при цьому зберегти її соціальну орієнтацію в максимально можливій мірі.

У соціальному менеджменті:

- висококваліфікована команда менеджерів використовує кризу для перекладу фірми в нову, більш високу економічну якість (оптимізує структуру, переатестовує і переставляє кадри та ін.);

- висококваліфіковані інвестори укрупнюють свої пакети акцій і поліпшують керованість фондами;

- висококваліфікований технічний персонал здійснює реконструкцію виробництва і освоєння нової (нетрадиційної) продукції.

У цілому, концептуальний напрямок організаційної культури являє собою симбіоз наступних трьох найбільш виражені тенденцій у сучасному менеджменті:

- демократизація (посилення демократичних початків у управлінні);

- технологізація (посилення уваги до технічного рівня виробництва);

- інтернаціоналізація (додання керуванню міжнародного характеру, вирівнювання національних відмінностей у менеджменті).

За багатомісячну історію людство виробило три принципово різні інструменти управління: ієрархія, ринок, культура. Стосовно до соціального менеджменту кожний з них має наступні специфічні форми. Ієрархія використовується для найбільш швидкого проходження управлінських дій від верху до низу в найбільш гострих кризових ситуаціях і є основною формою соціального управління.

Конкурентно-ринкові важелі соціального управління базуються на рівноправних горизонтальних відносинах власності для економічного примусу суб'єктів внутрішнього й ділового середовища до реалізації рішень із соціальної відповідальності. Управління, що базується на культурі організації, являє собою вищий щабель соціального менеджменту. Воно опирається на розроблювальні, що й визнаються організацією цінності, традиції й пріоритети, які примушують кож- дого члена колективу діяти так і не інакше, а саме до ініціативних (творчим) діям по технологічному рості організації, виробничо-економічному прогресу (у тому числі соціальної відповідальності й подальшому розвитку). Саме в такому управлінні в найбільше інтелектуалізованому виді знаходять застосування класичні концепції соціального менеджменту.

Контрольні питання

1. Яким чином ситуаційний підхід проявляється в аспекті соціальної відповідальності?
2. Які рекомендації концепції соціальної відповідальності стосовно до соціального управління?
3. У чому специфіка проявів школи людських відносин і поведінки з погляду соціальної відповідальності?
4. Чим привабливі методи кількісної школи у соціальному менеджменті?
5. Як відбиваються в соціальному управлінні організацією (фірмою) положення школи організаційної культури?
6. Які прояви в соціальному менеджменті процесуального підходу?

7. Обрисуйте модель організації (фірми) майбутнього як самопідтримуючої системи подолання негативних соціальних явищ і процесів у поступальному розвитку й удосконалюванні соціальної відповідальності.
8. Охарактеризуйте нормативне забезпечення соціальної відповідальності
9. Характеристика державних соціальних стандартів та гарантій
10. Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000)

Література

1. Закон України “Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії”, Відомості Верховної Ради , 2000, №48, ст.409.
2. Советский энциклопедический словарь. Изд-во «Советская энциклопедия». - М., 1979.- С. 1275.
3. Очирова А. Стандарты нищеты / www.viperson. Ru.
4. Елесеєв А.А. Социологическое содержание соотношения стандартов, права и морали. Вес-ик Моск.Ун-та. Сер.18. Социология и политология, 2005. - №3.
5. Волгин Н.А., Гриценко Н.Н., Шарков Ф.И. Социальное государство: Учебник. – М., 2003.

Лекція 5

Соціальна відповідальність держави, людини та суспільства

- 5.1 Моделі взаємодії людини в рамках соціальної відповідальності
- 5.2 Чинники ініціювання і становлення соціальної відповідальності особистості та суспільства
- 5.3 Державне регулювання відносин соціальної відповідальності

5.1 Моделі взаємодії людини в рамках соціальної відповідальності

Кожна людина має своє уявлення про особисту соціальну відповідальність, яка визначається її цінностями, настановами, сформованими завдяки родині, суспільству, державі, освіті, діяльності тощо та вилились у певну соціальну поведінку. Відповідальність за себе та свої

дії посіла перше місце через розуміння її впливу на інші складові прояву соціальної відповідальності людини – за роботу, близьких, суспільство та людство – це відповідальність перед Богом, відповідальність за кожне життя, природу, майбутнє покоління, свою країну, моральний образ, дані обіцянки, а також внутрішні переконання та цінності людини. Прояви соціальної відповідальності людини: постійний особистісний розвиток; високий професіоналізм, якості працівника; готовність брати на себе відповідальність за свою сім'ю, розвиток міста (села), регіону, країни; адекватна поведінка, не завдання шкоди, допомога слабким, милосердя; бажання відрізнитися, формування позитивного особистісного іміджу; діяльність, яка відповідає вимогам суспільства і відповідним чином оцінюється самою особистістю; поведінка, яка не завдає шкоди здоров'ю людей та природі, не сприяє скороченню життя; екологічній відповідальності, розумний егоїзм.

Соціальна відповідальність виступає соціальним механізмом контролю, який складається з таких структурних елементів: архаїчний елемент, який включає менталітет, традиції, звичаї, норми; соціальний елемент, який включає зовнішні норми, правила, закони; світоглядний елемент, що складається з цінностей, настанов, моральних принципів та переконань.

5.2. Чинники ініціювання і становлення соціальної відповідальності особистості та суспільства

Соціальна відповідальність має складну ієрархічну структуру. Провідна роль у цій ієрархії належить саме особистісному рівню – людині як головному суб'єкту конкретної діяльності. Проте має бути соціально відповідальним не тільки індивід, а і інші суб'єкти – групи, спільноти, організації, класи, держава тощо. Побудовується ієрархія відповідальності: перший рівень – індивідуальний, другий – більш високий – суспільний (груповий, колективний). Побудована ієрархія вказує на структурні елементи

соціальної відповідальності як системного об'єкта (індивід – родина – суспільство), їх взаємозалежність, самодостатність, непідмінність як на індивідуальному, так і на колективному рівнях. Реальна (внутрішня) соціальна відповідальність особистості є первинною, провідною компонентою цього феномену, адже лише реальна соціальна відповідальність як явище світоглядного характеру, основу якого становлять високі морально-духовні якості, може забезпечити соціальну стабільність. Тому сутність феномену соціальної відповідальності полягає у поєднанні мотивації, норм, настанов внутрішнього походження (як природжених, так і набутих), доповнених зовнішніми (суспільними) настановами, сприйнятими особистістю. Основне функціональне призначення системи соціальної відповідальності – продукувати вчинки і поведінку згідно із соціально значущими цінностями, принципами, нормами, що відповідають інтересам, ідеалам, завданням суспільства і потребам саморозвитку особистості, тому не матеріальне, а духовно-моральне підґрунтя, засноване на внутрішній культурі людини, цінностях, виступає сутнісною ознакою соціальної відповідальності.

Зовнішні фактори колективної відповідальності, соціального регулювання – це, по-перше, стратегії поведінки, вчинки перших осіб держави, звітність, прозорість дій на всіх рівнях управління; по-друге, культура виховання в сім'ї, школі, ВНЗ, спрямована на соціально відповідальну поведінку; по-третє, правова регламентація стимулювання та підтримки соціально відповідальної поведінки та її реалізація, а також упевненість у своєму майбутньому та майбутньому своєї родини.

Чинники, які зумовлюють втілення соціальної відповідальності: постійна загроза покарання, державний примус; економічні вигоди соціально відповідальної поведінки; постійна відповідальна поведінка перших осіб держави, прозорість дій на всіх рівнях управління, звітність; культивування яскравих прикладів соціально відповідальної поведінки в ЗМІ, кінофільмах, книгах, інтернеті тощо; зростання довіри, переоцінка

цінностей; популяризація суттєвих переваг від соціально відповідальної поведінки (високий імідж та повага до людини, пільгові податки бізнесу, репутація з подальшими позитивними результатами виборів для влади); абсолютний захист прав приватної власності та громадських демократичних свобод; розуміння значущості соціальної відповідальності людини.

5.3 Державне регулювання відносин соціальної відповідальності

Серед десяти загроз національній безпеці, спричинених безвідповідальністю держави, визначили п'ять найбільш вагомих. Як на глобальному, так і на національному рівнях на перше місце серед загроз людству та українському суспільству виходить високий рівень бідності та низький рівень якості життя (60,1%). Це найголовніший показник оцінки ефективності державного управління та соціальної відповідальності держави в межах країни, а відповідно до міжнародних зобов'язань щодо досягнення

Стимулюють соціальну відповідальність держави структури громадянського суспільства. Вони через різні форми взаємодії з державою представляють інтереси людини. Але, за оцінками, позитивний вплив громадських організацій на соціальну відповідальність особистості експерти оцінили як невисокі в межах 15,9%, а профспілок – 10,7%.

Соціальну відповідальність визначено як чинник запровадження сталого розвитку при виявленні основних перешкод, які заважають виконанню міжнародних зобов'язань України щодо сталого розвитку, що практично стовідсотково є причиною недосконалого безвідповідального державного управління.

Контрольні запитання

1. Чим характеризується соціальна відповідальність?
2. Обґрунтуванням пріоритетів та переваг прояву соціальної відповідальності людини

3. Що впливає на рохвиток соціальної відповідальності ?
4. Фактори впливу на формування соціально відповідальної поведінки в українському суспільстві
5. Спектр вільних відповідей експертів щодо проявів соціальної відповідальності людини
- 6.Оцінка пріоритетних дій для перетворення соціальної відповідальності на норму життя українського суспільства
7. Оцінка експертами найсильніших спонукальних мотивів для ініціювання та розвитку соціальної відповідальності в Україні
8. Оцінка основних перешкод у становленні соціальної відповідальності держави в Україні
9. Соціальна відповідальність на регіональному та місцевому рівнях

Література

1. Амоша О. Соціальна відповідальність в контексті розвитку людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство. – 2010. – № 2. – С. 122-127.
2. Артамонова А.А. Социальная ответственность личности в современном обществе / А.А. Артамонова // Вектор науки ТГУ. – 2010. – №3(3). – С. 19-21.
3. Архипенко С.И. Социальный тип личности в России: специфика трансформации / С.И. Архипенко, Г.И. Колесникова. – Ростов-на-Дону: Антей. – 2010. – С. 111-112.
4. Аршакян Д. Особенности управления социотехническими системами в современных условиях / Д. Аршакян // Проблемы теории и практики управления. –1998. – №5. – С. 96-99.
5. Бабаева Л.В. Семь мифов о российской бизнес-элите: исследование менталитета российского предпринимательства /

Лекція 6

Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю

6.1 Сутність та специфіка корпоративної соціальної відповідальності

6.2 Специфіка внутрішньої корпоративної стратегії.

6.3 Характеристика зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.

6.4 Реалізація корпоративної соціальної відповідальності.

6.1 Сутність та специфіка корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)

З точки зору Європейської Комісії КСВ має таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля. Багато фахівців ототожнюють поняття «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність».

Сутність КСВ (йдеться про власників капіталу та уповноважені ними органи, фізичних осіб-роботодавців) полягає, насамперед, у відносинах із персоналом підприємства, організації, установи шляхом дотримання трудових і соціально-економічних прав працівників та врахування їх інтересів, встановлення додаткових соціальних пільг та гарантій, зокрема включаючи окремі бонуси і для членів сімей працівників, у формуванні соціально прийнятних цін на продукцію та послуги, що надаються населенню, а не тільки у тому, яку разову благодійну допомогу надано територіальній громаді, соціальній установі чи окремій фізичній особі, що нерідко супроводжується гучним піаром у ЗМІ.

Соціальна відповідальність бізнесу - відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному

співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

— сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства;

— зважає на очікування зацікавлених сторін;

— відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;

— інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

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

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

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

Соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності: організаційне управління; права людини; трудові відносини; етична операційна діяльність; захист

навколишнього середовища; захист прав споживачів; розвиток місцевих громад і співпраця з ними

Формування системи КВС можна представити як чергування низки послідовних етапів (рівнів) КСВ (див рис 1). Деякі експерти першою виділяють стадію оборони, коли компанія не визнає своєї відповідальності та заперечує провину за негативний вплив на стан навколишнього середовища та суспільство. Неухильне дотримання закону – фундаментальний принцип КСВ, тому перш за все компанія, яка прагне до соціальної відповідальності, повинна проаналізувати свою діяльність та привести її в повну відповідність з законодавством. Це так званий базовий правовий рівень КСВ.



Рисунок 1 - Рівні застосування КСВ

6.2 Специфіка внутрішньої корпоративної стратегії

У якості внутрішніх факторів соціальних процесів підприємства виступають такі особливості функціонування підприємства:

1 Технічні аспекти діяльності підприємства, що обумовлені технологічними процесами виробництва і безпосередньо впливають на організацію виробництва, структуру та зміст трудових операцій. Зміна цих чинників впливає на соціальні процеси через зміну характеру праці, трудових функцій та навичок, кваліфікації, формування нових контактів

між працівниками.

2 Економічні аспекти функціонування організації, що впливають на економічні результати підприємства і характеризують ефективність його діяльності. Від економічних показників залежить можливість фінансування. Організація повинна розробляти стратегії та управляти ними у наступних трьох напрямках: внутрішні ресурси фірми; бізнес-середовище, в якому функціонує організація; спроможність організації створювати додаткову вартість.

3 Соціальні аспекти діяльності компанії, що пов'язані із взаємодією людей всередині колективу з метою досягнення цілей підприємства, і які визначаються наявністю закладів соціальної сфери підприємства та принципами їхньої діяльності.

Чинники впливу на внутрішню сферу корпоративного управління

Внутрішні елементи системи корпоративного управління залежать від:

1 Наявності ефективних норм та процедур взаємовідносин власників та їх впливу на менеджмент підприємства. господарського товариства і не суперечать законодавчо визначеним нормам.

2 Особливостей об'єктів регулювання. Так, у невеликих господарських товариствах, наприклад товариствах з обмеженою відповідальністю, де оптимальною є наявність лише кількох власників, системи корпоративного управління значно відрізняються від системи управління акціонерних товариств з великою кількістю власників.

Основна задача корпоративної стратегії – визначення напрямку розвитку, що відрізняється від інших фірм, з урахуванням існуючих ресурсів, навичок, умінь та обмежень зовнішнього середовища. Іноді корпоративну стратегію організації називають загальною або портфельною.

Ділова, або бізнес-стратегія – це стратегія забезпечення довгострокових конкурентних переваг окремої стратегічної бізнес-одиниці.



Рис.6.2 - Види і форми внутрішньої соціальної відповідальності

Відповідно до такого розуміння до заходів внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести діяльність організації, здійснювану в наступних напрямках:

- заходу соціального захисту співробітників організації;
- розвиток людського капіталу організації;
- виявлення і врахування інтересів працівників організації при прийнятті важливих управлінських рішень;
- проведення соціально відповідальної реструктуризації.

До першого напрямку - заходам соціального захисту співробітників організації - можна віднести наступні конкретні її види:

- ліквідацію всілякої дискримінації при найманні на роботу, оплаті роботи, кар'єрному просуванні;
- заходи щодо забезпечення захисту життя і здоров'я працівників, а також надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях;
- підтримка гідної заробітної плати - стабільної і при цьому соціально значимої.

Другий напрямок - розвиток людського капіталу організації - відбувається через навчальні програми і програми підготовки та підвищення кваліфікації, що підвищує конкурентоспроможність працівників, знижує залежність від одного роботодавця, зменшує навантаження на державний бюджет у випадку втрати працівником свого місця.

Третій напрямок КСО - система взаємодії із працівниками як основними стейкхолдерами будь-якої компанії. Цей напрямок включає виявлення і врахування інтересів співробітників при прийнятті важливих управлінських рішень.

Четвертий напрямок - соціальне відповідальна реструктуризація. Це напрямок соціальних програм компанії, яке покликано забезпечити проведення реструктуризації соціально відповідальним образом.

У рамках кожного напрямку конкретна організація розробляє й здійснює свій комплекс заходів, створюючи велику кількість внутрішніх видів КСО, застосовуваних на практиці.

6.3 Характеристика зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності

Зовнішні фактори розвитку соціальної відповідальності – це сукупність умов соціальної активності організації, визначальним критерієм для яких є те, що окрема організація не має можливості самостійно впливати на них, а здатна лише їх враховувати при плануванні своєї діяльності. Також доцільно розподіляти зовнішні фактори на ті, що формуються на місцевому рівні (фактори пов'язані з територією присутності), та ті, що визначаються особливостями держави (фактори макрорівня).

Спочатку зупинимося на зовнішніх факторах, пов'язаних з територією існування. До місцевих економічних факторів соціального розвитку належать: наявність необхідних ресурсів (сировинних, трудових, інформаційних) для виробництва продукції; ступінь інтегрованості компанії у підприємницьке оточення (конкуренти, постачальники, клієнти,

банківські установи); наявність інфраструктури. Географічні фактори впливають на спосіб життя робітників підприємства, особливості побуту, працездатність. З цим типом факторів тісно пов'язана перелік об'єктів соціальної інфраструктури, структура та обсяг споживацького кошика, особливості дозвілля.

Зовнішня КСВ не регулюється чинним законодавством, відбувається на основі існуючих в країні традицій.

- природоохорона діяльність та ресурсозбереження – це програми здійснюються за ініціативою керівників для зменшення шкідливого впливу діяльності людини на довкілля;

- розвиток місцевої територіальної громади – програма, що реалізується на добровільних засадах і спрямована на виявлення вкладу у справи громади;

- добровільна ділова практика – це програми, що спричиняють утвердженню чесних ділових стосунків між постачальниками, бізнес-партнерами і клієнтами компанії

 - готовність компанії брати участь у виході з кризових ситуацій

 - випуск якісної продукції

Технологія PEST – аналізу

Перелік факторів дальнього зовнішнього середовища досить великий, проте науковцями запропоновано виокремлення чотирьох ключових напрямів, аналіз яких отримав назву PEST – аналіз (від англ. political-legal – політико-правові, economic – економічні, sociocultural – соціокультурні, technological forces – технологічні фактори).

Політичне середовище. Політична стабільність держави є одним з ключових факторів, що дозволяють знизити ризики розвитку підприємства у межах обраної ним стратегії. Для підприємства при розробці стратегії важливо розуміти сталість та узгодженість (відсутність протиріч) законодавчої бази з питань економічної діяльності.

Економічне середовище. В умовах ринкової економіки аналіз економічного середовища включає прогнози змін економіки, що виражені в

показниках інфляції, державної політики в області податків та кредитування, рівня зайнятості населення, циклів ділової активності, грошового обігу та ін.

Соціокультурне середовище. При вивченні даного середовища аналізують:

- демографічні ознаки населення.
- розподіл доходів за групами населення.
- зміни в стилі життя, традиціях та устоях.
- рівень освіти населення.
- рівень споживання товарів та послуг, інше.

Технологічне середовище. У процесі аналізу виявляються науково-технічні тенденції, що характерні для галузі (можливості технологічних проривів, виникнення товарів з принципово новими характеристиками та ін.).

В узагальненому вигляді основні фактори ЗДС наведені на рис. 6.3.

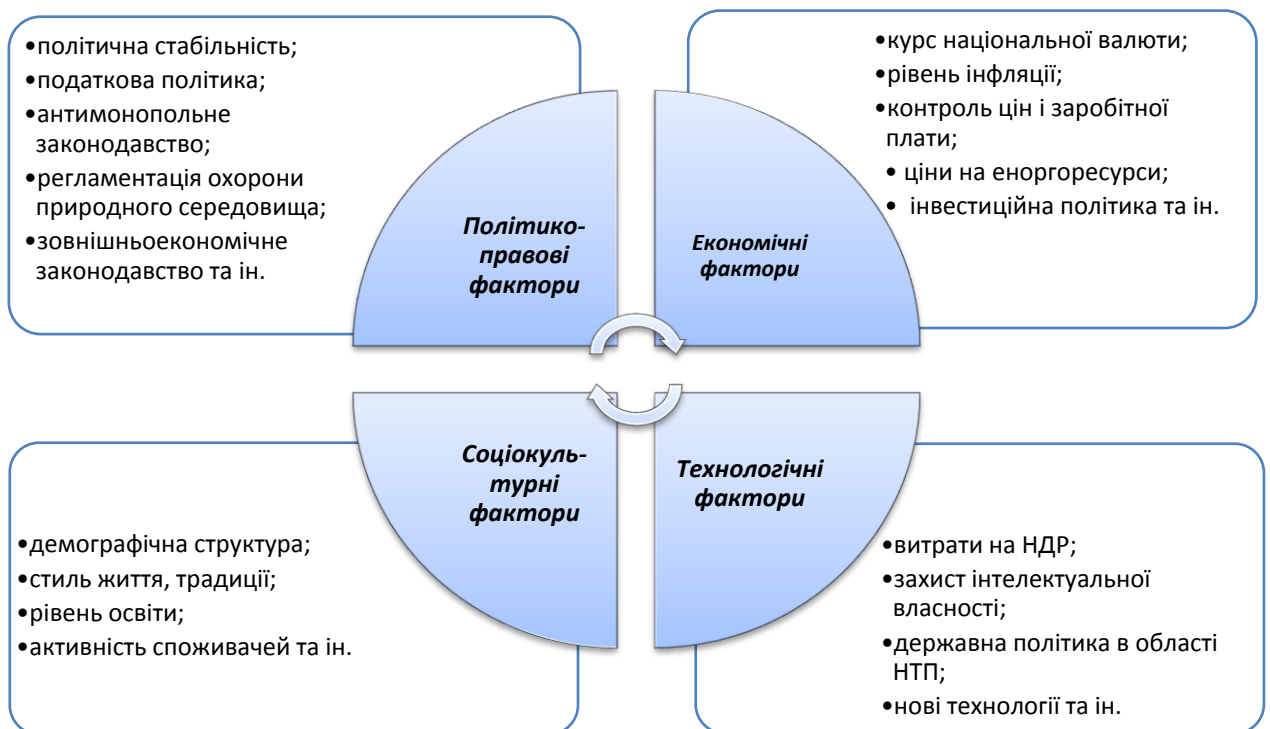


Рисунок 6.3 – Основні напрями аналізу зовнішнього середовища за технологією PEST-аналізу

Іноді застосовуються і інші формати PEST-аналізу, наприклад, SLEPT-аналіз (додається правовий фактор) або STEEPLE-аналіз, відповідно до якого

виокремлюють наступні прошарки аналізу: соціально-демографічний, технологічний, економічний, оточуюче середовище (природні фактори), політичний, правовий та етнічний фактори.

6.4 Сутність зовнішньої сфери корпоративного управління

Корпоративне управління забезпечується на рівні державних органів, які створюють норми і правила корпоративного контролю, відповідальність суб'єктів корпоративного бізнесу. Тому державні органи загальної та спеціальної компетенції є важливим зовнішнім елементом системи корпоративного управління.

Другим зовнішнім елементом корпоративного регулювання є механізми ринкового контролю. Для власників важливим наслідком корпоративного управління є отримання частини прибутку, підвищення курсової ціни акцій корпорації. Тому в системі корпоративного управління значну роль відіграють ринки продукції, а також фінансові ринки. Третім елементом зовнішнього корпоративного управління є громадські організації, засоби масової інформації, які впливають на корпоративну стратегію й тактику. Існує досить розвинена система захисту інвесторів-акціонерів, яка крім державних органів представлена громадськими організаціями, що здійснюють певний нагляд за розвитком корпоративного сектору, впливають на прийняття рішень, особливо через засоби масової інформації.

Контрольні питання

1. Сутність та специфіка корпоративної соціальної відповідальності
2. Специфіка внутрішньої корпоративної стратегії.
3. Характеристика зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.
4. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності.
5. Визначення КСВ
6. Формування системи КСВ

7. Основні функції корпоративної соціальної відповідальності
8. Рівні застосування КСВ
9. Види і форми внутрішньої соціальної відповідальності
10. Задачі корпоративної стратегії
11. Ділові бізнес-стратегії
12. Основні напрями аналізу зовнішнього середовища за технологією PEST-аналізу
13. Технологія PEST – аналізу

Література

1. Аналітичний звіт «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку». Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», 2010. – 56 с.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? // Журнал «Києво–Могилянська Бізнес Студія». – №10. – 2005: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
3. Гіл, Чарлз В. П. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ. — К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. — 856 с.

Лекція 7

Внутрішня направленість корпоративної і соціальної відповідальності

- 1.1 Внутрішнє середовище організації
- 1.2 Імідж та культура організації

7.1 Внутрішнє середовище організації

Внутрішнє середовище організації - комплекс змінних параметрів, які характеризують ситуативний стан організації, формуються та контролюються керівництвом або виникають під впливом зовнішнього середовища, процесів

усередині організації і вимагають відповідних дій керівництва. Будь яка організація є системою, утвореною певною кількістю внутрішніх змінних елементів. Межі системи залежать від набору елементів, від нього залежить і склад змінних внутрішнього середовища організації. Основні змінні в самій організації, які потребують уваги керівництва, це мета, структура, задачі, технологія та люди. Основною метою роботи більшості організацій є отримання прибутку. Прибуток це ключовий показник організації. Виділяють три основних типи орієнтації організації на прибуток:

- її максимізацію;
- отримання «задовільного» прибутку, тобто суть складається в тому, що при плануванні прибутку вона вважається «задовільною», якщо буде враховуватися ступінь ризику;
- мінімізацію прибутку. Цей варіант позначає максимізацію мінімуму очікуваних доходів поряд з мінімізацією максимуму втрат.

У неприбуткових організаціях замість максимізації доходу зріст норми прибутку виражений в інших показниках:

- задоволення споживача або користувача послуг;
- позиція на ринку, часто пов'язана з бажанням ринкового лідерства;
- умови добробуту працюючих і розвиток хороших відносин серед персоналу;
- публічна відповідальність та імідж організації;
- технічна ефективність, високий рівень продуктивності праці, надання особливої уваги науковим дослідженням і розробкам;
- мінімізація витрат виробництва і т.і.

Структура організації відображає виділення окремих підрозділів, які склалися в організації, зв'язки між цими підрозділами та об'єднання підрозділів в одне ціле.

Структура організації - це логічні співвідносини рівнів управління та функціональних областей, що побудовані в такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягти цілей організації. Однією з основних концепцій,

що має відношення до структури є спеціалізований розподіл праці. У більшості сучасних організацій розподіл праці зовсім не означає випадковий розподіл робіт між наявними людьми. Характерною особливістю є спеціалізований розподіл праці - закріплення даної роботи за спеціалістами, тобто тими, хто здатен виконати її краще за всіх з точки зору організації як єдиного цілого. Наприклад, розподіл праці між експертами по маркетингу, фінансам та виробництву. Задача - це запропонована робота, серія робіт або частина роботи, що повинна бути виконана заздалегідь установленим способом у заздалегідь обговорений термін.

Технологія як чинник внутрішнього середовища має набагато більше значення, чим багато хто думають. Технологія має на увазі стандартизацію та механізацію. Тобто використання стандартних деталей може істотно полегшити процес виробництва та ремонту. Люди є основою будь-якої організації. Без людей немає організації. Люди в організації створюють її продукт, вони формують культуру організації, її внутрішній клімат, від них залежить те, чим є організація. Можна виділити п'ять груп функціональних процесів, які охоплюють діяльність будь-якої організації, і які є об'єктом керування з боку менеджера. Даними функціональними групами процесів є наступні:

- виробництво;
- маркетинг;
- фінанси;
- робота з кадрами;
- екаунтінг (облік та аналіз господарської діяльності).

7.2 Імідж та культура організації

Найчастіше у складі організаційної культури виділяють три рівні, які в певній послідовності пов'язані між собою: 1) базові уявлення (несвідомі, самоочевидні переконання, на яких базуються цінності і поведінка персоналу); 2) проголошені вірування і цінності, які знаходять своє вираження у стратегіях, цілях, філософії, баченні і дають можливість

досягнути організаційної ефективності; 3) артефакти, тобто очевидні структури, процеси, ознаки, характеристики. Рівні культури – це рівнозначні, послідовно взаємопов'язані блоки, перший з яких (базові уявлення) є основою для створення і розвитку наступних рівнів; перші два рівні є невидимою частиною культури, а третій – видимою.

Корпоративна культура скріплює такі фактори, як акціонерну власність, організаційну інтеграцію, зовнішнє середовище, відношення персоналу до організації й виражається в комплексі таких характеристик, як установки, цінності, інтереси, звички, соціальні норми поведінки, традиції, обмеження, очікування й побоювання. На верхньому рівні - це одяг, символи, організаційні церемонії, робоча обстановка. На більш глибокому рівні - внутрішня філософія, що визначає й регламентуюча поведінку співробітників у компанії, їх цінності й норми. Ці цінності підтримуються й виробляються співробітниками організації, кожний працівник компанії повинен розділяти їх або хоча б показувати свою лояльність стосовно прийнятих корпоративних цінностей.

Слово "імідж" походить від англійського image, що в буквальному перекладі означає образ, уявлення. Поняття "імідж" визначається як образ товару, послуги, підприємства, сукупності асоціацій і вражень, який складається у свідомості людей і зв'язується з конкретним уявленням. Позитивний імідж підвищує потенціал організації й підвищує ефективність її функціонування.

Бізнес-Імідж підприємства складається з уявлень партнерів про підприємство як суб'єктові певної діяльності. У якості основних детермінант бізнес- іміджу виступають: ділова репутація, або сумлінність (дотримання етичних норм бізнесу) у здійсненні підприємницької діяльності, надійність, лояльність підприємства до партнерів, інформаційна відкритість, а також ділова активність підприємства, індикаторами якої є обсяг продажів, відносна частка ринку, різноманітність товарів, гнучкість цінової політики.

Соціальний імідж підприємства – уявлення широкої громадськості про соціальні цілях і ролі підприємства в економічному, соціальному і культурному житті суспільства. Соціальний імідж формується за допомогою інформування громадськості про соціальні аспекти діяльності підприємства, таких як спонсорство, меценатство, підтримка суспільних рухів, участь у вирішенні проблем екології, зайнятості, охорони здоров'я і т.і., сприяння конкретним особам.

Методика формування корпоративного іміджу підприємства може бути представлена наступною послідовністю кроків:

1. Аналіз маркетингового середовища підприємства і виділення цільових (найбільш важливих для його діяльності) груп громадськості.
2. Формування набору найбільш істотних іміджеобразуючих факторів для кожної із цільових груп громадськості.
3. Розробка бажаного образу підприємства (з погляду встановлених стратегічних цілей) для кожної цільової групи громадськості.
4. Оцінка стану іміджу підприємства в кожній із цільових груп громадськості.
5. Розробка й реалізація плану заходів щодо формування позитивного іміджу підприємства у свідомості цільових груп.
6. Контроль результатів, що досягаються, і корекція (при необхідності) плану.

Контрольні питання

1. Система внутрішнього середовища організації
2. Визначення внутрішнього середовища
3. Основні змінні в самій організації
4. Структура корпоративного іміджу підприємства
5. Імідж та культура організації
6. Соціальний імідж підприємства
7. Корпоративний імідж

8. Складові культури організації

Література

1.Красовский Ю.Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы (на материалах 120 российских компаний): Практическое пособие. -М.: ИНФРА-М, 1997.

Организационное поведение/ Под ред. Э.М. Короткова. Тюмень, 1998.\

2. Макеева В.Г. Культура предпринимательства: учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2002.

3.Базаров Т.Ю.Управление персоналом развивающейся организации: учебное пособие. - М.:ИПК госслужбы, 1996.— 176с. Организационное поведение. учебник для вузов. А.Н.Силин, С.Д. Резник, А.Н.Чаплина, Н.Г.Хайруллина, Э.Б.Воронова/ Под ред. Проф. Э.М.Короткова и проф. А.Н.Силина. — ТюменыВектор Бук, 1998.— 308с.

4. Спивак, В. А. Корпоративная культура. Теория и практика. — СПб.: Питер, 2001 — 546с.

Лекція 8

Зовнішня направленість корпоративної і і соціальної відповідальності

8.1Поняття корпоративної політики участі в житті суспільства

8.2Корпоративна соціальна відповідальність в маркетинговій політиці підприємства

8.2 Поняття корпоративної політики участі в житті суспільства

Економічний діалог має ґрунтуватися на трьох базових принципах, які мали б бути відкрито декларовані та документально закріплені всіма його сторонами:

1. Бізнес має бути законослухняним та соціально відповідальним.

2. Соціальний діалог має враховувати необхідність створення сприятливих умов для функціонування бізнесу.

3. Держава має бути гарантом стабільних та прозорих умов, в яких працює та отримує прибуток бізнес.

Задля організації та впровадження дієвого та результативного діалогу та створення партнерських відносин державою має бути здійснено низку системних кроків, а саме:

- нормативно-правове врегулювання механізму контролю з боку об'єднань підприємців та громадських об'єднань над розробкою, прийняттям та виконанням рішень органів державної влади усіх рівнів;

- створення нормативно-правової бази для дії механізму цивілізованого лобіювання бізнесом власних інтересів;

- формування механізмів надання максимально повної інформації про стан справ в національній економіці, на внутрішніх ринках, забезпечення прозорості відповідних регулюючих і контролюючих органів державного апарату управління для громадських інститутів;

- забезпечення рівних умов діяльності на ринку для всіх представників вітчизняного бізнесу та іноземних компаній, надання рівних можливостей доступу до заохочувальних інструментів державної економічної політики;

- системне здійснення активної конкурентної політики, спрямованої на формування конкурентного середовища, сприятливого для розвитку;

- забезпечення захисту внутрішнього ринку від припливу недоброякісної, небезпечної імпортової продукції, використання цінового демпінгу тощо;

- здійснення промислової політики, яка передбачає підтримку вітчизняного бізнесу в міжнародно прийнятних формах, активний розвиток державою виробничої і соціальної інфраструктури;

- визначення прозорої стратегії реформування податкової системи з метою поетапного зниження фіскального навантаження, переходу до моделі

оподаткування, спрямованої на заохочення економічно ефективного бізнесу, інноваційно та соціально орієнтованого розвитку;

- забезпечення гарантій недоторканності власності для власників підприємств, які ефективно працюють в економіко-правовому полі держави, завершення реформування судової системи з метою покращення захисту від порушень діючого законодавства з боку як держави, так і суб'єктів підприємництва;

- підвищення якості державних послуг, насамперед - у регуляторній сфері, спрощення регуляторних механізмів, суттєве скорочення термінів реєстрації бізнесу та приведення відповідних вимог до рівня, що відповідають міжнародній практиці, перенесення на державу більшої частини трансакційних видатків у відносинах бізнесу і державних органів;

- встановлення суворого контролю за виконанням антикорупційних програм і рішень в усіх ланках державного апарату, створення надійного організаційно-правового, фінансового забезпечення діяльності правоохоронних органів і судів, проведення всеохопної ревізії нормативно-правових актів міністерств, відомств, органів місцевої влади на предмет їх відповідності Конституції України та антикорупційним законам України;

- впровадження механізмів відповідальності посадових осіб органів державної влади за наслідки їхніх рішень та дій в економічній сфері, не виправдане втручання в діяльність бізнесу та приватних осіб;

- надання політико-правової підтримки українським підприємствам на зовнішніх ринках, сприяння формуванню позитивного іміджу українських компаній за кордоном, просуванню експорту, пошуку торгових партнерів, заохочення розвитку прикордонних економічних відносин.

Визначення СВБ з Зеленої книги Європейського союзу (2001 рік): СВБ означає “інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі”



Рис.8.1 - Інтеграцію соціальних та екологічних аспектів

Для бізнесу задля соціальної відповідальності СВБ означає “досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища”.

Для реалізації СВБ важливо як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними структурами тощо)

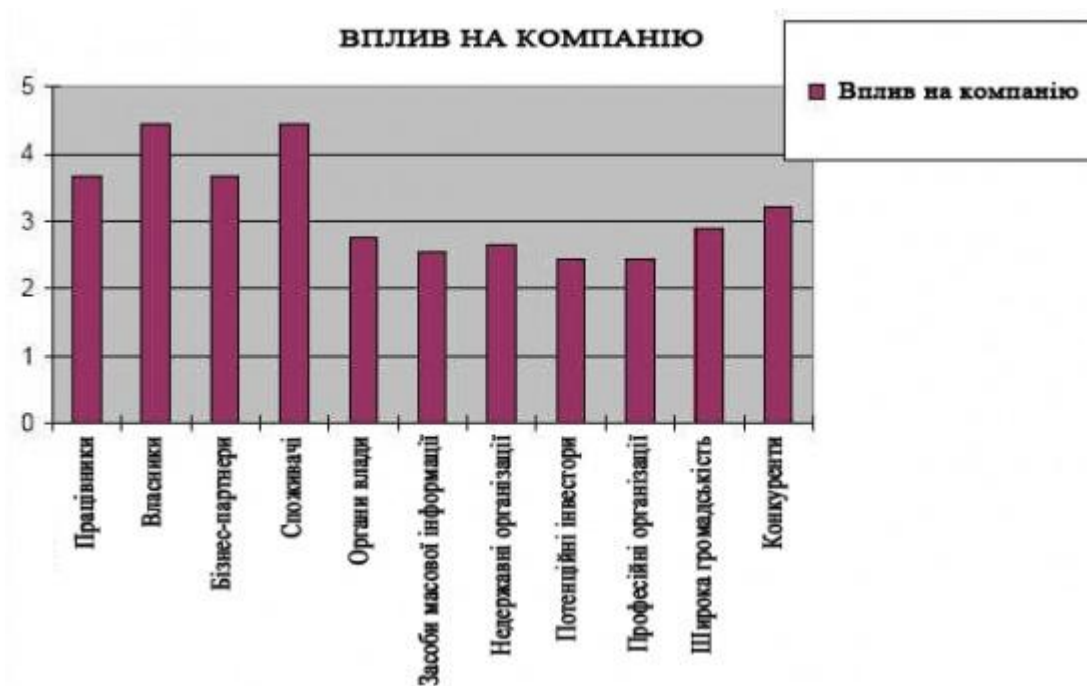


Рисунок 8.2 - Загальний рівень впливу зацікавлених сторін на компанію.

СВБ не виникла раптом, вона повільно еволюціонувала в часі та стала частиною щоденного словника лише в останнє десятиріччя, особливо в Північній Америці та Західній Європі. Деякі дослідники стверджують, що ідея корпоративної соціальної відповідальності набула популярності у 1950-ті роки та з роками поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими і потужнішими.

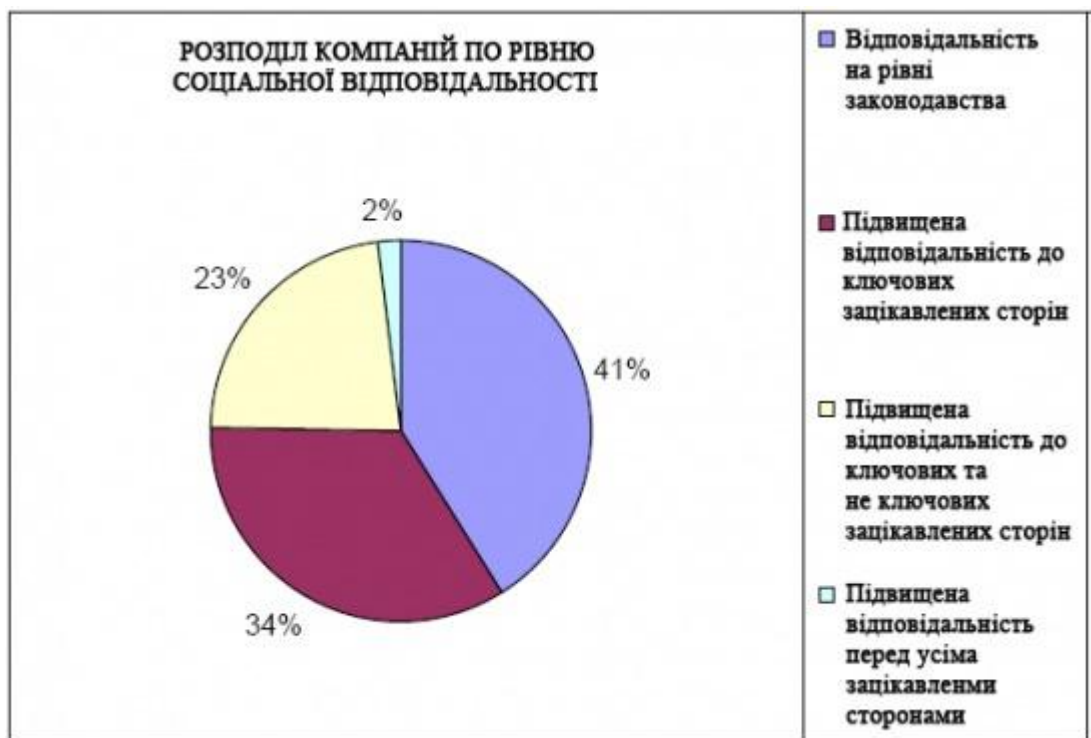


Рисунок 8.3 - Розподіл компаній за рівнем соціальної відповідальності.

8.2 Корпоративна соціальна відповідальність в маркетинговій політиці підприємства

Соціальна відповідальність відображає соціальний характер взаємовідносин між підприємством і його групами впливу (стейкхолдери) і проявляється в балансі соціальних інтересів сторін. Групи впливу (стейкхолдери, зацікавлені сторони) – усі особи або групи осіб, які є об'єктами або суб'єктами діяльності та політики компанії як на місцевому, так і на глобальному рівні. До складу груп впливу, що мають відношення до бізнесу, входять: працівники, споживачі і клієнти, постачальники, місцеві

громади та їх організації, дочірні компанії і філіали, партнери по бізнесу, інвестори, акціонери; окремо в цю групу входить також навколишнє природне середовище. Виділяють дві найбільш поширені моделі взаємодії підприємства з його групами впливу. Перша модель, так званий підхід “ізсередини назовні”, передбачає, що підприємство може управляти своєю діяльністю та завойовувати бажану репутацію в очах свого зовнішнього оточення шляхом самостійного прийняття внутрішніх рішень та надалі звітувати перед своїми групами впливу про свої соціальні досягнення. Друга, альтернативна, модель побудови стосунків із групами впливу основана на взаємодії підприємства з групами впливу для досягнення певних соціально значимих цілей. За цією моделлю, вважається, що комунікація – не є універсальним методом урегулювання стосунків із зовнішнім середовищем підприємства, що в стосунках із групами впливу потрібні постійні переговори, у процесі яких приймаються спільні рішення щодо ключових кроків у досягненні соціально значимих цілей.

Підприємництво і споживачі

Споживач виконує роль індикатора підприємницького процесу. Оскільки все, що складає предмет діяльності підприємця має право на реалізацію тільки у випадку позитивної експертної оцінки споживача.

Контрольні питання

1. Яке з означень поняття "соціальна відповідальність бізнесу" вам найбільше імпонує? Поясніть свій вибір.

2. Концепція про те, що бізнес має лише одну відповідальність — працювати заради інтересів акціонерів — вперше була сформульована

- а) Ф. Тейлором;
- б) Г. Фордом;
- в) А. Файодем;
- г) У. Вандербілдом;

д) М. Фрідманом.

3. Турбота про зменшення забруднення довкілля транспортними засобами корпорації «Лукойл» у моделі Вінтера належить до функції

- а) виробництва;
- б) зовнішніх зв'язків;
- в) кадрів;
- г) фінансів;
- д) організації.

4. Відсутність правдивої інформації, з одного боку, а також перекручена її подача, з іншого, — формує у населення комплекс , у результаті чого в нього виникає психологічна невідворотність захворювання.

- а) недовіри владі;
 - б) недовіри корпораціям;
 - в) власного безсилля;
 - г) жертви Хіросіми;
 - д) жертви Чорнобиля.
5. Наведіть відомі вам приклади СВБ.

Список використаних джерел

1. Герет Т. М., Клоноскі Р. Дж. Етика бізнесу: Пер. з англ. — К.: Основи, 1997. — 214 с.
2. Социальная ответственность: новые требования к бизнесу в постиндустриальную эпоху // Персонал. — 2002. — № 2. — С. 72—78.
3. Современный бизнес: Учебник: В 2-х т.: Пер. с англ. — М.: Республика, 1995. — С. 134—175.
4. Іщенко М.П., Руденко І.І. Людинознавча компетентність керівника, менеджера, спеціаліста: Монографія.— Черкаси: Відлуння - Плюс, 2003.
5. Основы предпринимательского дела (Благородный бизнес) под ред. Ю.М. Осипова. — М.1992 ст. 304 – 320.

Лекція 9

Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності

9.1 Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності

9.2 Формування соціальної відповідальності персоналу підприємств

9.3 Фактор корпоративної культури у гармонізації відносин між суб'єктами ринку

9.4 Аналіз сучасних соціально-трудових відносин на засадах соціальної відповідальності.

9.1 Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності

Механізм регулювання трудових відносин є способом організації діяльності суб'єктів трудових відносин, спрямованим на впорядкування їхнього функціонування з урахуванням компоненти відповідальності. Запропонований механізм регулювання соціально-трудових відносин дозволяє визначити, по-перше, особливості взаємодії основних учасників соціально-трудових відносин через реалізацію їхніх інтересів; по-друге, інститути, що впливають на реалізацію інтересів; принципи, на основі яких відбувається взаємодія; по-третє, інструменти регулювання соціально-трудових відносин; по-четверте, систему показників, що характеризують реалізацію інтересів.

Для впровадження механізму регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності запропоновано такі інструменти: на державному рівні – соціально-економічні програми, спрямовані на регулювання зайнятості, соціального захисту працівників, основ оплати праці, розвиток науки і освіти, розширення купівельної спроможності населення; на рівні роботодавців – програми формування оплати праці

найманих працівників, розвитку персоналу, мотивування саморозвитку персоналу, соціальні пакети і соціальні програми, спрямовані на підвищення відповідальності найманих працівників.

9.2 Формування соціальної відповідальності персоналу підприємств

Найбільш популярні чотири аспекти соціальної діяльності бізнесу: 1) відносини бізнесу з місцевими громадами; 2) трудові відносини з працівниками; 3) вплив на навколишнє середовище; 4) управління соціальними процесами у колективі як елемент корпоративного управління. У кожному аспекті існують свої практики соціальної відповідальності, найважливішими з яких вважаються відносини з акціонерами, практики, пов'язані із забезпеченням економічного зростання, з упровадженням інновацій, соціально етичним маркетингом, проведенням спеціальних акцій і заходів, присвячених соціальній відповідальності бізнесу. З погляду самих підприємців, основними соціальними заходами мають бути: впровадження соціальних програм поліпшення умов праці, навчання/ розвиток персоналу, застосування у політиці компанії етичного ставлення до споживачів, участь у регіональних програмах соціального розвитку тощо. Найпопулярнішим аспектом соціальної відповідальності виступає благодійна діяльність і участь у реалізації регіональних соціальних програм. Огляд національних особливостей соціалізації бізнесу в Україні дає можливість зробити такі висновки:

1. Соціальна відповідальність бізнесу виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих підприємств, які прагнуть знайти своє місце в конкурентному середовищі, свого споживача, зацікавити до співпраці національних і зарубіжних партнерів, висококваліфікованих спеціалістів.
2. Практики соціальної відповідальності бізнесу не приживаються, якщо вони нав'язані міжнародними стандартами, законодавством чи будь-

якими суспільними структурами. Їх ефективність тим вища, чим конкретніша спрямованість і більш наглядний соціальний результат.

3. Потреба суспільства у тих чи інших формах соціальної відповідальності бізнесу складається під впливом національного менталітету, На вибір форм соціалізації бізнесу впливають різноманітні фактори: соціально-економічний стан країни; наявність історичної та культурної спадщини, досвіду соціалізації бізнесу; менталітет населення, регіональні та місцеві особливості соціального розвитку, моральні переконання представників бізнесу; тиск з боку громадськості; державні вимоги; прибутковість бізнесу.

9.3 Фактор корпоративної культури у гармонізації відносин між суб'єктами ринку

У взаємодії між суб'єктами ринку проявляються головні елементи їх корпоративних культур, і, разом із тим, формується нова специфічна форма корпоративної культури ринку.

Корпоративна культура в демократичному суспільстві покликана консолідувати суспільство відкритих публічних відносин основних соціальних сил (держава, капітал і праця) та впливових груп (бюрократія, підприємці, наймані працівники, споживачі тощо). Завдяки спільним цінностям і високій культурі між названими суб'єктами можливі конструктивні відносини на основі принципу «порядок і прогрес». Отже, корпоративна культура є фактором побудови корпоративних відносин на ґрунті процедурно впорядкованого соціально-господарського діалогу між головними силами суспільства.

Модель співіснування різних суб'єктів ринку повинна ґрунтуватися на засадах синхронізації (вищий ступінь – гармонізація), яка зрівноважує природу відносин, узгоджує природу інтересів і стимулює єдину природу бажань. І в цьому також проявляється роль корпоративної культури, яка стимулює розвиток групових відносин (рис. 9.1).

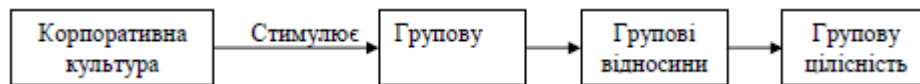


Рис. 9.1 - Стимулюючий вплив корпоративної культури на розвиток групової свідомості в контексті гармонізації відносин учасників ринку

Вплив корпоративної культури проявляється в організації на різних рівнях:

- власний внутрішній вплив (джерело розвитку взаємовідносин усередині підприємства);
- вплив від інших систем із свого рівня (горизонтальний рівень);
- вплив із нижчого рівня;
- вплив із вищого рівня (вертикальний рівень).

Різні ціннісні орієнтації закладають певний тип культури відносин, які науковці класифікують як:

- універсалізм – партикуляризм, або ж правила – зв'язки;
- колективізм – індивідуалізм (група - індивідуум);
- нейтральність – емоціональність (діапазон яскраво виражених почувань);
- конкретний – дифузний (характеризує ступінь залучення).
- досягнення – аскрипція (те, що визначає ступінь утягнення людини).

9.4 Аналіз сучасних соціально-трудових відносин на засадах соціальної відповідальності.

Соціально-трудові відносини характеризують економічні, психологічні та правові аспекти взаємозв'язків індивідуумів та соціальних груп у процесах, обумовлених трудовою діяльністю. Соціально-трудові відносини – це комплекс взаємовідносин між найманими працівниками та роботодавцями в умовах ринкової економіки, які націлено на забезпечення високого рівня та якості життя людини, колективу та суспільства в цілому.

Основними блоками СТС виступають:

— безпосередньо соціальна сфера, тобто галузі соціально-культурного комплексу (освіта, охорона здоров'я, наука, культура тощо), формування робочої сили;

— ринок праці, служби (центри) зайнятості, перепідготовка кадрів, тобто розподіл та обмін робочої сили;

— сфера мотивації до продуктивної праці (оплата праці, стабілізація та піднесення рівня життя населення тощо), тобто використання робочої сили;

— блок забезпечуючих умов соціального захисту населення; соціального партнерства; соціального страхування; пенсійну; охорони праці тощо.

Основними суб'єктами СТС (соціально-трудова сфера) є:

— наймані працівники (їх представники);

— роботодавці, їх об'єднання;

— державні інституції, громадські, професійні та інші об'єднання, які регулюють (контролюють) соціально-трудові відносини;

— особи, які не працюють та ті, хто потребує соціального захисту;

— держава.

Суб'єктами СТС є індивіди або соціальні групи, тобто працівник, група працівників, їх представницький орган, роботодавець, об'єднання роботодавців.

Як суб'єкти СТС можуть виступати організація (підприємство) або їх група, а також територіальне утворення .

Контрольні питання

1 Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності

2 Формування соціальної відповідальності персоналу підприємств

3 Фактор корпоративної культури у гармонізації відносин між суб'єктами ринку

4 Аналіз сучасних соціально-трудо­вих відносин на засадах соціальної відповідальності.

5. Вирішення найважливіших завдань соціально-економічного реформування в Україні на ринкових засадах

6. Як характеризується соціально-трудо­ва сфера

7. Що сприяє поширенню практики соціального партнерства в Україні

8. Охарактеризувати концепції трудових ресурсів

Література

- 1 5. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці / І. Новак // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2. – С. 6-12.
- 2 Novak, I. (2008), “Social package as a mechanism for improving wages”, *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 2, pp. 6-12.
- 3 Райзберг Б. Хозяйственный механизм / Б. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева // Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. – 6-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – С. 512. – Режим доступа: <<http://www.smartcat.ru/Referat/atyelramnz.shtml>>.
- 4 Raizberg, B., Lozovskiy, L. and Starodubtseva, Ye. (2010), “Economic mechanism”,
- 5 *Sovremenniy ekonomicheskii slovar*, Infra-M, Moscow, available at: www.smartcat.ru/Referat/atyelramnz.shtml.

Лекція 10

Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності

10.1 Сучасний стан і характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності

10.2 Вплив громади на роботу компаній і відповідальність компаній перед населенням.

10.3 Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями

10.1 Сучасний стан и характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності

Сучасна теорія підприємницької діяльності передбачає не лише ефективну організацію праці, але і соціально відповідальні дії. Носіями і виразниками ділової етики є фахівці «продуктивного типу», діяльність яких тісно пов'язана з етично орієнтованим способом життя. Проблема втілення етичних засад у господарську діяльність – одна з найскладніших у соціально-економічній теорії. У низці робіт українських теоретиків висвітлено моральні аспекти господарської діяльності в умовах становлення ринкової трансформації. Принципово новим для бізнесової етики є вимоги уважного ставлення до позавиробничих складових морального клімату в колективі співробітників («соціальне розширення мандату підприємця»). Ця особливість у бізнес-етиці кореспондує такі тенденції соціального життя, як гуманізація, демократизація, солідаризм, корпоративізм. Будь-яка підприємницька діяльність нерозривно пов'язана з ризиками різного ґатунку. Якісною відмінністю є процеси їх запобігання, врегулювання, що сьогодні залежать не лише від професійності сторін, але і від дотримання ними принципів соціальної відповідальності. Соціалізація менеджменту в умовах кризових процесів виявляється у переході від концепції тотального управління якістю до системи антикризового менеджменту, до соціально орієнтованої концепції управління. Серед домінуючих у світовій практиці трьох моделей управління – англо-американської, японської та німецької (європейської) – в умовах глобальної фінансово економічної кризи пріоритет належить німецькій і японській з їх орієнтацією і врахуванням системи соціальних цінностей, соціальної взаємодії і довіри, соціокультурних відмінностей. Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальне ставлення

будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

10.2 Вплив громади на роботу компаній і відповідальність компаній перед населенням

Як правило, соціальна активність компаній проявляється в тих регіонах, де вони ведуть свою економічну діяльність, що повністю відповідає уявленню громадськості про відповідальність бізнесу перед населенням. Зокрема, 74% українських споживачів вважають, що бізнес повинен розв'язувати соціальні проблеми у своєму місті та регіоні, 6% - у національному масштабі, лише 9% - у міжнародному.

1. Територіальна громада - середовище життєдіяльності працівників компанії. Переважна більшість працівників (якщо не всі) компанії живуть, відпочивають, навчаються, спілкуються, користуються послугами на території громади, тобто взаємодіють із середовищем життєдіяльності громади.
2. Громадська думка і засоби масової інформації, що її формують, мають незаперечний вплив на діяльність компанії. Громадська думка - це сукупність уявлень, оцінок і суджень, що їх поділяє більшість чи принаймні значна частина населення стосовно проблем, подій чи фактів дійсності в конкретній соціальній ситуації.
3. Місцева влада як невід'ємний елемент громади. Сьогодні в усьому світі спостерігаються різкі зміни в соціальному, економічному та політичному середовищах, а також вплив цих змін на діяльність і спосіб управління соціально-економічним розвитком територіальних громад.
4. Некомерційні та неурядові організації, що працюють на одній території з компанією, можуть бути її союзниками або опонентами. Громадські організації можуть ініціювати і проводити громадські обговорення щодо

негативного впливу діяльності компанії на екологію чи інфраструктуру міста, тим самим формуючи негативний імідж компанії.

5. Споживачі продукції компанії чи її клієнти можуть становити значну частину тієї ж територіальної громади, в якій відбувається діяльність компанії. Це важлива причина перейматися «проблемами територій».

6. Репутація компанії в територіальній громаді. Соціальна залученість компаній до реалізації соціальних проектів на місцевому рівні - основне джерело формування її репутації і один із найсерйозніших приводів для висвітлення її діяльності в засобах масової інформації.

Партнерство з громадами і представниками інших секторів дозволяє їм досягти цілей, що було б неможливим, якби вони працювали самотужки.

Зокрема:

- привернення суспільної уваги до компанії, можливість продемонструвати високий рівень соціальної відповідальності перед громадою і зміцнити репутацію;

- поліпшення стосунків із місцевою владою, забезпечення її лояльності при розподілі контрактів на державні закупівлі, отримання преференцій у формі пільгового землевідведення, надання дозволів на будівництво;

- налагодження позитивних взаємовідносин із недержавними громадськими організаціями, які функціонують у громаді, і засобами масової інформації;

- знайомство з реальними і потенційними споживачами, потенційними працівниками; успішний рекрутинг (Підбор персонала) і утримання персоналу;

- розвиток горизонтальних зв'язків на підприємстві, формування команди і зміцнення корпоративного духу;

- залучення персоналу до розвитку справ не лише в компанії, а й у громаді, стимулювання пошуку творчих рішень;

— поліпшення якості життя місцевої громади і вирішення її соціальних проблем.

10.3 Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями

Євроінтеграційна політика, трансформація сучасних ЗМІ та історичні демократичні традиції зумовлюють діяльність численних неурядових організацій (НУО) Європейського регіону, з якими співпрацюють громадські організації України. Напрями цієї співпраці: захист прав людини на свободу слова та незалежність і плюралізм ЗМІ, захист професійної діяльності журналістів, права на доступ до інформації за європейськими стандартами, права на розвиток суспільного радіомовлення і телебачення, права на вільний і недискримінаційний доступ до мережі Інтернет тощо.

Аналіз політичної співпраці НУО з міжнародними організаціями та урядовими установами України дає можливість зробити теоретичні та практичні висновки про фактичну і потенційну роль НУО в демократизації політичних інститутів держави, про ефективність впливу НУО на прийняття політичних рішень, виконання ними місії представництва інтересів широкої громадськості. НУО мають стати експертами нормотворчої процедури, спостерігачами парламентських слухань та ініціаторами судових розглядів з приводу порушень прав і свобод людини.

Зважаючи на характер і мету діяльності НУО України, можна запропонувати компаративну класифікацію міжнародних та національних інституцій:

Міжнародні НУО з інформації та комунікації

1. Міжнародні організації загальної компетенції — це Міжнародна федерація з інформації та документації, Спілка міжнародних асоціацій, Міжнародна асоціація "інформація задля розвитку", Інститут інформаційного суспільства, Міжнародна спілка досліджень комунікації, Європейський центр парламентських досліджень і документації, Міжнародний інститут комунікацій тощо.

2. Міжнародні організації спеціальної компетенції мають на меті розв'язання проблем у сфері міжнародних відносин за окремими напрямками міжнародної комунікації, забезпечення діалогу за віссю "державна влада — приватний сектор", об'єднання фахівців для розробки професійних стандартів, організацію широких представницьких контактів НУО на міжнародній арені. Міжнародні організації спеціальної компетенції, у свою чергу, поділяють на: правозахисні (організації свободи слова, прав людини і боротьби з цензурою, зокрема Організація 19-ї статті — Міжнародний центр боротьби з цензурою); медійні (спеціалізовані організації зі співпраці в галузі мас-медіа):

— журналістські — Міжнародна федерація журналістів, Європейський союз асоціацій наукових журналістів, Європейський інститут медіа, Європейська асоціація підготовки журналістів;

— організації телерадіомовлення — Європейська асоціація комерційного телебачення, Європейська телерадіомовна спілка, Європейська рада комерційного телебачення;

— організації друкованої преси та реклами — Жіноча публіцистична служба, Союз преси країн ЄС, Спілка асоціацій редакторів газет, Європейський рекламний тріумвірат, Європейська асоціація рекламних агентств;

— організації суспільного телерадіомовлення та інформаційні агентства — BBC, "Канал 4", "Шведське радіо", ТВ3, ARD, RTL+, NUP/UHP;

— організації інформаційних та комунікаційних послуг (кабельного, супутникового, електрозв'язку, мульти-медіа, мережевого та інтернет-зв'язку)

Література

1. Історичні аспекти залучення і розвитку громад: від патронату до соціальних інвестицій.
2. Які риси притаманні соціальній відповідальності ?
3. Сучасний стан и характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності

4. Вплив громади на роботу компаній і відповідальність компаній перед населенням.
5. Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями.
6. На що поділяють Міжнародні організації спеціальної компетенції
7. Євроінтеграційна політика, трансформація сучасних ЗМІ
8. Яких цілей дозволяє досягти партнерство з громадами і представниками інших секторів

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Амосов С.О. 1. Проблеми розвитку соціально-відповідального бізнесу / С.О. Амосов // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу: Мат. II Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2010 / за заг . ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х.: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2010. – С. 120–122.
- 2 Бай С.І. 2. Соціальна функція підприємства [Електронний ре-сурс] / С.І. Бай, І.А. Римар. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tmm/2011_36/23.pdf
- 3 Белявська К.С. 3. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісн. Хмельниц. нац. ун. – 2011. – №1. – С. 228–233.
- 4 Білявський В. 4. Підвищення рівня соціальної відповідальності торговельного підприємства / В. Білявський // Вісн. КНТЕУ. – 2009. – №5. – С. 84–91.

Лекція 11

Екологічна компонента соціальної відповідальності

11.1. Соціально – екологічна програма підприємства: призначення, цілі та завдання розробки.

11.2. Загальна характеристика інструментарію екологічної компоненти соціальної відповідальності підприємства.

11.3. Соціально-психологічні умови формування еколого-економічної культури підприємця

11.1. Соціально – екологічна програма підприємства: призначення, цілі та завдання розробки.

Згідно неокласичного підходу , екологічна відповідальність є наслідком не лише нормативно-правових обмежень, а і моральної відповідальності виробників за заподіяння шкоди природі.

Концепція сталого розвитку є органічним синтезом класичних та неокласичних підходів. Стратегія екологічно маркетингу стала новим концептуальним підходом до визначення екологічної відповідальності на основі аналізу екологічної свідомості населення, її розвитку та трансформації. Ідейними засновниками цієї стратегії стали К. Хенніон (Hennison) та К. Кіннеар (Kinnear).

Створення Шведської Національної Агенції захисту навколишнього середовища (SNAEP) у 1967 році визнається першим нормативним кроком до вирішення екологічних проблем у світовій практиці [8]. У 1970 році таку ж агенцію було створено у США, наслідком чого стало швидке прийняття нормативних актів щодо якості повітря та води.

У 1973 році розпочала свою роботу Програма захисту навколишнього середовища при Організації Об'єднаних Націй. Важливим кроком у вирішенні екологічних проблем стало засідання Міжнародної Комісії з питань екології та розвитку (World Commission on Environment and Development) у 1984 році. У 1991 році на другій світовій конференції у Ротердамі, присвяченій проблемам екологічного менеджменту, було запропоновано стратегічну концепцію розвитку організацій для досягнення принципів сталого розвитку.

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

Виявом стимулюючої функції є наявність економічних та нормативно-правових стимулів до охорони довкілля. Компенсаційна функція екологічної відповідальності полягає у відшкодуванні збитків, завданих навколишньому природному середовищу у грошовому чи натуральному виразі. Превентивна функція реалізується у формі примусових засобів впливу на поведінку учасників екологічних відносин шляхом застосування покарання та відшкодування завданих збитків.

Одним з найпоширеніших підходів до визначення екологічно відповідальної компанії є підхід, в основі якого лежать три критерії: дотримання екологічних зобов'язань, енергетичний та сировинний менеджмент, й ефективне залучення стейкхолдерів.

11.2. Загальна характеристика інструментарію екологічної компоненти соціальної відповідальності підприємства

Мета екологічного аудиту полягає у визначенні основних ресурсів, необхідних для функціонування організації та обсягів їх споживання, а також в одержанні науково обґрунтованих висновків про міру впливу діяльності компанії на навколишнє природне середовище (атмосферні викиди, забруднення водойм, відходи процесу переробки тощо). Екологічний аудит проводиться компанією добровільно, він допомагає визначити пріоритетні напрями екологічної політики організації як у довго-, так і в короткостроковій перспективі, та визначитися з системою заходів, від яких буде максимальна користь оточуючому середовищу та організації

Узагальнено екологічний аудит можна визначити як систему заходів, спрямованих на оцінювання впливу діяльності компанії чи її природо-збережувальних дій на навколишнє середовище.

Поняття екологічного аудиту є досить широким, з огляду на це компанії використовують різні його види:

- перевірка відповідності діяльності організації нормативним екологічним нормам та її екологічній політиці (compliance audit) – найбільш поширений тип екологічного аудиту, який використовують практично усі компанії-виробники;

- проблемний аудит (issues audit) полягає в оцінюванні того, як діяльність компанії впливає на глобальні екологічні проблеми (світове забруднення атмосфери, руйнування озонового шару, споживання енергії тощо). Цей тип аудиту також використовують для екологічної оцінки конкретних проектів;

- оцінювання безпечності роботи для працівників компанії та можливого негативного впливу на їх здоров'я (health and safety audit);

- оцінювання екологічної ситуації певної території (сучасний стан та перспектива). Цей тип аудиту (site audit) компанії використовують при прийнятті рішення про передислокацію виробництва, відкриття нових представництв тощо;

- корпоративний аудит (corporate audit) передбачає повну аудиторську перевірку компанії – перевірку її екологічної політики, основних виробничих та технологічних процесів;

- аудит товарного циклу (product or life cycle audit) передбачає аналіз впливу продукції компанії на екологічну ситуацію на стадії її розробки, виробництва, реалізації, споживання, а також під час переробки відходів.

Основним нормативно-правовим актом в системі екологічного законодавства є Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». Проте норми даного Закону не в змозі врегулювати всі екологічні охоронні відносини. У Земельному, Лісовому, Водному

кодексах, Кодексі про надра та ін. законах викладено правові приписи, на основі яких регулюються особливості охорони відповідного природного об'єкта. Таким чином, в Україні існує ціла низка нормативних документів, які регулюють екологічні правовідносини. Тобто немає єдиного документа, який би чітко визначав концепцію сталого розвитку і межі екологічної відповідальності за скоєння екологічних правопорушень.

11.3 Соціально-психологічні умови формування еколого-економічної культури підприємця

Структура еколого-економічної культури включає: екологічні знання, екологічне цілепокладання (екологічне самоусвідомлення, екологічну оцінку, екологічне планування, екологічне програмування), екологічне ставлення та екологічну поведінку.

Основною складовою еколого-економічної культури є екологічні цінності та норми екологічної діяльності, тобто форми економічної поведінки соціальних суб'єктів (особливо, підприємців), спрямовані на різні екосистеми. У зв'язку з тим, що саме підприємцям належить одна із вирішальних ролей у руйнації довкілля, то саме вони є основними суб'єктами, від рішень яких залежить рівень екологічної безпеки, раціональність використання природних ресурсів, а тим самим благополуччя теперішнього і майбутніх поколінь.

Проблема еколого-економічної культури підприємця – це передусім проблема її формування. Тому особливу увагу варто приділити механізмам формування еколого-економічної культури як складного психологічного явища.

Структура відповідальності має включати ціннісний, емоційно-вольовий та діяльнісно-практичний компоненти.

Окрему групу якостей особистості складають ділові якості, зокрема далекоглядність, вимогливість, наполегливість у досягнення екологічної

мети. Ділові якості мають являти собою синтез професійних і особистісних якостей керівника.

Друга підсистема – це характеристика соціальної діяльності керівника, тобто різноманітні форми його суспільно-економічної діяльності, які несуть в собі екологічну спрямованість. Екологічна діяльність детермінується суб'єктивними та об'єктивними чинниками. Перші пов'язані з рівнем екологічної свідомості та усвідомленням екологічних інтересів. Основу других становить матеріально-ресурсна база існування спільнот та рівень технологічної озброєності.

Оскільки еколого-економічна культура є частиною загальнолюдської культури, то досягнення високого рівня в особистому еколого-професійному зростанні неможливо уявити без наявності чітко вираженого морально-орієнтованого мислення, направленості на саморозвиток, самоактуалізацію, здатності до співпереживання, співчуття, розвитку мотиваційної сфери.

Контрольні питання

1. Соціально – екологічна програма підприємства: призначення, цілі та завдання розробки.
2. Еколого-економічна культура як складова загального культурного простору буття людини
3. Три провідних чинники еколого-економічної культури підприємців
4. Що передбачає формування еколого-економічної культури підприємців
5. Загальна характеристика інструментарію екологічної компоненти соціальної відповідальності підприємства.
6. Перелічте провідні соціально-психологічні чинники становлення еколого-економічної культури підприємців
7. Соціально-психологічні умови формування еколого-економічної культури підприємця

8. Формування та корекція еколого-економічної культури майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності

Список використаних джерел

1. Баб'як О.С. Екологічне право України / О.С. Баб'як, П.Д. Біленчук, Ю.О. Чирва : навч. посіб. для вищих навч. закладів: [Електрон. ресурс]. — К. : Атіка, 2000. — 216с. — Режим доступу: <http://radnuk.info/pidrychnuku/ekolog-pravo/43-babuak/636> 1.html
2. Ершова Е. Перспективы «зеленого» дифференцирования / Е. Ершова.: [Електрон.ресурс]. —Режим доступу : <http://www.ecolabel.org.ua/index.php?id=392>
3. Концепція екологічної освіти в Україні. — Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1038.198.0>
4. Офіційні документи ООН. Звіт Міжнародної Комісії з питань екології та розвитку: [Електрон.ресурс]. — Режим доступу : <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
5. Офіційний сайт McDonald's. Greener Than Ever . — Режим доступу: http://www.mcdonalds.com/us/en/our_story/values_in_action/greener_than_ever.html
6. Офіційний сайт Міжнародної фінансової корпорації. — Режим доступу:<http://www.ifc.org/>

Лекція 12

Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності

12.1 Стан соціального партнерства в Україні та основні напрями його розвитку

12.2 Правові засади та механізм соціального партнерства

12.3 Перспективи розвитку системи соціального партнерства в Україні.

12.4 Соціальний облік та нефінансова звітність як інструмент формування соціальної відповідальності

12.1 Стан соціального партнерства в Україні та основні напрями його розвитку

Соціальне партнерство передбачає забезпечення відповідних прав різним соціальним групам, прошаркам, класам на участь у політичних і економічних процесах вироблення і прийняття рішень щодо актуальних проблем розвитку суспільства.

Умови формування і розвитку системи соціального партнерства в Україні суттєво відрізняються від інших країн такими особливостями:

— Україна тривалий час була охоплена глибокою і гострою соціально-економічною кризою, яка вразила не лише економіку, а і усі соціальні та політичні інститути одночасно, і нині ледь проглядаються початок стабілізації і покращання становища;

— ринкові відносини і інститути як необхідна умова широкого розвитку соціального партнерства ще лише формуються в нашій країні. Соціальна орієнтація ринкової економіки є скоріше декларацією, ніж фактом;

— в Україні сформувалася вкрай поляризована соціальна структура, відбулося недопустиме для цивілізованих країн майнове розшарування населення.

Суттєвою перешкодою на шляху цивілізованого соціального партнерства є поширена в Україні корупція, переважання корпоративних інтересів і настроїв, зрощення підприємництва з апаратними структурами. Підприємці потрапляють в умови, далекі від нормальних, законних відносин капіталу і влади. Створюється замкнене коло: держава не захищає інтереси підприємців, підприємці не дотримуються законів. Меншою мірою, але це стосується й інших громадян.

Наймогутнішим чинником розвитку соціального партнерства (як і його результатом) є створення сприятливого економічного клімату, зокрема

шляхом послаблення податкового тиску і боротьби з корупцією, що приведе до оздоровлення національної економіки, її детінізації і поступового виходу з кризи.

Соціальне партнерство — це система взаємозв'язків між найманими працівниками, трудовими колективами, професійними спілками з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями — з другого, і державою та органами місцевого самоврядування — з третього, їхніми представниками та спільно створеними органами з регулювання соціально-трудових відносин, які (взаємозв'язки) полягають у взаємних консультаціях, переговорах і примирних процедурах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав і інтересів працівників, роботодавців і держави.

Суть соціального партнерства полягає в тому, що це специфічний вид громадських відносин між різними соціальними групами, прошарками й класами, які мають суттєво відмінні соціально-економічні і політичні інтереси. Ці різні інтереси не можуть стати однаковими, проте можливе їх поєднання, забезпечення певного балансу їхньої реалізації. Становлення й розвиток соціального партнерства забезпечується створенням його системи, що являє собою складне й динамічне утворення структурно-організаційних елементів (суб'єктів, предмета, нормативно-правового забезпечення), форм, ідеології, культури, принципів, методів, засобів, тактики, технологій взаємовідносин, об'єднаних певним механізмом.

Основними принципами соціального партнерства в Україні мають бути: законність; повноважність та рівноправність сторін та їх представників; сприяння держави розвитку соціального партнерства на демократичних засадах; свобода вибору та обговорення питань, які входять у сферу соціального партнерства; добровільність і реальність зобов'язань, які приймаються сторонами; обов'язковість виконання досягнутих домовленостей; відповідальність за виконання взятих на себе зобов'язань; контроль за виконанням досягнутих домовленостей.

Держава в соціальному партнерстві відіграє кілька важливих ролей: власника, роботодавця! законодавця, арбітра (посередника), координатора. Щодо державних підприємств органи державної влади виступають як роботодавці, і, відповідно, виконують притаманні роботодавцям функції. Інші основні функції держави в системі соціального партнерства такі: законодавча, право- і нормотворча, прогностична, організаторська, контрольна й арбітражна. Завдання держави полягає у створенні за участю організацій роботодавців і найманих працівників ефективної системи соціального партнерства та запровадженні механізму, що забезпечує життєдіяльність цієї системи заради задоволення суспільних потреб у галузі соціально-трудових відносин.

Найбільш інституційно структурованою ланкою соціального партнерства в Україні нині є профспілки.

12.2 Правові засади та механізм соціального партнерства

Основними інструментами на основі яких здійснюється регулювання соціально-трудових відносин, є відповідні державні програми національного, регіонального, галузевого рівнів. Останні розробляються з урахуванням соціальних нормативів і індикаторів, які використовуються для формування мети і завдань програми та способів їх реалізації. Для регулювання соціально-трудових відносин державазастосовує як адміністративні (накази, інструкції, постанови та ін.), так і економічні (дотації, держзамовлення, фінансово-кредитні та по-даткові пільги і т.і.) та організаційні (створення інфраструктури, со-ціальних служб контролю за виконання програм) методи.

Правовою основою соціального партнерства в Україні є національні та нормативні акти, які регулюють соціально-трудові відносини. Це законодавство розроблялось на основі ратифікованих Україною конвенцій і рекомендацій Міжнародної організації праці(МОП). У західних країнах світу для означення соціального партнерства використовують такі терміни як

соціальний діалог і тристоронні консультації суб'єктів трудових відносин, трипартизм.

Формування правових засад соціального партнерства в Україні почалося з прийняття в 1991 році Закону України «Про зайнятість населення».

Подальшому розвитку системи соціального партнерства також сприяло прийняття у 1996 році Конституції України.

12.3 Стан соціального партнерства в Україні та основні напрями його розвитку

В нашій країні виник своєрідний клас псевдо власників — працівників підприємств, які володіють невеликими пакетами акцій і не можуть вплинути на рішення керівництва. Реальна влада знаходиться в руках директорського корпусу, який, хоча й не має у розпорядженні контрольного пакета акцій, цілком визначає політику підприємств як у сфері виробництва, так і в галузі розподілу прибутку. Феноменом перехідної економіки є різноспрямованість особистих інтересів директорату і соціально-економічної ефективності діяльності підприємств.

Особливістю умов в Україні є несформованість суб'єктів соціального партнерства та їхніх представників. Усі партнери (держава, працівники, роботодавці) були й раніше, однак на ділі вони були елементами єдиної адміністративно-планової системи. За умов кризи, безробіття, зубожіння працюючого населення працівники (навіть об'єднані профспілками) не можуть реально протистояти роботодавцям, серед яких наймогутніш им є держава.

Держава, виступаючи одночасно з трьох позицій — власника, адміністратора і гаранта інтересів громадян — сьогодні не захищає найманого працівника. Зокрема це проявляється у наднизьких рівнях оплати праці (в тому числі висококваліфікованої) на державних підприємствах (передусім у галузях освіти, культури, охорони здоров'я, науки).

Значна частка "тіньової" економіки в Україні також не сприяє розвитку соціального партнерства. На "тіньових" підприємствах, як правило, недотримуються норми трудового законодавства, зокрема про охорону праці та соціальні гарантії, не сплачуються податки, не реєструються трудові угоди і т. ін.

Таким чином, можна виділити такі основні блоки заходів, спрямованих на формування ефективної системи соціального партнерства в нашій країні:

Формування ідеології і культури соціального партнерства в широкому розумінні, що потребує доброї волі й значних тривалих зусиль від усіх сил суспільства і всіх свідомих громадян.

12.4 Соціальний облік та нефінансова звітність як інструмент формування соціальної відповідальності

Варто відзначити, що на сьогодні, система соціального партнерства в Україні не є цілком сформованою, а традиційними причинами низької ефективності можна вважати:

- недорозвиненість деяких елементів системи соціального партнерства (законодавчих, організаційних, соціально-економічних тощо) як на державному так і регіональному рівні.

- низька ефективність діяльності профспілок, як первинних ланок захисту інтересів найманих працівників.

- недосконалість змісту колективних угод, що не охоплює всі важливі сторони соціально-трудових відносин, окрім того, до процесу колективно-договірного регулювання залучається недостатня кількість найманих працівників, а саме підписання колективних угод не гарантує їх сумлінного виконання, що подекуди пов'язано з невмінням і небажанням соціальних партнерів досягати компромісу;

- неспроможність найманих працівників активно впливати на формування соціально відповідальної поведінки роботодавців.

Кадрове забезпечення передбачає впровадження посади або виокремлення з числа працівників, особи, яка відповідає за дотримання норм соціально відповідальної поведінки, зокрема роботодавцями. Фінансове забезпечення передбачає формування спеціального фонду реалізації принципів соціальної відповідальності. Умови інформаційно-аналітичного забезпечення містять заходи щодо відкритості інформації про стан соціально-трудова відносин в організації – для найманих працівників; розробка методик оцінки економічної ефективності соціальних інвестицій господарюючих суб'єктів і органів державної влади і впровадження їх у практику.

Контрольні питання

- 1 Держава як суб'єкт соціального партнерства
- 2 Інтереси сторін соціального партнерства
- 3 Наймані працівники як суб'єкт соціального партнерства
- 4 Організації роботодавців
- 5 Предмет соціального партнерства
- 6 Принципи соціального партнерства
- 7 Професійні спілки
- 8 Рівні соціального партнерства
- 9 Роботодавці як суб'єкт соціального партнерства
- 10 Система соціального партнерства
- 11 Соціальне партнерство
- 12 Суб'єкти соціального партнерства
- 13 Форми соціального партнерства
- 14 У чому суть соціального партнерства? Яке його значення у розвитку економіки і суспільства?
- 15 Охарактеризуйте форми, принципи й організацію соціального партнерства.
- 16 Як діють об'єднання роботодавців на ринку праці?

- 17 Яка роль профспілок у соціально-трудо­вих відносинах?
- 18 Поміркуйте, в чому полягає ваша роль як рядового члена студентської профспілки в системі соціального партнерства?
- 19 Які функції виконує держава в системі соціального партнерства?
- 20 Назвіть основні проблеми розвитку ефективного соціального партнерства в Україні.
- 21 Які ви можете запропонувати напрями формування ефективної системи соціального партнерства в нашій країні?

Література

1. Дубровина В. Развитие социального партнерства и предпринимательства в условия рыночной трансформации / В. Дубровина // III Вы III Вы Выставка социальных услуг и проектов НКО Калининградской области. IV Форум Добрососедства. — 2007. — С. 1–4.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К. : КНЕУ, 2011. — 501 с.
3. Инновации в российском профсоюзном движении: практика, проблемы. — М., 2010. — 52 с.
4. Гончарова І. Соціальна відповідальність як основа конструктивного діалогу суб'єктів соціального партнерства / І. Гончарова // Вісник ТНЕУ. — 2012. — № 2. — С. 57–63.
5. Галайда Т. О. Роль корпоративної соціальної відповідальності підприємств у розвитку системи соціального партнерства в Україні / Т. О. Га-лайда, В. В. Скриль, О. М. М'яло // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. — 2012. — № 4 (62). — С. 280–283.

Лекція 13

Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності

13.1 Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств

13.2. Модель соціалізації фінансів під впливом парадигми сталого розвитку

13.3 Аналіз корпоративної соціальної відповідальності

13.4 Міжнародний досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності

13.1 Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств

Ще у XVIII-XIX столітті поступово почали з'являтися зародки практики КСВ. Хоча тоді лише окремі власники, керуючись особистими релігійними та етичними переконаннями, подекуди брали на себе відповідальність за працівників своїх підприємств.

Становлення соціальної відповідальності бізнесу в США та Західній Європі у XX сторіччі відбувалося в три етапи.

Перший етап – етап зародження корпоративної соціальної відповідальності, що припадає на 60 – середину 70-х років, характеризувався розквітом «традиційної» філантропії (благодійності). Ключовою подією, яка сприяла зародженню корпоративної соціальної відповідальності, стало прийняте в 1950-х роках рішення Верховного Суду США, який скасував юридичні обмеження і неписані норми, які до того часу обмежували чи принаймні звужували рамки корпоративної доброчинності та участь компаній у вирішенні соціальних питань.

Одним з перших соціальних реформаторів та прибічників ідеї соціальної відповідальності бізнесу був англійський філософ, педагог та промисловець Роберт Оуен. Він розробив план поліпшення умов праці робітників і зробив спробу втілити його в життя на одній із прядильних

фабрик Шотландії та запропонував радикальні теоретичні програми перебудови капіталістичного суспільства в цілому.

На наступному етапі відбулося зародження капіталістичної благодійності. Деякі з представників великого американського бізнесу оголосили про обов'язок корпорацій використовувати свої ресурси так, щоб суспільство мало з цього користь. Згодом, уже на початку 1960-х рр., більшість американських компаній почали відчувати тиск, який спонукав їх демонструвати свою відповідальність перед суспільством і створювати власні благодійні фундації та втілювати добродійні програми. Компанії почали надавати грошову чи матеріально-речову допомогу незахищеним прошаркам населення, керуючись настроями чи симпатіями свого керівництва. Ділова та соціальна активність у той час були максимально розмежованими.

Даний етап у формуванні корпоративної соціальної відповідальності – етап становлення стратегічної філантропії припадає на середину 70 – початок 80-х років. Каталізатором виникнення нового етапу в розвитку корпоративної соціальної відповідальності дослідники вказують ситуацію, що винила з витоком нафти у 1989 році.

Третій етап у розвитку корпоративної соціальної відповідальності – розвиток концепції соціальних інвестицій розпочався з кінця 1980-х років, коли комерційний, громадський та державний сектори почали разом вирішувати актуальні соціально значимі проблеми місцевих громад, а компанії, маючи за пріоритет свою бізнес-вигоду, водночас ураховували інтереси всіх партнерів.

Аналізуючи історичний розвиток соціальної відповідальності підприємств, слід зазначити факт впливу міжнародних організацій на процес формування її основних засад: Організації Об'єднаних Націй (ООН) та її агенції, Європейського Співтовариства з його складовими частинами, Міжнародної Організації Праці, провідних світових бізнес структур та громадських організацій.

На сьогоднішній день КСВ в Україні знаходиться на стадії свого становлення. Найактивнішими у цій сфері є представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунття сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства.

В Україні ще не сформувалася власна модель КСВ. Щодо процесу розвитку СВБ в Україні, то його умовно можна поділити на наступні етапи:

— дотримання діючого законодавства – компанії виконують нормативно-правові норми, визначені законодавством країни. Більшість українських компаній знаходиться саме на цьому етапі;

— здійснення добродійної діяльності – компанії надають спонсорські внески на соціальні. В Україні утворилась критична маса компаній, які займаються стратегічною добродійністю та підтримують довгострокові соціальні ініціативи;

— використання зв'язків з громадськістю (PR) – задля підвищення власної репутації та утворення маркетингових переваг компанії здійснюють проекти, націлені на зв'язки з громадськістю, часто на основі соціальних проектів та точкових ініціатив;

— покращення ефективності бізнес процесів - компанії здійснюють проекти, які призводять до зростання прибутковості діяльності та вирішення соціальних та екологічних питань. Часто такі проекти пов'язані із економією ресурсів. Слід відмітити, що впродовж останніх п'яти років великий український бізнес активно впроваджував такі точкові покращення поза СВБ;

— стратегічний підхід до СВБ – компанії визначають стратегію власної соціальної відповідальності, яка охоплює основні бізнес-процеси компанії (виробництво, продажі, маркетинг, стратегічне управління тощо), визначає середньо- та довгострокові цілі. СВБ використовується як інструмент корпоративного розвитку для отримання конкурентних переваг.

13.2 Модель соціалізації фінансів під впливом парадигми сталого розвитку

Соціалізація економіки зумовлює соціалізацію фінансів як необхідної складової економічної системи.

Соціальна сфера представлена, насамперед, позабюджетними фондами та некомерційними організаціями, які обслуговують домашні господарства — об'єднання громадян як добровільні громадські формування.

Інша складова соціальної сфери представлена некомерційними організаціями, насамперед, об'єднаннями громадян як добровільних громадських формуваньних.

Корпорації суспільної вигоди мають всі характеристики традиційних корпорацій і для досягнення своєї мети отримують фінансування з фінансових ринків, але у разі неможливості залучити необхідні кошти можуть звернутися до держави з проханням фінансової підтримки соціальних і екологічних ініціатив. Загалом корпоративно-орієнтовані організації вважаються більш етичними, ніж традиційні корпорації, оскільки їм краще вдається узгоджувати інтереси всіх зацікавлених осіб, а не тільки акціонерів. Відміни між двома типами організацій «четвертого сектору» представлені на рис.13. 2.

	Державний сектор	«Четвертий сектор»		Корпоративний сектор
	Держава	Державно-орієнтовані організації	Корпоративно-орієнтовані організації	Корпорації
Приклади		Підприємства, що фінансуються державою	Корпорації суспільної вигоди (Benefit corporation)	
Домінанти створення вартості	Етичність (служувати суспільству)	Бути більш ефективними, ніж держава	Бути більш етичними, ніж корпорації	Результативність (служувати власникам)
Підзвітність	Електорат	Державне регулювання, Бюрократизм, Регулятори	Звітування суспільству, Зовнішнє оцінювання	Ринок

Рисунок 13.2. - Відміни між державно-орієнтованими організаціями та корпоративно-орієнтованими організаціями

У сучасній міжнародній практиці існує декілька моделей корпоративної соціальної відповідальності, що мають виражену географічну ознаку, соціально-економічні, правові та культурні особливості.

Існують такі моделі соціального партнерства:

— Європейська – держава бере активну участь у соціально-трудоій сфері на всіх її рівнях. Характерна для Швеції, Фінляндії та інших країн;

— Американська – характеризується регулюванням соціально-трудоих відносин на рівні підприємства і в значно меншому ступені на рівні галузі або регіону. В основному держава відіграє роль законодавця і регламентатора, а не регулятора. Модель втілена в США, Японії, Канаді;

— Змішана – об'єднує риси двох попередніх різновидів. Держава в даній моделі втручається в соціально-трудоі відносини, але при цьому підприємці і профспілки зберігають автономію. Властива Німеччині, Австрії, Великобританії.

На підставі наведених моделей соціального партнерства сформувалися моделі КСВ, що притаманні певним країнам. Поділ моделей корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується на принципі поділу компаній на ті, які в добровільному порядку вирішують актуальні соціальні проблеми і ті, які змушені проводити таку політику відповідно до вимог держави. Таким чином виділяють такі форми КСВ:

— відкрита форма КСВ визначає лінію поведінки корпорації, яка призводить до прийняття ними на себе відповідальності за вирішення тих питань, в яких зацікавлене суспільство. Дана форма КСВ зазвичай зачіпає добровільні і самостійно визначені стратегії та лінії поведінки корпорації з питань, які сприймаються самою корпорацією та її стейкхолдерами як частина їх відповідальності перед суспільством;

— прихована форма КСВ визначає офіційні та неофіційні інститути країни, через які відповідальність корпорацій за суспільні інтереси узгоджена з ними або впроваджена в примусовому порядку. Прихована форма КСВ зазвичай включає в себе ті цінності, норми і правила, які часто ведуть до

обов'язкових вимог щодо корпорацій в питаннях, які суспільні, політичні та економічні інтереси країни розглядаються як належні та обґрунтовані обов'язки юридичних осіб.

13.3 Аналіз корпоративної соціальної відповідальності

Наслідком багатоаспектності та складності прояву корпоративної соціальної відповідальності є те, що не існує єдиного трактування суті корпоративної соціальної відповідальності бізнесу ні у вітчизняній, ні в зарубіжній літературі

Уже в 1970-х роках у міжнародній практиці поняття КСВ дещо розширюється і починає використовуватися для визначення добровільних зобов'язань, які компанія бере на себе для підвищення якості роботи та життя не тільки своїх працівників, а також суспільства та навколишнього середовища.

Відповідно до класифікації Ф. Котлера соціально-відповідальну діяльність організації можна звести до шести основних ініціатив:

— благодійні справи - залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога в зборі коштів, залучення учасників та волонтерів;

— благодійний маркетинг - зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу;

— корпоративний соціальний маркетинг - підтримка кампаній покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища;

— корпоративна філантропія - пожертвування безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та / або товарів і послуг;

— волонтерська робота в інтересах суспільства - підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;

— соціально-етичні підходи до ведення бізнесу - впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

КСВ – це добровільна або передбачена законом соціально орієнтована діяльність організації, спрямована на довгострокову перспективу, що у разі доцільного, продуманого впровадження забезпечує покращення іміджу компанії, її фінансових показників та сприяє сталому розвитку суспільства.

Таблиця 1.1 – КСВ у розумінні різних авторів

Автор	Визначення КСВ
Форум відповідального (Україна) соціально бізнесу	відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
Європейський корпоративної відповідальності Альянс соціальної	концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами
Міжнародна організація праці	це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону
Конфедерація роботодавців України	добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально-спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища
Лорд Холм і Річард Уаттс	це постійна прихильність бізнесу щодо ведення справ на засадах етики і вносити свій внесок в економічний розвиток, в той же час покращуючи якість життя своїх працівників та їх сімей і суспільства в цілому
Найл Фіцджеральд	корпоративна соціальна відповідальність є безкомпромісним бізнес-рішенням. Не тому, що це хороша практика, а тому, що люди змушують нас зробити це, тому що це добре для нашого бізнесу
Джим Райлі	зобов'язання, за яким передбачено законом, для бізнесу – переслідувати довгострокові цілі, які корисні для суспільства
із «Зеленої книги» ЄС	це концепція, за якою організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та навколишнє середовище

Основні принципи корпоративної соціальної відповідальності :

- налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;
- отримання репутації надійної організації, яка відповідально відноситься до соціальних та екологічних проблем;
- орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності;
- прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок;
- новаторство, безперервне удосконалення;
- формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили

13.4 Міжнародний досвід розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності

У світовій практиці накопичений певний досвід у сфері корпоративної соціальної відповідальності. В останні роки у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ), що розуміється як «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі».

В Європі становлення КСВ відбулося пізніше ніж США, та Канаді — у 1995 р. була сформована мережа євро бізнесу, яка розповсюджувала та популяризувала принципи корпоративної соціальної відповідальності. Вона офіційно була рекомендованою для впровадження у 2000 р. на Лісабонському європейському саміті.

Основна роль КСВ в Європейському Союзі полягає у підтримці сталого розвитку компаній, що призведе до покращення ситуації на ринку праці, а також якості продуктів і послуг, що надаються компаніями.

Основні розбіжності у ставленні до концепції корпоративної соціальної відповідальності у США та країнах Європи формуються під впливом ментальних особливостей та визначаються на рівні відносин розподілу сфер впливу та відповідальності між державою, суспільством та бізнесом.

Нині в Європі активно обговорюється питання конкурентної переваги соціально відповідальних компаній. Достатньо цікавим прикладом є порівняння конкурентоспроможності США та Данії. Обидві країни вважаються конкурентоспроможними країнами світу. Проте, це конкурентоспроможність різного типу: датські компанії вважаються значно соціально більш відповідальними, ніж американські, вони працюють у жорсткіших регуляторних умовах, у країні, яка активно пропагує сталий розвиток. Данія приділяє багато уваги підтримці КСВ, своїм досвідом вона зацікавлює міжнародних партнерів, тому що 96,8 % датських підприємств є малими або середніми, та не дивлячись на це, рівень реалізації корпоративної соціальної відповідальності є дуже високим. Країна має спеціальний урядовий орган з питань КСВ, урядову програму, саме Данія ініціювала розробку та тестування міжнародного стандарту з КСВ — ISO 26 000.

Контрольні питання

1. Що таке "фінансова політика", "фінансова стратегія" та "фінансова тактика"?
2. Які органи державної влади та управління розробляють та реалізують фінансову політику?
3. У яких законодавчих актах знаходить відображення сучасна фінансова політика уряду України?
4. Назвіть найважливіші умови ефективності проведення фінансової політики. Наведіть приклади.
5. На основі літературних джерел з історії фінансів проаналізуйте, як змінювалася фінансова політика на окремих етапах розвитку країни?
6. Які основні напрямки сучасної фінансової політики України?

7. У чому суть податкової реформи, яка проводиться в Україні?
8. Які основні фінансові аспекти довгосторокової програми розвитку «Україна 2010»?
9. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств
10. Модель соціалізації фінансів під впливом парадигми сталого розвитку
11. Аналіз корпоративної соціальної відповідальності
12. Міжнародний досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності

Література

1. "Ашан" и СКМ выиграли в конкурсе социально-ответственных практик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/ashan-i-skm-vyigrali-v-konkurse-socialno-otvetstvennyh-praktik-170079/>.
2. Introduction to CSR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tutor2u.net/business/strategy/corporate-social-responsibility-introduction.html>.
3. Визначення: корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-ta-ender.html>.
4. Конфедерація роботодавців України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.conf.eu.org/ua/home.html>.
5. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: Стан та перспектива розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uniter.org.ua/data/block/research_ukr_final.pdf.
6. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview/188-что-takoe-sob-kso.html>.

Лекція 14

Оцінювання ефективності соціальної відповідальності

14.1 Методи та процедури оцінювання ефективності програм СВ

14.2 Методи оцінювання ділової репутації соціально відповідальної компанії.

14.3 Соціальний аудит. Збалансована система показників. Концепція потрібного результату.

14.1 Методи та процедури оцінювання ефективності програм СВ

Існують декілька основних підходів науковців та практиків до реалізації соціальної відповідальності бізнесу, а саме: неприйняття цієї концепції, декларативний, комерційний, альтруїстичний та комплексний підходи. При комерційному підході соціальні витрати підприємництва трактуються як соціальні інвестиції та розглядаються з точки зору економічної привабливості, зростання прибутковості, набуття конкурентних чи інших переваг для підприємницької установи.

Для адекватної якісної оцінки соціально-відповідальної поведінки бізнесу розроблено 12 показників, що дають більш повну характеристику соціальних інвестицій підприємництва. Вони об'єднані у три групи. Перша група характеризує інституційне оформлення соціальної політики бізнесу та включає такі ознаки:

- нормативна централізація соціальної відповідальності бізнесу (наявність спеціального документа, в якому зафіксовані основні напрямки соціальної політики компанії);
- організаційна централізація соціальної відповідальності бізнесу (наявність спецвідділу, відповідального саме за соціальні проекти);
- нормативні засади соціальної політики підприємств (наявність колективного договору).

Друга група показників дає можливість оцінити облік соціальних заходів бізнес-установ та включає такі параметри:

- наявність фінансової звітності підприємств, що відповідає міжнародним стандартам та складається щорічно;
- застосування звітів з СВБ міжнародного зразка;
- оцінка ефективності здійснених соціальних вкладень;
- інформування суспільства про рівень своєї соціальної відповідальності.

Показники третьої групи характеризують ступінь комплексності соціальних інвестицій бізнесу та дають можливість виявити надмірну концентрацію фінансування на окремих напрямках соціальної політики. До них входять:

- інвестиції у розвиток персоналу;
- охорона праці і здоров'я найманих працівників;
- екологічність процесу виробництва та продукції, ресурсозберігаючі технології;
- дотримання принципів добросовісної ділової практики і чесної конкуренції;
- розвиток та підтримка місцевого населення.

На основі зазначених показників розраховуються часткові і загальні індекси соціальних інвестицій бізнесу, а саме: якісний індекс соціальних інвестицій для і-ої компанії (IK_i), якісний індекс соціальних інвестицій для j-ої ознаки (IK_j), загальний якісний індекс соціальних інвестицій ІК. Вони приймають значення від 0 % до 100 %. Чим більш близький показник до 100 %, тим більш якісною та виваженою є соціальна політика обстежених підприємств.

Рівень комплексності СВБ певного підприємства оцінюють за допомогою якісного індексу соціальних інвестицій і-ої компанії (IK_i), який розраховується за формулою 14.1:

$$IK_i = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \cdot 100\% \quad (14.1)$$

де X_{ij} - змінна, що приймає значення 1, якщо j -й параметр наявний у i -ого підприємства, та приймає значення 0, якщо відсутній;

i – кількість підприємств, що обстежуються;

m – кількість параметрів, за якими оцінюються соціальні інвестиції.

Якісний індекс соціальних інвестицій для j -ої ознаки (IK_j) покликаний відповісти, наскільки характерною для досліджуваної вибірки підприємств є певна ознака. Він розраховується за формулою 14.2:

$$IK_j = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) \cdot 100\%, \quad (14.2)$$

де n – кількість підприємств, що досліджуються.

Для оцінки рівня комплексності соціальних інвестицій статистичної вибірки підприємств у цілому використовується загальний якісний індекс соціальних інвестицій IK . Він розраховується за формулою 14.3:

$$IK_j = \left(\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \cdot 100\%. \quad (14.3)$$

Однак оцінка соціальних інвестицій бізнесу лише за допомогою якісних індексів не дає повного уявлення про їх реальний стан та має ряд недоліків:

1. Врахування наявності певної ознаки соціальної відповідальності підприємства не дає відповіді про масштаби її розвитку. Так, наприклад, дві компанії розвивають місцеву громаду, але одна безсистемно та рідко, а інша залучає для цього велику кількість ресурсів і має власну стратегію їх витрачання. При цьому під час оцінювання за допомогою якісних індексів обидві компанії будуть оцінені позитивно.
2. В якісних індексах не враховуються важливість та значення кожної ознаки.
3. Не оцінюється якість процесу інвестування (системність, відсутність затримок по платежах тощо).
4. Не оцінюється якість відносин із зацікавленими сторонами.

5. Не коректною є оцінка за якісними індексами сукупності підприємств малого та великого бізнесу, оскільки вони мають різний характер та напрямки соціальної відповідальності.

Більше інформації про масштаби та результативність соціальної відповідальності підприємництва дає оцінка за допомогою кількісних індексів соціальних інвестицій. Вони можуть застосовуватись як для одного підприємства (для оцінки соціальних інвестицій за певний період), так і для сукупності підприємств: на мезорівні (для аналізу й порівняння соціальних інвестицій окремих регіонів держави та галузей економіки), на макрорівні (для оцінки соціальних інвестицій підприємницького сектору економіки та аналізу їх динаміки).

У науковій літературі виділяється три різновиди кількісного індексу соціальних інвестицій. Перший з них індекс питомих соціальних інвестицій, який показує об'єм соціальних інвестицій, що припадає на одного робітника

$$CI_{\text{нит}} = CI / \text{ЧП} \quad (14.4)$$

де CI – загальний об'єм соціальних інвестицій, ЧП – чисельність персоналу. Другий індекс – частка соціальних інвестицій у загальному обсязі – продажів, – розраховується за формулою 14.5:

$$CI_{\text{ЗОП}} = CI / \text{ЗОП} \quad (14.5)$$

де ЗОП – загальний обсяг продажів.

Співвідношення соціальних інвестицій та загального обсягу прибутку до оподаткування – третій кількісний індекс. Він розраховується таким чином:

$$CI_{\text{ЗОПприб}} = CI / \text{ЗОПприб} \quad (14.6)$$

де ЗОПприб – загальний обсяг прибутку підприємств до оподаткування.

Слід зазначити, що під час застосування методики для макроекономічного аналізу соціальних інвестицій виявляється ряд її недоліків, які потребують усунення. Так індекс питомих соціальних інвестицій, який показує об'єм СІ, що припадають на одного робітника, характеризує лише внутрішній вимір соціальної відповідальності, спрямований на персонал. Для більш об'ємної характеристики слід оцінити як внутрішній, так і зовнішній прояви СВБ (направлений на суспільство). Тому, крім зазначеного показника, слід ввести кількісний індекс, який показує обсяг соціальних інвестицій, що припадає на 1 жителя країни. Формула для його розрахунку така:

$$CI_{\text{чол}} = CI / K_{\text{Нас}}, \quad (14.7)$$

де $K_{\text{Нас}}$ – кількість населення країни.

Крім того, важливо оцінювати динаміку соціальних інвестицій бізнесу у структурі внутрішнього валового продукту країни. ВВП є одним з найважливіших показників розвитку економіки країни. Розрахунок відношення соціальних інвестицій до ВВП, здійснений за декілька співставних періодів, дасть змогу оцінити, що розвивається швидшими темпами – економіка країни чи соціальні інвестиції. Формула для таких розрахунків така:

$$CI_{\text{зольув}} = CI / \text{ВВП} \quad (14.8)$$

де ВВП – обсяг валового внутрішнього продукту країни.

Крім того, на нашу думку, дуже показовим у випадку макроекономічного дослідження є визначення обсягу соціальних інвестицій бізнесу, що припадає на 1 підприємство (організацію), що здійснюють свою діяльність на території країни:

$$CI_{\text{підпр}} = CI / K_{\text{ПО}} \quad (14.9)$$

де $K_{\text{ПО}}$ – кількість підприємств і організацій країни (у випадку України – кількість суб'єктів єдиного державного реєстру підприємств і організацій).

Отже, в удосконаленому вигляді система кількісних індексів оцінки соціальних інвестицій бізнесу має вигляд, представлений у таблиці, та складається із шести показників.

Таблиця 14.1 - Кількісні індекси оцінки соціальних інвестицій бізнесу

Назва кількісного індексу	Формула для розрахунку індексу	Одиниця вимірювання
Індекс питомих соціальних інвестицій	$CI_{\text{пит}} = CI / \text{ЧП}$ де CI – загальний об’єм соціальних інвестицій, ЧП – чисельність персоналу	грн/чол.
Обсяг соціальних інвестицій, що припадає на 1 жителя країни	$CI_{\text{чол}} = CI / K_{\text{нас}}$ де $K_{\text{нас}}$ – кількість населення країни	грн/чол.
Частка соціальних інвестицій у загальному обсязі продажів	$CI_{\text{ЗОП}} = CI / \text{ЗОП}$ де ЗОП – загальний обсяг продажів	%
Співвідношення соціальних інвестицій та загального обсягу прибутку до оподаткування	$CI_{\text{ЗОПприб}} = CI / \text{ЗОПприб}$ де ЗОПприб – загальний обсяг прибутку підприємств до оподаткування	%
Частка соціальних інвестицій бізнесу у структурі ВВП	$CI_{\text{ВВП}} = CI / \text{ВВП}$ де ВВП – обсяг валового внутрішнього продукту країни	%
Обсяг соціальних інвестицій, що припадає на 1 підприємство (організацію)	$CI_{\text{підпр}} = CI / K_{\text{ПО}}$ де $K_{\text{ПО}}$ – кількість підприємств і організацій країни (у випадку України – кількість суб’єктів єдиного державного реєстру підприємств і організацій)	млн. грн/ підприємство (організацію)

14.2 Методи оцінювання ділової репутації соціально відповідальної компанії

Критерії ефективності, при досягненні яких має формуватися соціальна відповідальність: раціональне залучення, споживання та використання природних ресурсів; переважне застосування у виробництві високоекономічних ресурсозберігаючих технологій; запровадженість ефективних механізмів саморегуляції, що забезпечують автоматичне налаштування соціоекономічної системи на сталий розвиток; покращення та зміцнення здоров'я населення, продовження тривалості повноцінного життя та трудової активності; підвищення освітнього, професійного та соціально-культурного рівнів населення; високий рівень та якість життя населення у сполученні з соціальним, інтелектуальним та духовним зростанням; дотримання прав і свобод людини, наявність можливостей вибору людини в усіх сферах суспільного життя; активна діяльність об'єднань громадян у процесах переходу України до сталого розвитку; нові стратегічні орієнтири соціальної політики, орієнтованої на реалізацію вимог соціальної відповідальності, на активізацію трудової та творчої діяльності, формування людського, інтелектуального та соціального капіталу; реалізація в економічній політиці принципів інноваційності та сталості; запровадження механізмів соціальної відповідальності при реалізації принципів сталого розвитку на всіх рівнях управління (державному, регіональному, виробничому, особистісному)

До соціальних небезпек, пов'язаних із соціально безвідповідальними діями, експерти віднесли загострення демографічної кризи і вимирання нації. У вільних відповідях респонденти додатково визначили загрози, пов'язані з нерозвиненістю соціальної відповідальності: відсутність консолідуючої ідеї розвитку українського суспільства; погіршення екологічної ситуації; вплив капіталу в офшори; поширення системної корупції; деградація людського потенціалу; низький рівень політичної, економічної, технологічної безпеки; зниження соціальної, підприємницької

та громадської активності; низький рівень соціального капіталу; загальна недовіра в суспільстві; втрата духовно-моральних цінностей. Кожна країна прагне позитивно себе позиціонувати серед інших держав. Система національної безпеки характеризується певним впливом через державні інститути на формування соціальної відповідальності особистості. Їх певний вплив забезпечує безпеку особистості та становлення соціально відповідальної поведінки.

14.3 Основні етапи аудиту

Основні завдання аудиту:

- збір і аналіз документів і інформації аналіз місії та інших документів компанії, які визначають її політику (кодекс поведінки);
- інтерв'ю ключових працівників (включаючи керівництво);
- дослідження і опитування працівників з метою визначення наскільки проголошена соціальна місія досягнута в даній організації. Дослідження повинне бути передане для аналізу незалежній організації;
- огляд зовнішньої інформації про підприємство;
- оцінка розриву між поточним станом і поставленими задачами розробленим у стратегії компанії;
- інформування про результати аудита працівників і всіх зацікавлених осіб;
- коректування стратегій для подолання розриву, проведення тренінгів і навчання персоналу.

Основні етапи аудиту

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

- соціальна місія досягнута в даній організації. Дослідження повинне бути передане для аналізу незалежній організації;
- огляд зовнішньої інформації про підприємство;
- оцінка розриву між поточним станом і поставленими задачами розробленим у стратегії компанії ;
- інформування про результати аудита працівників і всіх зацікавлених осіб;
- коректування стратегій для подолання розриву, проведення тренінгів і навчання персоналу. життя працівників, впровадження заохочувальних програм та збільшення оплати праці;
- поліпшення економічних показників компанії. Зростання обсягів продажів та посилення конкурентної позиції на ринку відбуваються завдяки лояльному ставленню покупців та сприятливому відношенню до компанії громадськості.

Для оцінки ефективності реалізації СВБ стратегії компанії необхідно визначити показники, по яких може здійснюватися моніторинг і контроль соціальної діяльності компанії. Існує кілька основних груп показників: група показників соціальної відповідальності перед працівниками, виплати працівникам, плинність кадрів, проведені тренінги та результати навчання, оплата праці та умови праці в порівнянні з середньогалузевими (ринковими), понаднормові години, структура робочої сили в гендерному та віковому розрізі кількість робітників - інвалідів , кількість інцидентів на робочому місці, оцінка працівниками своєї компанії , група показників навколишнього середовища, вплив та витрати на навколишнє середовище, використання вторинної сировини, споживання енергії, утилізація відходів, кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів, група показників поведінки компанії на ринку, рекламації покупців, скарги на недобросовісну рекламу, штрафні санкції антимонопольного комітету, надання споживачам кращого сервісу, рівень задоволення споживача, кредиторська заборгованість, рівень відповідності стандартам продукції,

вплив продукції/діяльності компанії на суспільство, група показників залучення до життя громадськості, дотримання компанією прав людини, надані робочі місця, освітні і навчальні програми для громадськості, участь у стратегічному розвитку регіону, допомога в рішенні різних проблем (екологічних, охорона здоров'я та ін.), звітність компанії по соціальних програмах є невід'ємною частиною втілення СВБ, бізнес практику компаній. Ці звіти можуть бути частиною загальних річних звітів компаній, а можуть готуватися як самостійний документ. Також компанія може розміщувати їх на своїй Інтернет - сторінці.

Коньольні питання

- 1 Організаційно-економічні засади соціального управління підприємством.
- 2 Методи та процедури оцінювання ефективності програм СВ
- 3 Методи оцінювання ділової репутації соціально відповідальної компанії.
- 4 Соціальний аудит.
5. Етапи соціального аудиту
5. Збалансована система показників.
6. Які показники необхідно визначити для оцінки ефективності реалізації СВБ стратегії компанії
7. Концепція потрійного результату.
8. Організація впровадження СВБ стратегії

Список використаних джерел

1. Бондаренко А. В. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави / А. В. Бондаренко, Л. О. Омелянович // Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2009. – № 5(79). – С. 201-203.
2. Ветропрахов В. Методы оценки социальных инвестиций [Электронный ресурс] / В. Ветропрахов // Вестник ХГАЭП. – 2008. – № 4 (37). – С. 4-10. – Режим доступа: <http://www.vestnik.ael.ru/tabid/892/Default.aspx>.

3. Винников В. С. Управление социальным инвестированием в корпорациях: теоретико-методологический аспект: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Виталий Сергеевич Винников. – М., 2007. – 188 с.
4. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год [Электронный ресурс] / [А. Р. Акопян, Е. В. Балацкий, С. В. Графский и др.]; под общ. ред. С. Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 80 с. – Режим доступа: [http://www.undp.ru/download.phtml?\\$350](http://www.undp.ru/download.phtml?$350).

Лекція 15

Критерії оцінки реалізації соціальних програм

- 15.1 Корпоративна соціальна відповідальність в діяльності організацій
- 15.2 Соціальна звітність

15.1 Комплексна система моніторингу та прогнозування соціальних виплат як інноваційна соціальна технологія

Найважливішою задачею соціальної технології є виявлення закономірностей управління соціально-економічними процесами, використання їх з метою створення сприятливих умов життєдіяльності людей. Найбільш часто зустрічаються та використовуються на практиці технології стратегій управління, соціального моделювання та прогнозування, інформаційні технології тощо.

У загальному вигляді Комплексна система моніторингу та прогнозування соціальних виплат складається з трьох компонентів, які стосуються створення бази даних, здійснення моделювання і прогнозування та формування звітності (рис. 15.1)

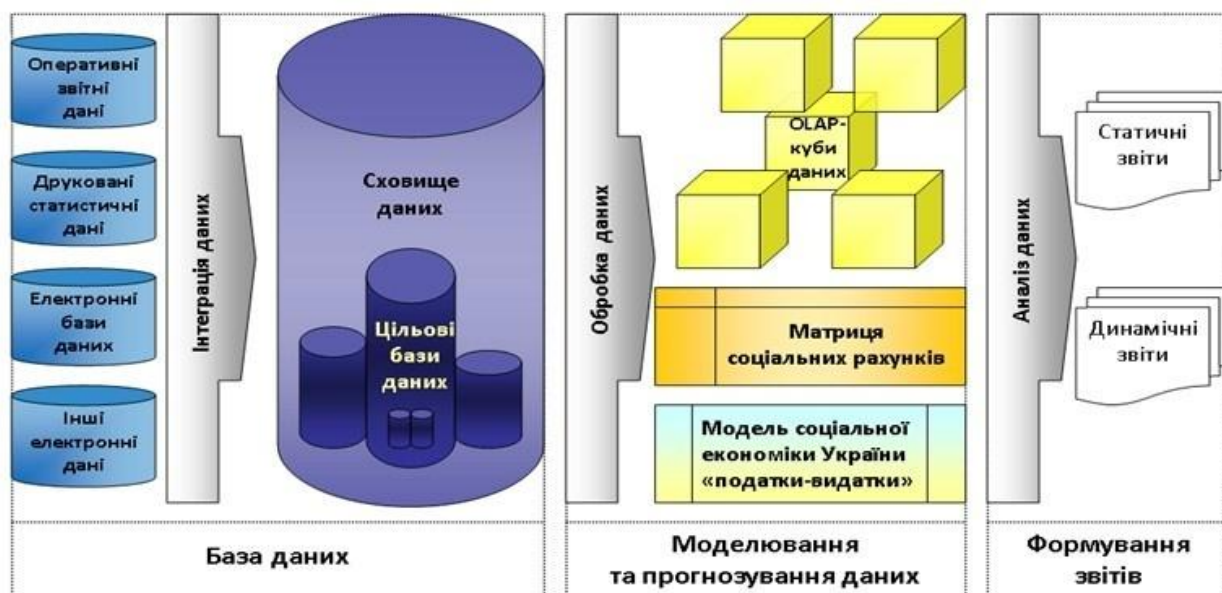


Рис. 15.1 - Організаційно-функціональна структура Комплексної системи моніторингу та прогнозування соціальних виплат

Компонент «База даних» сформовано шляхом збору та обробки вхідних даних з різномірних джерел, відмінних за формою представлення та структурною побудовою, їх інтеграції (вилучення, перетворення і завантаження) та переміщення до єдиного сховища даних за допомогою «Сервісу інтеграції даних» (SSIS) технології Business Intelligence. Зведене сховище даних призначене для зберігання всіх даних, приведених до максимального рівня їх дезагрегації (подрібнення) з метою їх подальшого використання для аналізу та прогнозування. Перевагами сховища даних, створеного в середовищі Business Intelligence, порівняно з іншими електронними базами даних є можливість швидкого отримання потрібної користувачам інформації з мінімальними витратами часу на навчання роботи з ним, а також охорона даних за рахунок обмеження доступу до інформації сторонніх осіб. Організація сховища даних здійснена відповідно до вимірного підходу, що базується на ідентифікації показників в загальній їх чисельності на основі системи його вимірів. Система вимірів використовується в базах даних, що містять значну кількість дезагредованих та закодованих показників. Сукупність вимірів показника фактично

уособлюють його сутнісне значення. Сформоване сховище даних складається з набору таблиць даних, серед яких є основні (фактичні) таблиці, що містять загальний масив інформації, та допоміжні, що містять інтерпретацію кодування різних типів вимірів, між якими визначені та закріплені взаємозв'язки.

Можливості Комплексної системи дозволяють легко побудувати будь-які аналітичні динамічні звіти відповідно до заданих параметрів. Так, на основі внесеної до бази даних інформації було автоматично побудовано графічний звіт щодо середніх розмірів державних соціальних допомог малозабезпеченим сім'ям та сім'ям з дітьми, дані якого відображають їх поступове зростання протягом 2009-2013 рр.

Комплексна система моніторингу та прогнозування соціальних виплат є сучасною інноваційною управлінською соціальною технологією, яка відповідає всім сучасним вимогам та критеріям оптимізації. Її використання органами державного управління в процесі розробки та впровадження заходів соціальної, фінансової та економічної політики дозволяє оперативно їх оцінювати, зокрема здійснювати:

- комплексний аналіз стану соціальної сфери загалом та окремих її частин, а також моніторинг соціальних процесів;
- аналіз бюджетних асигнувань на різноманітні соціальні виплати, пільги та послуги, кількості та контингенту фактичних і потенційних одержувачів виплат, пільг та послуг, середніх розмірів виплат та загальних обсягів фінансування;
- прості і складні прогнозні та симуляційні розрахунки та формувати сценарії розвитку сфері соціальних виплат у коротко- та середньостроковій перспективі;
- підготовку статичних чи динамічних аналітичних звітів.

15.2 Соціальна фінансова звітність

Соціальна або нефінансова звітність - це звіти компаній, що включають інформацію не тільки про результати економічної діяльності, але соціальні та екологічні показники. Вона є публічною і розглядається як інструмент інформування різних стейкхолдерів компанії (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів і суспільства) про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності. Поняття соціальної звітності з'явилося недавно. Якщо річні фінансові звіти випускаються вже приблизно 150 років, то сама ідея випуску нефінансових звітів виникла років 20 тому: великі корпоративні скандали змусили компанії замислитися про те, як піднести громадськості свій бізнес в кращому світлі. Наприклад, компанія Nike випустила свій звіт, в якому приділила особливу увагу питанням охорони праці, після скандалу з використанням нею дитячої праці в підрозділах у Південно-Східній Азії.

Нефінансова звітність (соціальна звітність, звітність зі сталого розвитку) – це документально оформлена сукупність даних компанії, що відображає середовище її існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства.

За визначенням Глобальної ініціативи зі звітності термін “звітність зі сталого розвитку” означає звітність, що охоплює одночасно економічні, екологічні та соціальні аспекти діяльності підприємства. Нефінансова звітність є інструментом соціальної відповідальності бізнесу. У свою чергу, соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це концепція, згідно з якою компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами.

У звіті повинна бути присутня наступна інформація:

- для клієнтів (про продукцію і послуги);
- для співробітників (гарантія зайнятості та охорони здоров'я);

- для місцевої громади (фінансові показники, вплив на зовнішнє середовище, кількість створених робочих місць, інвестиції та інше);
- інформація для широкої громадськості (штрафи, стягнені з компанії, нагороди, і т.і.

Переваги нефінансової звітності тісно пов'язані з вигодами від ведення бізнесу, формує довіру до компанії з боку різних груп впливу, зокрема, для працівників компанії така звітність є значним стимулом і доказом статусності роботи, роз'яснюючи соціальну вагу їх роботи, сприяє формуванню іміджу відповідального роботодавця серед молодих спеціалістів.

Наявність нефінансової звітності поряд із фінансовою дозволяє зацікавленим особам отримувати інформацію про соціальні та екологічні аспекти діяльності компанії в комплексі з інформацією про економічні результати. Це дозволяє ефективно оцінювати ризики бізнесу (зокрема довгострокові), що стає важливим фактором оцінки діяльності компаній з боку акціонерів, інвесторів та кредиторів. Наявність нефінансової звітності за певних умов може збільшити капіталізацію компанії, зменшити вартість фінансового ресурсу або продовжити термін залучення фінансових ресурсів. Як і у випадку фінансової звітності, зручність використання інформації вимагає її зведення в окрему публікацію – нефінансовий звіт. Інформація про проекти та програми у сфері соціальної відповідальності бізнесу може бути розміщеною на вебсторінці компанії, але лише окремий звіт дозволяє використовувати таку інформацію у зведеному вигляді, зіставляти її з даними інших компаній та аналізувати внутрішню динаміку.

Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана в різних форматах:

- звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору;
- звіту зі сталого розвитку, підготовленого за вимогами Глобальної ініціативи зі звітності;

– окремого соціального звіту за показниками, визначеними компанією.

Зважаючи на недовгу історію нефінансового звітування українські компанії обережно підходять до розкриття інформації про нефінансові аспекти своєї діяльності. Звіти значно відрізняються як за обсягом наданої інформації, так і за глибиною розкриття інформації.

Найпоширенішими аспектами нефінансового звітування в Україні є: умови праці та розвиток людського капіталу, збереження і відтворення довкілля, доброчинність і благодійництво, співпраця з місцевими громадами

Усі компанії, що здійснюють соціальне звітування, значну увагу приділяють сфері розвитку людського капіталу. Більшість проаналізованих компаній подає опис або хоча б згадку про участь своїх працівників у різноманітних тренінгах та програмах підвищення кваліфікації; у багатьох розроблена і прийнята об'єктивна система оцінки ефективності роботи та мотивації персоналу; розкрито інформації про різноманітні соціальні вигоди для своїх працівників, гідне ставлення до них, створення безпечних умов праці.

Соціальний звіт

Одним з принципів соціально відповідального бізнесу є підзвітність. Кращим інструментом, який інформує заінтересованих сторін про вплив компанії на сталий розвиток суспільства та демонструє її прихильність принципам соціальної відповідальності, є соціальна звітність.

На сьогоднішній день існує цілий ряд авторитетних методик, які визначають поняття «соціальна звітність» та принципи її складання.

Всесвітня бізнес-рада зі сталого розвитку (WBCSD) називає соціальною звітністю добровільну презентацію інформації про соціальну, економічну та екологічну результативність компанії, яка стандартизує цю інформацію відповідно до однієї з систем показників результативності та надає її в публічному доступі всім заінтересованим сторонам.

Деякі країни перетворили корпоративну соціальну відповідальність та звітність в ефективний інструмент державної політики. Відповідне законодавство існує в Данії, Швеції, Норвегії, Голландії, Франції, Великобританії, Канаді, де великі компанії зобов'язані щорічного оприлюднювати свої соціальні звіти. Понад 3000 великих європейських корпорацій щорічно оприлюднюють соціальні звіти про те, що вони зробили впродовж року на користь своїх заінтересованих сторін.

Корпоративний соціальний звіт – це публічний інструмент інформування акціонерів, працівників, партнерів, клієнтів та громадськості про те, в який спосіб, як і якими темпами компанія реалізує закладені у своєму стратегічному плані цілі щодо економічної та екологічної стабільності, а також соціального добробуту, про реалізовані протягом року внутрішні та зовнішні соціальні проекти.

Звіти, в яких компанії представляють свої досягнення від впровадження принципів соціальної відповідальності, інформують заінтересованих сторін про проведення соціальних програм і проектів та про ефективне управління нематеріальними активами, можуть називатися по різному: соціальний звіт, нефінансовий звіт, звіт про прогрес, корпоративний соціальний звіт, корпоративний звіт в галузі сталого розвитку. Головне те, що компанія має свою соціальну позицію та вимірює свою роль у сталому розвитку.

Частіше за все в якості орієнтирів для складання соціальних звітів використовуються такі міжнародні стандарти:

– Стандарт ISO 14000. В 1992 році Британський інститут стандартизації розробив стандарт в галузі систем екологічного менеджменту, який у 1996 році став основою для впровадження Міжнародною організацією із стандартизації (International Organization for Standardization) серії стандартів екологічного менеджменту. Ця серія стандартів допомагає компаніям ефективно вирішувати екологічні питання, проводити моніторинг

та впроваджувати процедури виміру прямого чи непрямого впливу на оточуюче середовище;

– Стандарт SA 8000 був розроблений в 1997 році Агентством з акредитації Ради з економічних пріоритетів (Council on Economic Priorities Accreditation Agency). Цей стандарт встановлює нормативи поведінки роботодавця відносно до своїх працівників;

– Стандарт AA 1000 (AccountAbility) був розроблений в 1999 році Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical AccountAbility). Дотримання цього стандарту передбачає взаємодію всіх заінтересованих сторін – інвесторів, кредиторів, співробітників, постачальників, споживачів, експертів, громадських організацій та державних структур з компанією, яка в свою чергу враховує їх думки при аналізі своєї діяльності. Згідно вимог цього стандарту основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація заінтересованих сторін, уточнення цінностей та завдань компанії), звітність (з'ясування актуальних питань, визначення індикаторів оцінки, збір та аналіз інформації), підготовка звіту та проведення аудиту зовнішньою організацією;

– Стандарт GRI (Global Reporting Initiative) – Некомерційна організація «Глобальна ініціатива зі звітності» в 2000 році підготувала першу версію «Рекомендацій зі звітності в галузі сталого розвитку» ("Sustainability Reporting Guidelines") на базі стандарту, який був розроблений Коаліцією за екологічно відповідальний бізнес (1997). Стандарт GRI весь час удосконалюється. Зараз діє третя його версія G3. В основу Рекомендацій покладена концепція сталого розвитку. Рекомендації містять набір критеріїв, на яких будується звітність з економічної, екологічної та соціальної результативності компанії.

Вибір компанії найбільш підходящого стандарту звітності залежить від її потреб. Рекомендації GRI сприяють підвищенню конкурентоспроможності компанії в галузі залучення інвестиції та участі в тендерах міжнародних організацій. Стандарт AA 1000 носить універсальний характер і підходить

більше для компаній, діяльність яких суттєво впливає на суспільство. Стандарт SA 8000 орієнтований на дотримання трудового законодавства та більш підходить для компаній, які хочуть отримати державне замовлення. Всі ці системи стандартів рухаються до взаємної згоди та уніфікації.

Спочатку в США та Європі соціальна звітність народжувалася як рух на користь інвесторів для запевнення їх в підвищенні вартості компаній та вміння управляти ризиками. Інвестиційні фонди США та Великобританії при формуванні своїх портфелів стали враховувати рівень соціальної відповідальності компаній-емітентів цінних паперів. З'явилися фондові індекси для соціально орієнтованих компаній. Серед них:

Індекс сталого розвитку Доу Джонса

В міжнародній практиці з 1999 року застосовується цільовий орієнтир в галузі розрахунку вартості акціонерного капіталу для оцінки фінансової діяльності компаній, що є міжнародними лідерами сталого розвитку – це індекс глобальної сталості Dow Jones Sustainability World Index (DJSI). Річний огляд компаній, які відповідають критеріям цього індексу, базується на ретельній оцінці економічних показників, показників впливу на навколишнє середовище та соціальної діяльності, враховують питання корпоративного управління, зміну ділового клімату, стандартів в галузі поставки та умов праці.

Індекси FTSE4Good

Серія індексів із соціально відповідального інвестування FTSE4Good, які розробили спільно Лондонська фондова біржа та британська газета Financial Times отримали велике світове визнання. Вони охоплюють такі сфери діяльності: забезпечення екологічної стійкості, створення позитивної взаємодії з заінтересованими сторонами та захист і підтримка прав людини.

Контрольні питання

1. Що таке нефінансова звітність і хто в ній зацікавлений?
2. Які стандарти підготовки нефінансового звіту?

3. Скільки раз на рік компанія готує нефінансовий звіт?
4. Для чого компанії готують нефінансові звіти?
5. Коли з'явилась нефінансова звітність?
6. Охарактеризувати Стандарт ISO 14000
7. Індекс сталого розвитку Доу Джонса
8. Організаційно-функціональна структура Комплексної системи моніторингу та прогнозування соціальних виплат

Літкратура

- 1 Філіп Жан-Марк. Підтримка розробки середньострокової стратегії для поліпшення системи соціальних виплат: Звіт про виконання завдання. – Київ. – 2010. – 11-27 травня.
- 2 Філіп Жан-Марк. Підтримка розробки середньострокової стратегії для поліпшення системи соціальних виплат: Звіт про виконання завдання. – Київ. – 2010. – 11-27 травня

Лекція 16

Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні

16.1 Формування та розвиток соціальної відповідальності

16.2 Місце та роль соціальних інвестицій в системі соціальної відповідальності в Україні.

16.3 Напрями розвитку СВ

16.1 Формування та розвиток соціальної відповідальності

Задача компаній – додержуватися чинних законів про працю та охорону довкілля. Важливість систем управління діяльністю з охорони довкілля, таких як ISO14001, для українських компаній зростає, тому що вони отримують доступ до міжнародних ринків, тоді як соціальні стандарти, такі як SA8000, ще не настільки помітні в Україні. Знедавна увага, яка приділяється до сфери соціальної відповідальності в Україні, почала зростати – і вона продовжить зростати в майбутньому. Проте, ступінь інтеграції СВБ у

основні бізнесові функції ще дуже низька. Справжній виклик для українських компаній – перетворити СКВ у стратегію свого бізнесу, а також у щоденну практику.

Ситуація в Україні показує, що впровадження законодавства, пов'язаного з СВБ, є ключовою проблемою. Якщо закони не працюють на практиці (зазвичай через так звані „економічні” чинники

16.2 Місце та роль соціальних інвестицій в системі соціальної відповідальності в Україні.

Світова спільнота визначила соціальну відповідальність найбільш впливовим важелем на шляху впровадження сталого розвитку та забезпечила її правове оформлення через міжнародні стандарти ISO-26000, ISO 14000, ISO 9001:2000

Соціальна відповідальність має різний ступінь сприйняття, розуміння, змістовної наповненості, механізмів формування та реалізації залежно від її суб'єктів, рівнів та сфери застосування.

Соціальна відповідальність влади має формуватись як політична культура – зростання почуття відповідальності за результати своєї діяльності у середовищі представників влади та управління. Для реалізації системних змін у сфері державного управління та підвищення соціальної відповідальності влади вжито ряд заходів щодо структурної реорганізації цієї системи центральних органів виконавчої влади та оптимізації державного апарату відповідно до функціонально-галузевого принципу побудови системи, запроваджено нову класифікацію підпорядкованих Кабінету Міністрів України центральних органів виконавчої влади (міністерств, державних служб, державних агентств, державних інспекцій), змінено їх функції, передбачено скорочення кількості центральних органів виконавчої влади та кількості державних службовців у них. Наступним етапом модернізації має стати реформування публічного управління в напрямі наближення його до світових стандартів як з теоретико-правової, так і з

організаційної точки зору, що включає: чітке визначення ідеології реформи, насамперед у взаємовідносинах людини та держави, що має забезпечити наповнення структур влади професійними, некорумпованими управлінцями, відповідальними за свою діяльність; реформування органів публічного управління шляхом належного правового забезпечення процесу. Зокрема, це прийняття відповідних законів, що нададуть реформі системності та комплексності: законів України «Про міністерства та інші центральні органи виконавчої влади», «Про державну службу» (нова редакція), «Про адміністративні послуги», «Про правила професійної етики на публічній службі та запобігання конфлікту інтересів», Адміністративно-процесуального кодексу України; розроблення та реалізація нових моделей публічного управління. Зокрема, має бути створено раціональну та стабільну систему органів виконавчої влади не лише на центральному, але і на місцевому рівні; здійснено ефективний розподіл функцій і повноважень між органами публічної влади; нормативно-правове забезпечення в Україні, що забезпечить відповідний рівень відкритості суспільно важливої інформації для громадян. Запровадження європейських норм відкритості є одним із реальних кроків нашої держави у євроінтеграційному процесі. Принцип відкритості інформації означає, що основним джерелом інформації про діяльність держави має бути сама держава. У США, наприклад, до 60% інформації про діяльність держави продукується державними органами, що підвищує соціальну відповідальність конкретного представника влади; підвищення ефективності державного управління шляхом реформування державної служби та виконавчої влади.

16.3 Напрями розвитку СВ

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу та партнерських відносин місцевої влади з бізнесом стосовно стимулювання місцевої економічної ініціативи та реалізації стратегічних завдань соціальної політики на місцевому рівні визначено стратегічними пріоритетами вдосконалення

політики регіонального розвитку в Україні на період 2013-2014 рр. Уперше наголошено на особистій соціальній відповідальності представника влади, підвищенні самостійності особи, відповідальної за свої дії. Для цього потрібне нормативне закріплення обов'язків органів виконавчої влади з імплементуванням такого механізму реалізації державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства контролю за її виконанням, як щорічні плани і звіти всіх органів виконавчої влади щодо реалізації цієї політики, та їх оприлюднення. Зазначені норми створюватимуть ефективний механізм реалізації державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства, забезпечать належне планування та моніторинг відповідної діяльності органів виконавчої влади з визначенням меж особистої соціальної відповідальності. Програмою економічних реформ визначено, що в умовах, коли джерела швидкого зростання вичерпано, єдиний шлях виходу України на траєкторію сталого розвитку – це рішучі та всеосяжні реформи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності економіки. Реформи будуть спрямовані на побудову сучасної, стійкої, відкритої та конкурентоспроможної у світовому масштабі економіки, формування професійної та ефективної системи державного управління, зрештою – на підвищення добробуту українських громадян. Програма охоплює широкий набір стратегічних перетворень, серед яких виокремлено пріоритетний напрям «підвищення ефективності державного управління шляхом реформування державної служби й виконавчої влади», для реалізації якого необхідне встановлення відповідальних осіб з метою контролю за здійснення реформ та координацію дій між державними органами, а також для гарантованого виконання державою своїх соціальних зобов'язань за рахунок їх соціальної відповідальності. Реформування має бути розширення прав територіальних громад, децентралізація влади через новий розподіл повноважень між органами державної влади та місцевого самоврядування.

Контрольні питання

- 1 Формування та розвиток соціальної відповідальності
- 2 Місце та роль соціальних інвестицій в системі соціальної відповідальності в Україні.
3. Регламентація державних настанов щодо формування та реалізації соціальної відповідальності в Україні
- 4 Джерела формування інвестиційних ресурсів.
- 5 Напрями розвитку СВ
6. Оцінка прийомів, що перешкоджають переходу системи господарювання на принципи сталого розвитку на підприємницькому рівні
7. Які напрями дослідження щодо соціальної відповідальності ?
8. 2 Соціальні інвестиції - шляхетність вашого бізнесу

Література

1. Бондаренко А. В. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави / А. В. Бондаренко, Л. О. Омелянович // Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2009. – № 5(79). – С. 201-203.
2. Ветропрахов В. Методы оценки социальных инвестиций [Электронный ресурс] / В. Ветропрахов // Вестник ХГАЭП. – 2008. – № 4 (37). – С. 4-10. – Режим доступа: <http://www.vestnik.ael.ru/tabid/892/Default.aspx>.
3. Винников В. С. Управление социальным инвестированием в корпорациях: теоретико-методологический аспект: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Виталий Сергеевич Винников. – М., 2007. – 188 с.
4. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год [Электронный ресурс] / [А. Р. Акопян, Е. В. Балацкий, С. В. Графский и др.]; под общ. ред. С. Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 80 с. – Режим доступа: <http://www.undp.ru/download.phtml.350>

Опорный конспект лекций по дисциплине «Социальная ответственность»
для студентов, обучающихся по специальности 6.03050901 «Учет и аудит» / НТУ ХПИ Авт.-сост.: И.А.
Юрьева]. - Х.: Изд-во НТУ ХПИ, 2016. - 118 с.
Поз. 69