

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**Н. В. Бібік**

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

*(для студентів усіх форм навчання спеціальностей*

*051- Економіка,*

*071 – Облік і оподаткування)*

**Харків  
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова  
2019**

**Бібік Н. В.** Соціальна відповідальність: конспект лекцій для студентів усіх форм навчання за спеціальностями 051 – Економіка та 071 – Облік і оподаткування / Н. В. Бібік ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с.

Автор

канд. екон. наук, доц. Н. В. Бібік

Рецензент

**Н. М. Матвєєва**, кандидат економічних наук, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

*Рекомендовано кафедрою економіки підприємств, бізнес-адміністрування і регіонального розвитку, протокол № 1 від 28.08.2019.*

© Н. В. Бібік, 2019

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019

## ЗМІСТ

|  |    |
|--|----|
| Вступ  | 4  |
| Змістовний модуль 1 Соціальна відповідальність як засаднича стратегія взаємодії держави, бізнесу, суспільства, людини..... | 6  |
| Тема 1.1 Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку.   | 6  |
| Тема 1.2 Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства.....  | 10 |
| Тема 1.3 Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.....                   | 16 |
| Тема 1.4 Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.....                      | 25 |
| Тема 1.5 Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.....               | 35 |
| Змістовий модуль 2 Формування ефективного розвитку соціальної відповідальності.....  | 41 |
| Тема 2.1 Екологічна компонента соціальної відповідальності.....  | 41 |
| Тема 2.2 Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.....                                   | 50 |
| Тема 2.3 Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності....  | 55 |
| Тема 2.4 Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.....  | 62 |
| Список джерел.....   | 69 |

## ВСТУП

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

**Основними завданнями** вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність» є вивчення теоретичних положень і практики взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови стійкого розвитку суспільства.

**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 діяльності підприємства;
- нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;
- моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури;
- критерії, показники та методику оцінювання соціальної відповідальності;
- особливості вияву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях;
- сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців;
- сутність, складові та пріоритети розвитку соціально відповідальної політики стосовно співпрацівників підприємства;

– екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;

– сутність, структуру, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності.

***вміти:***

– формувати механізм управління соціальною відповідальністю;

– формувати ефективну взаємодію роботодавців зі співробітниками на засадах соціальної відповідальності;

– формувати відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності;

– визначати напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності;

– посилювати соціальну відповідальність суб'єктів суспільного розвитку через соціальне партнерство;

– здійснювати моніторинг соціальної відповідальності;

– оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності;

– розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності.

***мати компетентності:***

– здійснювати обґрунтування значення взаємодії основних економічних агентів у реалізації концепції сталого розвитку;

– розробляти оптимальну систему розвитку корпоративної соціальної відповідальності;

– приймати рішення по визначенню дій у сфері захисту довкілля;

– здійснювати оцінку реальних досягнень соціальної відповідальності у всіх сферах господарської діяльності держави.

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСАДНИЧА СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА, ЛЮДИНИ

## Тема 1.1 Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку

В останні роки в світі і багатьох країнах чітко проявилися тенденції переходу до більшої стійкості з урахуванням інтересів майбутніх поколінь. Найбільш концентровано нові глобальні виклики для екологічної політики та основні напрямки економічної трансформації відображені в трьох заключних документах Конференцій ООН, прийнятих в Ріо-де-Жанейро (червень 2012 року), Нью-Йорку (вересень 2015 г.), Парижі (грудень 2015 р.).

У заключному документі Саміту ООН в Ріо-де-Жанейро «Майбутнє, яке ми хочемо» в якості основи переходу до сталого розвитку людства було виділено формування зеленої економіки. У Нью-Йорку були прийняті Цілі сталого розвитку для всіх країн до 2030 р Паризька хартія була присвячена боротьбі з кліматичними змінами і необхідністю формування низьковуглецевої економіки в світі. В цілому можна говорити про досягнутий в світі консенсусі на розвиток в ХХІ ст., яке пов'язане з переходом до сталого розвитку.

*Сталий розвиток* передбачає збалансованість розвитку економічної, екологічної та соціальної систем і одночасну їх здатність до саморегуляції та *основі десяти принципів відповідального ведення бізнесу* відтворення.

Згідно з міжнародним досвідом запровадження сталого розвитку найбільших успіхів на цьому шляху досягли ті країни, які застосували інструменти та механізми, що сприяли дотриманню певних обмежень, подоланню значних перешкод, запровадженню нових стандартів, нормативів тощо. Найбільш впливовим важелем на шляху впровадження сталого розвитку стала соціальна відповідальність.

**Соціальна відповідальність (далі – СВ)** – це волевиявлення, яке визначається певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах та управлінні ними.

На *груповому рівні* соціальна відповідальність визначається як корпоративна соціальна відповідальність; *на суспільному* – вона передбачає соціальну відповідальність суспільства за гідний рівень життя нинішнього і майбутнього поколінь; *на державному* – визначає кращі шляхи досягнення сталого, соціального та людського розвитку.

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.), а також Глобальному договору ООН.

На сучасному етапі розвитку в Україні актуалізується дотримання принципів соціальної відповідальності, що, передусім, викликано підтримкою глобальних ініціатив: Глобального договору Організації Об'єднаних Націй (ГД ООН), Керівництва для мультинаціональних підприємств Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР), Всесвітньої ради бізнесу із сталого розвитку (WBCSD), Принципів ООН з соціальної відповідальності інвесторів (PRI), Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), Міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» [5].

Найвідомішою міжнародною ініціативою у розвинених країнах Європи та Америки в галузі соціальної відповідальності бізнесу є Глобальний Договір ООН, який об'єднав провідні соціально-відповідальні корпорації світу.

Керівники корпорацій, що беруть участь у Глобальному Договорі, вважають, що підприємства повинні підтримувати:

- права людини;
- свободу об'єднань і визнання на ділі права на укладення колективних договорів;
- виступати за ліквідацію будь-якої дискримінації у сфері праці та зайнятості;
- відповідати за стан навколишнього середовища та сприяти екології;
- протидіяти всім формам корупції .

Будучи найбільшою в світі глобальною ініціативою, Глобальний договір ставить своїм першочерговим завданням демонстрацію і забезпечення соціальної легітимності бізнесу та ринків. Своїм приєднанням до Глобального договору компанія заявляє про те, що розділяє переконання в тому, що ділова практика, яка спирається на універсальні принципи, сприяє більшій стійкості і справедливості глобального ринку, сприяє формуванню процвітаючих суспільств. В інтересах досягнення цих цілей Глобальний договір забезпечує навчання та участь за допомогою декількох механізмів: політичних діалогів, навчання, місцевих мереж і партнерських проектів.

Отже, Глобальний договір є добровільною ініціативою щодо сприяння сталому розвитку та відповідальної громадянської позиції корпорацій; набором цінностей, заснованих на принципах, які отримали загальне визнання; форумом для навчання та обміну досвідом; мережею компаній та інших зацікавлених сторін.

Глобальний договір ООН підписали вже 8000 компаній в 145 країнах. З 2006 року в Україні існує місцева мережа Глобального договору, яка об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо.

Визнаючи концепцію соціальної відповідальності своєчасною, актуальною та необхідною, держава повинна приймати активну участь у її просуванні, для чого в співдружності держави та бізнесу з наукою розробити принципи, які спонукатимуть бізнес до формування стандартів соціально



відповідальної діяльності, і нормативно закріпити комплекс соціальних, економічних та інституційних інструментів мотивації підприємств до виконання соціально відповідальної діяльності. Велике значення для імплементації соціальної відповідальності в Україні має представлена 15 вересня 2017 року Урядом Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна», яка визначає базові показники для досягнення Цілей сталого розвитку (далі – ЦСР). Глобальні Цілі сталого розвитку були затверджені у 2015 році на саміті ООН з питань сталого розвитку. За ініціативи Уряду України та за сприяння ООН в Україні протягом року тривав відкритий та інклюзивний процес адаптації ЦСР. Беручи до уваги принцип «нікого не залишити осторонь» та використовуючи широкий спектр інформаційних, статистичних та аналітичних матеріалів, була розроблена національна система ЦСР (86 завдань розвитку та 172 показники для моніторингу їх виконання).

Доведено, що важливим кроком на шляху виконання положень глобальних ініціатив є виконання Цілей сталого розвитку України, для чого необхідна популяризація концепції соціальної відповідальності з одночасною розробкою соціальних, економічних та інституційних інструментів, способів, засобів для заохочення підприємства до виконання соціально відповідальної діяльності.

## **Тема 1.2 Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства**

*Соціальна відповідальність людини* – це позитивна реакція її людського духу (духовно-моральних якостей) на виклики як власного «Я», так і оточуючого середовища.

*Соціальна відповідальність людини* – це форма прояву її духовно-моральних цінностей та установок

Проблема соціальної відповідальності людини як відповідальності за свої дії перед суспільством і самою собою, відповідальності, що асоціюється з багатством внутрішньої культури, давно перебуває у полі зору вчених різних галузей знань – філософських, економічних, соціологічних, політологічних тощо. Підкреслимо, що ця проблема має комплексний, складний характер, оскільки пов'язана з дослідженням самої природи людини, її духовно-моральних цінностей та форм їх прояву. На рубежі двох тисячоліть спостерігається підвищений інтерес до наукових і прикладних аспектів відповідальності в цілому і соціальної, зокрема, як і до багатьох споріднених, близьких за природою норм і суспільних явищ. Це пов'язано з багатьма причинами і серед них чи не найголовніша – поглиблення невідповідності між потребою підвищення морально-духовного потенціалу соціуму, – з одного боку, і реальним перебігом подій, а саме, небажаними змінами у структурі цінностей та соціальних норм поведінки членів суспільства та його інститутів, – з іншого.

Теоретична конструкція сутності соціальної відповідальності людини має бути відображенням:

- а) органічного зв'язку людини з суспільством і природою;
- б) поєднання у людині трьох начал – біологічного, соціального і духовного;
- в) соціальної діяльності людини та її соціально відповідальної поведінки.

Соціальна відповідальність є елементом суспільного буття, вона має безпосередньо суспільний характер та виникає разом з зародженням людського суспільства. Від появи цього феномену на нього покладено важливу суспільну функцію – регулювання поведінки людей. На розвиток цієї функції, її значущість визначальний вплив справляє поглиблення поділу праці та зростання усупільнення виробництва. Зв'язки та відносини між членами суспільства, що розвиваються з поглибленням суспільного поділу праці, є об'єктивною основою взаємозалежності людей, потребують соціально відповідальної поведінки, оскільки зростає взаємозалежність людини і суспільства.

Суб'єкт соціальної діяльності є одночасно і суб'єктом соціальної відповідальності. У якості суб'єкта соціальної відповідальності може бути як окрема особистість, так і різноманітні соціальні групи, колективи, організації, держави, народи, людство в цілому як сукупний суб'єкт соціальної діяльності і відповідальності. Соціальна відповідальність, як впливає з наведеного вище, не буває абстрактною, безсуб'єктною. Водночас цей феномен передбачає обов'язкову наявність об'єкту соціально відповідальної поведінки, тобто того, за що саме суб'єкт діяльності несе відповідальність, яку покладено на нього або прийняту ним самим як зобов'язання, норму діяльності.

Інтереси вирішення широкого кола завдань науково-прикладного характеру потребують виокремлення наступних *рівнів соціальної відповідальності особи*:

- відповідальність особи стосовно самої себе;
- відповідальність особи стосовно іншої людини;
- відповідальність особи стосовно своїх батьків, дітей і близьких;
- відповідальність особи стосовно соціальної групи;
- відповідальність особи стосовно громади;
- відповідальність особи перед суспільством;

Правомірним є твердження, що відповідальність – це єдність об'єктивних і суб'єктивних її сторін, це одночасно взаємодія:

- вимог суспільства до особистості, її соціальних якостей;
- світоглядних характеристик людини, її морально-духовних настанов, індивідуального сприйняття характеру суспільних вимог;
- практичної реалізації особистістю суспільних вимог, оцінки діяльності з точки зору її відповідності інтересам соціуму.

*Соціальна відповідальність особи має наступні форми прояву:*

- пряма і зворотня;
- постійна і тимчасова;
- відкрита і прихована;
- безпосередня і опосередкована;
- повна і часткова.

Розбудова соціальної держави в Україні відповідає тенденціям світового розвитку, визначається необхідністю соціальної інтеграції нашої країни до європейської та інших міжнародних соціальних систем і відповідає історичному прагненню українців до свободи, вільного розвитку та самореалізації творчого (трудового) потенціалу особистості. З іншого боку, гостро постала проблема якнайшвидше подолати негативні наслідки економічної кризи, невиправданої лібералізації ринкових відносин та неефективної соціальної політики, які призвели до втрати соціальних цінностей та життєвих орієнтирів, різкого зниження добробуту людей та поглиблення нерівності.

***Соціальна держава*** – це правова, демократична держава з розвинутим громадянським суспільством, яка забезпечує громадянам права і свободи, гідні умови існування, безпеку життєдіяльності й можливості для самореалізації особистості з дотриманням відповідних принципів соціальної рівності, соціальної справедливості, соціальної солідарності та взаємної відповідальності.

*Принципи соціальної держави* є основою конструювання дій щодо регулювання суспільних відносин, їх зміст деталізується в актах національного законодавства і міжнародних договорах.

*Принцип соціальної рівності* передбачає гарантування економічної свободи людини, реалізацію права вільного вибору будь-якого виду діяльності у сфері найманої праці та підприємництва, забезпечення тендерної рівності чоловіків і жінок.

*Принцип соціальної справедливості* реалізується шляхом рівного доступу громадян до всіх видів ресурсів, економічного перерозподілу доходів у суспільстві та піклування про непрацездатних його членів.

*Принцип соціальної солідарності* визначає забезпечення солідарності між різними соціальними групами суспільства та між різними поколіннями, у тому числі шляхом податкового перерозподілу доходів від багатих до бідних, від працездатних до непрацездатних.

*Принцип взаємної відповідальності* передбачає чітке визначення та розподіл сфери соціальної відповідальності всіх рівнів влади й управління, соціальних партнерів, суспільства та кожного громадянина, залучення громадян до участі в управлінні державою, створення умов саморегуляції соціальних процесів індивідами та їх громадськими об'єднаннями.

Відповідальність держави та органів державної влади розповсюджується на прийняття і реалізацію законів і законодавчих актів, дотримання конституційних прав і свобод громадян, витрачання бюджетних коштів тощо.

Відповідальність громадян перед суспільством полягає в дотриманні законів й інших правових норм, моральних норм передачі частки власності у вигляді податків на суспільні і соціальні потреби, допомога близьким, благодійництво.

Відповідальність об'єднань громадян полягає в захисті права та інтересів членів суспільства, яких вони об'єднують, ефективній взаємодії з

органами державної влади та бізнесом на основі соціального діалогу з метою реалізації їх статутних завдань у практичній діяльності.

Відповідальність бізнесу стосується суб'єктів підприємницької діяльності в задоволенні соціальних потреб та реалізації інтересів усіх верств суспільства, збереженні, ефективному використанні й розвитку трудового потенціалу, охороні довкілля.

***Основні функції соціальної держави:***

– захисна, яка реалізується шляхом створення дієвого механізму захисту людини від реальних і потенційних ризиків та їх наслідків, порушень прав і свобод особистості, соціального забезпечення і соціальної підтримки населення, захисту від бідності;

– стимулююча, яка реалізується шляхом забезпечення вільного розвитку особистості та підприємницької діяльності, соціальної орієнтації ринкової економіки, за яких економічна свобода спрямовується на досягнення продуктивної зайнятості, високої якості трудового життя та в інтересах загального людського розвитку;

– інвестиційна, яка реалізується шляхом спрямування ресурсів держави на заохочення бізнесу і громадян до внеску в розвиток соціальної сфери, охорону навколишнього середовища;

– емансипаторська (звільнення від залежності), яка реалізується шляхом створення правових, економічних, соціальних та інших умов і можливостей для розвитку людини, тендерної рівності, доступу до соціальних благ;

– адміністративна, яка передбачає контроль держави за дотриманням прав і свобод громадян, реалізацією законодавства, забезпечення суспільної злагоди на основі постійного соціального діалогу держави і суспільства.

Соціальна держава передбачає реалізацію соціально-орієнтованої ринкової економіки, яка має створити середовище, у якому працездатна людина найбільш повно реалізуватиме свої економічні, трудові і соціальні права, забезпечуватиметься вільний розвиток особистості.

Соціальна держава повинна проводити активну і сильну соціальну політику. Активну в тому розумінні, щоб вона своєчасно й адекватно реагувала на вимоги часу, і сильну, щоб фактичний рівень соціальних гарантій і соціальних послуг дозволяв забезпечувати достатній життєвий рівень.

Ідея розбудови соціальної держави може бути ефективно реалізована, якщо її підтримають широкі верстви населення. Для цього розроблення моделі соціальної держави та відповідних заходів із її реалізації має здійснюватися гласно, за участі всіх суспільних сил, а результати відповідати соціальним очікуванням людей.

### Тема 1.3 Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю

Теоретичне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво. Власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями. На початку XX ст. у США зароджується доктрина капіталістичної благодійності, згідно якої прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства, тобто фінансувати суспільні потреби.

В цей час відбувається різке зростання тиску з боку суспільства та його інституцій, від підприємств почали вимагати дотримання певних стандартів та контроль над їх впровадженням. Підприємства були змушені будувати свої відносини з державою та суспільством за новими правилами і розвивати нові адресні програми, перш за все, в галузі екології і захисту праці, що забезпечувало підприємству необхідні умови для ведення власної діяльності. В економіці отримали розвиток ідеї етичного фактору, недопустимості зведення відповідальності підприємств лише до економічного інтересу та визначення рівня етичності в залежності від потреб, які породжує система.

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

Визначним здобутком цього періоду стала наукова робота Г. Боуена (Howard R. Bowen) «Соціальна відповідальність бізнесмена», опублікована в 1953 р. На думку автора, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в



«реалізації такої політики, прийняття таких рішень чи слідування такій лінії поведінки, які були б бажаними для цілей та цінностей суспільства».

В своїй роботі автор сформулював доктрину соціальної відповідальності як зобов'язання бізнесменів здійснювати щоденну ділову практику з дотриманням цілей та цінностей суспільства. Впродовж 1950-х років питання взаємозв'язку СВ з вигодами для бізнесу, як такого, поставало вкрай рідко. Основна увага приділялась відповідальності бізнесу перед суспільством та діяльності, яка збільшувала добробут суспільства.

*Другий етап.* В 60-х рр. ідея соціальної відповідальності отримала подальший розвиток та поширила свою популярність здебільшого завдяки роботам прогресивних науковців, поширеним в той час соціальним рухам на захист цивільних прав, прав жінок та споживачів, а також на захист навколишнього середовища. У світі зростає увага різних груп суспільства, в тому числі і підприємців, до таких соціальних проблем, як забруднення навколишнього середовища, боротьба за громадянські права, почали посилюватись вимоги держави до екологічної відповідальності компаній, зросли вимоги до бізнесу з боку профспілок та споживачів.

В Західній Європі, під тиском громадськості та неурядових організацій, уряди багатьох країн прийняли більш суворі стандарти у сфері трудового законодавства та охорони природи. Вже на початку 1970-х років стало зрозуміло, що запропонована на той час концепція СВ дозволяє відповісти на питання, що саме варто розуміти під СВ і якими є її джерела, але не розглядає питання того, яким є конкретний зміст цієї відповідальності, і не дає конкретних методів, за допомогою яких ця відповідальність може бути реалізована компанією.

Новий напрям формувався навколо категорії «корпоративне соціальне реагування» (corporate social responsiveness), під якою найчастіше розуміють здатність компанії сприймати суспільний вплив. Важливий внесок в розвиток та підтримку даної концепції та визначення її місця в еволюції СВ зробили роботи таких дослідників, як Р. Акерман і Р. Бауер, С. Сеті та Д. Вотав, А.

Керролл та В. Фредерік. Корпоративне соціальне реагування трактувалась, в цілому, як альтернатива корпоративній соціальній відповідальності. Автори критикували сам термін «соціальна відповідальність» як таку, що викликає асоціації із зобов'язаннями і зосереджується не стільки на самій діяльності, скільки на мотивації. Визначною віхою в цей період стала публікація в журналі «TheNewYorkTimes» статті Нобелівського лауреата, видатного економіста М. Фрідмена (Milton Friedman) «Соціальна відповідальність бізнесу».

Автор зазначав, що єдиним соціальним зобов'язанням бізнесу є примноження прибутку з дотриманням правил конкуренції. М. Фрідмен заперечував концепцію соціальної відповідальності з таких причин: корпорації, на противагу особистостям, не можуть бути соціально відповідальними. Незважаючи на такий радикальний підхід М.Фрідмена, концепція СВ мала свій подальший розвиток не тільки в якості добровільних ініціатив менеджменту корпорацій, а й отримує визнання на міжнародному рівні.

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

**Четвертий етап.** Становлення бізнес-кейсу для СВ. 90-ті роки відзначалися розвитком концепції КСВ, більшою кількістю наукових робіт. Виникає теорія мотивацій компаній щодо реалізації СВ. Так, Дебра Вуд виділяє 3 мотиваційні причини: управління охороною навколишнього середовища, різноманітними питаннями та стейкхолдерами. Набула поширення концепція сталого розвитку, оскільки у 1992 р. було прийнято Декларацію Саміту Землі в Ріо-де-Жанейро.

В 90-х роках СВ була визначена як самодостатня сфера корпоративних відносин. Виникають нові організації, які займаються наданням консультацій

у сфері соціальної відповідальності, такі як Sustain Ability (1989), Business for Social Responsibility (1992) та CSR Europe (1996). СВ в цей період, від форм простих правил поведінки та звітності, переходить на новий рівень, який виявляється як більш інтенсивний діалог між стейкхолдерами та неурядовими організаціями, запровадження ініціатив, котрі стосуються широкого кола зацікавлених сторін.

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

За визначенням, що наведено у ISO 26000, «соціальна відповідальність» – це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище, шляхом прозорості та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, а також здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки. На європейському рівні прийнято Зелену книгу «Просування Європейської рамкової концепції задля корпоративної соціальної відповідальності» і розроблено Глобальний договір ООН.

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

1. Благодійні справи – залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога у зборі коштів, залучення учасників та волонтерів;
2. Благодійний маркетинг – зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу;

3. Корпоративний соціальний маркетинг – підтримка кампаній з покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища;

4. Корпоративна філантропія – пожертви безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та/або товарів і послуг;

5. Волонтерська робота в інтересах суспільства– підтримка і заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;

6. Соціально-етичні підходи до ведення бізнесу – впровадження практики ведення бізнесу і інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

Основними принципами корпоративної соціальної відповідальності є:

1) налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;

2) отримання репутації надійної організації, яка відповідально відноситься до соціальних та екологічних проблем;

3) орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності;

4) прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок;

5) новаторство, безперервне удосконалення;

6) формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили.

Однак, визначення поняття «СВ» формується залежно від галузі, в якій працює підприємство, а також має вплив місцезнаходження, цілі діяльності організації. Наприклад, у США корпоративна соціальна відповідальність досить часто асоціюється із волонтерством компаній та благодійністю. У Європі під поняттям «корпоративна соціальна відповідальність» розуміють саме ведення бізнесу в соціально відповідальний спосіб.

Беручі до уваги історичні, культурні, політичні та соціальні відмінності, характерні для розвитку різних країн, учені зазначають значні регіональні розбіжності у сферах прояву, об'єктах та заходах з корпоративної соціальної відповідальності.

На сьогоднішній день виділяють три основних моделі корпоративної соціальної відповідальності:

- американську;
- європейську;
- азійську (японську).

Американські корпорації більшу увагу надають зовнішній СВ.

В ній основний акцент робиться на поведінку корпорацій на ринку, розбудову позитивних відносин підприємства з регіональною та місцевою владою. Традиційно в США корпоративна соціальна відповідальність бізнесу визначалася більше через філантропічну модель. Вирішення різноманітних соціальних проблем за рахунок бізнесу (підтримка освіти, пенсійних та страхових сфер для персоналу) в США відбувається через напрацьовані численні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства через корпоративні фонди.

Крім того, у США корпоративна соціальна відповідальність бізнесу дуже часто пов'язується з програмами волонтерства працівників компаній. Досить популярними є програми, коли працівники компанії мають можливість працювати в робочий час у волонтерських проектах.

Відповідальна соціальна діяльність і благочинність корпорацій стимулюються відповідними податковими пільгами, що встановлені на законодавчому рівні. Мова про податкові пільги для компаній, які наймають на роботу інвалідів, пенсіонерів, молодь, ветеранів.

Благодійні організації у США також отримують податкові пільги, зокрема можливість не сплачувати податки на нерухомість і податок на продаж.

Варто зауважити, що в сучасних економічних умовах американська модель використовується найчастіше та є декілька пояснень цьому факту :

– вона досить легко втілюється в життя, результати її реалізації часто є публічно наочними. Важливим є і той факт, що з погляду інвестора, участь компанії в добродійній діяльності характеризує її як соціально стійку і, значить, за інших рівних умов, привабливішу для зовнішніх вкладень;

– саме ця модель у разі грамотного її втілення, знаходить найбільш жвавий відгук з боку населення, громадських організацій та персоналу, оскільки дозволяє сприймати компанію як таку, що піклується про потреби мешканців міста, району та регіону.

Отже, успіх компанії від реалізації стратегії СВ, яка обирає американську модель буде залежати від можливості залучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів соціального інвестування, а також можливості оцінити результати цих вкладень.

Європейська модель має суттєві відмінності від американської. Якщо в американській моделі рівень втручання держави у ініціативи в сфері СВ є мінімальним, то європейське ведення бізнесу в соціально відповідальний спосіб передбачає досить помітний вплив держави, з якою в нього існують партнерські відносини.

Держава нерідко володіє значними пакетами акцій, має своїх представників в управлінні всіх великих фірм. Відповідно вплив держави є не опосередкованим, як у США, а прямим.

Значним поштовхом до розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Європі стала зустріч представників влади і бізнесу Європейського Союзу в Лісабоні (2000 р.), де темою однієї з найголовніших дискусій стала потреба підвищення конкурентоспроможності компаній. Соціальна відповідальність бізнесу розглядається нині як один із механізмів підвищення конкурентоспроможності й водночас – як добрий засіб підвищення стандартів життя громадян. Зазначимо, поштовхом до розвитку

соціальної відповідальності в Європі став закон, що зобов'язав пенсійні фонди інформувати громадськість про те, чи вкладають вони надходження від пенсійних внесків у діяльність соціально – відповідальних компаній.

Європейська модель більшою мірою орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища.

Відповідно соціальна відповідальність бізнесу поширюється на умови праці, заробітну плату, випуск якісної продукції та надання послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість у конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення. Відповідальність, пов'язана з реалізацією регіональних соціальних проблем, здійснюється через конкурсні гранди у співпраці з місцевим самоврядуванням.

Також варто зазначити, що соціальна відповідальність в європейських країнах, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами. У багатьох європейських країнах законодавчо встановлено обов'язковість медичного страхування, пенсійне регулювання, природоохоронна діяльність підприємств.

Крім прямого законодавчого регулювання соціальної відповідальності, у Європі також широко використовують системи стимулювання через фіскальні та фінансові стимули.

Так, у більшості європейських країн, включаючи Велику Британію, Італію та Іспанію, запроваджено фіскальні та фінансові стимули для корпоративних благодійників. Наприклад, закон про фіскальне регулювання діяльності неприбуткових організацій та податкові пільги для благодійників Іспанії впроваджує податкові заохочення неприбутковим організаціям та приватному сектору за внески для забезпечення цілей публічного сектору.

Разом з тим у різних країнах Європи існують різні пріоритети та цінності, які визначають, як саме працює бізнес. Тому в рамках європейського підходу, крім традиційної моделі, окремі дослідники виділяють ще скандинавську модель соціально відповідального бізнесу.

Зауважимо, що з точки зору інвестора європейська модель є більш привабливою при оцінці соціально відповідальної поведінки компанії, оскільки може бути виміряною конкретними результатами, в тому числі і грошовими.

Дослідники виділяють ще японську модель корпоративної соціальної відповідальності (що також поширена і у Південній Кореї).

Частково підхід до корпоративної соціальної відповідальності японської моделі нагадує європейський, оскільки роль держави теж є дуже впливовою. Разом з тим японський бізнес більше, ніж європейський, зосереджується на внутрішніх програмах, завдяки яким компанія стає для працівника сім'єю. Японія першою у світі стала розвивати так званий менеджмент із «людським обличчям». У бідній на природні ресурси країні традиційно культивується принцип: «Наше багатство – людські ресурси», відповідно до якого створюються умови для найбільш ефективного її використання. Японська модель корпоративної соціальної відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні компанії.

Для японської моделі характерним є сприйняття підприємства як «виробничої сім'ї». Працівник компанії розглядається як член сім'ї, яка його підтримує на протязі всього його життя: сприяє в придбанні житла, виділяє фінансову допомогу при народженні дітей, а потім їх навчанні, виплачує корпоративні пенсії. Такі специфічні інститути як «довічний найм», «принцип старшинства» мають велике значення при оплаті праці та просуванні по службі.

Слід зазначити, що в багатьох випадках моделі корпоративної соціальної відповідальності бізнесу змінюються разом із моделями корпоративного управління, з якими вони пов'язані. Наприклад, у країнах, де переважає так звана американська модель корпоративного управління, є певні форми соціальної відповідальності – діяльності в розвитку громад і забезпеченні прав людини. Це пояснюється тим, що американська модель



прагне підкреслити вільноринковий підхід до ринків продукції, капіталів і робочої сили. Тобто єдиної універсальної моделі соціальної відповідальності не існує.

#### **Тема 1.4 Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності**

Важливою складовою соціальної політики є політика підприємства у сфері праці. Тема праці здавна хвилює уми людства. Уявлення про працю на рівні буденної свідомості пов'язані як з труднощами, неминучістю, так і з радістю, неможливістю для себе опинитися без діла. Потреба й чеснота праці, суспільного виробництва завжди оцінювались як одні з найважливіших потреб і чеснот людського існування.

Праця як процес являє собою єдність трьох складників: самої праці як доцільної діяльності; предмета праці (того, на що спрямована праця); знарядь праці (засіб або комплекс засобів, за допомогою яких людина діє на предмет праці).

Праця нерозривно пов'язана з фізіологічною активністю та психічною діяльністю працівника.

Фізіологічна сутність її полягає в тім, що праця – це діяльність, яка вимагає відчутних зусиль, вагомих енерговитрат. Процес праці – це фізіологічний процес витрачання людської енергії.

За своїм змістом праця є соціальним способом буття людини, який виявляється у цілісній сукупності людини, соціальних функцій – матеріально–забезпечувальної, соціалізуючої (соціо–формуючої), цілереалізуючої, соціогенеруючої, стратифікуючої, комунікативної та соціокультурної.

Працею створюються матеріальні блага, перетворюється географічне, й суспільне середовище. Праця лежить в основі суспільного прогресу. В ній реалізуються, а разом з тим формуються і відтворюються людські якості.

Праця виступає основою існування людини, визначає її місце в суспільстві, служить однією з найважливіших форм саморозвитку та самореалізації людини, тому вона повинна бути організована таким чином, щоб створити адекватні умови для реалізації трудових потенційних властивостей людини.

Сфера праці є найбільш регульованою порівняно з іншими видами суспільної діяльності сферою. Навіть в умовах максимального обмеження втручання держави в економічні процеси повністю нерегульованих ринків праці ніколи не існувало. Право на працю посідає визначальне місце в системі загальнолюдських цінностей, що формують економічне та соціальне становище суспільства в цілому та кожного його члена зокрема.

Права призначені захищати ті властивості, інтереси й можливості, що є необхідними для гідного життя людини.

Захист прав людини є частиною міжнародного права.

Основні правила та принципи державної політики у сфері праці закріплені у документах Організації Об'єднаних Націй (далі – ООН), конвенціях і рекомендаціях Міжнародної організації праці, задекларовані в актах Ради Європи та інших міжнародних й регіональних організацій. Право на працю і захист від безробіття проголошено Загальною декларацією прав людини (ООН, 1948 р.), Міжнародним Пактом про економічні, соціальні та культурні права (ООН, 1966 р.), Конвенціями і Рекомендаціями Міжнародної організації праці (МОП); на європейському рівні право на працю встановлено Європейською соціальною хартією (Рада Європи, 1961 р., переглянута у 1996 р.) тощо.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) – виступає як всесвітній інститут, який формує норми міжнародної поведінки. Діяльність органів ООН охоплює широке коло питань політичного, економічного, соціального, державно-правового, гуманітарного розвитку.

Серед міжнародних актів, які мають універсальне значення для соціальної політики усіх держав є Міжнародний білль про права, який

складається із Загальної декларації прав людини, Міжнародного пакту про економічні, соціальні і культурні права, Міжнародного пакту про громадянські та політичні права.

Загальна декларація прав людини схвалена Генеральною Асамблеєю ООН 10 грудня 1948 року у вигляді резолюції. Вона не має обов'язкового характеру. Це, насамперед, програмний, політичний документ великого авторитету і моральної сили – саме ним закладено основи міжнародного захисту прав людини.

Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права (схвалений Асамблеєю ООН в 1966 році ) за своєю юридичною природою є міжнародним договором (конвенцією), ратифікованим більшістю держава – членів ООН. У Пакті містяться конкретні зобов'язання держав щодо втілення в життя його положень.

МОП була створена у 1919 році. Основною метою діяльності МОП є встановлення загального та міцного миру на основі соціальної справедливості і забезпечення економічної і соціальної стабільності у світі.

187 конвенцій та 198 рекомендацій МОП охоплюють широке коло питань, пов'язаних зі світом праці, включаючи права людини на працю, безпеку та гігієну праці, політику в області зайнятості і людських ресурсів.

Значення конвенцій та рекомендацій МОП щодо правового регулювання сфери праці у міжнародному та внутрішньодержавному масштабі має багатоплановий характер.

По - перше, у них містяться соціальні стандарти, рівню яких повинні в ідеалі відповідати законодавства всіх країн. Вони стимулюють удосконалення національної політики.

По - друге, конвенції і рекомендації МОП сприяють уніфікації законодавства про працю, а на його основі – інтеграційним процесам до світової трудової спільноти.

По - третє, закріплені в конвенціях та рекомендаціях МОП положення відображають світові стандарти організації праці, їх впровадження в

практику нашої держави сприятиме розповсюдженню та встановленню провідних цінностей праці і соціально – трудових відносин.

Юридична природа конвенцій та рекомендацій МОП.

Конвенції виступають різновидом міжнародно – правових договорів, передбачають ратифікацію парламентом чи іншими законодавчими органами державі даліше дотримання їх країнами – членами МОП.

Рекомендації на потребують ратифікації. Вони визначають більш високий рівень у розвитку міжнародних стандартів сфери праці, а тому врахування їх положень у національному законодавстві забезпечує прогресуючі тенденції порівняно з відповідними конвенціями. Рекомендації слугують орієнтирами при розробці країнами – членами політики, змін, удосконалення національного законодавства й практичних заходів у соціально – трудовій сфері.

Отже, головним інструментом впливу МОП на практичну соціально – трудову політику в країнах – учасницях є конвенції.

В Уставі МОП визначена чітка система контролю за дотриманням країнами – учасницями положень, зафіксованих у конвенціях.

На додаток до конвенцій і рекомендацій МОП, існують інші види інструментів, таких як декларації, кодекси поведінки та керівні принципи, які юридично не є обов'язковими, а спрямовані на заохочення принципів праці та надання подальших вказівок з їх реалізації.

Фундаментальні принципи та права, що встановлюють орієнтовний рівень для відповідального ведення бізнесу, були втілені у Тристоронній Декларації МОП щодо принципів багатонаціональних підприємств і соціальної політики (Декларація БНП), одностайно затвердженій урядами і представниками об'єднань працівників та роботодавців у 1977 році (останній раз переглядалася у 2006 році).

Ця Декларація містить основні принцип праці і трудових відносин та сприяє їх інтеграції в практику як багатонаціональних так і вітчизняних

підприємств в області зайнятості, професійної підготовки, умов праці і життєдіяльності, та виробничих відносин.

У 1998 році Міжнародна конференція праці прийняла Декларацію про основні принципи і права у сфері праці та механізм її реалізації. Ці принципи витікають із основних конвенцій МОП.

Конвенції і Декларації МОП спрямовані на те, щоб паралельно з економічним прогресом і розвитком відбувався також і соціальний прогрес. У рамках міжнародних дискусій з корпоративної соціальної відповідальності, ці принципи були включені до Глобального договору і визначають сьогодні основні принципи соціально відповідального корпоративного управління у сфері праці.

МОП визначає СВ:

– як добровільну, ініційовану підприємством, активну діяльність, що здійснюється понад норми юридичних зобов'язань

– як спосіб, у якому підприємство підтверджує свій вплив на суспільство і впроваджує принципи і цінності відповідальної діяльності як у внутрішньоорганізаційних методах і процесах так і у відносинах з іншими учасниками

– як невід'ємну, системну складову управління компанією, що сприяє розширенню умов для гідної праці та сталого розвитку

Час, коли рішення приймалися, базуючись виключно на теоретичних економічних моделях минув, і йому на зміну приходить діалог між тими, хто приймає рішення і тими, чиї інтереси ці рішення зачіпають (Тристороння Карибська конференція, 2009 р.).

Соціальний діалог виступає не тільки одним з основних і нероздільних принципів СВ у сфері праці. Йому по праву відведена первинна роль у формуванні та реалізації політики СВ.

Соціальний діалог – це визнана Міжнародною організацією праці, європейською спільнотою практика розбудови суспільних відносин на основі узгодження інтересів держави, роботодавців і трудящих.

Здобутками соціального діалогу є такі ключові практики у світі праці як восьмигодинний робочий день, охорона материнства, заборона примусової праці, ліквідація дитячої праці, заборона дискримінації та інші прогресивні стратегії соціально-економічного розвитку

За визначенням МОП Соціальний діалог- включає всі типи переговорів, консультацій та просто обміну інформацією між представниками урядів, роботодавців та працівників з питань, що становлять взаємний інтерес і пов'язані з соціально-економічною політикою

Соціальний діалог у сфері соціально-трудоких відносин стоїть у центрі європейської соціальної моделі. Процес соціального діалогу, започаткований у Валь-Дюшессі 1985 року, мав на меті залучення соціальних партнерів, представлених Європейською конфедерацією профспілок (ЄКП), Спілкою конфедерацій промисловців і роботодавців Європи (СКПРЕ) та Європейським центром підприємств із державною участю та підприємств загальної економічної сфери (ЦПДУ), до процесу створення внутрішнього ринку. Ці зустрічі Комітету з питань соціального діалогу призвели до прийняття ряду спільних заяв щодо зайнятості, освіти, навчання та інших питань.

За визначенням Європейської Комісії – соціальний діалог це процедура спільних консультацій соціальних партнерів на європейському рівні. Вона передбачає обговорення, спільні дії, іноді переговори між європейськими соціальними партнерами, дискусії між соціальними партнерами та інституціями ЄС.

Правові засади європейського соціального діалогу містяться в Статтях 136-140 Договору про ЄС

Визначення і поняття соціального діалогу мають також національні особливості. В Україні тривалий час поширеним був термін соціальне партнерство. Сьогодні «соціальне партнерство» в одних випадках розглядається як кінцева мета соціального діалогу; за іншого підходу поняття «соціальний діалог» і «соціальне партнерство» вживаються як тотожні; існує

також версія за якою взагалі заперечується доцільність використання терміну соціальне партнерство, як такого.

У грудні 2005 року Указом Президента України було утворено Національну тристоронню соціально – економічну раду при Президентові України. Ідея розвитку соціального діалогу, закладена в політичному рішенні, знайшла широку підтримку серед вітчизняних науковців і практиків – термін «соціальний діалог» набуває все більшого визнання і поширення.

Отже, соціальний діалог – це система цілей, завдань і принципів розбудови взаємно узгоджених соціально – економічних відносин між суб'єктами, що представляють інтереси сторін соціально – трудових відносин (працівників, роботодавців і держави) на національному, галузевому, регіональному, місцевому рівні і на рівні підприємства.

Діалог між працівниками та роботодавцями вважається за одну з базових цілей соціальної політики, а тому йому присвячується багато інструментальних цілей: регулювання трудових, соціально – економічних відносин, досягнення взаєморозуміння та громадянської злагоди в суспільстві.

Форми соціального діалогу:

1. Обмін інформацією (обмін інформацією без намірів впливати на позиції один одного);

2. Ефективні консультації (консультування по певних питаннях, вони базуються на певній згоді партнерів, а не призводять до неї, їх головне завдання – допомогти у прийнятті рішень);

3. Права на працю, задекларовані міжнародними та європейськими інституціями, ратифіковані Україною, гарантовані Конституцією України

4. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність – постійний обов'язок бізнесу дотримуватися етики та сприяти економічному розвитку, покращуючи при цьому стандарти життя працівників та їх родин. Відповідати найвищим вимогам працівників і часу – такою в сучасному світі є голова умова корпоративної політики.

До внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести такі основні напрями в діяльності підприємства:

- безпека праці;
- стабільність заробітної плати;
- підтримка справедливої заробітної плати;
- додаткове медичне і соціальне страхування співробітників;
- розвиток людських ресурсів через навчальні програми і програми підготовки і підвищення кваліфікації;
- надання працівникам допомоги в критичних ситуаціях.

Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність присвячена тому, щоб через справедливе ставлення до себе працівники були зацікавлені робити максимальний внесок у розвиток підприємства, прагнули максимальної вигоди для бізнесу. Важливим інструментом реалізації КСВ на підприємстві виступає соціальний діалог.

Головним інструментом реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві є колективний договір. Колективний договір містить інформацію про зобов'язання сторін, виробничі, трудові, соціально- економічні відносини між роботодавцем чи власником і працівниками підприємства.

У статті Закону України «Про колективні договори і угоди» вказано, що колективний договір укладається на підприємствах, в установах і організаціях незалежно від форми власності і господарювання, які використовують найману працю і мають право юридичної особи. Соціальна відповідальність держави, роботодавців, а також соціальна справедливість у забезпеченні рівних прав працівників реалізується передусім через такі показники: форми і системи оплати праці, розцінки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, умови запровадження і розміри надбавок, доплат, премій, винагород, тривалість робочого часу, тривалість відпусток, поліпшення умов охорони праці, у тому числі жінок і молоді, екологічна безпека і охорона здоров'я працівників на виробництві, оздоровлення працівників і членів їхніх



сімей, часткова або повна оплата вартості їхнього харчування, контроль за виконанням колективного договору, порядок внесення змін і доповнень, відповідальність сторін, порядок інформування працівників про виконання вищезазначених умов. Норми, зазначені в колективному договорі, не можуть в бути нижчими від установлених законодавством України, а також визначених угодами національного, галузевого та регіонального рівнів. До того ж норми, що містяться в колективному договорі, не можуть погіршувати вже досягнутий рівень соціального захисту працівників.

З метою розвитку соціально – трудових відносин в компанії розробляється та впроваджується корпоративна соціальна політика. Соціальна політика поєднує заходи і програми, що забезпечують соціальну захищеність і статус працівників компанії.

Інструменти внутрішньої соціальної політики компанії:

Внутрішня соціально відповідальна політика компанії включає соціальні пакети та соціальні програми.

Соціальний пакет – це різноманітні фінансові, матеріальні і нематеріальні блага, які працівник може отримати від підприємства для підвищення рівня життя.

Корпоративні соціальні програми – добровільно здійснювана компанією діяльність з охорони природи, розвитку персоналу, створення сприятливих умов праці, підтримки місцевої громади, доброчинна діяльність і добросовісна ділова практика, пов'язана з місією і стратегією розвитку бізнесу, і така, що носить системний характер.

Внутрішні корпоративні соціальні програми - програми підприємства у сфері праці та соціально- трудових відносин , спрямовані, як правило, на розвиток персоналу, охорону здоров'я і створення безпечних умов праці, а також соціально - відповідальну реструктуризацію.

## **Тема 1.5 Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності**

Соціальна відповідальність (далі – СВ) сьогодні в Україні – це не просто новомодна концепція, що лежить в основі PR-заходів компаній. Це необхідна складова будь-якого успішного підприємства, метою якого є досягнення лідерських позицій на ринку і збереження їх. Соціальна відповідальність – це добровільний внесок у розвиток суспільства, що здійснюється за допомогою соціальних інвестицій, спрямованих на професійний розвиток та соціальний захист персоналу, підтримку охорони здоров'я, спорту, культури, освіти, охорону навколишнього середовища. Діяльність у цій галузі повинна носити системний характер і узгоджуватися з інтересами всіх зацікавлених сторін.

Рішення будь-якого питання компанії вимагає реалізації організаційного, технічного, методичного та інформаційного забезпечення. Концепція СВ також передбачає необхідність формування певного складу ланок, служб, підрозділів, наділених відповідними завданнями і повноваженнями. Для цього необхідно будувати систему організаційного забезпечення СВ, що є функціональною підсистемою всього підприємства.

Система організаційного забезпечення корпоративної соціальної відповідальності являє собою взаємопов'язану сукупність внутрішніх служб і підрозділів підприємства, що забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень з окремих аспектів його соціальної діяльності та несуть відповідальність за результати цих рішень.

На практиці підприємства по-різному підходять до формування підсистеми соціальної відповідальності. Це залежить від безлічі факторів, серед яких можна відзначити такі: розмір компанії; організаційно-правова форма; рівень диверсифікації компанії, у тому числі щодо бізнес-ліній та продуктів, ринків збуту, фінансового портфеля; стан ресурсного та кадрового забезпечення; система нормативно- правового регулювання СВ; політики

компанії відносно СВ; підтримка принципів СВ персоналом компанії і його керівництвом.

Основним фактором, що впливає на систему організаційного забезпечення соціальної відповідальності, є рівень соціальної відповідальності компанії. При цьому можна виділити три рівні відповідальної поведінки фірми, згідно з Програмою розвитку ООН:

1. Базовий рівень, на якому знаходяться всі компанії, що дотримуються чинного законодавства. Організаційне забезпечення компанії даного рівня не є специфічним, оскільки, по суті, мови про реалізацію принципів СВ не йде.

2. Другий рівень соціальної відповідальності бізнесу передбачає використання інструментів, спрямованих на підвищення якості внутрішнього середовища для працівників підприємства: забезпечення медичним добровільним страхуванням, можливості підвищення кваліфікації, забезпечення житлом, дитячими садками дітей працівників тощо. Такий тип відповідальності був умовно названий "відповідальністю підприємства".

3. Третій – вищий рівень відповідальності передбачає спрямованість на розвиток суспільства, підвищення якості життя населення території, де працює підприємство.

Для другого і, більшою мірою, третього рівня соціальної відповідальності гостро стоїть проблема формування системи організаційного забезпечення реалізації принципів СВ в компанії.

Підприємство, що перебуває на двох останніх рівнях застосування практик СВ при побудові організаційної структури, що забезпечує реалізацію концепції, на нашу думку, повинні дотримуватися таких принципів:

- комплексності: впровадження принципів СВ у загальну стратегію компанії;
- системності: підтримка принципів СВ усіма членами компанії та врахування їх при прийнятті управлінських рішень;
- відкритість та інформаційна прозорість у діяльності;

- формалізації і регламентації: чітка регламентація процедур і бізнес-процесів;
- портфельного соціального інвестування (всебічна оцінка ефективності СВ);
- принцип аналізу та контролю результатів реалізації СВ в діяльності компанії з метою розробки рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності компанії.

Тобто ми дотримуємося тієї точки зору, що СВ повинна бути не самоціллю, а інструментом стратегічного сталого та успішного розвитку компанії. Алгоритм формування системи управління соціальною відповідальністю представлений на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Цикл управління соціальною відповідальністю на рівні підприємства

Звернемо увагу на побудову організаційної структури в рамках системи управління соціальною відповідальністю.

Служба соціального управління або ж служба соціальної відповідальності повинна органічно вписуватися в загальну структуру управління підприємством. При цьому, на нашу думку, можлива реалізація двох підходів до побудови системи організаційного забезпечення СВ:

1. Незалежна діяльність функціональних центрів управління (виробничою діяльністю, персоналом, збутовою діяльністю і фінансами), з виділенням центру управління соціальною відповідальністю. При цьому передбачається наявність обмеженого, чітко позначеного інформаційного зв'язку між основними підрозділами в організаційній структурі управління компанії з питань корпоративної соціальної відповідальності.

Основні напрямки роботи в рамках підсистеми СВ включають в себе вирішення певного кола завдань.

1.1. Визначення функціональних завдань:

- інформація для формування проектів;
- загальна схема проекту в рамках СВ;
- деталізація схеми проекту.

1.2. Персонал:

- підсистема найму, обліку персоналу, доступу до інформації;
- підсистема організації робочого місця, умов оплати праці (оклад, відсотки);
- посадові інструкції;
- внутрішня взаємодія (документообіг, система контролю).

1.3. Підсистема «Мотивація персоналу»:

- вивчення проекту СВ;
- планування та маркетинг (плановані і екстрені заходи);
- підготовка планів – планований результат;
- затвердження планів – експлуатація або доопрацювання;
- аналіз результатів.

1.4. Підвищення ефективності роботи за напрямком СВ:

- оптимізація витрат на реалізацію принципів СВ;
- виявлення використання нових засобів, методів, технік СВ;
- підвищення ефективних діючих засобів.

При побудові підсистеми СВ в компанії також важливо, щоб реалізовували забезпечуючі елементи, серед яких можна назвати програмну,

нормативно-правову та методичну підтримку системи СВ, інформаційну підтримку (рис. 1.2).

Так, наприклад, є менеджер з соціальної відповідальності в компанії «Київстар». Він працює у відділі корпоративних комунікацій (підпорядковується генеральному директору), а в його основні обов'язки входить розробка й упровадження стратегії СВ. Також займається цим напрямком ще один співробітник відділу – фахівець з соціальних комунікацій.



Рисунок 1.2 – Основні елементи організаційного забезпечення системи соціальної відповідальності

2. Взаємопов'язана діяльність центрів управління організацією. Передбачається, що більшість конкретних рішень приймаються самостійними виділеними центрами в рамках їх функціональних повноважень, а ряд синтезованих управлінських рішень виробляються і приймаються колективно, спільно з іншими зацікавленими центрами управління підприємством. Як правило, виділяються конкретні виконавці, відповідальні за таку комунікацію з іншими підрозділами, а перелік відповідних рішень визначається вищим керівництвом заздалегідь. Даний підхід у великій мірі усуває суперечності в задачах, що виникають нерідко між окремими підрозділами компанії. У даному випадку діяльність всіх підрозділів цілеспрямована на досягнення вищих цілей всієї компанії, а не окремої ділянки. З іншого боку, спостерігається перевантаження вищого

керівництва при додаванні завдань і функцій, пов'язаних з реалізацією принципів СВ.

Такий підхід використовується в багатьох компаніях з виділенням структурних елементів залежно від зацікавлених сторін, з якими ведеться робота в рамках структурного елемента. Основними зацікавленими сторонами компанії є такі цільові групи:

- акціонери (звичайно формується відділ по роботі з акціонерами, який підкоряються раді директорів, голові правління);
- інвестори (формується відділ по роботі з інвесторами, який підпорядковується раді директорів);
- співробітники (департамент з управління персоналом, підпорядковується генеральному директору);
- державні структури (департамент по роботі з органами влади України, підпорядковується генеральному директору);
- споживачі (фізичні та юридичні особи) (департамент маркетингу, збуту, роботи з клієнтами, комерційний відділ тощо, підпорядковуються генеральному директору);
- партнери (департамент перспективного розвитку, стратегічного управління тощо, підпорядковується генеральному директору).

Тобто в межах цієї структури носієм принципів СВ є вищий рівень управління, принципи СВ пронизують всю діяльність компанії, основні взаємини з залежними особами будують відповідні відділи і підрозділи.

Щоб створити в компанії ефективну систему корпоративного управління з впровадженням елементів СВ, необхідно визначити відповідні процедури функціонування організації на наступних рівнях:

- збори акціонерів;
- рада директорів;
- вищий менеджмент (перший і другий рівень).

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

### **Тема 2.1 Екологічна компонента соціальної відповідальності**

Між людиною та довкіллям у процесі її економічної, підприємницької діяльності встановлюються різноманітні зв'язки та відношення. Але впродовж тривалого існування людини відбувалося таке її вторгнення в природне середовище, яке почало загрожувати існуванню окремих людських спільнот та всього людства. Можна вважати, що проблема охорони довкілля викликана економічною діяльністю людини. Ця діяльність упродовж багатьох століть, а особливо в ХХ столітті, завдавала значної шкоди природному середовищу, руйнувала екологічну рівновагу.

Попри високий запас міцності, екосистеми багатьох територій уже не можуть переробляти ті забруднювачі, які є продуктом економічного успіху. Щоб не допустити розвитку елементів екологічної катастрофи, необхідними є зусилля світової спільноти, розуміння відповідальності суб'єктів господарювання за долю прийдешніх поколінь. Усвідомлення можливих змін довкілля, які здатні загрожувати існуванню самої людини привело до пошуків нових знань, здатних сформуванню концепцію взаємодії людини і природи. Тому в другій половині ХІХ століття починає формуватися така система знань, як екологія. Екологічний напрям досліджень послідовно розкривав засади, на основі яких людина може реалізовувати свої інтереси, формувати матеріальну основу задоволення потреб без шкоди для довкілля.

Термін "екологія" походить від грецьких слів «екос» – дім, житло і «логос» – наука. Німецький учений-біолог Е. Геккель застосував його для позначення науки про взаємодію живих організмів, у тому числі й людини та середовища її проживання.

У процесі вдосконалення середовища свого існування людина збільшувала масштаби споживання природних ресурсів.



На кінець XX століття на кожного мешканця планети видобувалося близько 20 тонн мінеральної сировини на рік, проведення робіт із їх видобутку призвело до утворення відвалів обсягом понад 100 км та кар'єрів обсягом понад 50 км. Незважаючи на появу технологій, які забезпечують поліпшення споживання природних сировинних ресурсів, вплив людини на довкілля посилюється. А це свідчить про ще низьку ефективність природокористування, недостатній рівень екологічної культури як виробників, так і споживачів. Тому виробники, реалізуючи нові технології, повинні разом з ними впроваджувати нові системи охорони від шкідливих викидів власного виробництва, вести просвітницьку діяльність. Оволодіваючи новими знаннями про вплив довкілля на людину, людина-виробник усвідомлено оцінюватиме потенційні загрози виробничих процесів, у яких вона бере участь. Як споживач, людина здійснюватиме споживацький вибір з урахуванням екологічної шкоди для себе, для своєї сім'ї і тим самим опосередковано знижуватиме рівень виробництва потенційно шкідливих товарних мас.

В другій половині XX століття була сформована модель «суспільства споживання». У цій моделі не передбачалися межі розумного зростання матеріальних потреб людини, не враховувалися здатності природного середовища їх задовольняти. Неконтрольоване зростання споживання мало своїм наслідком забруднення територій.

Забруднення – це зміна якісних параметрів довкілля, що веде до погіршення умов проживання людських спільнот і деградації природних ресурсів [210, с. 358]. У науковій літературі розрізняють природне і антропогенне забруднення. Природне забруднення виникає внаслідок різних природних катаклізмів – землетрусів, виверження вулканів, лісових пожеж, повеней тощо. Антропогенне забруднення відбувається внаслідок господарської та інших видів людської діяльності.

Розвиток новітніх технологій посилює потужність антропогенного забруднення. Слід мати на увазі, що антропогенне забруднення може

провокувати активізацію джерел природного забруднення. Будівництво великих водосховищ, проведення підземних ядерних вибухів можуть спричинити землетруси та інші природні катаклізми. Діяльність людини посилює забруднення атмосфери свинцем, двоокисом сірки, окисом азоту. Між антропогенним забрудненням і активізацією природного забруднення існують стійкі причинно-наслідкові зв'язки. Викиди тепловими електростанціями двоокису сірки ведуть до випадіння кислотних дощів. Такі дощі завдають суттєвої шкоди лісовим масивам, що в гірських районах разом із неконтрольованими вирубками веде до катастрофічних повеней. Формування світових глобальних взаємодій посилює масштаби забруднення.

Отже, рішення і діяльність людини впливають на навколишнє середовище через використання ресурсів, викиди та забруднення, інші наслідки діяльності. Для зменшення цих екологічних наслідків організація, підприємство, компанія має сформулювати комплексний підхід, що враховує економічні, соціальні та екологічні наслідки прийнятих ними рішень і заходів. Вже сьогодні окремі корпорації добровільно беруть на себе зобов'язання фінансувати заходи, які зменшуватимуть вплив їхньої господарської діяльності на довкілля.

З метою відповідального ставлення до навколишнього середовища застосовують новий підхід до новітніх технологій: не використовувати, поки не доведено, що безпечно, на противагу підходу, який використовувався раніше: використовувати задля прогресу, якщо не доведено, що шкідливо.

Переваги дружнього ставлення організацій та підприємств до навколишнього середовища:

- заощаджує кошти;
- підвищує продуктивність праці та лояльність співробітників;
- відкриває доступ до нових ринків.

Турбота про довкілля – це вже не просто імідж, а обов'язок організації.

Підтвердженням актуалізації проблеми органічного розвитку людини і довкілля, усвідомлення світовою спільнотою нарощування екологічних небезпек була активізація вчених і міжнародних організацій. Міжнародні документи щодо навколишнього середовища:

- Стокгольмська декларація;
- Декларація Ріо-де-Жанейро;
- Цілі розвитку тисячоліття;
- Екологічні принципи Глобального Договору ООН.

Міжнародне екологічне право є однією з наймолодших галузей міжнародного публічного права. Датою його зародження можна вважати проведення у 1972 р. Стокгольмської конференції.

ООН з навколишнього середовища. За результатами цієї конференції було прийнято два основоположні документи – Стокгольмська декларація, яка визначила 26 принципів екологічно коректної поведінки держав, та Програма дій, на основі якої було розроблено Програму ООН з навколишнього середовища.

Якщо в попередні часи локальні екологічні кризи долалися завдяки освоєнню нових ресурсних джерел (про це свідчать великі географічні відкриття та колонізація епохи становлення капіталістичних економічних відносин) та запровадженню нових технологій, то оприлюднення першого Звіту Римського клубу під назвою «Межі зростання» (1972 рік) примусило замислитися над проблемою кінечності ресурсів, а отже і меж економічного зростання людства. Питання про розподіл природних ресурсів за принципами капіталістичної економіки відсунулося на другий план. Натомість пріоритетного значення набуло питання про збереженість ресурсів як таких, тобто того, що забезпечує життя (існування) і подальший розвиток людства. Взаємозв'язок та взаємозалежність між збереженням та економічним поступом визначали через поняття збалансованого (сталого) розвитку (sustainable development). Сталий розвиток – це розвиток, що забезпечує потреби теперішнього покоління, не ставлячи під загрозу потреби майбутніх

покоління. Особливо наочно названу проблему було представлено в звіті про стан довкілля та розвиток під назвою «Наше спільне майбутнє», оприлюдненому Комісією, яку очолювала прем'єр-міністр Норвегії Гро Г. Брундтланд 1987 р. У звіті зазначалося, що встановлення нового справедливого світового порядку можливе завдяки переходу до збалансованого (сталого) розвитку, основними принципами якого є, по-перше, збільшення виробництва за умови зменшення витрат природних ресурсів завдяки повсюдному запровадженню збереження, ефективності, вторинної переробки й технологічних удосконалень; по-друге, зниження темпів зростання глобального населення; по-третє, справедливий перерозподіл ресурсів між багатими та бідними.

У 1992 р. в Ріо-де-Жанейро була проведена Конференція ООН з навколишнього середовища і розвитку, участь у якій взяли представники 179 держав. У ході цієї конференції було прийнято низку документів, найважливішими серед яких є:

Декларація Ріо-де-Жанейро з навколишнього середовища і розвитку (часто також називається "Декларацією Ріо" та "Зеленим кодексом поведінки держав"). Ця Декларація є логічним продовженням Стокгольмської декларації 1972 р. і закріплює нові принципи співробітництва держав у сфері охорони навколишнього середовища.

Саміт тисячоліття (Millennium Summit), що відбувся в ООН в Нью-Йорку у 2000 р. ухвалив Декларацію тисячоліття (Millennium Declaration), спрямовану на «подолання несправедливості й нерівності, терору й злочинності та збереження нашої спільної спадщини, землі, прийдешніх генерацій».

Цілі саміту тисячоліття в галузі розвитку для України:

– 6 цілей та 13 конкретних завдань на довгострокову перспективу, адаптованих з урахуванням особливостей національного розвитку:

Ціль 1. Подолання бідності.

Ціль 2. Забезпечення доступу до якісної освіти впродовж життя.

Ціль 3. Забезпечення сталого розвитку довкілля.

– збільшити на 12% частку населення, що має доступ до чистої питної води;

– стабілізувати забруднення повітря стаціонарними джерелами.

– розширити мережу заповідників та природних національних парків до 10,4% від загальної території України.

Ціль 4. Поліпшення здоров'я матерів та зменшення дитячої смертності

Ціль 5. Обмеження поширення ВІЛ-інфекції/СНІДу та туберкульозу і започаткування тенденції до скорочення їх масштабів.

Ціль 6. Забезпечення Гендерної рівності.

Ініціатива Глобального Договору була започаткована Генеральним Секретарем ООН Кофі Ананом під час Світового Економічного Форуму у 1999 році. Світові лідери бізнесу були запрошені приєднатись до глобальної ініціативи, яка б поєднала компанії з агенціями ООН, трудовими та громадськими організаціями заради підтримки універсальних принципів:

1. Права людини;

2. Трудові праці;

3. Екологічні принципи:

– комерційні компанії повинні дотримуватися обережності в підходах до екологічних проблем;

– комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності;

– комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.

4. Протидія корупції.

Стандарти екологічного управління:

1. Серія ISO 14000;

2. EMAS.

У 1993 р. Комітет з питань екологічного менеджменту ІБО розробив спеціальну серію міжнародних стандартів ІБО 14000, що регламентує схеми

екологічного менеджменту й аудиту. Із 1995 р. діє директива Євросоюзу для підприємств країн ЄС «Схема менеджменту і аудиту в галузі навколишнього середовища» (ЕМАБ). Вона передбачає складання підприємством декларації про стан навколишнього середовища: опис виробничої діяльності підприємства, оцінка його впливу на довкілля, обсяги відходів і забруднень, споживання води й енергії, методи управління, контролювання стану навколишнього середовища тощо. Стандартами, зокрема, передбачено створення, впровадження та функціонування системи екологічного управління, інтегрованою в менеджмент підприємства.

Офіційно стандарти ISO 14000 є добровільними. Вони не підміняють законодавчих вимог і служать своєрідним посібником дотримання установами зобов'язань у сфері природокористування. Однак все більше компаній застосовують ці стандарти через низьку причин.

По-перше, існує м'який пресинг із боку міжнародних організацій. Наприклад, основні банки Швейцарії і Німеччини не виділяють кредитів без екологічного обґрунтування проєктів. У цьому відношенні зазначена система стандартів є однією з небагатьох, що визнаються банками.

По-друге, впровадження системи екологічного менеджменту надає компаніям додаткової переваги, а саме:

- полегшується вирішення екологічних проблем, підвищується відповідальність, досягається чіткий поділ обов'язків;
- забезпечується системний підхід;
- створюється можливість зменшення витрат унаслідок більш раціонального використання води, сировини, енергії, зменшення відходів;
- гарантується відповідність вимогам природоохоронного законодавства, мінімізується ризик залучення до судової відповідальності;

При цьому слід усвідомлювати, що запровадження систем екологічного менеджменту, крім безумовних переваг, накладає на підприємство додаткові зобов'язання, пов'язані з підвищенням рівня контролю екологічних показників його господарської діяльності (крім загального державного,

громадського, відомчого контролю, якому підлягають такі об'єкти, їх діяльність за загальним правилом є предметом нагляду з боку органу із сертифікації та інших заінтересованих інстанцій.

## **Тема 2.2 Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності**

Побудова конструктивного соціального діалогу є важливим аспектом соціальних відносин, що можливо лише при наявності обопільного бажання працівників і роботодавців (їхніх представників) спільно вирішувати економічні й соціально-трудові питання, шукати компроміси, йти на припустимі поступки й проявляти взаємоповагу до цілей кожної зі сторін відносин у соціально-трудої сфері. Формування інституту соціального партнерства засновано насамперед на принципі взаємного компромісу й співробітництва, у центрі якого лежить соціальний діалог між представниками працівників і роботодавцями при участі держави.

У країнах Заходу соціальне партнерство з'явилося в ХХ столітті як інструмент регулювання відносин між найманими робітниками й роботодавцями. Особливістю таких відносин була двостороння взаємодія конкретного роботодавця (власника виробництва) безпосередньо з його найманими робітниками. У такій системі відносин держава не приймала участі й практично не втручалася в хід їхнього розвитку.

Роль інституту соціального партнерства не обмежується лише рамками соціально-трудої сфери, обумовленими трудовим законодавством про соціальне партнерство. Відповідно до ідеології західних країн механізми соціального партнерства забезпечують нівелювання протиріч між працівниками й роботодавцями (їхніми об'єднаннями) на основі рівноправного співробітництва, що дозволяє, у свою чергу, вирішувати такі глобальні державні соціально-економічні питання, як зайнятість населення за допомогою інтеграції громадян, як працівників у систему ринкових відносин. Необхідно відзначити, що в сфері соціально-економічних відносин система соціального партнерства спрямована на досягнення матеріального стимулювання інтересу працівників у продуктивності праці для подальшого



зростання прибутку роботодавців, держави в цілому, і, як наслідок, життєвого рівня самих же працівників.

В Україні в різні періоди явище взаємодії сторін соціально-трудових відносин щодо узгодження їх інтересів у соціальній, економічній і трудовій сферах передбачало різні назви:

- соціальне партнерство (із початку 90-х рр. і до кінця XX ст.);
- соціальний діалог (із початку XXI ст.).

І сьогодні в Україні терміни «соціальне партнерство» і «соціальний діалог» використовуються іноді як синонімічні поняття.

Існують різні погляди на поняття «соціальне партнерство». Його розуміють як:

- процес урегулювання соціально-трудових відносин засобами колективно-договірного регулювання;
- систему відносин між найманими працівниками, роботодавцями та державою щодо узгодження їх соціально-трудових інтересів;
- принцип соціальної політики держави, що забезпечує справедливість розподілу матеріальних ресурсів між сторонами соціальних відносин;
- специфічний тип суспільних відносин між соціальними групами, верствами, класами, спільнотами та іншими соціальними структурами тощо.

Соціальне партнерство – це система зв'язків між представниками роботодавців – з одного боку, найманими працівниками (профспілками) та іншими громадськими об'єднаннями – із другого, і державою та органами місцевого самоврядування – із третього, які за допомогою відповідних механізмів узгоджують свої інтереси в соціально – економічній і трудовій сферах.

Поняття «соціальне партнерство» ширше за поняття «соціальний діалог», про що свідчить й етимологія цих понять. Соціальне партнерство – це система зв'язків між сторонами (суб'єктами) соціально-трудових відносин щодо узгодження їх інтересів у соціально-економічній і трудовій сферах за допомогою відповідних механізмів. Соціальний діалог і виступає одним із

таких механізмів узгодження різних інтересів. Це процес, що включає всі типи переговорів, консультацій та обміну інформацією між його учасниками щодо узгодження їх інтересів у соціально-економічній і трудовій сферах.

На практиці соціальне партнерство виступає як альтернатива всякій диктатурі класу або особи і є цивілізованим (мирним) методом розв'язання соціальних конфліктів.

Метод розв'язання соціальних конфліктів у межах соціального партнерства – компроміс, узгодження інтересів роботодавців і найманих робітників шляхом мирних переговорів і взаємних поступок. У словосполученні «соціальне партнерство», «соціальне» означає суспільне, тобто те, що відноситься до життя людей й їхніх відносин у суспільстві; «партнер» (від французького слова партія) – учасник загальної діяльності.

Соціальне партнерство широко застосовується на Заході, при цьому моделі в різних країнах відрізняються організаційно-правовим механізмом. Відомі дві моделі соціального партнерства – трипартизм і біпартизм.

Для трипартизму характерним є наявність трьох сторін у соціальному партнерстві – представників від найманих робітників, роботодавців і держави.

Трипартизм – це процес взаємодії держави, роботодавців та працівників (через їхніх представників) як рівних і незалежних партнерів у прагненні знайти способи вирішення тих питань, що становлять взаємний інтерес.

Біпартизм припускає наявність двох сторін переговорного процесу – представників від найманих робітників і роботодавців. Біпартизм (або двопартизм) – це процес взаємодії, за допомогою якого досягаються, заохочуються або схвалюються прямі домовленості про співпрацю між роботодавцями та працівниками (або їхніми організаціями).

У тих країнах, де роль держави в регулюванні трудових відносин невелика (США, Канада, Великобританія), практикується двостороннє співробітництво між об'єднаннями роботодавців й організаціями трудящих.

Держава може виступати в такій соціальній моделі в ролі арбітра або посередника у випадку виникнення соціальних конфліктів. Найпоширеніший трипартизм – тристороннє співробітництво у Франції, ФРН, Швеції, Австрії, при якому держава відіграє активну роль соціального партнера

Головною функцією системи соціального партнерства є недопущення руйнівних страйків і створення умов для динамічного розвитку виробництва й забезпечення належного рівня доходів найманих робітників.

Основою соціального партнерства є принцип співробітництва між роботодавцями й найманими робітниками, що реалізується у формі ведення переговорів, укладанні колективних договорів, узгодженні проектів нормативно- правових актів, консультацій при прийнятті рішень між суб'єктами соціального партнерства на всіх рівнях (національному, регіональному, галузевому й місцевому рівнях).

У розумінні сутності соціального партнерства можна виділити наступні особливості:

- соціальний характер системи;
- історично сформована система відносин між двома класами (соціальними групами);
- уміння відстоювати свої інтереси кожної зі сторін;
- взаємоповага й врахування інтересів один одного;
- досягнення консенсусу за допомогою соціального діалогу;
- наявність спеціальних органів, організацій й об'єднань, створюваних із представників працівників, роботодавців і держави, однією з основних цілей яких є регулювання соціально-трудова відносин та інше.

Сучасна концепція соціального партнерства затвердилася в законодавстві ряду європейських країн (Німеччина, Австрія, Скандинавія) в 1960-і рр. як результат багаторічного пошуку ефективних форм регулювання соціально- трудових відносин. Експерти Міжнародної організації праці (МОП) визначають соціальне партнерство як механізм, за допомогою якого підприємці, представники трудящих й уряди розробляють комплекс

погоджених і багатобічних питань для рішення соціально-економічних проблем шляхом знаходження компромісів.

На Заході соціальне партнерство розглядається як поняття, що характеризує принципи організації суспільства, що регулює спільну працю соціальних партнерів – сторін соціально-трудових відносин.

Українські дослідники пропонують розглядати соціальне партнерство в декількох аспектах:

- як принцип діяльності суб'єктів колективних трудових відносин (широке розуміння терміну);

- як правовий інститут (вузьке розуміння терміну), що представляє собою сукупність норм, що регламентують компетенцію спеціально утворених органів.

Тобто, соціальне партнерство є системою визначених взаємин між державою, роботодавцями, найманими робітниками і їхніми представниками, що дозволяє враховувати цілі й інтереси сторін і на цій основі досягати згоди в рішенні питань соціально-трудових відносин, що закріплюється в колективних договорах й угодах різних рівнів.

Соціальне партнерство припускає узгодження інтересів основних суб'єктів трудових відносин шляхом соціального діалогу: соціальний діалог (соціальний договір) є механізмом узгодження інтересів, а саме соціальне партнерство представляє механізм регулювання трудових відносин як на макрорівні, так і на рівні регіонів й окремих підприємств.

## Тема 2.3 Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності

Які кроки повинен здійснити бізнес, щоб бути впевненим, що він займає важливе місце у суспільстві та поводить ся на відповідальному соціальному рівні? Відповідь на це питання дає визначеність форм та методів застосування програм соціально відповідального бізнесу (далі – СВБ) у практику бізнесу та факторів, що сприяють або протидіють розвитку цих програм.

Планування. Багато організацій постійно шукають можливість, щоб вписати програми з СВБ у свою повсякденну практику. Завдяки включенню програм СВБ, як невіддільної частини системи управління бізнесом, загальна стратегія управління компанії тільки посилюється ще одним механізмом.

Першим кроком у стратегічному плануванні є розробка місії та стратегічних цілей організації. Визначення місії, тобто призначення кожної організації, спонукає менеджмент осмислити, як у довгостроковій перспективі буде виглядати його підприємство. На цьому етапі компанія повинна усвідомити свої зв'язки з суспільством, визначити як відбувається її вплив на суспільство та у чому полягає її залежність від суспільства.

Усвідомлення компанією залежності свого стабільного розвитку від стабільного й успішного розвитку суспільства є результатом роботи з вироблення компанією свого бачення і місії.

Вже на *першому етапі* стратегічного планування компанія включає у визначення своєї місії елементи СВБ політики і своєї відповідальності за сталий розвиток суспільства.

Часто розробка місії супроводжується створенням офіційного документа компанії – Морального кодексу, або Корпоративного кодексу, якій затверджує першочергові цінності організації та моральні норми, яких мають дотримуватися менеджери та робітники.

На *другому етапі* менеджери аналізують своє оточення.

Можна використовувати модель PEST-аналізу та відстежувати, які з політичних (P), економічних (E), соціальних (S) та технологічних (T) факторів мають найбільший вплив на діяльність компанії. Посеред усіх факторів важливо виділити ті, які знаходяться у двох сферах, що перетинаються: сфері галузевої діяльності фірми (або її бізнес інтересів) та у сфері високої залежності компанії від визначеного фактора зовнішнього оточення.

Визначення стратегічних пріоритетів СВБ. Якщо у компанії висока залежність від рівня розвитку технологій у даній галузі і наявності кваліфікованої робочої сили, то така компанія може включити у свій соціальний стратегічний план програму підготовки на ринку праці професіоналів певної кваліфікації. Так діють ІТ (Information Technologies - інформаційні технології) компанії, що мають програми з розвитку комп'ютерної грамотності школярів або програми підтримки вищих навчальних закладів, що випускають ІТ фахівців.

На *третьому етапі* компанії оцінюють ресурси (визначаючи їх види і величину), що можуть бути спрямовані на соціальні програми. Так само необхідно визначити наявну у компанії компетенцію з вирішення низки чітко окреслених питань, пов'язаних із соціальними програмами, або можливість залучення консультанта (фахівця) для такого вирішення.

На *четвертому і п'ятому етапах* компанія розробляє матрицю SWOT. Одержання інформації про зовнішнє середовище та її аналіз дозволяє з'ясувати можливості, якими може скористатися компанія.

Компанія визначає, які тенденції у розвитку економіки й у цілому суспільства є для неї перспективною у бізнесі. На основі цього розробляються стратегічні цілі СВБ, що дозволяють компанії внести вклад у позитивні тенденції у суспільстві і скористатися їх результатами. Виявлені ризики також вимагають розробки спеціальних заходів для їх подолання. Тому компанії включають ці заходи в список стратегічних СВБ цілей. На *п'ятому*

етапі відбувається формулювання СВБ стратегії. Вироблені цілі зводяться воедино і коректуються відповідно до місії компанії.

*Шостий етап* вимагає розробки конкретних заходів, визначення осіб, відповідальних за їх виконання, термінів і показників, за якими буде оцінюватись ступінь досягнення стратегічних цілей. Цим етапом починається впровадження СВБ стратегії й одночасно – реалізується організаційна функція менеджменту СВБ.

Необхідно розподілити ресурси, структурувати задачі і впровадити у структуру компанії відповідний елемент, що буде центром СВБ діяльності. 28 Завдяки цьому, на сьомому етапі можна буде здійснювати коригувальні міри для того, щоб вироблена СВБ стратегія була гнучкою і відбивала оточення компанії, що змінюється. Організація СВБ може здійснювати через створені у компанії спеціальні Центри соціальних програм.

Для цього у структурі самої організації необхідно зробити зміни. СВБ діяльність повинна бути виділена в окремий напрямок. Очевидно, що стратегічно очолювати таку діяльність буде вище керівництво компанії. Але для виконання СВБ як функції бізнесу повинен бути створений відповідний підрозділ. Це може бути як одна людина, так і цілий відділ контролю всіх СВБ заходів компанії. У компанії може бути призначений виконавчий директор з програм СВБ, який несе загальну відповідальність за розробку, розвиток та управління програмами СВБ та персоналом. Комітет уповноважений обговорювати та реалізовувати головні напрямки діяльності з СВБ, включаючи задоволення споживачів, бізнес-етику, виконання законів та правил, захист навколишнього середовища та залучення громадськості. А також відповідати за задоволення споживачів, дотримання законодавства, захист навколишнього середовища, залучення громадськості та інші заходи СВБ.

Якщо до складу корпорації входить декілька бізнес-одиниць, то призначаються менеджери з управління СВБ діяльністю у філіях та дочірніх компаніях з метою дотримання єдиних стандартів поведінки компанії та її

представництв. Посада менеджера з соціальних програм компанії є відносно новою та маловідомою у бізнес оточенні України. В країнах з ринковою економікою це поширене явище. Вже давно існує така спеціальність, а в університетах ведеться підготовка професійних менеджерів з цього питання. Основні вимоги до компетенції таких менеджерів зосереджені на розумінні важливості їх ролі як сполучних ланок між компанією та її внутрішніми і зовнішніми клієнтами. Вимоги до компетенції менеджера СВБ:

- 1) обізнаність – менеджер ознайомлений із ролями різних гравців у суспільстві та внеском, що вони його здійснюють своєю власною справою;
- 2) розуміння – менеджер відчуває тенденції у соціальній та економічній сферах та яким чином вони впливають на ведення бізнесу;
- 3) застосування – менеджер активно залучається до справжнього втілення та забезпечення соціальних та екологічних інтересів у бізнесі;
- 4) інтеграція – менеджер відповідає за управлінські рішення, які визначають та свідчать про соціальний та екологічний вплив бізнесу;
- 5) лідерство – менеджер розробляє бізнес-стратегії, які, з одного боку, відповідають законодавству, а, з іншого, закріплюють більш суттєві вимоги.

*Мотивація СВБ* є важливим інструментом впровадження СВБ у бізнес-практику; є визначення компанією стимулів, які забезпечать реалізацію розроблених соціальних стратегій. Ці стимули повинні служити спонукальним мотивом як для менеджменту компанії, так і для кожного її працівника.

У цілому для керівництва стимулом виступають такі очікувані результати:

- покращення бізнес-процесів – впровадження програм СВБ вимагає складання схеми пошуку відповіді на запитання: «чи створює ця операція додаткову вартість?» при цьому вартість розглядається з точки зору покупця; таким чином, програми СВБ допомагають поновому подивитися на організаційну структуру та дозволити покращити якість продукції, скоротити години виробничого циклу;



– покращення технологій – під час впровадження програм СВБ, компанії виявляють приховані резерви покращення технологій; наприклад, застосування компанією екологічної програми по зменшенню викидів може змінити саму технологію виробництва;

– покращення ділової та загально суспільної репутації компанії, посилення позицій її бренду; це збільшує матеріальні активи компанії;

– підвищення мотивації та продуктивності працівників завдяки психологічним факторам мотивації і формування лояльного ставлення працівників до компанії; крім того, внутрішні соціальні програми компаній спрямовані на поліпшення умов праці та життя працівників, впровадження заохочувальних програм та збільшення оплати праці;

– поліпшення економічних показників компанії; зростання обсягів продажу 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, за якими може здійснюватися моніторинг і контроль соціальної діяльності компанії.

Існує кілька основних груп показників:

- а) група показників соціальної відповідальності перед працівниками:
- 1) виплати премії;
  - 2) плинність кадрів;
  - 3) проведені тренінги та результати навчання;
  - 4) оплата праці та умови праці в порівнянні з середньогалузевими (ринковими);
  - 5) понаднормові години;
  - 6) структура робочої сили у гендерному та віковому розрізі;
  - 7) кількість робітників-інвалідів;
  - 8) кількість інцидентів на робочому місці;

- 9) оцінка працівниками своєї компанії;
- б) група показників навколишнього середовища:
  - 1) вплив та витрати на навколишнє середовище;
  - 2) використання вторинної сировини;
  - 3) споживання енергії;
  - 4) утилізація відходів;
  - 5) кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів;
- в) група показників поведження компанії на ринку:
  - 1) реклаमाції покупців;
  - 2) скарги на недобросовісну рекламу;
  - 3) штрафні санкції антимонопольного комітету;
  - 4) надання споживачам кращого сервісу;
  - 5) рівень задоволення споживача;
  - 6) кредиторська заборгованість;
  - 7) рівень відповідності стандартам продукції;
  - 8) вплив продукції/діяльності компанії на суспільство;
- г) група показників залучення до життя громадськості:
  - 1) дотримання компанією прав людини;
  - 2) надані робочі місця;
  - 3) освітні і навчальні програми для громадськості;
  - 4) участь у стратегічному розвитку регіону;
  - 5) допомога в рішенні різних проблем (екологічних, охорона здоров'я).

Звітність компанії по соціальних програмах є невід'ємною частиною втілення СВБ у 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.

Аудит соціальної діяльності (СВБ-аудит) – це формальний процес огляду соціальної політики компанії та її результатів. Мета такого аудита – відпрацювати механізми та документацію, необхідні для подальшої роботи організації у цьому напрямку.

Основні етапи аудиту:

а) збирання і аналіз документів та інформації:

1) аналіз місії та інших документів компанії, які визначають її політику (кодекс поведінки);

2) інтерв'ю ключових працівників (включаючи керівництво);

3) дослідження й опитування працівників з метою визначення наскільки проголошена соціальна місія досягнута в даній організації; дослідження повинне бути передане для аналізу незалежній організації;

4) огляд зовнішньої інформації про підприємство;

б) оцінка розриву між поточним станом і поставленими задачами розробленим у стратегії компанії;

в) інформування про результати аудита працівників і всіх зацікавлених осіб;

г) коректування стратегій для подолання розриву, проведення тренінгів і навчання персоналу.

## Тема 2.4 Оцінювання ефективності соціальної відповідальності

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

Існує велика розмаїтість підходів до оцінки СВ. Одні з них засновані на зіставленні отриманих результатів з різного роду індикаторами, в інших використовуються оцінки якісних характеристик, що відображають вплив СВ на різні сторони функціонування бізнесу, держави й суспільства.

У міжнародній практиці використовуються так названі індекси соціальної відповідальності, які дозволяють оцінити соціальну відповідальність компаній. Так, наприклад, по даним Ernst&Young тільки світові фондові ринки в контексті стійкого розвитку використовують більше 100 індексів, заснованих на показниках стійкого розвитку.

Інший методичний підхід до оцінювання результативності діяльності компанії в області соціальної відповідальності заснований на критерії дотримання компаніями загально визнаних міжнародних стандартів, таких як Рекомендації Глобальної ініціативи по звітності в області стійкого розвитку GRI; Система менеджменту якості ISO9001:2000; Стандарти звітності серії A1000, SA8000, ISO14101:2004; Керівництво із соціальної відповідальності ISO26000.

Причому GRI й ISO 26000 є добровільними і їхнє застосування компаніями не регламентується спеціально виданими сертифікатами. Слідування стандартам ISO 9001:2000 й ISO 14101:2004 є обов'язковим за умови, що компанія має відповідний сертифікат якості. В 2014 році вийшла четверта версія Керівництва зі звітності в області стійкого розвитку (G4) Глобальної ініціативи по звітності (GRI), відповідно до якої звіти,

опубліковані після 31 грудня 2015 року, повинні бути підготовлені тільки відповідно до версії G4 Керівництва.

Соціальний аудит, подібно бухгалтерському аудиту, покликаний верифікувати звіти СВ, підготовлені компанією. Найпоширенішим на даний момент є міжнародний стандарт верифікації звітності AccountAbility 1000.

Компанії, зацікавлені у виході на міжнародні ринки й IPO на західних біржах, складають звітність на основі міжнародних стандартів AA 1000, GRI або ISO 14000.

Board навела дані, згідно яким у компаній, що реалізують концепцію соціальної відповідальності, дохід на інвестований капітал на 9,8 % вище, ніж у її конкурентів, що ігнорують СВ, дохід з активів більше на 3,55 %, прибуток – на 63,5 %.

Відповідно до різних досліджень інвестиційна привабливість компаній, що мають гарний звіт про корпоративну соціальну відповідальність, підвищується приблизно на 10%.

Окремі рейтингові агентства дають виноски на показники, що враховуються в сфері корпоративної соціальної звітності.

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

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

## Тема 2.5 Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ), як така, в Україні перебуває у стадії становлення. Соціально відповідальна ділова практика в Україні походить від багатьох різних факторів. Деякі з них характерні для України, інші більш міжнародні; деякі – історичні за характером, інші – сучасні. В «епоху соціалізму» була поширена практика індивідуальних і корпоративних пожертвувань і спонсорських внесків з боку підприємств на користь спортивних клубів, культурних заходів, інвалідів і дітей. Звісно, такий підхід не реалізує собою соціально відповідальне бізнес-середовище у суспільстві. До того ж, у той час громадянське суспільство було набагато менш розвиненим, ніж сьогодні, тому одержувачів було менше, вони були не такі різноманітні, та й вони не репрезентували собою всього розмаїття соціальних проблем у соціально значущих галузях життєдіяльності суспільства. Донедавна недосконале висвітлення у ЗМІ, публікації, а також існуючі дослідження у галузі СВБ стосувалися здебільшого бізнесової практики, відомої як благодійність. Філантропія та пожертвування на соціальні потреби досі сприймаються як найтипівіша форма СВБ діяльності в Україні. У той же час існує практика, яка демонструє ширше залучення бізнесу до СВБ-діяльності на робочому місці, а також відносно покупців і постачальників. Отже, СВБ стає частиною соціального та бізнесового життя в Україні, переходячи від простіших до більш розвинених форм і концепцій. Обізнаність щодо СВБ в Україні зростає, і все більше й більше компаній запроваджують принципи СВБ у свою ділову практику. За останні десять років було дуже мало простору для інвестицій у громади, але низка компаній почала розробляти філантропічні програми (згадаймо, наприклад ініціативу корпорації «Ейвон» з боротьби з раком молочної залози або програму корпорації «Філіп Моріс» з лікування дітей, постраждалих від Чорнобильської катастрофи).

Деякі компанії розробляють власну політику СВБ і проголошують свою поведінку щодо СВБ. В українській економіці переважають галузі важкої промисловості (металургія, машинобудування тощо). Тому розвиток СВБ залежить від політики компаній у цьому секторі. Іноземні інвестиції. Іноземні компанії та спільні підприємства, як очікується, очолять розвиток СВБ, надаючи найкращу міжнародну практику у цій сфері.

В Україні частка респондентів, які сприймають міжнародні компанії як більш соціально відповідальні, ніж місцеві, є найвищою серед усіх країн, де проводилося обстеження. Неefективна система соціального захисту. Багато компаній успадкували велику соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку, тощо), яку вони продовжують утримувати, вважаючи це діяльністю з СВБ.

Також значні негаразди в системах охорони 60 здоров'я та освіти в Україні спонукають компанії підтримувати ці сфери. Важкий регуляторний тягар. Важкий регуляторний тягар і погане виконання законів стимулюють компанії уходити в тінь. Це не дає їм показувати реальні прибутки та витратити частину цих прибутків на діяльність із СВБ. Крім того, деякі підприємства застосовують тіньову зайнятість, виплачуючи зарплати, нижчі за прожитковий мінімум, що аж ніяк не відповідає засадам СВБ. Україна має досить розвинене трудове законодавство.

Отже, практика СВБ, пов'язана з робочою силою підприємства, повинна концентруватися на забезпеченні дотримання законів про працю, а не на порушенні їх. Україна має достатньо прийнятний рівень формальних зобов'язань, але про належний рівень їх виконання не йдеться ще й досі. Мають місце численні порушення існуючих норм і вимог законодавства. Для України характерні високий рівень безробіття, незахищений ринок праці, низька зайнятість жінок на ринку праці тощо. За даними Міжнародної організації праці, у 2004 р., наприклад, Україна посіла 35 місце посеред 90 країн за Індексом соціально економічного захисту.

Індекс розраховувався за сьома позиціями:

- 1) захист ринку праці (Україна посіла 55 місце посеред 94 країн);
- 2) захист від необґрунтованого звільнення та захист від звільнення з роботи без повідомлення (25 посеред 99);
- 3) можливість просування по службі (30 посеред 94);
- 4) можливість підвищення кваліфікації (38 посеред 94);
- 5) безпека умов праці (45 посеред 95);
- 6) право голосу та доступ до профспілок (38 посеред 99);
- 7) захист доходу (40 посеред 96). 3

Зараз український бізнес збільшує масштаби своєї участі у вирішенні різних соціальних проблем. З іншого боку, український уряд має починати вважати бізнес партнером і докладати зусиль до поліпшення бізнесового середовища через дерегуляторні ініціативи та розробку податкової реформи.

Перелік соціальних потреб, які слід вважати потенційними напрямками для діяльності з СВБ, доволі довгий. Він включає розвиток громадянського суспільства, розв'язання проблеми Чорнобиля, зменшення бідності, боротьбу з поширенням ВІЛ/СНІДу, реінтеграцію кримських татар, поліпшення соціального захисту та освіти. Від компаній очікують сприяння соціальному розвитку та поліпшенню бізнесового середовища.

СВБ знаходиться на шляху розвитку в Україні. Діяльність із охорони довкілля або зміцнення відносин із робочою силою донедавна не пов'язувалися в Україні з корпоративною соціальною відповідальністю у такій мірі, як філантропія.

Сьогодні для компаній зростає важливість розробки внутрішніх програм СВБ, підвищення їх відповідальності перед працівниками та їх родинами, сприяння підтриманню здорового соціального середовища екологічними програмами. Задача компаній – додержуватися чинних законів про працю та охорону довкілля. Важливість систем управління діяльністю з охорони довкілля, таких як ISO-14001, для українських компаній зростає, тому що вони отримують доступ до міжнародних ринків, тоді як соціальні стандарти, такі як SA-8000, ще не настільки помітні в Україні.



Знедавна увага, яка приділяється сфері соціальної відповідальності в Україні, почала зростати – і вона продовжить зростати у майбутньому. Проте, ступінь інтеграції СВБ у основні бізнесові функції ще дуже низька.

Справжній виклик для українських компаній – перетворити корпоративну соціальну відповідальність у стратегію свого бізнесу, а також у щоденну практику. За результатами аналізу програм вузів європейських вищих навчальних закладів, вже впроваджено курс з корпоративної соціальної відповідальності у Лондонському метрополітенівському університеті (магістерська програма), університеті Йоркшира, Лейцерській бізнес-школі (магістерська програма), бізнес-школі Ноттінгемського університету (магістерська програма), університеті прикладних наук у Відені.

У США є університети, які створили інститути з соціальної відповідальності, мета яких – удосконалення та проведення досліджень, розробка практичних рекомендацій, рецензування наукових робіт експертами у сфері соціальної відповідальності (Райерсонський університет, Державний університет Сан Жозе). У деяких університетах закладено політику соціальної відповідальності (Бристольський університет, університет штату Індіана та ін.).

Центр вивчення етики для професіоналів при Іллінойському інституті технологій займається створенням інноваційних методик викладання та інтегрує курси професійної етики у навчальні програми університету та допомагає іншим університетам у розробці курсів та програм з відповідної дисципліни, проводить підготовку викладачів, організовує семінари для членів професійного суспільства та викладачів університетів, де вони обмінюються своїми новітніми здобутками та досвідом.

В Україні в освітній сфері питанню соціальної відповідальності значної уваги не приділялось. Хіба що, слід зазначити далекоглядність Н. Коломінського, який ще в 1996 р. серед вимог до особистості менеджера виділяв розвиненість у нього такої особистісної якості, як «схильність брати на себе відповідальність».

В останні роки деякі вищі навчальні заклади України прийшли до потреби створення курсу з соціальної відповідальності (Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи Національного банку України), або введення цієї теми до програми курсів з економіки, етики бізнесу, міжнародного менеджменту тощо (Львівський інститут менеджменту, Київський національний економічний університет, Національний технічний університет України «КПІ» та інші). На сьогоднішній день кожен ВНЗ втілює своє бачення щодо цього феномену і програми курсу.

Першим вагомим кроком до залучення вищих навчальних закладів до концепції соціальної відповідальності в Україні став тренінг «Викладання корпоративної соціальної відповідальності в університетах: із чого розпочати?», ініційований та проведений центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності наприкінці лютого 2009 р.

У тренінгу взяли участь викладачі вищих навчальних закладів Києва, Донецька, Харкова, Дніпропетровська, Тернополя, Запоріжжя, Одеси, Львова та інших міст України. Результатами цього заходу стали створення мережі вузів «Корпоративної соціальної відповідальності», учасники якої можуть обмінюватись інформацією та поповнювати свої знання з питань соціальної відповідальності, розробки навчальних програм щодо викладання соціальної відповідальності в умовах університетів та обговорення структури посібника з корпоративної соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність бізнесу, як така, як вже зазначалось, в Україні перебуває у стадії становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунття сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, які удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій Загального управління якістю. Однак зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі у ньому держави, яка повинна визначити соціальну

відповідальність бізнесу як бажану поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів (до цього вже дійшли державні органи країн-членів ЄС). Водночас необхідно усвідомлювати, що соціальна відповідальність бізнесу безпосередньо пов'язана з рівнем ділової досконалості підприємств, організацій і установ.

Адже, якщо вони не є досконалими, то навряд чи зможуть системно і протягом тривалого часу задовольняти потреби всіх заінтересованих сторін. На це вкрай важливо зважати в Україні, де рівень ділової досконалості більшої кількості організацій суттєво нижчий за відповідний рівень у розвинених країнах.

Саме тому в Україні підтримка держави необхідна як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, просування найкращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення.

Це дозволить більшості компаній посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших зацікавлених сторін. На рівні держави система соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу в Україні офіційно почала впроваджуватися з того часу, коли 16.12.2005 р. у Києві було підписано Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу та одночасно було створено Форум соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

До основних чинників, що заважають реалізації впровадження соціальної відповідальності українського бізнесу (далі – СВБ), належить: – недосконалість нормативно-правової бази та податкового законодавства, фінансова неспроможність організацій (34,8% підприємств України є збитковими); – низький рівень керівництва організації, особисте небажання керівництва займатися благодійністю тощо.

Щодо заходів соціально відповідального напрямку у реалізації корпоративної стратегії вітчизняних компаній пропонується:

- включати стратегічні заходи соціальної відповідальності у стратегію корпоративного розвитку, започаткувавши стандарти звітності у своїй програмі соціально відповідального ставлення підприємства у майбутньому з урахуванням принципів соціальної відповідальності;

- впроваджувати політику відповідального ставлення організації до своїх найманих працівників, підтримувати та розвивати позицію активного громадянства, навчати персонал соціальній відповідальності на рівні з іншими бізнес-цілями, у системі оцінки персоналу ввести компетенцію «соціальна відповідальність працівника»;

- започаткувати діалог із групами впливу, як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства; виховувати соціальну відповідальність всіх груп впливу, як з боку бізнесу, так і зацікавлених сторін поза бізнесом;

- створити спеціалізовані підрозділи (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких було б віднесений напрям діяльності з управління соціальної відповідальності, або, якщо це не є можливим (йдеться про малий бізнес), уведення окремої посади (функції), відповідальної виключно за адміністрування цієї діяльності.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Carroll A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A. B. Carroll // *Academy of Management Review*. – 1979. – Vol. 4(4). – P. 500.
2. Frederick W. C. From CSR-1 to CSR-2: the maturing of business-and-society thought/ W. C.Frederick. – 1994. – P. 154 – 155.
3. Swanson D.L. Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model/ D.L. Swanson // *Academy of Management Review*ю – 1995.– P.43 – 64.
4. Бондаренко А. В. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави / А. В. Бондаренко, // *Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури*. – 2009. –№ 5(79). – С. 201 – 203.
5. Грищук В. К. Соціальна відповідальність : навчальний посібник / Грищук. В. К. – Львів : Львівський державний ун-т внутрішніх справ, 2012. – 152 с.
6. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // *Економічна теорія* . – 2013. – № 4. – С. 5 – 26.
7. Куценко В. Й. Соціальна відповідальність / В. Й. Куценко / конспект лекцій з дисципліни «Соціальна відповідальність». – Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. – 51 с.
8. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність : навчальний посібник / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова. – Київ : Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний інститут», 2015. –180 с.
9. Шутаєва О. О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства / О. О. Шутаєва // *Культура народів Причорномор'я*. – 2014. – № 273. — С. 73 – 78.

*Навчальне видання*

**БІБІК** Наталя Валеріївна

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

### **КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

*(для студентів усіх форм навчання спеціальностей*

*051- Економіка,*

*071 – Облік і оподаткування)*

Відповідальний за випуск *О.В. Димченко*

*За авторською редакцією*

Комп'ютерне верстання *Н. В. Бібік*

План 2018, поз. 142Л

Підп. до друку 28.03.2019. Формат 60 x 84/16

Друк на різнографі. Ум. друк. арк. 3,7

Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002  
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.