

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**

**Кафедра філософії**

**Навчальні вправи та завдання**  
**для самостійної роботи**  
**з курсу**  
**«Соціальна відповідальність та сталий розвиток»**  
**(методичні рекомендації для здобувачів вищої освіти**  
**другого, магістерського, рівня**  
**спеціальності 075 - Маркетинг,**  
**всіх форм навчання)**

**2024**

Навчальні вправи та завдання для самостійної роботи з курсу «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» (методичні рекомендації для здобувачів вищої освіти другого, магістерського, рівня спец. 075 - Маркетинг, всіх форм навчання) / Укл.: Бондаренко О.В., Ємельяненко Є.О. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. – 37 с.

Укладачі:

*Бондаренко О.В.*, д. філос. н., професор, завідувачка кафедри філософії НУ «Запорізька політехніка».

*Ємельяненко Є.О.*, к. філос. н., доцент кафедри філософії НУ «Запорізька політехніка».

Рецензент:

Ратушна Т.О. – к. соціол. н., доцент кафедри соціології Запорізького національного університету.

Відповідальний за випуск:

*Ємельяненко Є.О.*, к. філос. н., доцент кафедри філософії НУ «Запорізька політехніка».

Затверджено на засіданні кафедри філософії  
НУ "Запорізька політехніка",  
протокол № 1, від « 30 » 08 2024 р.

Рекомендовано до видання  
НМК гуманітарного фак-ту,  
протокол № 1, від « 19 » 09 2024 р.

**ЗМІСТ**

Вступ .....	4
Теми курсу, завдання та вправи до них.....	6
Змістовний модуль 1.	
Соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку.....	6
Змістовний модуль 2.	
Оцінювання ефективності соціальної відповідальності .....	23
Перелік рекомендованої літератури .....	34

## ВСТУП

Вивчення курсу «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» передбачає ознайомлення майбутніх фахівців-маркетологів із основними теоріями й концепціями сучасної світової та вітчизняної соціально-економічної думки, з розмаїттям соціальної проблематики сучасного етапу розвитку людської цивілізації щодо змісту й основних механізмів розвитку господарської сфери її життєдіяльності та суспільного розвитку у цілому.

Сьогодні все більша кількість підприємств, організацій, вчених, практиків та інших активних суб'єктів соціальної дії цікавиться питаннями корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку, або, іншими словами, врахуванням корпоративної етики, відповідальної громадянської позиції, відповідального бізнесу тощо.

*Чим по суті є корпоративна соціальна відповідальність?*

В першу чергу – це виконання організацією соціальних зобов'язань, що приписані законом, і готовність нести відповідні обов'язкові витрати.

По-друге – це готовність довільно нести необов'язкові витрати на соціальні потреби понад законодавчо встановлені межі, виходячи не з нормативних вимог, а з етико-моральних міркувань.

В загальних рисах, корпоративна соціальна відповідальність передбачає:

- виробництво в достатній кількості продукції та послуг, якість яких відповідає всім нормам та вимогам, при дотримання законодавчих вимог до ведення бізнесу;
- дотримання прав робітників на безпечну працю, соціальні гарантії, в тому числі, створення робочих місць;
- сприяння підвищення кваліфікації, рівня освіти та навичок персоналу;
- захист оточуючого середовища та економію не відтворюваних ресурсів;
- збереження культурної спадщини;
- підтримку зусиль влади в розвитку території, де розміщена організація, допомога місцевим установам соціальної сфери;

- допомога бідним та малозабезпеченим родинам, людям з особливими потребами, дітям, позбавленим батьківського піклування, самотнім людям похилого віку;
- дотримання прийнятих на міжнародному рівні законодавчих та етичних норм ведення бізнесу;
- участь в різнобічній благодійній діяльності.

Таким чином, соціальна відповідальність та сталий розвиток постають з одного боку як фундаментальна філософія сучасного бізнесу, а з іншого – стратегія корпоративного управління. В реалізації підходу корпоративної соціальної відповідальності в практиці управління та координації поточної діяльності підприємства бере участь весь персонал підприємства, і управлінський персонал в першу чергу. Тож, для ефективної діяльності фахівців в сфері економіки підприємства, менеджменту, маркетингу та адміністрування знання, вміння і навички з впровадження в діяльність організації принципів корпоративної соціальної відповідальності є невід’ємною вимогою до їх компетентності.

Таким чином, дана методична розробка представляє низку вправ, прикладних завдань, тестових та контрольних питань, спрямованих на вироблення у майбутніх фахівців-маркетологів необхідних компетенцій в сфері соціальної відповідальності.

## Теми курсу, завдання та вправи до них

### Змістовний модуль 1.

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ

**Тема 1.1.** Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання

Тема охоплює наступні питання.

«Соціальна відповідальність» як категорія сучасного соціального знання. Концепція стійкого розвитку та концепція корпоративної стійкості. Сутність суспільного руху за соціальну відповідальність. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності. Сутність, види, категорії, еволюція, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності. Стратегія соціально відповідальної поведінки у ринковому середовищі. Особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку (соціальна відповідальність людини, держави, суспільства) в діяльності майбутніх фахівців-маркетологів. Правова та позаправова соціальна відповідальність в діяльності майбутніх фахівців-маркетологів.

#### *Завдання та вправи*

##### *Завдання 1.*

Уточнити поняття «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна відповідальність», «відповідальність бізнесу», «громадянська відповідальність» та дотичні до них за різним джерелами із посиланням. Порівняти, виявити сутнісно подібне і відмінне. Обрати найбільш точні і вдалі, на вашу думку, формулювання.

##### *Завдання 2.*

Проаналізувати та систематизувати національні та міжнародні закони та нормативні акти, що визначають соціальну відповідальність, її зміст, статус та роль в Україні та світі.

##### *Завдання 3.*

На основі наукової публікації Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних

поглядів (А.М. Колот // Економічна теорія. - 2013. - № 4. - С. 5-26. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte\\_2013\\_4\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_4_2)) проаналізувати структуру КСВ та зміст її ключових елементів. Виявити суперечності у наукових підходах до розуміння даного феномену.

#### Завдання 4.

Опрацювати книгу Г.Форда «Мое життя, мої досягнення». Проаналізувати наявність, специфіку, особливості впровадження, ключові елементи соціальної відповідальності в корпорації Форд на початку ХХ століття. Визначити особливості взаємодії бізнес структур, держави та громадянських організацій в контексті соціальної відповідальності на даному історичному прикладі.

#### *Тестові завдання*

1. Можливість для організації реалізовувати свої потреби у виживанні, безпеки, стійкості – це: а) соціальна відповідальність бізнесу; б) соціальний тренд; в) соціально відповідальна поведінка.

2. Хто належить до суб'єктів соціальної відповідальності? а) працівники підприємства; б) інвестори; в) підприємці.

3. Соціальна відповідальність бізнесу проявляється: а) у внутрішніх соціальних інвестиціях в людський капітал; б) в добродійності власників і топ-менеджменту компанії; в) в участі у виборчих кампаніях.

4. Хто є головним пропагандистом соціальної відповідальності? а) НАТО; б) МОП; в) ООН; г) інший варіант.

5. Які бувають форми соціальної відповідальності? а) традиційна, благодійність, меценатство; б) традиційна, меценатство; в) традиційна, благодійність.

6. До основних форм соціальної відповідальності належать: а) відповідальність за чистоту навколишнього середовища; б) відповідальність перед прийнятими на роботу; в) відповідальність перед споживачами; г) усі відповіді правильні.

7. До аргументів на користь соціальної відповідальності належать: а) зміна потреб і очікувань широкої аудиторії, наявність ресурсів для розв'язання соціальних проблем; б) недостатній рівень зайнятості широкої аудиторії, недостатність вмінь розв'язувати соціальні проблеми; в) моральний обов'язок поводити себе соціально відповідальним, витрати на соціальну привабливість; г) усі відповіді правильні.

8. До аргументів проти соціальної відповідальності належать: а) зміна потреб і очікувань широкої аудиторії, наявність ресурсів для розв'язання соціальних проблем; б) недостатній рівень зайнятості широкої аудиторії, недостатність вмінь розв'язувати соціальні проблеми; в) недостатній рівень звітності широкій аудиторії, сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи; г) усі відповіді правильні.

*Питання для контролю*

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

**Тема 1.2.** Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія сталого розвитку.

Тема охоплює наступні питання.

Історія розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та визначення КСВ. Розмаїття підходів щодо змісту КСВ. КСВ у системі соціальних функцій підприємництва. Концепція КСВ. Види КСВ. Рівні застосування КСВ. Основні напрямки КСВ. Основні принципи КСВ. Переваги КСВ для бізнесу. Моделі КСВ бізнесу і становлення різних типів корпоративної культури. Соціальна відповідальність корпорацій як інструмент конкурентної боротьби. Форми та сфери участі організацій в КСВ. Принципи чесної конкуренції, етичної поведінки компаній щодо партнерів та соціально відповідального маркетингу.

*Завдання та вправи*

### Завдання 1.

Скласти орієнтири ключових пунктів програми соціальної відповідальності для таких підприємств: 1) установа комерційного банку; 2) фармацевтичний завод; 3) мережа продовольчих супермаркетів; 4) компанія з виробництва тютюнових виробів.

Відповісти на питання.

Чи може для цих підприємств програма соціальної відповідальності бути типовою? Так? Ні? Чому?

Якщо в ній є універсальне ядро, яких аспектів соціальної відповідальності воно буде стосуватись?

Що саме може призвести до наявності якісно відмінних пунктів у програмах цих підприємств?

### Завдання 2.

Проаналізувати та порівняти основні (американську, азійську та європейську) моделі корпоративної соціальної відповідальності. Конкретизувати особливості їх застосування в Україні: перспективи та обмеження.

### Завдання 3.

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

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

### Завдання 4.

Визначити основні напрями соціальної відповідальності закладу вищої освіти (перед студентами, викладачами, суспільством, підприємствами; а також у зворотному напрямі) та відповідно заповнити таблицю 1.

Методичні вказівки: Заклад вищої освіти (далі – ЗВО) – це юридична особа, що реалізовує відповідно до ліцензії освітні програми вищої професійної освіти, і традиційно є об'єктом вивчення різних наук: економічних, юридичних, соціологічних, педагогічних і інших. ЗВО – це важливий соціальний інститут, в якому створюються суспільні блага (освітні послуги) і нормативи, зразки поведінки,

взаємин в колективі і із зовнішнім середовищем – із зацікавленими сторонами (зовнішніми партнерами, клієнтами, органами влади і т.п.). ЗВО володіє наступними властивостями соціального інституту: – стійкістю форми організації спільної діяльності людей; – здатністю інтегруватися з соціально-політичною, ідеологічною і ціннісною структурою регіону; – спрямованістю освітніх послуг вузу на обслуговування і розвиток людини; – наявністю матеріальних засобів і умов, що забезпечує успішне здійснення соціальних функцій; – є генератором соціальних норм поведінки, що здійснює соціальний контроль їх дотримання.

Для розуміння ролі ЗВО як соціально відповідального інституту необхідно розглянути функції, які він виконує через займане в суспільстві положення.

Таблиця. Напрями соціальної відповідальності ЗВО

Відповідальність перед	Напрями соціальної відповідальності	
	ЗВО	студентів
- ЗВО		
- студентами		
- викладачами		
- підприємствами		
- суспільством (в т.ч. державою)		
Відповідальність перед	Напрями соціальної відповідальності	
	викладачів	підприємств
- ЗВО		
- студентами		
- викладачами		
- підприємствами		
- суспільством (у т.ч. державою)		

#### Тестові завдання

1. Основним суб'єктом соціальної політики є: а) держава; б) громадські об'єднання; в) політичні партії.

2. Термін «соціальна держава» вперше з'явився в Конституції: а) Німеччини; б) України; в) Великобританії.

3. На конституційному рівні термін «соціальна держава» був закріплений вперше у: а) 1949 р.; б) 1965 р.; в) 1991 р.

4. Спеціальні кодекси із соціальних питань існують у: а) Німеччині, Франції; б) Росії, Португалії; в) Іспанії, Україні.

5. Соціальна держава – це: а) тип організації державного і громадського життя, заснований на пріоритеті соціальних цінностей, насамперед права людини на «гідне життя»; б) тип держави, основними ознаками якої є зв'язаність правом, верховенство закону, поділ влади, правовий захист особи, юридична рівність громадянина і держави; в) тип держави, що виходить з організації та функціонування державної влади на засадах визнання народу її джерелом і носієм.

6. Практичну реалізацію основних положень соціальної державності здійснює головним чином: а) соціальна політика; б) гуманітарна політика; в) інформаційна політика.

7. Позитивні якості КСВ для держави полягають у: а) забезпеченні низьких конкурентних переваг; б) забезпеченні підвищення рівня життя громадян; в) забезпеченні підвищення рівня життя окремих верст суспільства; г) сприянні розбудови партнерства між приватним та державним секторами.

8. До основної функції соціальної держави належить: а) створення умов, що забезпечують гідне життя і вільний розвиток особистості; б) забезпечення верховенства закону і юридичної рівності громадянина і держави; в) визнання права всіх громадян на участь у формуванні органів державної влади та контроль за їхньою діяльністю.

9. Добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку держави — це: а) етика бізнесу; б) культура управління; в) соціальна відповідальність; г) юридична відповідальність.

### *Питання для контролю*

1. У чому полягає сутність соціальної відповідальності людини? Яким чином вона проявляється?

2. Розкрийте форми прояву соціальної відповідальності людини?

3. З яких структурних елементів складається соціальна відповідальність як соціальний механізм контролю?

4. Яким чином соціальна відповідальність держави пов'язана з її функціями?

5. Чи впливає якість державного управління на її соціальну відповідальність? Поясніть свою відповідь на прикладах.

6. Назвіть основні складові соціальної відповідальності державної служби та розкрийте їх сутність.

7. Яким чином відбувається формування соціальної відповідальності державної служби?

8. Надайте власну інтерпретацію поняттю «соціальна держава».

9. Яке місце соціального захисту у системі соціальної відповідальності держави?

10. У чому проявляється соціальна роль держави?

**Тема 1.3.** Місце соціальної відповідальності в управлінні організацією

Тема охоплює наступні питання.

Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю. Механізми управління КСВ. Внутрішня та зовнішня соціальна відповідальність організації. Фінансовий та нефінансовий сектори КСВ. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.

*Завдання та вправи*

Завдання 1.

На прикладі конкретних ситуацій, визначити, яку з національних моделей соціальної відповідальності використовують у зазначених банках:

1) Прикладом втілення даної моделі соціально відповідальної поведінки компанії може бути соціальна політика деяких банків, що функціонують на території України. Наприклад «Сенс Банк» розглядає соціальну відповідальність саме як спонсорську та філантропічну, певна частина прибутку спрямовується на спонсорство та меценатство. Об'єктом окремої уваги банку є діти, молодь, учасники та інваліди війни, освіта, охорона здоров'я та спорт.

Що стосується Райффайзен Банку Аваль, то сприймаючи КСВ як комплексне поняття, керівництво української дочірньої компанії все ж особливу увагу приділяє саме філантропії, про що свідчить

інформація представлена на сайті банку. Основний акцент у благодійній діяльності банку – це підтримка дитячих закладів для сиріт та дітей із проблемних сімей, а також дитячих лікувальних закладів. Крім того, банк активно підтримує проекти, спрямовані на розвиток культури та духовності українців.

Цієї ж моделі соціально відповідальної поведінки дотримується Укрсиббанк, що входить в одну з найбільших груп із фінансових послуг в Єврозоні. Соціальна політика групи спрямована на підтримку благодійних проектів, меценатство класичної музики.

Не чужою є подібна практика й таким українським банкам, як Укрексімбанк і Ощадбанк, що роблять основний акцент у своїй діяльності на меценатські проекти. Слід також зазначити, що деякі українські банки зазначаючи у власній політиці соціальної відповідальності більш широкі межі її впровадження, все одно на практиці основну увагу приділяють саме філантропії.

Вищезазначені приклади політик КСВ банків, що пов'язані з допомогою дітям, реконструкцією національних історичних пам'яток, фінансуванням гуманітарних проектів, проектів із будівництва і устаткування дитячих лікарень, підтримкою національної культури є відповідним підтвердженням дієвості і ефективності даної моделі соціальної відповідальності.

2) Даної моделі соціальної відповідальності намагається дотримуватися «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК», який розглядає соціальну відповідальність як інвестиції в суспільство та у власне майбутнє. Керівництво банку вбачає своєю першочерговою соціальною відповідальністю міжнародну конкурентоспроможність банку задля отримання відповідного прибутку та зростання компанії. Другим пріоритетом банку як соціально відповідальної одиниці є отримання прибутків шляхом, який є і соціально, й екологічно відповідальним. Третім та найбільш видимим шляхом реалізації соціальної відповідальності банку є підтримка соціальних проектів. У принципах банку виділено внутрішню та зовнішню відповідальність.

До внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності належать:

- управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів;
- охорона здоров'я працівників та безпека праці;

- додаткове медичне та соціальне страхування співробітників;

- недержавне пенсійне забезпечення працівників;
- стабільність заробітної плати;
- надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях.

До зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності належать:

- співпраця з місцевими громадами та місцевою владою;
- взаємини з бізнес-партнерами, постачальниками і споживачами;
- відповідальність перед клієнтами за якість наданих послуг;
- дотримання прав людини;
- спонсорство і благодійність;
- сприяння в охороні навколишнього середовища.

3) Дана модель соціальної відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи.

Для даної моделі характерною є активна роль держави, яка впродовж тривалого часу брала участь у стратегічному плануванні бізнесу. Управління бізнесом, відповідно до даної моделі, не може обмежуватися тільки організаційним розвитком і отриманням прибутку.

Воно має базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому.

Ще у 1956 р. у документах групи «Донкай», зокрема в Декларації «Відповідальності керівників бізнесу перед суспільством», корпорації проголошено громадською організацією. На менеджерів покладался обов'язок стежити за підтримкою рівноваги між акціонерами і робочим постачальниками та споживачами. Також декларувалося соціальне призначення і соціальна відповідальність організації в рамках усього суспільства.

Завдання 2.

Соціальні програми компаній в світі, як правило, розглядають за наступними напрямками:

- екологічна відповідальність;
- відповідальність перед персоналом;

- пропаганда здорового способу життя;
- розвиток освіти, культури та масових комунікацій;
- пропаганда патріотизму, дружби народів, відповідальності;
- громадян перед суспільством;
- соціальні програми для місцевої громади.

На прикладі конкретних ситуацій визначити які з напрямів соціальної програми застосовують у зазначених підприємствах:

1) Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є елементом стратегії ведення бізнесу ГП «Кока-Кола Беверіджиз Україна». Відданість компанії зазначеній ідеї закріплена у Місії та Цінностях компанії. КСВ є складовою бізнес планів компанії і одним із критеріїв, згідно яких оцінюються результати роботи працівників.

Збільшення кількості та складності екологічних та соціальних питань, які потребують уваги, спонукають підприємство визначити пріоритетні напрямки діяльності. Найбільш значимими для підприємства та його зацікавлених сторін є наступні сфери:

- збереження водних ресурсів;
- енергозбереження та захист клімату;
- збір та переробка відходів;
- здоровий спосіб життя;
- розвиток наших працівників.

Перераховані пріоритети безпосередньо пов'язані з бізнес завданнями. Наприклад, внаслідок розширення асортименту продукції, ініціативи, спрямовані на пропаганду здорового способу життя, сприяють задоволенню зростаючого інтересу споживачів к збереженню власного здоров'я. Зниження ресурсомісткості виробництва поєднується з екологічними програмами щодо раціоналізації використання енергії, води та пластикової упаковки.

2) Активно підтримує розвиток спорту широко знана в світі компанія «Мак-Дональдс». Тільки у Великобританії на розвиток футболу нею виділено \$31,5 млн. Крім того, вона бере діяльну участь у реалізації програми із запобігання наркоманії, нагромадивши в цьому плані певний досвід у ході соціальної роботи в Гватемалі.

Серед результатів соціально орієнтованої роботи можна назвати «гватемальський» досвід компанії «Мак-Дональдс» щодо підтримки спеціалізованих програм зі зміцнення дружби між дітьми різних національностей, розвитку патріотизму.

3) Компанія «Sumsung» бере активну участь в реалізації міжнародних освітніх програм з обміну студентами, допомагає здобувати освіту дітям з малозабезпечених сімей.

У компанії «Sumsung» одним з виявів соціальної відповідальності бізнесу є організація робочих місць для інвалідів. Прикладом цього є, зокрема, будівництво компанією спеціалізованого заводу для даної категорії людей.

4) Починаючи з серпня 1998 р. компанія British Airways ініціювала благодійну програму «British Airways – дітям України». Наступного ж дня після її презентації громадськості відбулася перша акція програми під назвою «Олімпійські Ігри для безпритульних дітей Києва». В олімпіаді, ініційованій British Airways для дітей притулку «Отчий Дім» і підтриманій компаніями Coca-Cola та Nestle, взяло участь 120 дітей.

Компанія British Airways провела акцію, яка полягала в тому, що всі охочі допомогти дітям могли надіслати на адресу Gala-Радіо 1 гривню. Зібрані кошти було передано до спеціалізованого дитячого садка «Надія», де лікуються та проходять реабілітацію діти, хворі на дитячий церебральний параліч.

Більше п'яти років представництво British Airways в Україні опікується безпритульними дітьми, які проходять соціальну реабілітацію в центрі «Отчий Дім». Тут постійно живуть і виховуються понад 50 хлопчиків і дівчаток. Персонал British Airways, їх партнери й клієнти допомагають вихованцям «Отчого Дому» продуктами, одягом, спортивним обладнанням, різноманітними подарунками до свят.

### *Тестові завдання*

1. Що послужило причиною становлення і розвитку ідей корпоративної соціальної відповідальності в суспільстві: а) глобалізація; б) світова криза; в) антикорпоративні настрої; г) глобальне потепління.

2. Соціально відповідальна поведінка – це: а) можливість для організації реалізувати свої потреби в безпеці до стійкості; б) можливість підприємства сформувати потреби для ведення бізнесу.

3. Розробка програм з соціальної відповідальності починається: а) з визначення цілей; б) з виявлення актуальних проблем; в) з пошуку необхідних засобів.

4. Реалізація проектів і програм з розвитку соціальної відповідальності організації: а) може повністю здійснюватися працівниками організації у рамках поставлених їм обов'язків за штатну заробітну плату; б) вимагає окремих проектів зі своїми бюджетами; в) не вимагає обов'язкового залучення зовнішніх спеціалістів (експертів, консультантів).

5. Соціальна відповідальність важлива тим, що вона: а) сприяє формуванню громадянського суспільства; б) сприяє підвищенню рентабельності; в) забезпечує підвищення якості бізнесу.

6. Основною характеристикою американської моделі соціальної відповідальності є: а) значна роль держави при визначенні напрямів діяльності підприємства; б) вплив держави на діяльність підприємства опосередкований; в) значний вплив інституту держави на бізнес, а також орієнтир на культурні традиції країни.

7. Основною характеристикою європейської моделі соціальної відповідальності є: а) значний вплив інституту держави на бізнес, а також орієнтир на культурні традиції країни; б) значна роль держави при визначенні напрямів діяльності підприємства; в) вплив держави на діяльність підприємства опосередкований.

8. Основною характеристикою азіатської моделі соціальної відповідальності є:

а) вплив держави на діяльність підприємства опосередкований; б) значна роль держави при визначенні напрямів діяльності підприємства; в) значний вплив інституту держави на бізнес, а також орієнтир на культурні традиції країни.

#### *Питання для контролю*

1. Проаналізуйте етапи становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності

2. Розкрийте сутність категорії «корпоративне соціальне реагування» (corporate social responsiveness).

3. Чому М. Фрідмен заперечував концепцію корпоративної соціальної відповідальності?

4. У чому полягає цінність моделі Керолла?

5. Які види відповідальності відносяться до внутрішньої та зовнішньої групи? Чи існує між ними зв'язок?

6. Перелічіть етапи впровадження системи КСВ у практику українських підприємств. Дайте їм характеристику.

7 Дайте характеристику моделям соціальної відповідальності. Проведіть їх порівняльний аналіз.

8. Згідно якої моделі, на Вашу думку, розвивається КСВ у Україні? Поясніть свою відповідь

**Тема 1.4.** Цілі сталого розвитку: соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності.

Тема охоплює наступні питання.

Цілі сталого розвитку відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 р.» (англ. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development), від 25 вересня 2015 р. Соціальні аспекти соціальної відповідальності у маркетингу та рекламній діяльності. Економічні аспекти соціальної відповідальності у маркетингу та рекламній діяльності. Ставлення до навколишнього середовища як форма вияву соціальної відповідальності фахівців-маркетологів; екологічна компонента соціальної відповідальності.

*Завдання та вправи*

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

Завдання 1.

Компанія lifecell.

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

*Рішення:*

Компанія відкрила корпоративний портал life:) case, який втілює у собі систему дистанційного навчання LMS (Learning Management System). Практика показує що за допомогою системи дистанційного навчання можна скоротити витрати на навчання на 70-80%. Life:) case складався з корпоративної бібліотеки, каталогу книг традиційної

бібліотеки, навчальний дистанційний контент, тестування, анкетування, календар внутрішніх тренінгів, інформацію про відокрем навчання. Life:) case також доступний для зовнішніх партнерів.

Платформа також застосовувалась для оцінювання і тестування персоналу.

*Переваги:*

Навчання на робочому місці

Підтримка інтерактивного спілкування (віртуальні класи)

Для того що б почати навчання потрібен тільки доступ до інтернету результати

Завдання 2.

ПрАТ «Монделіс Україна»

*Проблема:* Підвищити рівень залучення співробітників.

*Рішення:*

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

1) Напрямок «Здорове життя – успішне майбутнє» включав:

- можливість користуватися програмами оздоровлення від страхової компанії;
- відвідувати у робочий час «кімнату здоров'я та краси»; готувати соки фреш та безкофеїнову каву;
- на спеціальній корпоративній сторінці стежити за новою інформацією про здоровий спосіб життя.

У рамках напрямку, також, були встановлені зволожувачі повітря в кабінетах компанії.

2) Напрямок «Ми піклуємося» охоплював:

- медичне страхування;
- страхування життя; страхування працівників і багажу під час відряджень;
- оригінальні корпоративні подарунки до дня народження;
- одноразова виплата при народженні дитини та на весілля;
- матеріальну підтримку на послуги за доглядом за немовлятами для мам;
- оплата таксу на випадок пізнього повернення.

3) Програма «Твій робочий простір» – мета створити комфортні умови роботи за допомогою:

- безкоштовних обідів, гарячих та холодних напоїв;
- комфортної їдальні з терасою;
- оголошення п'ятниці днем вільного стилю одягу;
- призначення кур'єра – водія для ділових і незначних особистих справ;
- продажу продукції Kraft Foods за оптовими цінами з доставкою в офіс.

4) «24/7 – твій стиль життя і особисте прагнення» програма мотивації від Kraft Foods в яку входить:

- участь у тренінгах та програмах професійного розвитку;
- можливість роботи за індивідуальним графіком;
- доступ до корпоративної бібліотеки;
- можливість користуватися корпоративними дисконтними картками;
- корпоративні тарифи на авіаквитки, готелі, оренду автомобілів.

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

### *Тестові завдання*

1. Ділову практику щодо власного персоналу відносимо до: а) внутрішньої соціальної відповідальності; б) зовнішньої соціальної відповідальності; в) змішаної соціальної відповідальності.

2. Що відноситься до внутрішньої соціальної відповідальності?  
а) безпека праці; б) випуск якісної продукції; в) допомога в ліквідації стихійного лиха.

3. Врегульована норма права специфічна система суспільних колективних правових відносин між власниками засобів виробництва (роботодавцями), найманими працівниками, державою в процесі реалізації прав та інтересів у сфері соціально-економічних і трудових питань – це: а) соціальне партнерство; б) соціальна політика; в) колективний договір; г) трудовий договір.

4. Сукупність етичних норм і принципів, якими повинна керуватися організація та її члени у сфері управління та підприємництва, що охоплює явища різних порядків, – це: а) етика бізнесу; б) культура підприємництва.

5. Ознаками сформованої культури підприємництва є: а) виконання соціальних функцій, наявність в організації мотивації та інтересу, наявність в організації фінансових коштів на проведення соціальних заходів; б) інтеграція робочих цінностей в середовище підприємств; виконання соціальних функцій; наявність інноваційної активності; в) виконання соціальних функцій; наявність діючого механізму; г) наявність соціальних інвестицій; д) наявність в організації мотивації і стійкого інтересу.

6. Що містять у собі соціальні блага, надані працівникам підприємства? а) надання гуртожитків; б) компенсація за відпустку; в) зазначене в п. а) та пільгові путівки; г) зазначене в п. в) та преміальні.

7. Публічний інструмент інформування стейхолдерів про економічну стійкість, соціальне благополуччя та екологічну стабільність: а) об'єкти соціальної відповідальності; б) соціальний звіт; в) соціальні інвестиції.

8. Через які основні функції проявляється екологічна відповідальність? а) стимулююча, компенсаційна, превентивна; б) стимулююча, компенсаційна, забезпечуюча; в) зберігаюча, стимулююча, превентивна.

9. Які шляхи посилення екологічної відповідальності компаній? а) система сертифікації продукції; б) екологічний аудит середніх підприємств; в) законодавче регламентування екологічної відповідальності.

10. Які основні елементи екологічної відповідальності бізнесу? а) залучення працівників до спонсорства; б) екологічний аудит; в) запровадження корпоративної культури.

#### *Питання для контролю*

1. Яким чином проявляється сутність корпоративної соціальної відповідальності у контексті відносин роботодавців та працівників?

2. Сформулюйте та поясніть критерії, що дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне.

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

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

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

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

7. Порівняйте сутність понять корпоративна соціальна відповідальність та корпоративне громадянство. Що в них спільного та що відмінного? Яким чином вони співвідносяться між собою?

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

9. Якими критеріям повинен відповідати екологічно та соціально відповідальний бізнес?

10. Яким чином інтерпретується екологічна відповідальність представниками різних економічних шкіл?

11. Дайте характеристику основним елементам екологічної відповідальності бізнесу.

12. Окресліть шляхи посилення екологічної відповідальності та дайте їм оцінку.

13. Які існують проблеми безпеки та здоров'я працівників на українських підприємствах?

14. Яка необхідність соціальної спрямованості та соціальної активності підприємств?

## **Змістовний модуль 2.**

### **ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

**Тема 2.1.** Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.

Тема охоплює наступні питання.

Підзвітність як принцип соціально відповідального бізнесу. Соціальна підзвітність. Проблема вимірювання соціального внеску (соціального ефекту діяльності) організації. Інформаційна політика і соціальна звітність. Нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності. Критерії, показники та методика оцінювання соціальної відповідальності. Соціальний звіт як явище. Оцінка результативності корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративний соціальний звіт. Фінансова та нефінансова звітність. Цілі та історія розвитку нефінансової звітності. Відповідальність, повноваження, обмін інформацією.

*Завдання та вправи*

Завдання 1.

Розробити форму нефінансового звіту для підприємств машинобудування, поліграфії та будівельної галузі використовуючи кількісні показники результативності підприємства за трьома напрямками (економіка, екологія, соціальна політика).

Завдання 2.

Розрахувати рівень соціальної відповідальності підприємства (за власним вибором) на основі даних річного звіту з корпоративної соціальної відповідальності (джерела – сайти підприємств) та методик розрахунку якісних та кількісних індексів соціальної відповідальності.

*Тестові завдання*

1. Процедура складання звітності про соціальну діяльність підприємства, яка передбачає використання окремих спостерігачів зовнішньої аудиторії це: а) соціальна звітність; б) соціальний аудит; в) соціальний рейтинг.

2. Соціальні нефінансові звіти, згідно з міжнародним стандартам, це: а) форма розвитку зв'язків з громадськістю (PR); б)

що добровільно беруться на себе компанією додаткові соціальні зобов'язання; в) оформлення стандартних форм відповідальності бізнесу перед партнерами, споживачами, органами влади, громадськістю.

3. Нефінансовий соціальний звіт верифікується (підтверджується): а) керівництвом компанії і місцевими органами влади; б) організованою громадськістю (громадськими організаціями); в) сертифікованими експертами.

4. У якому форматі дозволено подавати нефінансову звітність? а) Звіт зі сталого розвитку, Довільний соціальний звіт; б) Звіт про Прогрес, Звіт про екологічний аудит; в) Звіт з корпоративного розвитку, Довільний соціальний звіт.

5. У нефінансовому звіті має бути інформація для: а) клієнтів; б) співробітників, інвесторів; в) місцевої громади, партнерів; г) вірні відповіді а) та в); д) вірні відповіді а), б) та в).

6. Що відносять до етапів підготовки нефінансового звіту? а) формування команди, збір даних; б) залучення груп впливу, верифікація і аудит; в) формування звіту; г) всі відповіді вірні.

7. Показники оцінки ефективності соціальної відповідальності: а) мають бути обов'язково пов'язані з кінцевими показниками бізнесу; б) повинні враховувати розвиток людського капіталу організації; в) повинні орієнтуватися на зростання соціальних інвестицій.

8. Показником ефективності програм соціальної відповідальності є: а) зростання кількості заходів; б) зростання кількості публікацій про компанію в ЗМІ; в) зниження рівня негативного відношення до організації.

9. Вимір ефективності соціальної відповідальності потрібний: а) фахівцям, виконавцям; б) замовникам, керівництву організації; в) експертам-аналітикам.

10. Які виділяють групи показників при оцінці рівня соціальної відповідальності бізнесу? а) фінансово-економічні, продуктивності діяльності, використання ресурсів; б) економічні, екологічні та соціальні; в) немає вірної відповіді.

11. Яку систему показників соціальної відповідальності виділяють у сфері взаємовідносин з персоналом на основі GRI? а) показники структури, динаміки, руху, дискримінації персоналу; б) заробітна плата, колективні договори та соціальна захищеність, участь

у профспілках; в) освіта і розвиток людського ресурсу, охорона праці, управління професійними ризиками; г) всі відповіді вірні.

*Питання для контролю*

1. Розкрийте сутність соціальної (нефінансової звітності) та її роль у розвитку соціальної відповідальності підприємств.
2. Яким чином відбувався розвиток не фінансової звітності?
3. У чому проявляється особливість інтегрованого звіту?
4. Які формати не фінансової звітності найбільш поширені у світі?
5. Проаналізуйте особливості підготовки не фінансової звітності в окремих країнах.
6. Сформулюйте та дайте характеристику основним етапам підготовки не фінансового звіту.
7. Яким чином здійснюється верифікація та аудит нефінансової звітності?
8. Перелічіть інструменти КСВ та дайте характеристику кожному.
9. Які інструменти КСВ доцільні для використання та стратегічному та тактичному рівнях. Чому?
10. Яким чином використання інструментарію КСВ залежить від груп стейкхолдерів?
11. Що слід враховувати при оцінці ефективності соціальної відповідальності держави?
12. Які внутрішні та зовнішні чинники впливають на впровадження та ефективність функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією? Проаналізуйте кожену групу.
13. Приведіть індексні методи оцінювання КСВ. Яким чином відбувається розрахунок найбільш відомих індексів?
14. Яким чином побудована методика розрахунку Індексу прозорості та підзвітності, що здійснюється Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності»?

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

Тема охоплює наступні питання.

Запровадження системи корпоративної соціальної відповідальності. Концепція зацікавлених сторін: ідея, історія, сутність. Соціальні інвестиції як явище; сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців. Форми соціального інвестування. Соціальні програми компанії: сутність, напрямки. Сутність, складові та пріоритети розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом. Приклади соціально відповідальних практик.

### *Завдання та вправи*

#### *Завдання 1.*

Розробити етичний кодекс для підприємства, спираючись на інформацію щодо основних етапів.

#### *Методичні вказівки:*

Для формування організаційної культури, закріплення бажаних її параметрів важливе значення має розробка корпоративних правил, які будуть в доступній формі визначати, що слід та що не слід робити менеджерам і співробітниками підприємства.

У науковій літературі існує декілька класифікацій етичних кодексів: проаналізуйте їх (підходи Євтушевського Є.А., Чайки Л.Г., Малініна Є.Д., тощо). Корпоративний кодекс є найпоширенішим типом етичних кодексів. Він увібрав у себе положення всіх різновидів етичних кодексів і є інтегрованим зведенням етичних норм і правил поведінки всіх учасників корпоративних відносин (акціонерів, менеджменту, працівників, клієнтів, партнерів і т. д.).

Корпоративний кодекс – це документ, у якому викладається ставлення власників та керівництва компанії до сучасних тенденцій і проблем у сфері корпоративного управління.

Корпоративний кодекс фактично є формою втілення корпоративних норм, які, в свою чергу, є правилами поведінки, які встановлені в організації з метою регулювання взаємовідносин і спрямовані на досягнення цілей.

Цільова аудиторія корпоративного кодексу є достатньо широкою: власники (акціонери) компанії, менеджери усіх рівнів, найманий персонал, споживачі (клієнти), партнери, суспільство в цілому. Для кожного із суб'єктів цільової аудиторії кодекс матиме окреме значення: визначте та сформулюйте його.

Кожне підприємство визначає власні завдання, для вирішення яких воно має намір використовувати такий інструмент, як корпоративний кодекс. При створенні цього документа обов'язково повинні бути враховані галузь і специфіка діяльності підприємства, розмір компанії та світоглядне бачення власників і засновників.

Етапи створення етичного кодексу:

1. Загальні положення (місія, бачення підприємства).

1.1. Особисті якості, які цінує та очікує від працівників підприємство.

1.2. Обов'язки підприємства перед співробітниками.

2. Створення етичних нормативів.

2.1. Зовнішній вигляд співробітників.

2.2. Правила поведінки співробітників між собою.

2.3. Правила поведінки співробітників із клієнтами.

У пунктах 2.2 та 2.3 до варіантів поведінки, яка зазвичай забороняється етичними нормативами, відносяться: хабарі, вимагання, подарунки, виплата співучаснику частини незаконно отриманих грошей, конфлікт на ґрунті зіткнення інтересів, порушення законів у цілому, шахрайство, розкриття секретів компанії, використання інформації, отриманої в довірчій бесіді від членів «своєї» групи, незаконні виплати політичним організаціям, протиправна поведінка заради інтересів фірми тощо.

2.4. Правила дотримання графіка роботи.

3. Корпоративні свята, традиції.

4. Етапи кар'єрного зростання працівників.

Завдання 2.

Розглянути запропоновані ситуаційні завдання та визначити:

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

Запитання:

1. Чи є у неї моральний обов'язок чинити так, як їй наказують?
2. Чи є у неї моральний обов'язок робити будь-що інше, крім того, що від неї потребує керівництво? Обґрунтуйте відповідь.

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

Запитання:

1. Яким чином потрібно врегулювати ситуацію?
2. Які зауваження необхідно зробити молодому спеціалісту, щоб змінити його стиль спілкування в колективі?

3) Фірма, що займається економічним консалтингом, з одним із клієнтів співпрацює вже близько півтора роки. Клієнт займається ріелторським бізнесом, фірма веде їх баланс і здає звітність. Нещодавно частина співробітників цього клієнта відокремилася і організувала власну ріелторську фірму. Відділення було не зовсім вдалим і відносини з керівництвом первісної фірми дещо зіпсувалися.

Керівництво нової фірми звернулося в цю ж фірму з пропозицією взяти їх також на бухгалтерське обслуговування. Формально договори не є ексклюзивними. Конфлікт інтересів відсутній.

Запитання:

1. Чи етично брати на обслуговування клієнта, який «зі скандалом» відділився з вже існуючого клієнта?

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

Дана ситуація зачіпає інтереси всіх членів підприємства. З одного боку, співробітники фірми, жертвуючи своїми інтересами, вирішать дати необхідну суму робітнику фірми, проявлять

милосердне ставлення до близького. З іншого боку, в подальшому це може викликати ряд проблем:

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

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

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

Умови вирішення даної проблеми:

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

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

Завдання: сформулювати можливі варіанти вирішення проблеми. Відповідь обґрунтувати.

#### *Тестові завдання*

1. Працівники підприємства, власники, місцеве суспільство, соціальна інфраструктура, інвестори – це: а) об'єкти соціальної відповідальності; б) суб'єкти соціальної відповідальності; в) пропагандисти соціальної відповідальності.

2. Споживачі продукції та послуг відносяться до: а) суб'єктів соціальної відповідальності; б) об'єктів соціальної відповідальності; в) соціально активних груп.

3. До складових зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести: а) відповідальність перед споживачами товарів і послуг; б) охорона навколишнього середовища, спонсорство; в) охорона праці та здоров'я працівників; г) всі відповіді вірні.

4. Які інструменти стратегічної корпоративної філантропії використовуються у міжнародному бізнес-середовищі? а) соціально відповідальне інвестування, соціальне підприємництво; б) соціальне підприємництво, соціальне партнерство; в) соціальні венчурні фонди; соціальна звітність.

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

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

6. Які переваги впровадження відповідального маркетингу? а) можливість виходу на нові ринки; б) відмова від залучення нових споживачів; в) зниження потенційних інвестиційних можливостей.

#### *Питання для контролю*

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

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

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

4. Яким чином проявляється відповідальність перед людиною як споживачем?

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

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

7. Розкрийте концепцію відповідального маркетингу.

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

9. У чому полягає відповідальне управління ланцюгом постачання?

**Тема 2.3.** Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності.

Тема охоплює наступні питання.

Принципи й впровадження соціальної відповідальності  
Міжнародні стандарти як орієнтири складання соціальних звітів.  
Міжнародні стандарти соціальної звітності. Сутність, структура, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності.  
Зміст, структура і вимоги міжнародних стандартів звітності.

**Тема 2.4.** Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.

Тема охоплює наступні питання.

Особливості вияву соціальної відповідальності бізнесу в реаліях новітньої України. Приклади соціально відповідальних та соціально безвідповідальних практик. Особливості соціальної звітності в Україні.

### *Завдання та вправи*

#### Завдання 1.

Проаналізуйте етапи події, що демонструють залучення України до міжнародної практики соціальної відповідальності та відобразіть значимі у цій сфері події у таблиці відповідно до зауважених років. Для прикладу, це може бути ратифікація міжнародних угод в сфері КСВ, підписання глобальних договорів, участь у форумах, впровадження в діяльність підприємств нових форм КСВ, введення нових вимог тощо.

Таблиця. Інституціоналізація корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні

Роки	Інституційні форми КСВ
2005	
2006	
2007	
2008	
2009	
2010	
2011-2013	
2014-2016	
2017-2021	
2021-2024	

#### Завдання 2.

Проаналізуйте та сформулюйте низку чинників, що впливають на становлення та розвитку соціальної відповідальності в Україні.

#### Завдання 3.

Проаналізуйте та сформулюйте основні перешкоди становлення та розвитку соціальної відповідальності в Україні.

#### Завдання 4.

Які чинники обумовлюють необхідність становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні?

### Завдання 5.

Проаналізуйте мету, завдання і цілі Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року за окремими секторами: економічним, соціальним, екологічним, в сфері охорони довкілля, в сфері охорони здоров'я, в сфері громадянського розвитку та становлення демократії тощо.

#### *Питання для контролю*

1. На які сфери діяльності спрямовується соціальна відповідальність українських підприємств?
2. Які фактори здійснюють вплив на формування соціальної відповідальності в Україні?
3. Дайте характеристику основним перешкодам впровадження соціальної відповідальності в Україні. Яким чином їх можна подолати?
4. Чому наявна нормативно-правова база України не стимулює розвиток соціальної відповідальності бізнесу?
5. Дайте характеристику основним напрямкам державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
6. Які завдання ставить проект Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 р.?

#### *Тестові завдання*

1. Особливості соціальної відповідальності в Україні обумовлені: а) історичними особливостями бізнесу; б) специфікою громадської думки по відношенню до бізнесу; в) специфікою законодавства.
2. Який тип корпоративної соціальної відповідальності найбільше використовується в Україні: а) корпоративний соціальний маркетинг; б) корпоративна філантропія; в) волонтерська робота; г) немає правильної відповіді.
3. Скільки організацій в Україні є підписантами Глобального договору ООН щодо КСВ: а) жодна; б) десять; в) понад сто сорок; г) понад двісті.
4. Основними перешкодами впровадження соціальної відповідальності в Україні є: а) брак відповідного законодавства, фінансів, досвіду та механізмів впровадження соціальної

відповідальності; б) достатня кількість необхідної інформації стосовно соціальних проблем; в) достатня кількість урядових і неурядових організацій, що підтримують соціально відповідальну діяльність.

5. Основними завданнями «Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні» є: а) запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма групами зацікавлених осіб; б) сприяння розвитку СВБ, розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності; в) створення передумов для забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства; г) всі відповіді вірні.

6. Які основні напрямки державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні? а) зниження державної підтримки проведення публічних заходів з питань упровадження та результативності СВБ; б) забезпечення сприятливих правових, фінансових, податкових та організаційних умов для розвитку соціального відповідального бізнесу в українському суспільстві.

## ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### Основна

1. Амомова О.Ю. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу. Вид-цтво. ХарPI НАДУ «Магістр». 2010. URL: [http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2010/2010\\_03.pdf](http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2010/2010_03.pdf)
2. Антошко Т.Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: монографія Нац. техн. ун-т України „Київ. політехн. ін-т”. К. : НТУУ „КПІ”, 2013. 275 с.
3. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні/ URL:: <https://www.srm-ukraine.org/ru/vprovadzheniya-korporativnoyi-socialnoyividpovidalnosti-v-ukrayini/>
4. Гирик О. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник Нац. банк України, Ун-т банк. справи. К., 2009. 258 с.
5. Гітіс Т.П. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов URL: [http://www.evdjournal.org/download/2017/3\(49\)/pdf/08-Gitis.pdf](http://www.evdjournal.org/download/2017/3(49)/pdf/08-Gitis.pdf)
6. Гоголя О.П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Ніжин, 2011. 175 с.
7. Дейч М.Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект: монографія. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2014. 352 с.
8. Довідник соціально-відповідальних компаній України. К.: К.І.С., 2017. 170 с.
9. Європейська модель соціальної відповідальності URL: [http://studopedia.com.ua/1\\_126834\\_yevropeyska-model-sotsialnoyividpovidalnosti.html](http://studopedia.com.ua/1_126834_yevropeyska-model-sotsialnoyividpovidalnosti.html)
10. Конспект лекцій з дисципліни Соціальна відповідальність / Уклад. І.А. Юр'єва. Харків: НТУ ХПІ, 2016. 118 с.
11. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник/ за заг.ред. д-ра екон.наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон.наук, проф. А.Я. Кузнецової. К.: УБС НБУ, 2009. 208 с.

12. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. С.405.

13. Лазоренко Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64)

14. Методика визначення рейтингу корпоративної соціальної відповідальності URL: <http://um.co.ua/13/13-2/13-243.html>

15. Офіційна сторінка Глобального Договору ООН URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

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

17. Рівень впровадження цілей сталого розвитку компаніями в Україні URL: [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report\\_print.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report_print.pdf)

18. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика. К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. 480 с.

19. Смовженко Т.С. Корпоративна соціальна відповідальність К.: УБС НБУ, 2010. 314 с.

20. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А.М. Колот та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колода; Держ. вищ. навч. закл. „Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. К.: КНЕУ, 2012. 501 с.

21. Стародубська М. Вісник доктрини приватної ініціативи. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. К., УНЦПД, 2005. 40 с.

22. Стратегія розвитку СББ в Україні до 2020 року URL: [http://svb.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf)

23. Тарнавська Н.П., Овсянюк-Бердадіна О.Ф. Соціальна відповідальність бізнесу: навч. посіб. Тернопіль, 2012. 268 с.

24. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія / В.М. Шаповал; ДВНЗ „Нац. гірн. ун-т”. Д.: Держ. ВНЗ „НГУ”, 2011. 356 с.

### Додаткова

1. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / [О. Лазоренко, Р. Колишко та ін.]. К.: Вид-во «Енергія», 2008. 96 с.

2. Белявська, К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. 2011. №1. С.228-234.

3. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) [Текст] / Автори: [О.В. Безпалько, Ю.М. Галустьян, А.В. Гулевська-Черниш, Г.М. Лактіонова, Л.Б. Магдюк, Д.В. Непочатова, Л.М. Паливода, Г.О. Притиск]; за заг. ред. А.В.Гулевської-Черниш. К.: Книга плюс, 2008. 120 с.

4. Богма, Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Текст] / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. К.: 2006.

5. Бутко, М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України. 2009. № 7 (572). С.74-85.

6. Воробей, В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. 2005. № 10. С. 25-36.

7. Галушка, З.І. Соціальна відповідальність як функція держави у сучасній економіці: необхідність, межі, завдання / З.І.Галушка // Вісник НБУ. 2008. № 3. С.31-36.

8. Герет, Т.М. Етика бізнесу: Пер. з англ. [Текст] / Т.М. Герет, Р.Дж. Клоноскі. К.: Основи, 1997. 214 с.

9. Грицина, Л.А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств [Електронний ресурс] / Л.А. Грицина. Хмельницький національний університет. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/5.\\_NTSB\\_2007/Economics/20157.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm).

10. Грицина, Л.А. Вибір системи оцінки стану корпоративної соціальної відповідальності для машинобудівних підприємств Хмельницької області / Л.А. Грицина // Наука й економіка. 2009. № 1 (13). С.93-97.

11. Дерлоу, Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень. Пер. з англ. [Текст] / Д. Дерлоу. К.: Всесвіт, 2001.

12. Джеймс, А.Ф. Вступ у бізнес [Текст] / А.Ф. Джеймс, Едвін Г. Долан Стонер. К.: 2000.

13. Жаліло, Я.А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу [Текст] / Я.А. Жаліло, І.М. Акімова, Д.В. Ляпін. К.: МСД, 2007. 123 с.

14. Зінченко, А.Г. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів. Регіон. аспект [Текст] / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. К.: Фонд «Східна Європа», 2008. 60 с.

15. Іщенко, М.П. Людинознавча компетентність керівника, менеджера, спеціаліста: Монографія [Текст] / М.П. Іщенко, І.І. Руденко. Черкаси: Відлуння-Плюс, 2003.

16. Коник, Д.Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: Матеріали експертного дослідження / НАН України; Ін-т соціології; Фонд «Інтелектуальна перспектива»; Представництво Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) [Текст] / Д.Л. Коник, М.В. Олійник, Ю.О. Привалов; О. Ю. Саєнко (відп. ред.). К.: Батискаф, 2002. 72 с.

17. Котлер, Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Пер. з англ. [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі. К.: Стандарт, 2005. 302 с.

18. Мельник, С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В. Мельник // Економіка та держава. 2007. № 5. С. 72.

19. Осовська, Г.В. Стратегічний менеджмент [Текст] / Г.В. Осовська, О.Л. Фішук, І.В. Жалінська. К.: Кондор, 2003.

20. Петроє, О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: [монографія] [Текст] / О.М. Петроє. К.: Центр учбової літератури, 2008. 152 с.

21. Система стандартів екологічного менеджменту. Режим доступу: <http://www.iso14000-iso14001-environmental-management.com/>.

22. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: Національна доповідь [Текст] / За заг. ред. В.М. Гейця, А.І. Даниленка, М.Г. Жулинського, Е.М. Лібанової, О.С. Онищенко. К.: НВЦ НБУВ, 2009. 687 с.

23. Ткаченко, Л.Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості [Текст] / Л.Г. Ткаченко // Соціальна перспектива і регіональний розвиток: зб. наук. пр. Запоріжжя: ЗНУ, 2006. С. 64-70.