

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ КОМП'ЮТЕРНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Кафедра економічної кібернетики та інформатики

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з дисципліни «Соціальна відповідальність»

Тернопіль – 2014

Тема. 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку

Вивчаючи зміст категорії «відповідальність», ми повинні виходити з того, що соціальну відповідальність не можна зводити до одного з її різновидів: моральної, політичної, юридичної, професійної та ін. У процесі вивчення цих різновидів відповідальності необхідно мати на увазі те, що співвідношення соціальної відповідальності з її різновидами можливо уявити як діалектичний зв'язок загального та особистого.

Соціальна відповідальність є родовим поняттям стосовно її різновидів. Найбільш суттєві риси та ознаки, які притаманні соціальній відповідальності, властиві і її окремим різновидам.

Юридичну відповідальність необхідно вивчати у взаємозв'язку із соціальною. Це пов'язується з тим, що філософи та соціологи, даючи визначення соціальної відповідальності, відображають ті її риси, що пов'язані з моральною, політичною, релігійною відповідальністю, не повністю при цьому відображають ознаки юридичної відповідальності.

Так, Л. Білецька визначає соціальну відповідальність як обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у випадку порушення їх — обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання.

Схоже, але більш ємке визначення соціальної відповідальності знаходимо у Р. Хачатурова та Р. Ягутяна. Під соціальною відповідальністю вони розуміють дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, а у випадках безвідповідальної поведінки, що не відповідає вимогам норм чи порушує суспільний порядок, вони зобов'язані нести доповнюючий обов'язок особистого чи майнового характеру.

О. Плахотний вважає, що поняття відповідальності поєднує дві форми, два різних види відповідальності: 1) відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); 2) відповідальність як система відповідей індивіда на вимоги суспільства (особиста відповідальність). Автор підкреслює, що між суспільством та індивідом існує взаємозв'язок. З одного боку, суспільство покладає на індивіда обов'язок вчиняти соціально корисні вчинки, а з іншого — воно зобов'язано сприяти суб'єкту у здійсненні ним своїх прав та обов'язків та несе за це відповідальність.

Соціальна відповідальність відображає певне співвідношення між особистістю та суспільством інтегрально. Як зазначає О. Ростигаєв, соціальна

відповідальність є виразом всієї багатоманітності соціальних відносин та узагальнений вираз всіх форм відповідальності. Специфіка конкретних видів відповідальності обумовлена природою тих суспільних відносин, всередині яких вони виникли та існують у власній якісній визначеності.

Проф. О. Поляков характеризує соціальну відповідальність як зовнішню негативну реакцію з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що порушують соціальну комунікацію, і являє собою легітимну соціальну відповідь на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання. Проф. І. Семякін визначає соціальну відповідальність як обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом.

З врахуванням викладеного вище ми можемо визначити соціальну відповідальність як діалектичний взаємозв'язок між особою та суспільством, що характеризується взаємними правами та обов'язками з виконання приписів соціальних норм та покладенням різноманітних засобів впливу у разі її порушення.

У науковій літературі відсутня єдність думок про кількість видів соціальної відповідальності. Так, Н. Фокіна вважає, що соціальна відповідальність складається з моральної та правової. На думку Н. Головки, соціальна відповідальність існує у формі політичної, правової та моральної відповідальності. Л. Грядунова до соціальної відповідальності відносить політичну, громадянську, партійну, виробничу, правову, моральну, сімейно-побутову, а О. Плахотний пропонує класифікацію, що об'єднує всі ці види відповідальності, приєднуючи до них економічну, національну та державну.

М. Бахтіним виділяються наступні види соціальної відповідальності: моральна, персональна, політична, соціальна. Р. Хачатуров вважає, що у суспільстві існує стільки різновидів соціальної відповідальності, скільки в ньому діє різновидів соціальних норм.

Досить обґрунтовано вважаємо класифікацію соціальної відповідальності на неправову та правову. Неправова соціальна відповідальність не має юридичного характеру та виступає у формі моральної, політичної, корпоративної, релігійної, етичної та ін.

Моральна відповідальність настає у випадку порушення традицій, звичаїв, норм культури та естетичних норм. Вона відображається у суспільному осуді та соціальному відмежуванні від суб'єкта, що порушує чи ухиляється від виконання норми поведінки. Моральна відповідальність має важливе значення, оскільки забезпечує відповідність суб'єктів прийнятим у суспільстві уявленням про добро та зло, справедливість та несправедливість.

Політична відповідальність настає при порушенні норм, дотримання яких покладається суспільством на публічного політика. Її призначенням є забезпечення упорядкування політичної сфери суспільних відносин шляхом демонстрації недовіри, необрання політика на новий термін до представницького органу, виключення з певної організації.

Корпоративна відповідальність настає у випадку порушення корпоративних правил, які прийняті певною соціальною структурою та не мають правового значення. Відображається у осуді членами корпорації чи виразі недовіри порушнику.

Релігійна відповідальність засновується на нормах, що регламентують порядок відправлення релігійних культів, та на вірі у Бога. Забезпечують організацію релігійної сфери шляхом визначення можливих засобів впливу до суб'єктів, що порушують вимоги релігійних норм.

Всі згадані вище види соціальної відповідальності мають пасивний характер, оскільки негативна реакція з боку суспільства у цих випадках не передбачає примусового впливу на нормопорушника. Вона не заснована на праві вимагати відповідної поведінки, а відображається у бажанні висловити негативне ставлення шляхом відмови у спілкуванні чи дистанціювання.

Правова відповідальність настає у випадку порушення норм державно-організованого права. Вона має активний характер, оскільки передбачає активний психологічний вплив на порушника аж до застосування примусового фізичного впливу.

Тема. 2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства

Однією із найважливіших конституційних характеристик української держави є її характеристика як держави соціальної. Поняття «соціальна держава» або «держава соціального добробуту» вживається в Західній Європі ще з кінця 40-х років минулого століття. Найважливішою особливістю такого типу держави є високий рівень соціальної безпеки й соціальної захищеності її громадян. Досягнення такого рівня можливе завдяки проведенню ефективної соціальної політики.

У формуванні й здійсненні соціальної політики беруть участь чимало суб'єктів, діяльність яких визначається конкретними соціальними інтересами й здійснюється на основі тієї або іншої нормативно-правової бази. Це - державні органи влади, органи місцевого самоврядування, недержавні організації, громадські об'єднання. Тобто залежно від того, хто ініціює та встановлює ці взаємини та проводить відповідні заходи, розрізняють види соціальної політики - державну, регіональну, корпоративну. Основним суб'єктом реалізації соціальної політики в сучасному світі є держава, яка визначає загальні її засади, мету, завдання, пріоритети, нормативно-правову базу й проводять безпосередню практичну роботу з її реалізації.

Державна соціальна політика - це дії держави в соціальній сфері, що переслідують певні цілі, співвіднесені з конкретно-історичними обставинами, підкріплені необхідними організаційними й пропагандистськими зусиллями, фінансовими ресурсами й розраховані на певні етапні соціальні результати.

Незважаючи на те, що головним суб'єктом соціальної політики є держава, поряд з нею активну роль у соціальній політиці виконують інші, недержавні суб'єкти, зокрема, профспілки й політичні партії. Головними показниками ефективності соціальної політики є рівень добробуту, освіти, здоров'я населення, соціальної стабільності, конструктивності відносин соціальних груп і т.д.

Важливе місце в досягненні поставленої мети має стратегія соціальної політики, яка являє собою своєрідний план розв'язання соціальних проблем

країни на кожному конкретно-історичному етапі. У демократичному суспільстві плюралізм ідеологій та наявність різних суб'єктів породжує розмаїтість цілей і багатоманітність стратегій соціальної політики. Кожна зі стратегій входить складовою частиною в ту або іншу ідеологію й програму суспільного розвитку.

Зважаючи на багатовекторність соціальної політики в процесі її проведення важливо враховувати усі її напрями, не захоплюючись одними й не ігноруючи інших. Ефективність реалізації соціальної політики будь-якого рівня найбільшою мірою залежить від стану економіки, наявності необхідного фінансування соціальних програм за рахунок держави, органів місцевого самоврядування, підприємств, спонсорів і т.д. У процесі руху України до соціальної держави, вдосконалення соціальної політики та соціальної стратегії, важливе значення має вміле та доречне використання міжнародного досвіду в цій сфері із врахуванням менталітету українського суспільства.

У зарубіжній соціальній практиці стали загальновизнаними запропоновані в 1990 р. Г. Еспинг-Андерсеном три моделі соціальної держави, а відповідно і соціальної політики: **ліберальна** (або англосаксонська), **континентально-європейська** (консервативна) і **скандинавська** (або соціально-демократична).

В основу цієї класифікації покладені принципи доступності, ступені охоплення населення та перерозподілу доходів у системах соціального забезпечення. Важливе значення мало також з'ясування ролі та міри впливу на ці процеси політичних сил (партій, рухів, державної влади).

Ліберальна модель соціальної політики ґрунтується на наявності у суспільній свідомості віри в регулюючі можливості ринку та розвинутою системою приватної благодійності. Її формування відбувалося в умовах домінування приватної власності, ринкових відносин і під впливом ліберальної трудової етики. Ця модель набула широкого розвитку в Австралії, США, Канаді, Великобританії і Японії.

Сутність ліберальної політики полягає у зниженні ролі держави у розв'язанні соціальних проблем громадян, наданні їм якомога більшої свободи для самостійного їх розв'язання. Характерно, що така соціальна політика можлива за повної відсутності або слабкості лівих політичних сил або їхніх представників у владних структурах, так як основними їх лозунгами є соціальний захист населення від можливих соціальних потрясінь та збільшення ролі держави з даного питання.

Континентально-європейська (консервативна) модель впроваджена в країнах із соціально орієнтованою ринковою економікою, зокрема, Німеччині, Австрії, Італії, Франції, Голландії, характерна опора на правове регулювання системи соціального забезпечення. Вперше ця модель була розроблена наприкінці 40-х рр. ХХ ст. Християнсько-демократичною партією Німеччини, і викладена у так званих дюссельдорфських принципах, які включали у себе „природне право на роботу”, „соціальне страхування як основу соціальної

безпеки” та “соціальне страхування згідно з доведеною нуждою із суспільних фондів поза соціальним страхуванням”.

Ця модель заснована на об’єднанні зусиль у розв’язанні соціальних проблем, коли відповідальність окремого підприємця замінена системою їх обов’язкової колективної відповідальності під контролем держави. **Скандинавська (або соціально-демократична) модель** провідну роль у соціальному захисті населення відводить державі і надає базове забезпечення всім громадянам країни з державного й місцевого бюджетів, сформованих за рахунок податків. На відміну від ліберальної моделі, де кожен сам піклується про свій добробут і забезпечення, ця модель соціальної політики заснована на концепції “солідарності”, у якій соціальний захист розглядається як справа всього суспільства, а не окремо взятих індивідів. Саме тому її нерідко називають солідарною. Ця модель знайшла практичне втілення в країнах північної Європи - Швеції, Норвегії, Фінляндії, Данії, а також у Нідерландах і Швейцарії.

Соціально-демократична модель ґрунтується на таких **принципах** соціального захисту: всі люди мають однакову цінність, незалежно від віку й продуктивності? суспільство не може відмовитися від “слабких” елементів і повинне створювати їм умови і надавати можливості для задоволення своїх потреб; соціальні послуги й сервіс надаються на добровільних началах. В разі браку добровільності, державою можуть вживатися примусові методи; соціальний захист повинен бути безперервним, всебічним і охоплювати всі сфери життя людини; соціальний захист повинен бути гнучким, доступним і здатним вирівнювати соціальні умови для всіх груп населення. Такий підхід допомагає перебороти розрив у соціальних можливостях як “слабких” груп, так і всього суспільства. Зокрема, усі повинні мати рівну можливість для одержання освіти, кваліфікації й оплачуваної роботи, тобто стати нормальними самозабезпечуваними членами суспільства.

Тема 3. Організаційно – економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю

Сам термін «корпоративна соціальна відповідальність» уперше був сформульований Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном тільки у 1999 році. Існують декілька визначень цього поняття. У науковій літературі корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) розглядають як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу, суспільству і сприяють соціальному, економічному та екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство та мінімізації негативного. КСВ означає досягнення комерційного успіху шляхами, що цінують морально-етичні принципи співтовариства й навколишнє середовище. У більш широкому розумінні під корпоративною соціальною відповідальністю слід розуміти відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. У

цілому соціальна відповідальність бізнесу – це політика, яка свідомо і цілеспрямовано обирається компанією для того, щоб не просто існувати та отримувати прибуток, а добровільно робити свій позитивний внесок у розвиток сучасного суспільства.

КСВ можна також визначити і як вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту суспільства за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів. У загальному розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це усі дії компанії, які позитивно впливають на суспільство.

У 1953 році з'явилася перша фундаментальна праця стосовно теми соціальної відповідальності - «Соціальна відповідальність бізнесмена» Хоуард Р. Боуена, який проаналізував, як саме концепція соціальної відповідальності може бути застосована і в бізнесі, а розуміння більш широких соціальних цілей при прийнятті рішень можуть приносити соціальні та економічні вигоди для суспільства.

Дебати про КСВ розпочалися у 70-80-х роках минулого століття, коли громадськість почала дізнаватися про приховані негативні наслідки діяльності компаній: міста-привиди, що загинули разом із підприємствами, катастрофи, спричинені діяльністю виробничих підприємств, річки, в яких не можна купатися, втрачене здоров'я на виробництвах без подальшого соціального захисту. Із розголосу подібних проблем розпочалася дискусія про роль бізнесу в суспільстві, про соціальну відповідальність компаній. Зараз у США КСВ дуже часто пов'язується із програмами волонтерства працівників компаній та благочинністю, європейське ж розуміння КСВ полягає у веденні бізнесу в соціально-відповідальний спосіб.

Але широкого поширення ідея КСВ набула відносно недавно, у середині 90-х ХХ століття. Тоді в суспільстві достатньо сильно проявилися антикорпоративні настрої – як реакція на рішення компанії Shell UK затопити в Північному морі нафтову вежу «Brent Spar», на опубліковані в ряді авторитетних видань матеріали про неетичні бізнес-підходи (наприклад, використанні дитячої праці), що практикуються в країнах «третього світу» деякими відомими корпораціями (зокрема, Nike). Саме тоді компанії почали активно вдаватися до КСВ із метою створити собі імідж соціально відповідальних і тим самим завоювати прихильність споживачів [8, с. 26].

Для того, щоб об'єднати зусилля підприємців із діяльністю профспілок, громадських організацій, державних органів та скерувати їх на підтримку та застосування десяти універсальних принципів щодо захисту прав людини, забезпечення стандартів роботи, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією, було підписано Глобальний договір ООН у 1999 році. Він являє собою волонтерську ініціативу й покликаний об'єднати соціально відповідальні компанії для обміну досвідом щодо реалізації відповідних проектів та програм.

На сьогодні договір об'єднує декілька тисяч компаній із більше ніж 100 країн світу, тим самим утворивши одну з найбільших добровільних ініціатив з питань КСВ у світі. Необхідно зауважити, що досить активними в підписанні цього договору стали й українські бізнес-структури – 93 компанії приєдналися до ініціативи. Проте лише кожен третій керівник в Україні знає про концепцію КСВ, а уніфікованих стандартів та правил для українського бізнесу досі не було створено.

Відомі світові компанії вже протягом багатьох років вважають, що надійними партнерами можуть бути тільки ті, які використовують етичні підходи до громади в цілому і до своїх співробітників зокрема. Тому міжнародні експертні організації, асоціації бізнесу, аудиторські фірми наразі активно розробляють стандарти у складанні та верифікації соціальної звітності компаній. Ці звіти повинні доповнювати фінансову інформацію і дозволяти мати чітке уявлення про сталість і довгостроковість перспективного розвитку бізнесу.

Ціла серія корпоративних скандалів, які останні кілька років відбувалися в багатьох провідних корпораціях світу, змусила керівництво замислитися над необхідністю екстрених заходів як щодо підвищення корпоративної репутації загалом, так і щодо поліпшення іміджу окремих брендів.

Тема 4. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності

Трудовий колектив організації утворюють громадяни, які своєю працею беруть участь у його діяльності на основі трудового договору (контракту угоди), а також інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з організацією.

Повноваження трудового колективу визначаються законодавством.

Досягнення і втрати в роботі організації безпосередньо позначаються на рівні госпрозрахункового доходу колективу, благополуччі кожного працівника. Підприємство, яке забезпечує виробництво і реалізацію кращої продукції (робіт, послуг) з меншими витратами, одержує більший госпрозрахунковий дохід і перевагу в своєму виробничому і соціальному розвитку та оплаті праці працівників.

Відшкодування підприємством збитків іншим організаціям і державі, сплата штрафів, неустойок та інших санкцій, встановлених законодавством, провадиться за рахунок госпрозрахункового доходу колективу. Власник визначає конкретні підрозділи і працівників, винних у заподіянні збитків, що їх зазнало підприємство, доводить це до відома трудового колективу і покладає на конкретні підрозділи і працівників майнову (матеріальну) відповідальність відповідно до законодавства.

Зарахування в бригаду нових працівників провадиться за згодою колективу бригади. Не допускається відмова бригади в зарахуванні працівників, направлених у бригаду в порядку працевлаштування відповідно до законодавства (молодих спеціалістів, випускників навчальних закладів системи професійно-технічної освіти, осіб, звільнених від покарання, або примусового зарахування працівників, направлених у бригаду в порядку працевлаштування відповідно до законодавства (молодих спеціалістів, випускників навчальних закладів системи професійно-технічної освіти, осіб, звільнених від покарання або примусового лікування та ін.).

Колектив бригади має право вимагати від власника виведення із складу бригади працівників у разі скорочення чисельності бригади, невідповідності працівника виконуваній роботі та інших випадках. Власник, відповідно до законодавства, переводить таких працівників, за їх згодою, на іншу роботу або звільняє у встановленому порядку.

Бригадири обираються на зборах колективів бригад (таємним або відкритим голосуванням) і затверджуються керівником підрозділу, до складу якого входять ці бригади.

Колектив бригади може розподіляти колективний заробіток із застосуванням коефіцієнта трудової участі. Коефіцієнти затверджуються колективом бригади за поданням бригадира (ради бригади).

При застосуванні коефіцієнта трудової участі заробітна плата працівника не може бути нижчою від встановленого мінімального розміру.

Власник, керівник структурного підрозділу несе відповідальність перед бригадою за створення нормальних умов для високопродуктивної праці (надання роботи, забезпечення справного стану для механізмів та устаткування, технічною документацією, матеріалами та інструментами, енергією, створення безпечних і здорових умов праці). При невиконанні бригадою виробничих показників з вини власника за бригадою зберігається фонд оплати праці, розрахований за тарифними ставками.

Службові особи, винні у порушенні обов'язків власника перед бригадою, притягуються до дисциплінарної відповідальності, а за зайві грошові виплати бригаді - також до матеріальної відповідальності перед підприємством у порядку і розмірах, встановлених законодавством.

Бригада несе відповідальність перед власником за невиконання з її вини виробничих показників. У цих випадках оплата провадиться за виконану роботу, премії та інші заохочувальні виплати не нараховуються. Збитки, заподіяні підприємству випуском неякісної продукції з вини бригади, відшкодовуються у межах місячного заробітку бригади. При розподілі колективного заробітку між членами бригади враховується вина конкретних працівників у випуску неякісної продукції.

Моральний клімат в організації визначається її організаційною культурою. Формальні, юридично зафіксовані положення у вигляді статутних цілей, місії, цінностей можуть не відповідати дійсним цілям та змісту діяльності, характеру взаємовідносин людей в організації. Тому може бути формальна, легітимна, організаційна культура і тіньова, яка у даній організації реалізується.

Моральний клімат в організації визначається сукупністю соціальних і моральних цінностей, які визнають члени організації. У державних - офіційно прийнятими законами і нормами, які повинні виконувати державні службовці. У комерційних організаціях цілі досягаються за рахунок створення високої мотивації працівників - членів організації, у тому числі і моральної мотивації. Підприємницькій організаційній культурі більше відповідає принцип егоїзму, який передбачає одержання максимального прибутку для кожного члена організації.

Бюрократична організаційна культура має подвійний характер, тому що має "мораль верхів" і "мораль низів". Їх поєднує максимальне делегування відповідальності вниз і максимальне зосередження прав у тих працівників, які знаходяться на вершині "піраміди влади".

Тема 5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу - це концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу); це внесок бізнесу у досягнення цілей сталого розвитку, який передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи; це спосіб покращити ефективність роботи компанії як у короткостроковому, так і довготривалому періодах. Соціальна відповідальність є добровільною ініціативою (хоч є країни, для яких принципи соціальної відповідальності обов'язкові), і для її повноцінної реалізації важливо, як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними та міжнародними структурами тощо).

Багатьом з нас відомі приклади, коли, наприклад, в Західній Україні досить поширена допомога підприємців з відбудови українських церков; на Сході, в металургійних областях, великі підприємства все більше турбуються про своїх працівників, забезпечуючи їхній соціальний захист (і не лише це). Однак соціальний розвиток українських регіонів ще далекий від досконалості, і роль бізнесу тут не повинна обмежуватися лише тимчасовими благодійними заходами чи одиничними доброчинними проектами. Для розуміння важливості соціальної відповідальності бізнесу в Україні вже є певні напрацювання.

Так, на сьогодні діє Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності та Спільнота Соціально Відповідальний Бізнес; у лютому 2010 р. відбулось перше засідання Консультативної Ради з розробки Національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, яка має бути винесена на парламентські слухання наприкінці року; Конфедерацією роботодавців України розроблений проект стандарту ISO 26 000 "Керівництво із соціальної відповідальності". Разом з тим, в Україні налічується понад 140 підписантів-учасників Глобального Договору ООН (The Global Compact) – ініціативи, спрямованої на поширення відповідального корпоративного громадянства і на те, щоб комерційні компанії брали участь у вирішенні проблем, які постають і зв'язку з глобалізацією.

"Якщо компанії впроваджують і реалізують концепцію соціальної відповідальності, то для них членство у Глобальному Договорі (ГД) є черговою ознакою своєї відповідальності, зокрема, двох з її принципів - прозорості та звітності". - розповідає Родіон Колишко, радник Конфедерації роботодавців України з правових та соціальних питань. - Якщо компанія лише починає будувати свою концепцію та стратегію - це для неї є першою спробою отримати відповідь - чи правильно вона все робить? Адже на цій площадці є багато відомих компаній з великим досвідом впровадження КСВ. Також не можна забувати про іміджеву складову. Мінусів у членстві у ГД є небагато - періодична звітність, що певним чином відволікає від роботи персонал, якщо, звичайно, немає окремого виділеного підрозділу, для якого ця діяльність є основною".

"Неправильно ототожнювати кількість підписантів Глобального Договору ООН із станом соціальної відповідальності бізнесу в Україні, - вважає експерт Володимир Воробей, директор PPV Knowledge Networks та партнер Спільноти Соціально Відповідальний Бізнес. – Присутність компаній серед підписантів Глобального Договору може мати суто декларативний характер, про що вже тривалий час точаться дискусії на міжнародному рівні. Значно кращим показником можна вважати наявність інформації про соціальну відповідальність бізнесу (СВБ) на сторінках компаній (теж декларативний показник) та фахово підготовлені звіти із соціальної відповідальності (з конкретними кількісними та якісними показниками), яких, на жаль, ще надто мало в Україні. Питання, яке слід ставити – як зробити так, щоб більше компаній в Україні вели бізнес у соціально відповідальний спосіб".

Однак практика впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в життя, безперечно, приносить більше позитиву компаніям, які вже стали на цей шлях. До прикладу, "Концерн Галнафтогаз" активно працює над відродженням меценатства та над соціальним захистом працівників компанії, над програмами захисту довкілля (адже компанія працює з товаром, який прямо і безпосередньо забруднює середовище), виступає спонсором багатьох суспільно важливих проектів, зокрема, дитячих, надає адресну матеріальну допомогу, підтримує статус престижного роботодавця на ринку праці країни тощо. У 2007 році "Концерн Галнафтогаз" приєднався до Глобального

Договору ООН. За результатами другого етапу дослідження "Бізнес, керований цінностями", яке провела у 2009 році Львівська бізнес-школа при Українському католицькому університеті, "Концерн Галнафтогаз" посів третє місце (перше місце у "Майкрософт Україна, друге – у ВАТ "САН ІнБев Україна"). "Після підписання декларації Глобального договору "Прямуй на зелене" у нашій компанії було прийнято рішення запровадити у діяльності підприємства принципи "Зеленого офісу" та з їх допомогою скоротити споживання ресурсів, налагодити систему роздільного збору сміття в офісах філій і, де можливо на АЗК "ОККО", змінити поведінку працівників та партнерів компанії і опосередковано, через такі дії на АЗК, поведінку клієнтів на більш відповідальну щодо довкілля", - розповів Олесь Пограничний з відділу зв'язків з громадськістю "Концерну Галнафтогаз".

Схожих і гідних для наслідування прикладів діяльності компаній в Україні є не так уже й багато (близько сотні, як-от, Метінвест, Оболонь, ДТЕК (Донбаська паливно-енергетична компанія), Ernst & Young Україна, Крафт Фудз Україна, SKM, Кока-Кола Україна, МТС, Київстар, Астеліт, Фокстрот та інші), ще менше компаній публікують звіти з соціальної відповідальності та розміщують їх на своїх сайтах, інші просто займаються піаром.

За словами Антона Арапетяна, керівника відділу R&D Львівської бізнес-школи (LvBS) Українського Католицького Університету, українські компанії загалом вирізняються високим рівнем соціальної відповідальності: 90% успішних компаній реалізують соціальні проекти. Але, на жаль, метою такої діяльності часто є промоція самої компанії (56% проектів), а не системне вирішення соціальної проблеми (за даними дослідження LvBS).

Очевидно, це нормальний процес в такій молодій країні, як наша, адже ще 5 років тому про відповідальне ведення бізнесу взагалі не було жодного українського дослідження, а практики КСВ провадилися фактично представництвами міжнародних компаній в Україні. Нині ситуація покращується, і в майбутньому, за словами пана Антона, "ми побачимо трансформацію у бізнес, керований цінностями та у платформи інновацій, де КСВ стає стратегією розвитку компаній". Звісно, кожна компанія має повне право індивідуально визначати свої стратегічні цілі, але сфера КСВ без уваги точно не залишиться.

На думку експертів, саме від самоорганізації компаній залежатиме ефективність соціальної відповідальності. Адже хоч держава і веде діалог з бізнесом, однак законодавчі принципи й регламенти, запроваджені владою, - це одне, і їх, безперечно, необхідно дотримуватись, але не плутати з індивідуальними корпоративними соціальними принципами компаній, до яких українському бізнесу ще потрібно прагнути. Адже поки що в Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності і перебувають на етапі дотримання законодавства та "точкових" добродійних проектів. Лідери українського бізнесу, зокрема, приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність

(стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR). Майже всі великі компанії проводять проекти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної соціальної відповідальності, - вважають експерти.

Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності

З кожним роком питання соціальної відповідальності загалом, і, зокрема, екологічної відповідальності, стають для України все актуальнішими, що пов'язано з багатьма групами причин, найсильнішими з яких є: глобалізація економічного простору, зростання загрози техногенних та екологічних катастроф, актуалізація цінностей тривалого і здорового життя, соціалізація трудових відносин та ін.

У сучасних умовах екологічна відповідальність є лише однією із складових соціальної відповідальності, проте у період становлення останньої вона була її домінантою. Посилення уваги суспільства до соціального компоненту відповідальності зумовлено загальною соціалізацією економічного життя, розвитком теорії людського капіталу, концепцій людського розвитку та соціального капіталу.

До визначення сутності екологічної відповідальності немає єдиного підходу. Екологічна відповідальність по-різному інтерпретується представниками економічних напрямів. Згідно класичного підходу, екологічна відповідальність виникла під дією екологічного законодавства: щоб уникнути санкцій, підприємства змушені були переглянути свою екологічну політику і вжити заходів для зменшення негативного впливу своєї діяльності на навколишнє середовище. Згідно неокласичного підходу, екологічна відповідальність є наслідком не лише нормативно-правових обмежень, а й моральної відповідальності виробників за заподіяння шкоди природі.

Концепція сталого розвитку є органічним синтезом класичних та неокласичних підходів. Вона поєднує у собі обмеження, встановлені екологічним законодавством, та моральні зобов'язання представників бізнесу. Згідно цієї концепції, екологічна відповідальність перестає бути чимось примусовим, вона перетворюється у внутрішні правила ведення бізнесу. Згідно цієї концепції, екологічна відповідальність перестає бути чимось примусовим, вона перетворюється у внутрішні правила ведення бізнесу. Проте. Зазначимо, що дотримання компанією принципів екологічної відповідальності не завжди відбувається лише з метою збереження навколишнього середовища, в цьому є певна фінансова вигода.

З 1970 – х років людство почало активно перейматися екологічними проблемами, науковці сконцентрували свої зусилля на дослідженні причин порушення екологічного балансу та пошуках шляхів поліпшення екологічної ситуації.

Створення Шведської Національної Агенції захисту навколишнього середовища (SNAEP) у 1967 році визнається першим нормативним кроком до вирішення екологічних проблем у світовій практиці. У 1970 році таку ж

агенцію було створено у США. Наслідком чого стало швидке прийняття нормативних актів щодо якості повітря і води.

У 1973 році розпочала свою роботу Програма захисту навколишнього середовища при Організації Об'єднаних Націй. Загальносвітова стурбованість екологічними проблемами наростала впродовж наступних років. Разом з тим збільшувалась кількість нормативних документів, що регламентували видобуток природних ресурсів та обмежували забруднення довкілля. Екологічне законодавство розросталось найшвидшими темпами – все більше країн запроваджували свої власні екологічні обмеження та встановлювали різні види відповідальності за їх порушення.

Важливим кроком у вирішенні екологічних проблем стало засідання Міжнародної Комісії з питань екології та розвитку (World Commission and Environment and Development) у 1984 році. Підсумком роботи Комісії стало визначення нового напрямку економічного розвитку, за якого задоволення потреб сучасного покоління не повинно відбуватися за рахунок можливостей прийдешніх поколінь задовольняти їх потреби. Саме концепцію збереження природи без шкоди для економічного розвитку покладено в основу Концепції сталого розвитку.

Концепція екологічної відповідальності у собі органічно поєднує елементи концепції сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності.

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

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

Концепція екологічно відповідального бізнесу в Україні лише зароджується, хоча на Заході вона перебуває у стадії розвитку. Причини недооцінювання екологічної складової у вітчизняній економіці різні. По-перше. За радянських часів економічне зростання було екстенсивним-постійно збільшувалось видобування корисних копалин, відбувалось освоєння нових земель, вирубувались ліси. По-друге, українські покупці раніше не звертали уваги, чи є товар екологічним, чи ні. По-третє, у суспільства ще не утвердилась ідея колективної екологічної відповідальності.

Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності

Соціальне партнерство — система відносин між найманими працівниками і власниками засобів виробництва, при якій визнаються розбіжності економічних інтересів різних соціальних груп і право кожної з них відстоювати свої інтереси через пошук компромісів, шляхів взаєморозуміння й співробітництва.

На практиці соціальне партнерство виступає в якості альтернативи 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 працедавців і найманих працівників шляхом мирних переговорів і взаємних поступок.

Словосполучення “соціальне” означає суспільне, тобто те, що відноситься до життя людей і їх відносин у суспільстві; “партнер” (від французького слова партія) — учасник спільної діяльності. Функціонування системи соціального партнерства здійснюється на тристоронній основі співпраці органів державної влади, підприємців і профспілок, яка спрямована на погодження інтересів і розв'язання проблем у соціально-трудовій діяльності людей.

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

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

Соціальне партнерство вирішує наступні питання:

- досягнення консенсусу з питань забезпечення зайнятості;
- створення додаткових робочих місць;
- застосування найманої праці з дотриманням вимог техніки безпеки та вимог охорони здоров'я, питання оплати праці, прав працівників на своєчасне отримання заробітної плати;
- забезпечення нормального режиму праці і відпочинку;
- забезпечення права працівників на участь в управлінні працею на підприємстві.

Основними завданнями системи соціального партнерства в Україні можна вважати:

- подолання монополії у розподілі створеного продукту шляхом залучення всіх суб'єктів суспільних відносин до управління виробництвом;
- підвищення мотивації до праці з метою забезпечення високих кінцевих результатів роботи, що сприятиме зростанню рівня життя в країні;
- усунення чинників соціальної напруги у суспільстві і зменшення на цій основі негативних економічних наслідків.

Тема. 8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності

Концепція «усталеного розвитку» - це досягнення соціального та економічного успіху сьогоденного та майбутнього поколінь на основі збереження оточуючого середовища та економії природних ресурсів. На рівні компаній – це реалізація корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), а саме відповідальності за вплив їх діяльності на оточуюче навколишнє та бізнес-середовище: замовників, клієнтів, працівників, акціонерів тощо. Такі зобов'язання виходять за рамки встановлені законом та передбачають добровільне об'єднання економічної, екологічної і соціальної сфер діяльності компанії в єдину саморегулюючу систему.

Практики корпоративної соціальної відповідальності є предметом різноманітних спорів та критики. Слід зазначити, що на сьогодні в світі існує велика кількість глобальних ініціатив щодо «усталеного розвитку» та КСВ. Найвідоміші з них – Всесвітня Ділова Рада з Усталеного Розвитку (1992 р.); Цілі в області розвитку на порозі тисячолітті ООН до 2015 року (ЦРТ ООН, 2000 р.):...7) Забезпечення усталеного розвитку оточуючого середовища; 8) Формування глобального партнерства в цілях розвитку та Глобальний договір ООН (ГД ООН, 2000 р.) – ініціатива, що дозволяє компаніям забезпечити відповідність своєї діяльності і стратегії десяти загальним принципам в сфері прав людини, трудових відносин, збереження оточуючого середовища і протидії корупції. Названі ініціативи є найчисельнішими по кількості країн (більше 200) та кількості компаній (більше 6000).

Глобальний договір ООН – добровільна ініціатива, що об'єднує компанії, агентства ООН, бізнес – асоціації, неурядові організації і профсоюзи в єдиний глобальний форум з метою спів дії стабільному розвитку суспільства за допомогою відповідального та творчого лідерства.

10 принципів Глобального договору ООН:

- підтримувати та поважати дотримання прав людини;
- забезпечити власну непричетність до порушення прав людини;
- підтримувати свободи асоціацій і на практиці визнавати право на укладення колективних договорів;
- виступати на викорінення усіх форм примусової праці;
- спів діяти повному знищенню дитячої праці;
- виступати за ліквідацію дискримінації в сфері зайнятості;
- дотримуватися превентивного підходу до екологічних проблем.

Українські компанії почали вступати в ГД ще в 2006 р. на сьогодні це вже близько 140 компаній. Для країн – новачків були впроваджені «м'які» правила. Перший звіт «Комунікація про прогрес» компанія повинна була надіслати тільки через два роки після вступу до ГД. Якщо вона цього не робила, то попадала під перелік «не комунікаційних» компаній. Якщо через рік Звіту так і не було, вона зараховувалась до «неактивних компаній», і тільки після цього її виключали з членів ГД ООН. На кінець 2009 року на сайті секретаріату ГД ООН були названі українські компанії – кандидати на виключення з ГД ООН. Вже на початку 2010 року 7 українських компаній втратили статус учасників ГД ООН, а саме: British Airways Ukraine – авіап перевезення, Nissan Motor Ukraine - імпорт автомобілів, SC Johnson – виробник побутової хімії, «ГлаксоСмітКляйн Україна» - фармацевтика, «Тетра Пак Україна» - виробник пакування, NVP Bank Ukraine, Актив – Банк – банківські послуги.

Оцінка списку виключених компаній показує, що усі названі компанії є міжнародними, які досить відомі за кордоном власними прикладами соціальних програм. Усі вони скоротили свою КСВ на території України та відмовляються від підходів добровільності та прозорості. Зазначені компанії користуються в Україні «репутацією в кредит» та своїм міжнародним іміджем.

Українська практика моніторингу КСВ доводить, що лідерами відповідних національних рейтингів стають компанії, які впроваджують підходи та принципи бізнес культури власних материнських структур та західних партнерів. Цікаві приклади практик КСВ демонструють вітчизняні компанії, а саме: ЗАТ СИСТЕМ КЭПИТАЛ МЕНЕДЖМЕНТ та «ОБОЛОНЬ», які самі створюють власну корпоративну культуру, максимально використовують загальновідомі інструменти КСВ, активно впроваджують їх в стандарти своєї бізнес культури, що й забезпечує їм не тільки лідерство в сфері КСВ українських компаній, а й додаткову ринкову вартість за зростання своєї конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності

Усі методи оцінки ефективності корпоративного управління можна поділити на якісні та кількісні. Серед якісних методів оцінки варто виділити порівняльний метод і оцінки ризику корпоративного управління, що максимально наближені до використання в сучасних вітчизняних умовах. Кількісні методи оцінки ефективності корпоративного управління ґрунтуються на аналізі господарської діяльності корпорації, дивідендній політиці, котируванні акцій та ринкової ціни їх продажу. При чому дана група також розподіляється на методи оцінки фінансового стану і методи оцінки ринкової вартості.

Порівняльний метод оцінки ефективності корпоративного управління полягає в порівнянні його механізмів в різних умовах господарювання корпорацій, ефективності роботи наглядових рад та органів управління. Даний підхід є неформалізованим і дозволяє порівнювати умови розвитку корпоративного управління в різних країнах.

Методика оцінки ризиків корпоративного управління систематизована. Різноманітні існуючі і потенційні ризики, пов'язані з корпоративним управлінням, розділяються на вісім категорій і 20 підкатегорій, кожній з яких відповідає чітко визначений коефіцієнт ризику і рекомендації щодо його використання. Оцінка кожного з видів ризиків проводиться шляхом присудження штрафних балів. Відповідно, чим вище рейтинг тієї або іншої корпорації по сукупності набраних балів, тим більший ризик, і, отже, нижче рівень ефективності корпоративного управління.

Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні

Перехід до ринкових відносин, реформування системи влади в Україні призвели до ситуації, коли на місцевому рівні існують і, на жаль, реально

протистоять один одному дві сили: підприємці та решта населення. У суспільстві виділився прошарок відносно заможних людей і позначилося певне протистояння між цим прошарком і основною масою населення. Обидві сторони поводять себе не зовсім коректно, що спричиняє соціальну напруженість у суспільстві. Підприємці часто практикують приховування прибутків від оподаткування, намагаються діяти “у тіні”, необґрунтовано завищують ціни на продукцію і послуги, затримують заробітну плату найманим робітникам тощо. Це, відповідно, викликає негативну зворотну реакцію населення.

У межах цієї проблеми неадекватною є позиція органів місцевого самоврядування. З одного боку, бізнесмени також виборці, причому саме від них багато у чому залежить нормальна життєдіяльність суспільства. З іншого боку, через деструктивну діяльність значної частини підприємців наявних податкових відрахувань не вистачає для нормальної роботи місцевої влади щодо підтримання інфраструктури населеного пункту і необхідних соціальних виплат.

На сьогодні близько 70 відсотків об’єктів соціальної інфраструктури передана на баланси міських, сільських і селищних рад. Проте, у результаті застосування чинної схеми міжбюджетних трансфертів складається ситуація, коли органи місцевого самоврядування позбавлені можливості самостійно вирішувати власні проблеми: одні - через залежність від дотацій, інші - через те, що зайві кошти вилучаються. Органи місцевого самоврядування в Україні не спроможні забезпечити належне фінансування соціальної сфери та її працівників: вчителів, лікарів, працівників культури; сприяти виплаті пристойної пенсії ветеранам; допомоги безробітним тощо.

Так, основним джерелом надходження коштів до місцевого бюджету є різні податки і збори. Частина інших надходжень, наприклад, від приватизації або оренди комунального майна, вкрай незначна. На сьогодні суб’єкти місцевого самоврядування в Україні дуже часто не мають у своїй комунальній власності високорентабельних комерційних підприємств. При цьому наявних бюджетних коштів катастрофічно не вистачає навіть для забезпечення поточної життєдіяльності населених пунктів, не говорячи вже про стабільний розвиток.

Це означає, що певні прошарки населення перебувають поза межами справедливого розподілу і про реальне соціальне партнерство практично говорити не доводиться.

При цьому, якщо припустити, що на певному підприємстві конкретного населеного пункту проблеми соціального партнерства успішно розв’язуються, то подібна ситуація не означатиме автоматично добробуту всього населення цього населеного пункту. Проблема можна розв’язати, тільки піднявшись над масштабами конкретного підприємства, оцінюючи соціальне партнерство з позицій міста, села, селища, тобто суб’єктів місцевого самоврядування.

В таких умовах саме органи місцевої влади мають відіграти ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем останньої на засадах добровільності та взаємовигоди.

Так, вигодами, які отримує бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності, є наступні:

- забезпечення суспільної репутації організації;
- зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг;
- підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу;
- можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці;
- відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти;
- можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ.

Переваги, які отримує суспільство від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності:

- можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю;
- можливість надання адресної екстреної допомоги громадянам, які її потребують;
- удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання "інтелектуального ресурсу" на потреби країни і регіону.

Результати соціологічних досліджень визначають основними перешкодами становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу наступні: недосконалість законодавчої й нормативно-правової бази, що регулює можливості участі бізнесу в соціальних програмах та закладів освіти у формуванні соціально відповідальних фахівців; відсутність сформованої і дієвої незалежної громадянської експертизи та оцінки результатів соціальних програм, стандартів і якості підготовки бізнес-фахівців; відсутність системи заохочення (морального та економічного) відповідальних суспільних суб'єктів.

За результатами соціологічного опитування, проведеного Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом “Інтелектуальна перспектива”, в якому взяли участь 811 підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності, бізнес-структури позиціонують своє ставлення до аспектів соціальної відповідальності наступним чином:

- до реалізації соціальних проектів 60 % респондентів ставляться позитивно та вважають її корисною для суспільства в цілому; чверть опитаних продемонструвала “нейтралітет”; 5 % респондентів зафіксували негативне ставлення, оцінивши таку діяльність як “марну витрату часу та ресурсів”;

- в оцінках можливостей своєї участі у реалізації соціальних проектів – 4 % респондентів зазначили відсутність будь-яких можливостей у бізнес-структур для реалізації соціальних проектів; третина вважає, що ця можливість існує стосовно всіх бізнесових організацій; половина опитаних переконана, що така можливість є, але лише в окремих компаній;

- у визначенні сфер, які потребують соціальних проектів - допомога дітям-інвалідам — 69 %; допомога інвалідам, людям похилого віку, знедоленим — 60 %; охорона здоров'я — 58 %; освіта — 50 %; екологія — 39 %; наука — 30 %; культура, мистецтво — 22 %.

Поряд з цим, **більш як третина комерційних організацій не приймає безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку**. Це може означати значну різницю між готовністю до різних форм соціального інвестування, бажанням бути соціально відповідальними та реальною практикою господарювання. Така тенденція пов'язана очевидно з тим, що сектор бізнесу сам потребує значної інституційної підтримки, оскільки є ще не дуже розвиненим. Більшість підприємств і підприємців відчувають правову незахищеність і намагаються накопичувати капітал для власного розвитку, відсуваючи потреби суспільства та громади на другий план.

Цікавим фактом останніх років є те, **що населення очікує на благодійну допомогу передусім від комерційних структур**, а вже потім від держави та її органів соціальної опіки. Це свідчить про деяку переорієнтацію настроїв населення та їх відмову від патерналістських очікувань стосовно держави.

За даними дослідження проекту AISEC, найменша поінформованість про соціальну відповідальність бізнесу характерна для підприємств транспорту та тих, що надають побутові і комунальні послуги – 52,9 % і 57,5 % відповідно. Найбільше інформовані про концепцію соціально відповідального бізнесу компанії фінансового сектора (94 %), виробництва промислових товарів (84,5 %) і торгівлі (83,2 %).

Значні відмінності спостерігаються на регіональному рівні. Якщо в Києві та області поінформованість про соціальну відповідальність продемонструвало

90,7 % опитаних компаній, то у Львові та області тільки 62,9 %, а в Донецьку й області – 61,5 % компаній.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Амосов С.О. Проблеми розвитку соціально-відповідального бізнесу / С.О. Амосов // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу: Мат. II Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2010 / за заг. ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х.: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2010. – С. 120–122.2.
2. Бай С.І. Соціальна функція підприємства [Електронний ресурс] / С.І. Бай, І.А. Римар. – Режим доступу: www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tmm/2011_36/23.pdf
3. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісн. Хмельниц. нац. ун. – 2011. – №1. – С. 228–233.
4. Білявський В. Підвищення рівня соціальної відповідальності торговельного підприємства / В. Білявський // Вісн. КНТЕУ. – 2009. – №5. – С. 84–91.
5. Благоев Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / Ю.Е. Благоев // Вестн. Санкт-Петербургского ун. Общий и стратегический менеджмент. – 2006. – №2. – С. 3–24. – Режим доступа: <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/?id=30>.
6. Буслов К.П. Социальное единство противоречия, ответственность / К.П. Буслов. – Минск, 1974. – 170 с.
7. Вергун Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобальної фінансово-економічної кризи / Л.І. Вергун // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. праць. – К., 2010. – Вип. 23. – С. 165–170.
8. Вивчення окремих аспектів соціального маркетингу на фармацевтичному ринку України / Н.О. Ткаченко, Н.М. Червоненко, В.О. Демченко, К.А. Волинець // Запорозж. мед. журн. – 2011. – Т. 13, №5. – С. 146–148.
9. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки [Електронний ресурс] / Н.Ю. Волосковець // Наук. праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 125–131. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html.
10. Грицина Л.А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка і управління підприємствами» / Л.А. Грицина; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2009. – 20 с.
11. Грядунова Л.И. Социальная ответственность личности в условиях развитого социализма / Л.И. Грядунова. – К.: Вища школа, 1979. – 134 с.
12. Дзюба О.П. Соціальна відповідальність фармацевтичного бізнесу [Електронний ресурс] / О.П. Дзюба, А.А. Котвіцька, О.О. Суріков. – Режим доступу: <http://nfau.in.ua/wp-content/uploads/2012/04/ACTUAL-QUESTIONS-OF-DEVELOPMENTOF-NEW-MEDICINES-2012-tom-2.pdf>.
13. Дунаєв І.В. Мотиваційні аспекти становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні / І.В. Дунаєв, Н.І. Лепеха // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу: Мат. II

- Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2010 / за заг. ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х.: Вид-во ХАРІ НАДУ «Магістр», 2010. – С. 144–146.
14. *Єфіменко Т.І.* Методичні підходи до формування системи показників соціальної відповідальності / *Т.І. Єфіменко* // Вісн. економіки і пром-ті. – 2009. – №26. – С. 226–228.
 15. *Ільницький Я.В.* Концептуальні основи формування системи соціальної відповідальності суб'єктів ринку праці [Електронний ресурс] / *Я.В. Ільницький* // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту ім. Володимира Даля. – 2011. – Ч. I. №14. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSunu/2011_14_1/Initskiy.pdf.
 16. КСВ як основа політики. Національний порядок денний з КСВ для республіки Македонія: Мат. четвертого засідання Консультативної Ради з розробки проекту Національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні 8.11.2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.csr-ukraine.org/chetverte_zasidannya_konsultativnoi.html.
 17. *Коваленко О.В.* Соціальна відповідальність бізнесу як наслідок державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / *О.В. Коваленко*. – Режим доступу: <http://www.icp-ua.com/ru/node/1155>.
 18. Корпоративна соціальна відповідальність. Фармацевтичний бізнес // Фармацевт-практик. – 2012. – №5. – С. 5–6.
 19. *Кряж М.С.* Вплив державної політики на формування соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу [Електронний ресурс] / *М.С. Кряж* – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2008-2/doc/2/24.pdf>.
 20. *Левицька Є.Г.* Напрями формування іміджу підприємств за рахунок посилення соціальної відповідальності бізнесу / *Є.Г. Левицька* // Вісн. Нац. техн. ун-ту. «Харківський політехнічний інститут»: Зб. наук. праць. – Х., 2010. – Тематич. вип.: №6. – С. 103–108.
 21. *Любинин В.А.* Социализация бизнеса: необходимость, состояние и перспективы развития: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.01 / В.А. Любин; НИИ труда и социального страхования Министерства здравоохранения и социального развития РФ. – М., 2009. – 23 с.
 22. *Мельник С.В.* Концепція формування в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу (проект) [Електронний варіант] / *С.В. Мельник, В.Д. Матросов, М.К. Гаврицька* // Міністерство праці та соціальної політики, Науково-дослідний інститут соціально-трудових відносин. – Луганськ, 2008. – Режим доступу: www.lir.lg.ua/Konzep_naz_model.htm.
 23. *Мельник С.В.* Шляхи стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [Електронний ресурс] / *С.В. Мельник, Т.А. Тресвятська, Л.В. Будьонні*. – Режим доступу: www.lir.lg.ua/shlahi.doc.
 24. *Муздыбаев К.* Психология ответственности / *К. Муздыбаев*. – М.: Либроком, 2010. – 248 с.
 25. *Панченко Є.Г.* Міжнародний менеджмент: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / *Є.Г. Панченко*. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с.
 26. *Пеньков Е.М.* Социальные нормы – регуляторы поведения личности / *Пеньков Е.М.* – М., 1972. – 198 с.
 27. *Плахотный А.Ф.* Свобода и ответственность (социологический аспект проблемы) / *Плахотный А.Ф.* – Х., 1972. – 159 с.

28. *Полякова О.М.* Особливості формування і розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні / *О.М. Полякова, П.Ю. Кас* // Вісн. економіки трансп. і пром-ті. – 2010. – №32. – С. 284–289.
29. *Посилкіна О.В.* Впровадження засад соціально орієнтованого менеджменту на фармацевтичних підприємствах України / *О.В. Посилкіна, Ю.С. Братішко* // Наук. журн. Ліки України: Мат. наук.-практ. конф. «Фармацевтичне право і доказова фармація в системі правових відносин держава – закон – виробник – оптовик – менеджер – лікар – пацієнт – провізор – ліки – контролюючі та правоохоронні органи», 16 листопада 2007 р. – 2007. – №112 (додаток). – С. 94–95.
30. *Посилкіна О.В.* Якість трудового життя як фактор формування корпоративної репутації фармацевтичного підприємства / *О.В. Посилкіна, Ю.А. Бабіченко* // Управління, економіка та забезпечення якості фармації. – 2009. – №2. – С. 35–41.
31. *Приятельчук О.А.* Формування та розвиток крос культурного менеджменту / *О.А. Приятельчук*. – К., 2006. – С. 49–50.
32. Про благодійництво та благодійні організації» [Електронний ресурс] : Закон України від 16.09.1997 року № 531/97-ВР. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/531/97-%D0%B2%D1%80>.
33. *Самофалова Т.О.* Соціальна відповідальність бізнесу як об'єктивна категорія соціально-економічної системи [Електронний ресурс] / *Т.О. Самофалова* // Теорія та практ. держ. управління: зб. наук. праць. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2011. – Режим доступу: www.kbuapa.kharkov.ua/ebook/tpdu/20112/doc/2/11.pdf
34. *Сердюк В.* Главная проблема государственной политики в здравоохранении – это ее отсутствие [Электронный ресурс] / *В. Сердюк*. – Режим доступа: <http://dialogs.org.ua/ru/dialog/page103-1589.html>
35. Соціально відповідальний бізнес – виграють усі // Фармацевтпрактик.– 2012.– №3. С. 12–13.

Додаткова:

1. Сімченко Н.О. Соціально орієнтовані системи управління: моногр. / Н.О. Сімченко. – Київ : ТОВ "ДКС центр", 2010. – 340 с.
2. Сталий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс]: за даними Українського інституту інформаційних технологій в освіті (УІЕО) при НТУУ "КПІ". Концепція сталого розвитку та визначення соціальної відповідальності. – Режим доступу : <http://moodle.udec.ntu-kpi.kiev.ua/moodle/mod/resource/view.php?id=4402>
3. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки [Електронний ресурс] / Н.Ю. Волосковець // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – вип. 17. – С. 125–131. – Режим доступу до журн. : http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html

