

Миколаївський національний аграрний університет

Сіренко Н.М., Лункіна Т.І., Бурковська А.В.

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

Навчальний посібник

Миколаїв  
2021

УДК 005.35(07)

**С 40**

Автори: Н. М. Сіренко, Т.І. Лункіна, А. В. Бурковська

Друкується за рішенням вченої ради Миколаївського національного аграрного університету від 16.12.2020 р. Протокол №5.

**Рецензенти:**

- Ушакова Н. М. – канд. екон. наук, професор, заслужений працівник освіти України, керівник робочої групи МОН України з розробки матеріалів навчальної дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність», керівник робочої групи Мережі Глобального договору ООН в Україні «Оцінка ефективності КСВ», Почесний Голова Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти;
- Гудзинський О. Д. – д-р екон. наук, професор.

С 40 Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна, А.В. Бурковська. — Миколаїв : МНАУ, 2021. — 216 с.

**ISBN 97. 8-617-7149-50-6**

Висвітлено основні аспекти теорії та практики формування і розвитку соціальної відповідальності у сучасних умовах відповідно до діючої законодавчо-нормативної бази. Навчальний посібник підготовлено відповідно до освітньої програми з дисципліни «Соціальна відповідальність» для здобувачів вищої освіти обліково-фінансового факультету спеціальності 071 «Облік і оподаткування» та 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» і факультету менеджменту спеціальності 051 «Економіка» та 281 «Публічне управління та адміністрування».

Призначено для здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей закладів вищої освіти всіх рівнів акредитації. Буде корисним для керівників органів державної влади та підприємств, здобувачів вищої освіти, аспірантів, науковців, викладачів та інших стейкхолдерів.

УДК 005.35(07)

**ISBN 97. 8-617-7149-50-6**

© Миколаївський національний аграрний університет, 2021  
© Сіренко Н. М., Лункіна Т. І., Бурковська А. В., 2021

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН</b> .....	8
<b>Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку</b> .....	8
1.1 Сутність та значення соціальної відповідальності.....	8
1.2 Принципи, види соціальної відповідальності.....	19
1.3 Напрями та функції соціальної відповідальності.....	23
<b>Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства</b> .....	30
2.1 Основні інститути щодо розвитку соціальної відповідальності.....	30
2.2 Механізм формування соціальної відповідальності суб'єктів функціонування економіки.....	38
<b>Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління локальною соціальною відповідальністю</b> .....	49
3.1 Соціальна відповідальність у системі корпоративного управління.....	49
3.2 Вплив основних груп стейкхолдерів на формування соціальної відповідальності.....	52
3.3 Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі економіки.....	56
<b>Тема 4. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності</b> .....	64
4.1 Інструменти соціально відповідальної політики підприємства.....	64
4.2 Соціальне підприємництво як нова форма інституціонального забезпечення локальної соціальної відповідальності.....	67
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ</b> .....	74
<b>Тема 5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності</b> .....	74
5.1 Локальна соціальна відповідальність і підприємницька діяльність.....	74
5.2 Інституціональне забезпечення соціальної	

відповідальності суб'єктів функціонування економіки України.....	77
5.2 Комітет з корпоративної соціальної відповідальності...	83
<b>Тема 6. Екологічна компонента соціальної відповідальності.....</b>	<b>86</b>
6.1 Державна екологічна політика в Україні.....	86
6.2 Соціально відповідальна поведінка споживачів аграрної продукції України.....	88
6.3 Екологізація виробництва.....	92
6.4 «Зелений офіс»: особливості застосування.....	99
<b>Тема 7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.....</b>	<b>104</b>
7.1 Сутність соціального партнерства та його роль у функціонуванні ринкової економіки.....	104
7.2 Механізм формування соціального партнерства.....	106
7.3 Державно-приватне партнерство.....	109
<b>Тема 8. Моніторинг локальної соціальної відповідальності</b>	<b>116</b>
8.1 Нефінансова звітність підприємств: переваги та особливості.....	116
8.2 Нефінансове звітування: «Звіт з прогресу».....	121
8.3 Рейтинг прозорості компаній щодо соціальної відповідальності.....	125
<b>Тема 9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.....</b>	<b>129</b>
9.1 Оцінка соціальної відповідальності на рівні країни.....	129
9.2 Оцінка соціальної відповідальності на рівні підприємств: методи, показники.....	131
9.3 Ефективність соціальної відповідальності.....	135
<b>Тема 10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності.....</b>	<b>140</b>
10.1 Соціальна відповідальність як напрям покращення соціального розвитку.....	140
10.2 Стратегія розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки України.....	143
<b>СИТУАЦІЙНІ ВПРАВИ.....</b>	<b>149</b>
<b>СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>183</b>
<b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....</b>	<b>196</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>197</b>

## ВСТУП

Інтенсивний розвиток суспільства, яке обрало людство, протягом останніх століть призводить до суттєвих дискусій щодо отримання суспільних вигод за рахунок безвідповідального поведіння суспільства. Останніми десятиліттями роль соціальної відповідальності в світовому масштабі постійно зростає, набуваючи значного впливу на соціально-економічний розвиток та динаміку, формується нова парадигма результативного функціонування суспільства, яка базується не на максимізації прибутку, а на відповідальному поведінні до основних груп стейкхолдерів. Саме тому соціальна відповідальність є одним із ефективних напрямів розвитку, яка передбачає принципово нову комбінацію факторів у процесі функціонування сучасної економіки та суспільства.

Основними цільовими завданнями формування та реалізації соціальної відповідальності суб'єктів економіки є нарощення та зміцнення наукового й інтелектуального потенціалів на основі формування необхідних навичок у здобувачів вищої освіти (управління проектами, вирішення комплексних актуальних проблем, стратегічне соціально відповідальне мислення). При цьому особливої актуальності набувають навички соціально орієнтованого спрямування здобувачів вищої освіти України, які формуються під впливом різних аспектів життєдіяльності (гносеологічні, аксіологічні, праксіологічні, онтологічні). Варто зазначити, що формування неосів (субстанційних носіїв новизни) відбувається на основі онтологічних навичок, які є носіями нової якості антропогенного походження й поєднують економічні, екологічні, соціальні та духовні аспекти розвитку індивіда, які включає в себе соціальна відповідальність. На сьогодні існує великий розрив у навичках, якими володіють здобувачі вищої освіти, із навичками, яких потребують роботодавці та суспільство. Тому, для формування навичок здобувачів вищої освіти у ЗВО України необхідно враховувати зміни, пов'язані зі швидким розвитком технологій та заощадливого ставлення до навколишнього середовища, пристосовуючи освітні програми до потреб сьогодення.

Метою навчального посібника є відображення теоретико-методологічних і організаційних засад розвитку соціальної відповідальності для формування у здобувачів вищої освіти вмінь

та свідомої причетності до цивілізованих суспільних відносин, невід'ємною складовою яких є відповідальне поведження.

Завданням дисципліни «Соціальна відповідальність» є вивчення майбутніми фахівцями загальних закономірностей взаємодії бізнесу і суспільства, основ їхнього використання в управлінні організаціями на основі комплексного поєднання економічних, екологічних, соціальних та духовних чинників.

Соціальна відповідальність відіграє ключову роль при досягненні холістичного розвитку, слугує одним із напрямів покращення ефективності функціонування господарюючих суб'єктів. На міжнародному рівні дотриманню принципів соціальної відповідальності слугують відповідні стандарти, нормативно-правові документи, які виступають координаторами і регуляторами даного напрямку функціонування.

У посібнику розглядаються питання різних напрямів соціальної відповідальності з урахуванням всіх рівнів ієрархії.

Після кожної теми наводиться перелік контрольних запитань та тестові завдання для перевірки засвоєння навчального матеріалу. У посібнику наведено бібліографічний список і перелік умовних позначень, які допоможуть та спростять процес вивчення дисципліни.

Авторський колектив висловлює подяку за підтримку та надану допомогу в підготовці навчального посібника ректорові Миколаївського національного аграрного університету, докторові технічних наук, професорові, члену-кореспонденту НААН України В.С. Шибаніну. Щира вдячність за доречні пропозиції рецензентам: кандидату економічних наук, професорові Н. М. Ушаковій; доктору економічних наук, професорові О. Д. Гудзинському.

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН

## Тема 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

- 1.1 Сутність та значення соціальної відповідальності.
- 1.2 Принципи та види соціальної відповідальності.
- 1.3 Функції соціальної відповідальності.

*Ключові поняття:* відповідальність, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціально відповідальний бізнес, локальна соціальна відповідальність, сталий розвиток, рівні соціальної відповідальності, соціальна політика, суспільство, холістичний розвиток, соціально орієнтована направленість .

### 1.1 Сутність та значення соціальної відповідальності

Термін «відповідальність» у лінгвістичних довідкових джерелах трактується як положення, при якому особа, яка виконує певну роботу, бере на себе обов'язок відповідати за результати, дії та прийняти на себе вину за можливі наслідки, які можуть наступити при виконанні. Суспільна відповідальність враховує прояви: об'єктивний (активна соціальна позиція суб'єкта) та суб'єктивний (усвідомлення суб'єктом свого соціального обов'язку перед суспільством). Досягнення холістичного розвитку економіки можливе лише за допомогою певних інструментів та механізмів, в основу яких покладено взаємоузгодженість всіх елементів. Засобом досягнення збалансування елементів в процесі холістичного розвитку є соціалізація економіки, механізмом досягнення якої, в свою чергу, є соціальна відповідальність кожного суб'єкта, яка взаємопов'язана із соціальною політикою, соціальною діяльністю та соціальним контролем (рис. 1.1).

Соціальна відповідальність явище багатоаспектне та багаторівневе, яке на індивідуальному рівні проявляється через світосприйняття особистістю певних принципів, засад і поведження в суспільстві.

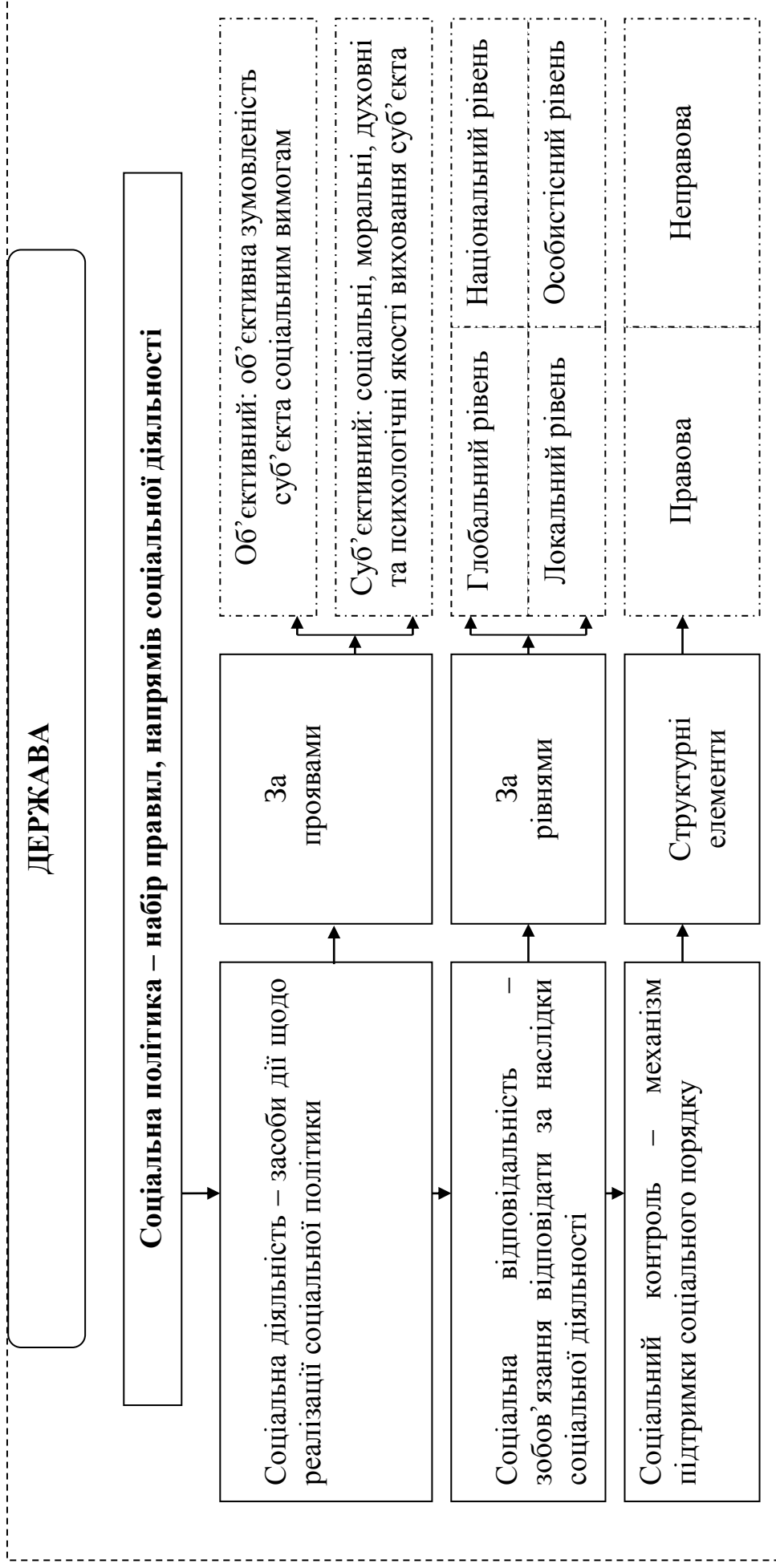


Рисунок 1.1 – Взаємозв'язок поняття соціальної відповідальності з іншими категоріями

Джерело: розробка авторів



На рівні держави проявляється через належний рівень життя людини, культурний та моральний розвиток, на рівні підприємств – через дотримання високих стандартів виробництва, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом.

Варто відмітити, що соціальна відповідальність комплексно поєднує відповідальність не тільки суб'єктів суспільних відносин щодо поведінки в суспільстві, а й відповідальність держави перед своїми громадянами на основі провадження соціальної політики, соціальної діяльності та соціального контролю.

Залежно від рівня формування зобов'язань соціальна відповідальність поділяється на глобальний, національний, рівень суб'єкта господарювання та особистісний, які є сукупністю загальної системи. Так, особистісний рівень не може розвиватися без достатньої соціальної відповідальності на національному рівні, який, в свою чергу, не прогресує без глобального, особистісного та рівня суб'єктів господарювання (рис. 1.2).

Соціальна відповідальність рівня суб'єктів господарювання формується під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, що формують локальну соціальну відповідальність підприємства, складовими якої є корпоративна соціальна відповідальність (далі КСВ) та соціально відповідальний бізнес (далі СВБ).

Адже досить часто у науковій літературі соціальну відповідальність розглядають із різних позицій (економічної, екологічної, соціальної, духовної), основою якої є розвиток позитивних факторів впливу на бізнес та мінімізація негативних наслідків.

Умовою досягнення результатів холістичного розвитку є високий рівень в суспільстві соціальної відповідальності, а засобом – соціалізація економіки. Тільки за умови усвідомлення та реалізації принципів якісно нового етапу розвитку суспільства та суспільної свідомості (її соціалізації) можливий достатній розвиток майбутніх поколінь без шкідливого впливу на оточуюче середовище.

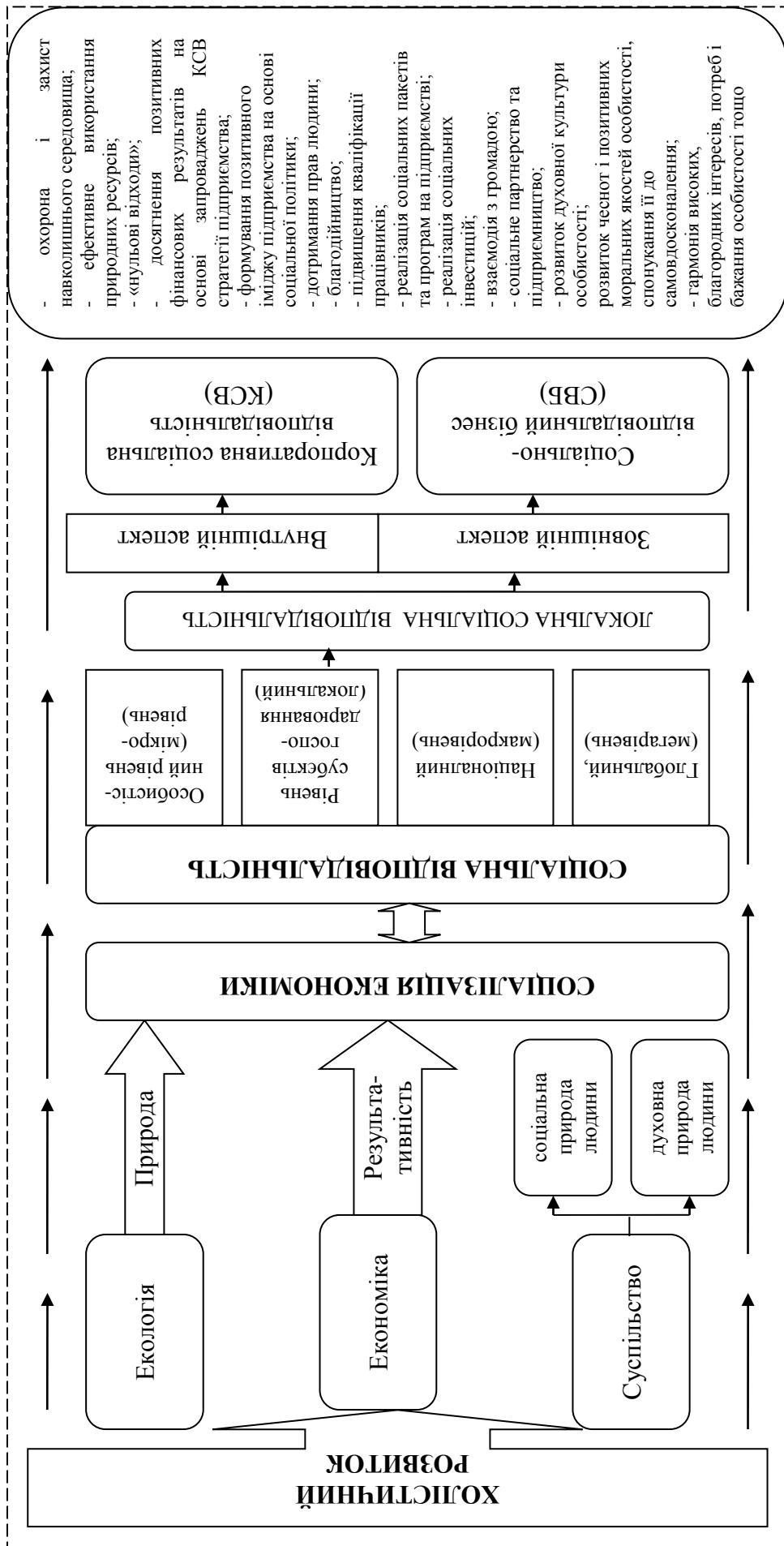


Рисунок 1.2 – Рівневий розподіл соціальної відповідальності та холістичного розвитку держави

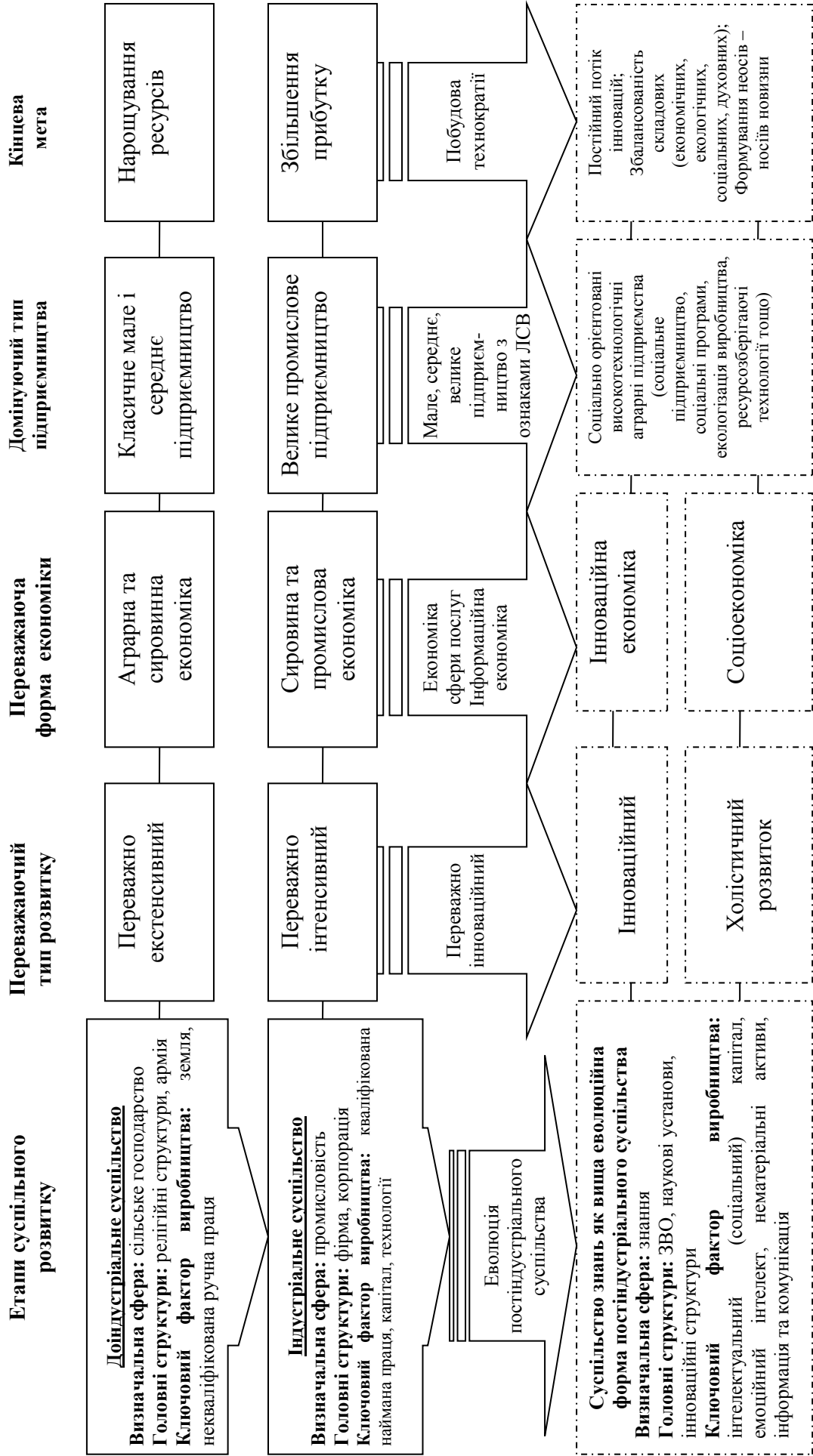
Джерело: розробка авторів

Так, на постіндустріальному етапі суспільного розвитку, залежно від переважаючих цілей суспільства та засобів їх досягнення, послідовно формуються переважаючі типи розвитку, зокрема на сьогодні – це холістичний тип розвитку (рис. 1.3), кінцевою метою якого є збалансування чотирьох складових: економічних, екологічних, соціальних та духовних. У результаті формуються соціально орієнтовані інноваційні підприємства, які спрямовують свої інноваційні ідеї та ресурси для вирішення соціальних, екологічних, духовних проблем суспільства, діяльність яких приводить до холістичного розвитку та позитивних соціальних змін.

Інтеграція України у світове співтовариство вимагає від усіх економічних агентів запровадження та дотримання нових концепцій і підходів діяльності на основі соціальної відповідальності. Становлення ідеї соціальної відповідальності первісно розпочалося на корпоративному рівні у 50-ті рр. ХХ ст., а в окремих проявах ще у ХІХ ст. Починаючи з 50-х р. ХХ ст., американськими науковцями було розроблено ряд концепцій щодо визначення та сутності поняття соціальної відповідальності. В Європі поняття «соціальна відповідальність» виникло лише наприкінці ХХ ст. й офіційно було виконано у «Зеленій книзі з корпоративної соціальної відповідальності» у 2001 році.

Значної актуальності соціальна відповідальність на світовому рівні досягла у 70-80-ті рр., коли діяльність підприємств почала завдавати серйозних збитків та загроз як населенню, так і природному середовищу – забруднення річок, катастрофи, спричинені виробничою діяльністю, негативний вплив на здоров'я людей.

Глобальне посилення ідеї соціальної відповідальності науковці пов'язують із антикорпоративними настроями у суспільстві, які виникли як реакція на рішення компанії Shell затопити в Північному морі Нафтову вежу «Brend Spar». Саме тоді підприємства та компанії починають розглядати соціальну відповідальність як засіб створення позитивного іміджу та позитивної громадської думки [89]. З часом соціальна відповідальність стала частиною політики окремих держав (Фінляндія, Данія, Франція), тобто виокремився її макрорівень.



**Рисунок – 1.3 Еволюція етапів суспільного розвитку в контексті соціально орієнтованої направленості суспільства**

Джерело: сформовано та доповнено авторами на основі матеріалів [110]

Розкриття природи та трактування поняття соціальної відповідальності знайшли своє відображення у роботах зарубіжних науковців: Р. Акермана (R. Ackerman), Г. Боуена (H. Bowen), П. Друкера (P. Drucker), М. Зігеля (M. Siegel), Дж. Елкінгтона (J. Elkington), Ф. Котлера (Ph. Kotler), М. Портера (M. Porter), А. Керрола (A. Carroll), С. Сеті (S. Sethi), Д. Свансона (D. Swanson) М. Статмана (M. Statman), М. Фрідмена (M. Friedman), В. Фредерика (W. Frederick) та інших.

Підходи до трактування поняття соціальної відповідальності різняться, ще А. Сміт (A. Smith) стверджував, що ця сфера діяльності, безумовно, морально навантажена і спрямована на те, щоб створювати добробут, а не зводити добробут виключно до наповненості видаткової частини того чи іншого бюджету [112].

Так, у книзі «Соціальна відповідальність бізнесу» Г. Боуен (H. Bowen) описав, як концепція соціальної відповідальності пристосована до бізнесу і які соціально-економічні вигоди можуть виникнути завдяки визнанню важливості соціальних цілей [124]. На думку відомого економіста М. Фрідмена (M. Friedman), соціальна відповідальність бізнесу пов'язана з отриманням максимального прибутку, так як доктрина соціальної відповідальності може підірвати основи вільного суспільства [125].

Ф. Котлер (Ph. Kotler) розглядає корпоративну соціальну відповідальність як вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів [29].

У країнах ближнього зарубіжжя та в Україні проблематикою соціальної відповідальності займаються такі вчені-науковці: В. Барова, В. Воробей, З. Данаєва, С. Івченко, В. Кондрат'єв, Н. Кричеський, Є. Кубко, Л. Лаптева, М. Ліборакіна, В. Маслов, В. Сміренський, М. Стародубська та ін.

Конфедерація роботодавців України визначає корпоративну соціальну відповідальність як добровільну ініціативу власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально-спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища [26].

Досить цікавим є визначення корпоративної соціальної відповідальності, яке дали фахівці з маркетингової діяльності – це філософське поняття, що визначає позицію компанії щодо своєї

країни, суспільства, співробітників та навколишнього середовища. Сучасна компанія розуміє свою відповідальність і прагне стати компанією з «людяним обличчям» [90].

За визначенням Європейської Комісії, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі».

Соціальна відповідальність до початку ХХІ ст. мала близько 70-80 різних значень та понять і ототожнювалась із: соціально відповідальним бізнесом, корпоративною соціальною відповідальністю, благодійністю, соціальною відповідальністю корпорацій, тощо, що значно ускладнювало розуміння і трактування цього поняття.

Відмінності і дискусії щодо трактування зазначеного поняття (табл. 1.1) пояснюються географічним розташуванням, соціально-економічним розвитком країни, традиціями, ментальністю, особливістю державного управління та регулювання, рівнями функціонування, інституційно-інституціональним середовищем тощо.

**Таблиця 1.1 Соціальна відповідальність та корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у розумінні різних авторів**

Автор	Тлумачення
<b>Соціальна відповідальність</b>	
Г. Боуен (H. Bowen) [124]	Реалізація такої політики, ухвалення таких рішень або проведення такої лінії поведінки, які б були бажаними з позицій цілей та цінностей суспільства
О. Охріменко, Т. Іванова [101]	Соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушників заходів впливу, передбачених цими нормами
О. Зайчук, Н. Оніщенко [21]	Соціальна відповідальність є комплексною категорією, що передбачає наявність різноманітних форм та видів: моральна, політична, юридична, професійна
Р. Хачатуров, Р. Ягутян [121]	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 обов'язок особистого чи майнового характеру

Продовження таблиці 1.1

О. Плахотний [102]	Соціальна відповідальність поєднує дві форми, два різні види відповідальності: 1) відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); 2) відповідальність як система відповідей індивіда на вимоги суспільства (особиста відповідальність)
Л. Білецька [118]	Обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а в разі порушення їх – обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання
А. Колот [24]	Соціальна відповідальність – це складне суспільне явище, комплексна характеристика якого передбачає виокремлення суб'єктів, об'єктів, компонентів (форм вияву, моделей, видів), місця в системі цінностей людини та суспільства загалом
О. Грішнова [16]	Соціальна відповідальність – це усвідомлення суб'єктами соціальної держави єдності соціального простору, свідоме виконання своїх обов'язків перед співгромадянами, суспільством, державою. Соціальна відповідальність як концепція заохочує кожну людину й організацію враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах
<b>Корпоративна соціальна відповідальність</b>	
М. Фрідман (M. Friedman) [125]	Існує тільки одна соціальна відповідальність бізнесу використовувати ресурси і робити дії, спрямовані на підвищення своїх прибутків, граючи за правилами відкритої та вільної конкуренції без обману або підробки
Ф. Котлер (Ph. Kotler) [29]	Вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючі відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи для цього корпоративні ресурси
Л. Холм, Р. Уаттс (L. Holme and R. Watts [126]	Постійна прихильність бізнесу щодо ведення справ на засадах етики і здійснення свій внеску в економічний розвиток, в той же час покращуючи якість життя своїх працівників та їх сімей і суспільства в цілому
Н. Фіцджеральд (N. Fitzgerald) [11]	Корпоративна соціальна відповідальність є безкомпромісним бізнес-рішенням. Не тому, що це хороша практика, а тому, що люди змушують нас зробити це, тому що це добре для нашого бізнесу
Дж. Райлі (J. Riley) [11]	Зобов'язання для бізнесу – переслідувати довгострокові цілі, які корисні для суспільства
Ю. Благов [3]	Рациональна відповідь компанії на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін, спрямована на сталий розвиток економіки
Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності [118]	Концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами
Міжнародна організація праці [92]	Добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону

Продовження таблиці 1.1

«Зелена книга» ЄС [22]	Концепція, за якою організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та навколишнє середовище
Конфедерація роботодавців України [26]	Добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища
Соціально-відповідальний бізнес (спільнота - Україна) [115]	Відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
Ф. Євдокімов, М. Губська [19]	Діяльність підприємства зі здійснення соціальних програм у межах економічної доцільності
Н. Водницька [12]	Добровільні соціальні зобов'язання, які визнаються такими суспільством та які бере на себе власник або уповноважений ним орган підприємства з метою задоволення соціальних інтересів персоналу та всіх зацікавлених сторін в межах економічної доцільності
Л. Грицина [15]	Добровільна діяльність, яка перевищує визначені у законодавстві вимоги до роботи підприємства, та охоплює екологічну, суспільну, трудову та економічну сфери відповідальності перед навколишнім середовищем, суспільством в цілому, територіальними громадами, працівниками, постачальниками, споживачами, акціонерами
С. Литовченко, М. Корсакова [28]	Добровільне зобов'язання підприємства переслідувати довгострокові суспільно корисні цілі в соціальній, економічній та екологічних сферах, пов'язаних з основною діяльністю підприємства, прийняті підприємством у відповідності до законодавства та економічних умов
Є. Суєтенков, М. Пасько [117]	Певні зобов'язання перед суспільством, усвідомлення значимості соціальних цілей при прийнятті ділових рішень

Джерело: узагальнено авторами

Проте з прийняттям у 2010 р. стандарту «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності» ISO 26000 соціальна відповідальність на рівні суб'єкта господарювання розуміється як відповідальність організації, компанії за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування зацікавлених сторін;



- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [93].

Цей стандарт розтлумачив поняття «соціальна відповідальність» і значно полегшив його розуміння, адже різна термінологія не сприяла розумінню і популяризації зазначеного поняття. Разом з тим, вважаємо за доцільне розмежовувати поняття за рівнями соціальної відповідальності. Так, найбільш узагальнене поняття соціальної відповідальності ми розглядаємо як комплексне явище, яке полягає в суспільному зобов'язанні та поєднує різні рівні взаємодії суспільної соціалізації (міжнародний, національний, локальний та особистісний), спрямоване на вирішення соціальних питань суспільства, виокремлення місця соціальних цінностей у суспільній ієрархії й досягнення цілей холістичного розвитку суспільства. У цілому ж, хоча поняття як соціальної відповідальності, так і КСВ трактуються різними авторами по-різному, вони мають спільні ознаки: а) добровільна діяльність (зобов'язання); б) простежується єдина ціль – користь для суспільства; в) дотримання букви закону тощо.

Однією з перших наукових праць, присвячених проблемі соціальної відповідальності корпорацій, було дослідження Г. Боуена (Н. Bowen) за назвою «Соціальна відповідальність бізнесмена», опубліковане у 1953 році. Автор стверджував, що відколи соціальні інституції формували економічні наслідки, слід було очікувати, що бізнесові фірми в якості економічного результату суспільних інтересів повинні враховувати соціальні аспекти бізнесової діяльності [124].

Ключову роль у формуванні й популяризації соціальної відповідальності в Україні відіграє експертна організація Центр «Розвиток КСВ», заснована у 2008 р. і метою діяльності якої є впровадження соціальної відповідальності задля системних і якісних змін в Україні. Зазначена організація об'єднує велику кількість компаній України серед яких: «ЕУ», «Небесна криниця», «Василь Кісіль і Партнери», «Нова пошта», «ДТЕК», «Артеріям», «Оболонь», 1+1, тощо. З них із аграрного сектору: ПАТ «Миронівський хлібопродукт», «Астарта -Київ», агроходлінг «Мрія», «Монсанто Україна» тощо. Близько 20 компаній виступають партнерами Центру КСВ в освітніх проєктах, а саме:

«Ericsson», «Samsung», «Melexis», «Syngenta», «Київстар» та інші. Працює на всій території України з більш, ніж 100 компаніями, 200 університетами, 20 школами, 60 державними компаніями і 40 муніципалітетами. Основними здобутками Центру КСВ є: приєднання України до розробки міжнародного стандарту з соціальної відповідальності ISO 26000; формування спільноти соціально відповідальних компаній; проведення щорічного Конкурсу кейсів з КСВ; запровадження Індексу прозорості державних компаній як індикатора реформ державної власності; створення платформи для взаємодії бізнесу та університетів і шкіл задля підвищення якості вищої і середньої освіти в Україні (Національний форум «Бізнес і університети», Лабораторія «Бізнес і університети») [122].

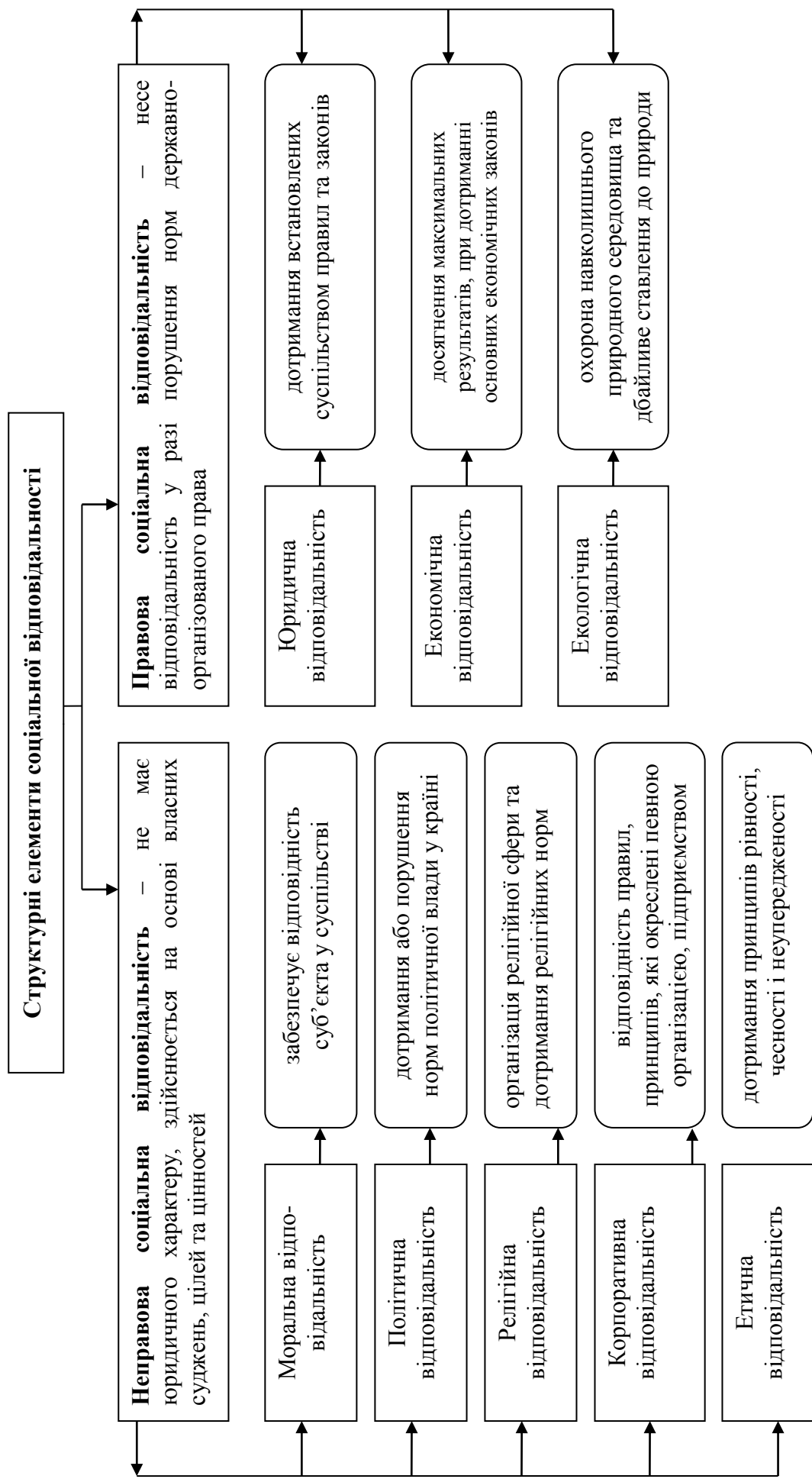
Протягом досліджуваного періоду в Україні з'явилися перші фахові організації, українська мережа Глобального Договору охоплює понад 160 організацій, близько ста підприємств декларують власну локальну соціальну відповідальність, причому лише 13 з них публікують звіти із соціальної відповідальності і 24 компанії декларують на корпоративних веб-сайтах діяльність у 3 і більше категоріях соціальної відповідальності (із дев'яти). Створено групу менеджерів, відповідальних за аспекти соціальної відповідальності українських компаній тощо [115].

Таким чином, можна зробити висновок, що **соціальна відповідальність як системне явище** – комплексне явище, яке полягає в суспільному зобов'язанні та поєднує різні рівні взаємодії суспільної соціалізації (міжнародний, національний, локальний та особистісний), спрямоване на вирішення соціальних питань суспільства, виокремлення місця соціальних цінностей в суспільній ієрархії й досягнення цілей холістичного розвитку суспільства.

## 1.2 Принципи, види соціальної відповідальності

Як в іноземній, так і у вітчизняній науковій літературі існує значна кількість думок щодо видів соціальної відповідальності. Так, на думку Н. Головки, соціальна відповідальність існує у формі політичної, правової та моральної відповідальності [14].

На основі проведених досліджень щодо основних структурних елементів соціальної відповідальності нами виокремлено найбільш суттєві з них (рис. 1.4).



**Рисунок – 1.4 Основні види соціальної відповідальності**

Джерело: розвинуто ідею [89]

У разі недотримання неправової соціальної відповідальності можливі наслідки: негативне ставлення суспільства, формування негативного іміджу, відмова від співпраці, відмова або зменшення інвестування, зменшення попиту населення на продукцію виробника, ротація кадрів на підприємстві та у результаті зниження результативності господарювання тощо. Дотримання правової відповідальності є обов'язковим, оскільки, у разі недотримання можливе застосування штрафних санкцій, зниження платоспроможності суб'єкта господарювання тощо.

О. Охріменко, Т. Іванова доводять, що для вищезазначених видів відповідальності притаманні суспільні риси:

- як будь-яка соціальна, так і юридична відповідальність є засобом гарантування та охорони суспільних відносин;

- встановлюються певними суб'єктами та гарантуються певними засобами;

- є засобами гарантування прав людини та суспільних інтересів;

- мають динамічний характер, тобто розвиваються та трансформуються разом із суспільними відносинами;

- існують у пеній сфері та регламентуються певним різновидом соціальних норм;

- переслідують досягнення певної мети та мають функціональну спрямованість;

- передбачають настання певних наслідків для порушників;

- виробляють повагу до прав та свобод людини і є проявами культури суспільства [101].

На рівні підприємництва розуміння соціальної відповідальності відображає два підходи:

- підприємництво вважається соціально відповідальним, якщо при отриманні прибутку воно не порушує законодавство та норми державного регулювання;

- підприємство, окрім отримання високих економічних результатів, враховує людські і соціальні аспекти розвитку бізнесу, тобто досягається соціальний ефект [14].

О. Плахотний розглядав соціальну відповідальність з двох позицій: соціальної та правової, тобто загальне поняття соціальної відповідальності складає методологічний фундамент, на якому повинна ґрунтуватися конструкція правової відповідальності,

ігнорування цього не може гарантувати правильності як самого руху до істини, так і отриманих результатів [102].

Правова соціальна відповідальність є обов'язковою, примусовою щодо дотримання й реалізується через юридичну, етичну, економічну та екологічну відповідальності. Щодо принципів соціальної відповідальності, то більшість іноземних та вітчизняних науковців розглядають їх лише на рівні суб'єктів господарювання – локальної соціальної відповідальності (табл. 1.2).

**Таблиця 1.2 Сутність основних принципів локальної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання**

Принципи	Характеристика
1. Підзвітність	Готовність організації брати на себе відповідальність за діяльність перед своїми керівними органами, органами правового захисту та у більш широкому сенсі перед іншими зацікавленими сторонами
2. Прозорість	Організація повинна розкривати в зрозумілій, збалансованій і правдивій формі політику, прийняті рішення і свою діяльність, за які вона несе відповідальність, включаючи фактичний і можливий вплив їх на суспільство та довкілля
3. Етична поведінка	Поведінка організації повинна ґрунтуватися на принципах і правилах, що базуються на цілісності, чесності, рівності, розумному керівництві, добропорядності. Із цих етичних принципів випливає турбота про оточуючих людей і довкілля, а також зобов'язання задовольняти потреби зацікавлених сторін
4. Зацікавлені сторони (стейкхолдери)	Організація поважає і розглядає інтереси її зацікавлених сторін. Зацікавлені сторони організації – особи або групи, які мають інтерес у якій-небудь діяльності організації. Хоча завдання організації можуть обмежуватися інтересами її власників, співробітників або довіритель, інші зацікавлені сторони можуть мати свої права, вимоги та специфічні інтереси, які також варто брати до уваги
5. Правові норми	Закони викладені у письмовому виді, загальнодоступні і втілені в життя відповідно до встановлених процедур. У контексті соціальної відповідальності повага правових норм означає, що організація дотримує всіх застосованих законів і правил
6. Права людини	Організація поважає права, які прописані у Всесвітній Декларації по правах людини; визнає те, що ці права носять загальний характер, що означає їхню застосованість у будь-якій країні, будь-яких культурах

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [27, 101]

### 1.3 Напрями та функції соціальної відповідальності

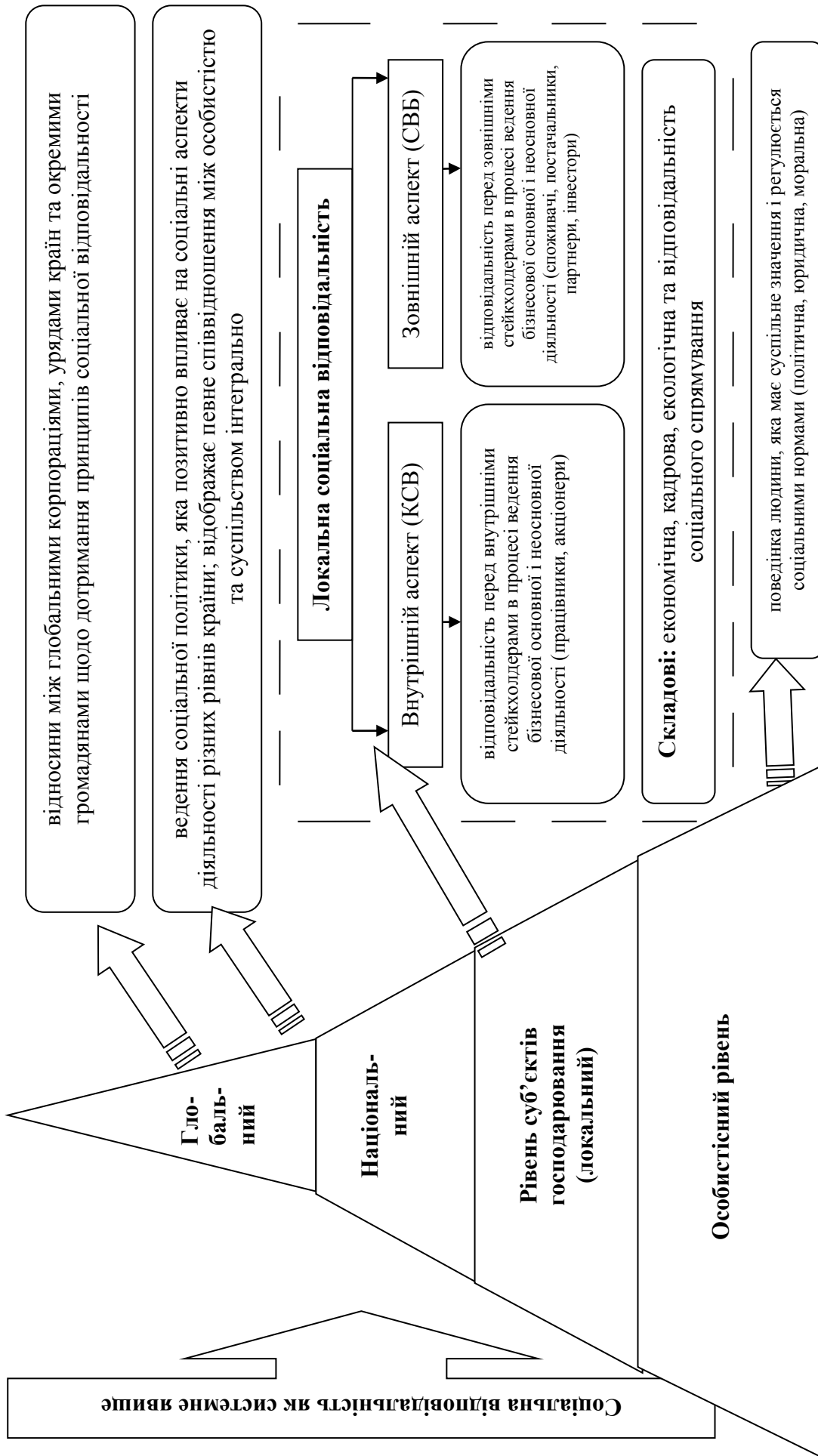
На сьогодні розвиток локальної соціальної відповідальності в Україні здійснюється здебільшого на рівні окремих проектів та ініціатив. Поки не сформовано узагальнену систему показників оцінки соціальної відповідальності як на національному, так і на локальному рівнях. При цьому локальна соціальна відповідальність в Україні проявляється у розрізі напрямів (рис. 1.5).

Таблиця 1.3 **Напрями локальної соціальної відповідальності підприємств України**

Системи управління ЛСВ	Підприємства, у т.ч. аграрні, впроваджують системи управління на основі змін показників, переходять від проектної до програмної діяльності, застосовуючи принципи ЛСВ
Соціальна звітність та її верифікація	Підприємства, у т.ч. аграрні, формують та оприлюднюють нефінансову звітність на основі системного підходу відповідно до рекомендацій Міжнародної ініціативи зі звітності
Партнерство з групами впливу	Підприємства, у т.ч. аграрні, долучаються до вирішення проблем соціального значення завдяки об'єднанню фінансових, людських та адміністративних зусиль
Інноваційні товари та послуги	Підприємства, у т.ч. аграрні, співпрацюючи з неурядовими організаціями в рамках ЛСВ, створюють нові продукти та послуги, вирішуючи при цьому соціальні проблеми
Адаптація міжнародних документів до українського ринку	Підприємства, у т.ч. аграрні, впроваджують найкращі міжнародні практики на основі ЛСВ, які є придатними та актуальними для українського ринку
Розвиток інфраструктури	Підприємства, у т.ч. аграрні, при дотриманні принципів ЛСВ вирішують проблеми суспільного відтворення, створюючи необхідні матеріально-побутові та соціально-культурні умови для задоволення певного кола потреб суспільства, населення, виробництва

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [115, 122]

На основі цього (рис. 1.5) нами запропоновано новий підхід щодо термінологічного трактування соціальної відповідальності, який ґрунтується на ієрархічності її системного явища.



**Рисунок 1.5 – Термінологічні взаємозв'язки соціальної відповідальності різних ієрархічних рівнів**

Джерело: розробка авторів

Так, виокремлено рівні функціонування соціальної відповідальності, які включають: глобальний, національний, суб'єктів господарювання (КСВ, СВБ) та особистісний рівень, сукупність яких формує систему відповідальності. Особливою умовою є взаємодія та взаємопроникнення усіх наведених рівнів соціальної відповідальності, в іншому випадку – втрачається основне призначення та ціль соціальної відповідальності.

Щодо України, то найбільш поширеними напрямками локальної соціальної відповідальності є: добросовісна сплата податків, дотримання законодавства, благодійність. Підприємства іноземного походження, окрім наведених аспектів, вбачають ще дотримання норм громадянського суспільства, турботу про навколишнє середовище, піклування про співробітників тощо.

Варто зазначити, що терміни «корпоративна соціальна відповідальність» та «соціально відповідальний бізнес» є поняттями одного рівня (локального), проте знаходяться під впливом різних факторів впливу та стейкхолдерів, які і визначають розвиток відповідного напрямку функціонування.

#### **Функції соціальної відповідальності:**

1. Відповідальність перед персоналом. Реалізація персональних програм мотивації персоналу.
2. Відповідальність перед споживачами (якісні продукти та послуги). Впровадження міжнародних систем управління якістю.
3. Відповідальність перед державою (дотримання законів, сплата податків).
4. Відповідальність перед кредиторами.
5. Відповідальність перед конкурентами (дотримання норм антимонопольного законодавства та норм ділової етики).
6. Відповідальність за сталий розвиток (дотримання стандартів в сфері екології, запровадження міжнародних стандартів в сфері екологічного менеджменту).

У сучасних економічних умовах на локальному рівні соціальна відповідальність є стандартом розвиненого корпоративного управління. Її основна функція полягає в забезпеченні стійкості підприємства як відкритої системи за рахунок врегулювання конфлікту інтересів у зовнішньому і внутрішньому середовищі та залучення стейкхолдерів підприємства в процес прийняття стратегічних рішень.



Крім того, цей інститут виконує наступні функції: загальні (планування, організація, мотивація, контроль), соціально-економічні (перерозподілу, організаційно-господарська, регулююча, відтворювальна, мотиваційно-оптимізаційна, природоохоронна) та соціально-культурні (нормативно-етична, культурологічна, ідеологічна) (табл. 1.4).

**Таблиця 1.4 Функції локальної соціальної відповідальності підприємства**

Група функцій	Функції	Сутність функції
Соціально-економічні функції	Перерозподілу	Перерозподіл національного доходу на користь соціально-незахищених верств населення, розвиток місцевої інфраструктури
	Організаційно-господарська	Підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг, на регіональному, національному і світовому ринках
	Регулююча	Вироблення спільних з державою стратегій, розвиток державного і приватного партнерства у вирішенні соціально-економічних завдань, інтеграція
	Відтворювальна	Збереження і відтворення людського капіталу, пропаганда здорового способу життя; створення відповідних умов праці.
	Мотиваційно-оптимізаційна	Стимулювання кількості, якості та результатів праці, ресурсозбереження та підвищення ефективності виробництва
	Природоохоронна	Збереження екологічного балансу територій
Соціально-культурні функції	Нормативно-етична	Дотримання чинних законодавчих і етичних норм, правил, принципів
	Культурологічна	Охорона, відновлення та пропаганда культурних цінностей
	Ідеологічна	Пропаганда і розвиток патріотизму

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [2]

Пріоритетне значення серед специфічних відводиться функції перерозподілу, оскільки недостатнє фінансування соціальної сфери пов'язано з «непрозорістю» напрямів руху бюджетних коштів між бюджетами регіонів і країни в цілому, що приводить до недостатності даних щодо фінансових можливостей системи

соціального захисту, що, в свою чергу, позначається на процесах розвитку суспільства в цілому.

Підкріплюючи власну позицію щодо формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора відповідним категоріальним апаратом (табл. 1.5), вважаємо, що основним методологічним підходом у формуванні соціальної відповідальності є стратегічний, на основі забезпечення розвитку соціальної відповідальності на всіх рівнях (глобальному, національному, локальному, особистісному).

**Таблиця 1.5 Категоріальне забезпечення формування соціальної відповідальності**

Категорія	Дефініція
Соціальна політика	комплекс заходів, набір правил та напрямів державної й недержавної соціальної діяльності, спрямованих на вирішення проблем та забезпечення потреб суспільства
Соціальна діяльність	цілеспрямовані дії, що базуються на потребах та інтересах людей, які визначаються життєдіяльністю, соціальною поведінкою й направлені на реалізацію соціальної політики
Соціальний контроль	система соціальної регуляції поведінки суб'єкта на основі впорядкованості нормативного регулювання між суспільством та державою
Соціальна відповідальність як системне явище	комплексне явище, яке полягає в суспільному зобов'язанні та поєднує різні рівні взаємодії суспільної соціалізації (міжнародний, національний, локальний та особистісний), спрямоване на вирішення соціальних питань суспільства, виокремлення місця соціальних цінностей в суспільній ієрархії й досягнення цілей холістичного розвитку суспільства
Соціальна відповідальність суб'єктів аграрного сектору економіки	багатосторонній процес зобов'язання усіх учасників суб'єктів холістичного розвитку в аграрному секторі економіки, які базуються на дії економічних, екологічних, соціальних та духовних законах, специфічних особливостях аграрного сектору
Локальна соціальна відповідальність	структуроване комплексне зобов'язання суб'єкта господарювання, яке має зовнішній прояв через соціально відповідальний бізнес і внутрішній прояв через корпоративну соціальну відповідальність і реалізується диференційовано в розрізі економічної, кадрової, екологічної, соціальної відповідальності та стратегічними заходами

Продовження таблиці 1.5

Соціально відповідальний бізнес	відповідальність підприємства перед зовнішніми стейкхолдерами в процесі ведення бізнесової основної і неосновної діяльності (споживачі, постачальники, партнери, інвестори) тощо
Корпоративна соціальна відповідальність	відповідальність перед внутрішніми стейкхолдерами у процесі ведення бізнесової основної і неосновної діяльності (працівники, акціонери) тощо
Суб'єкти соціальної відповідальності	особи та інститути, які беруть на себе зобов'язання щодо дотримання, виконання та популяризації принципів соціальної відповідальності
Холістичний розвиток суспільства	системно-комплексний процес зміни всіх структурно-функціональних складових суспільства з урахуванням їх взаємозв'язку та функціонування, результатом чого є цілісне суспільне утворення на основі взаємодоповнюваності та збалансованості економічних, соціальних, екологічних, духовних складових
Об'єкти соціальної відповідальності	особа, процес, явище, щодо якого суб'єкт соціальної відповідальності прийняв на себе зобов'язання
Соціально орієнтоване мислення	процес відображення об'єктивної дійсності, оснований на принципах соціальної відповідальності
Соціальна економіка	наукові знання про соціально-економічний розвиток суспільства та його добробут, що забезпечуються дієвою системою законодавчих, економічних, екологічних, соціальних і психологічних чинників
Соціальне забезпечення	система соціально-економічних заходів, у результаті яких досягається належний рівень розвитку суспільства
Соціальне середовище	сукупне співіснування зовнішнього світу і суспільства, що враховує економічні, екологічні, соціальні й духовні фактори їх прояву

Джерело: розробка авторів

### Питання для самоконтролю:

1. Історія становлення та розвитку соціальної відповідальності (етапи).
2. Становлення та розвиток соціальної політики: практичний аспект.
3. Соціальний захист усфері соціальної відповідальності.
4. Характеристика основних аспектів соціальної відповідальності (соціологічне опитування).
5. Еволюція концепції соціальної відповідальності.

6. Погляди науковців щодо визначення соціальної відповідальності.
7. Дотримання функцій соціальної відповідальності в аграрному секторі України: вітчизняний та іноземний досвід.
8. Сучасний стан розвитку концепції соціальної відповідальності в Україні.

#### **Тестові завдання:**

1. *Хто започаткував основу сучасного підходу до соціальної відповідальності корпорацій?*

- А) Л. Білецька;
- Б) Г. Боуен;
- В) І. Семякін;
- Г) О. Поляков.

2. *У якому році було започатковано основу сучасного підходу до соціальної відповідальності корпорацій?*

- А) 1935 р.;
- Б) 1963 р.;
- В) 1956 р.;
- Г) 1953 р.

3. *Що є принципами соціальної відповідальності?*

- А) підзвітність;
- Б) прозорість;
- В) етична поведінка;
- Г) всі відповіді вірні.

4. *Соціальна відповідальність, яка не має юридичного характеру та включає такі види відповідальності як економічна, моральна, політична, корпоративна, релігійна, етична – це?*

- А) неправова;
- Б) моральна;
- В) правова;
- Г) особистісна.

5. *Відповідальність, яка настає у випадку порушення норм державно-організованого права та включає в себе юридичну відповідальність – це?*

- А) неправова;
- Б) моральна;
- В) правова;
- Г) особистісна.

6. *Відповідальність перед персоналом, споживачами, державою, кредиторами, конкурентами – це?*

- А) завдання соціальної відповідальності;
- Б) принципи соціальної відповідальності;
- В) методологія соціальної відповідальності;
- Г) функції соціальної відповідальності.

## **Тема 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ, СУСПІЛЬСТВА**

2.1 Основні інститути щодо розвитку соціальної відповідальності.

2.2 Механізм формування соціальної відповідальності суб'єктів функціонування економіки.

***Ключові поняття:** Глобальний Договір ООН, Цілі сталого розвитку, принципи Глобального Договору ООН, Глобальна рада щодо стандартів у галузі сталого розвитку, Стандарти GRI, міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху, міжнародна продовольча і сільськогосподарська організація об'єднаних націй, український фонд соціальних інвестицій.*

### **2.1 Основні інститути щодо розвитку соціальної відповідальності**

На початку третього тисячоліття проблема соціальної відповідальності стала основоположною. Ще у січні 1999 р. Генеральний Секретар Організації Об'єднаних Націй К. Аннан (K. Annan) звернувся до бізнес-лідерів із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи – Глобального Договору, яка повинна об'єднати компанії, агенції ООН, а також трудові та громадські організації з метою підтримки світових екологічних і соціальних принципів.

Метою Договору стало поширення принципів, пов'язаних із захистом прав людини, стандартами праці, боротьбою з корупцією та захистом навколишнього середовища, на стратегію та діяльність ділових кіл у всьому світі. З цього часу ініціатива активно допомагає у розвитку партнерства між приватним сектором та урядами, агенціями ООН, трудовими та громадськими організаціями на підтримку Цілей Тисячоліття.

На сьогодні у світі налічується близько 8000 організацій із 130 країн, які зобов'язалися виконувати принципи Глобального Договору у сфері прав людини, праці, екології та протидії корупції, серед яких: бізнес-структури, громадські організації, університети тощо [93].

В Україні останнім часом спостерігається зацікавленість бізнесових структур щодо соціальної відповідальності у веденні бізнесу. Одним із перших кроків щодо залучення України до Міжнародного співробітництва стало офіційне підписання Головного договору ООН (25.04.2006 рік). Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні започаткувало ініціативу Глобального договору за участю 34 українських та міжнародних компаній, асоціацій і громадських організацій. На сьогодні в Україні налічується близько 200 підписантів Глобального договору серед яких підприємства, організації, торгові союзи, навчальні заклади тощо.

Десять принципів Глобального Договору у сфері прав людини, праці, екології та протидії корупції були прийняті на основі ряду документів:

1. Загальна Декларація прав людини [20].
2. Декларація фундаментальних принципів і прав на робочому місці Міжнародної організації праці [17].
3. Ріо-де-Жанейрська Декларація з екології та розвитку [109].
4. Конвенція ООН проти корупції [25].

Основне призначення Головного договору – це досягнення суспільної відповідальності серед корпоративного громадянства та вирішення глобальних проблем, пов'язаних з економічним, екологічним, соціальним розвитком і дотримання й запровадження основних цінностей у сфері захисту прав людини, стандартів праці, охорони навколишнього середовища і боротьба з корупцією (табл. 2.1).

Варто відмітити, що 01.01.2017 р. офіційно вступили в дію 17 цілей сталого розвитку (ЦСР), які є частиною порядку денного в напрямі розвитку на період до 2030 р., прийнятого світовими лідерами на історичному Самміті ООН у вересні 2015 року.

Основними цілями сталого розвитку є: подолання бідності у всіх її проявах; подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку

сільського господарства; забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх і в будь-якому віці; забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх; забезпечення тендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчат; забезпечення наявності та раціонального використання водних ресурсів і санітарії для всіх; забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії; сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці; створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям; скорочення нерівності всередині країн і між ними тощо [123].

**Таблиця 2.1 Принципи Глобального договору ООН**

Принципи	Характеристика
<b>I. Права людини</b>	
Принцип 1	Ділові кола повинні підтримувати та поважати підхід, який у результаті не порушує права людини в процесі своєї діяльності
Принцип 2	Ділові кола не повинні мати відношення до порушення прав людини
<b>II. Стандарти праці</b>	
Принцип 3	Ділові кола повинні підтримувати свободу зібрань та ефективно визнання права на колективний договір
Принцип 4	Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію усіх форм примусової праці
Принцип 5	Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію дитячої праці
Принцип 6	Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію дискримінації при прийомі на роботу та у професійній діяльності
<b>III. Навколишнє середовище</b>	
Принцип 7	Ділові кола повинні застосовувати (підтримувати) дбайливий (обережний) підхід до питань екології
Принцип 8	Ділові кола повинні вживати заходи на підтримку посилення екологічної відповідальності
Принцип 9	Ділові кола повинні заохочувати розвиток та розповсюдження екологічно безпечних технологій
Принцип 10	Ділові кола повинні боротися з будь-якими проявами корупції, включаючи здирицтво та хабарництво

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [91]

На світовому просторі локальну соціальну відповідальність підприємств намагаються регулювати. Наприклад, Комісія США з цінних паперів і бірж випустила правила, що регулюють торгівлю «конфліктними мінералами» (мінерали, місцем походження яких є Конго, їх видобуток супроводжується загибеллю мільйонів людей щорічно), прозорість виплат за ліцензії на користування надрами, забезпечення гендерної рівності всередині підприємства. У 2014 р. Європейський Союз випустив директиву про розкриття фінансової інформації та даних, пов'язаних з расовими і гендерною рівністю. В Австралії бізнес зобов'язаний розкривати інформацію про управління соціальними та екологічними ризиками. Китайські і японські банківські установи стали публікувати звітність з локальної соціальної відповідальності без будь-яких законодавчих вимог з боку держави у 2015-2016 роках. Слід зауважити, що Індія є лідером щодо запровадження локальної соціальної відповідальності. Так, у 2013 р. вона ввела в дію розділ 135 Акту про підприємства, який зобов'язує великі підприємства розкривати інформацію про локальну соціальну відповідальність. Крім того, документ встановлює обов'язкові відрахування на КСВ у розмірі 2% від середнього чистого прибутку за три фінансові роки для підприємств, що мають власний капітал понад 5 млрд рупій (понад 77 млн дол. США) або оборот, що перевищує 10 млрд рупій (понад 155 млн дол. США), або чистий прибуток, що перевищує 50 млн рупій (понад 775 млн дол. США) протягом будь-якого фінансового року [10].

Значну роль у процесі становлення соціальної відповідальності відіграє Глобальна рада щодо стандартів у галузі сталого розвитку (GSSB), незалежний орган зі встановлення стандартів GRI. Стандарти GRI представляють собою набір з 36 модульних стандартів, які полегшують корпоративну звітність за такими темами, як викиди парникових газів, енергетика та водокористування, а також трудові практики. Новий формат дозволяє GRI оновлювати окремі теми відповідно до потреб ринку і сталого розвитку, не вимагаючи зміни всього набору стандартів GRI. Стандарти GRI зосереджені на істотності (матеріальності) – зосередження уваги на темах, які представляють найбільш істотний вплив організації та є найбільш важливими для зацікавлених організацій – що підтримує звітність зі сталого розвитку, адаптовану для кожної окремої компанії. Компанія може



підготувати звіт про сталий розвиток у відповідності зі стандартами GRI «Основний» або «Розширений», або розкривати окремі теми звітності. У жовтні 2016 р. у м. Амстердам організація GRI представила перші у світі глобальні стандарти звітності у сфері сталого розвитку. Стандарти допомагають організаціям приймати більш обґрунтовані рішення і сприяти досягненню Цілей Сталого Розвитку Організації Об'єднаних Націй. Згідно з даними дослідження, опублікованого у MIT Sloan Management Review, 75% керівників вищої ланки інвестиційних компаній вважають, що нефінансові показники компанії важливо враховувати під час прийняття інвестиційних рішень. Більшість найбільших компаній світу публікують цю інформацію, а з новими GRI стандартами набагато більше організацій – у тому числі невеликих компаній – зможуть надати інвесторам, споживачам, співробітникам та іншим зацікавленим сторонам інформацію про нефінансові показники, які вони потребують [122].

Задля впровадження дієвого механізму щодо поширення концепції соціальної відповідальності в Україні ООН постійно організовує зустрічі з представниками бізнесових структур, ділових асоціацій, трудових спілок та громадських організацій. Результатом проведення таких заходів є те, що в Україні учасниками Глобального договору ООН стали: Агропромхолдинг «Астарта-Київ», «Актив Банк» комерційний банк, Американська торговельна палата, Банк «Надра», «Британські авіалінії», «ГлаксоСмітКляйн», «Гештальт консалтінг груп», «С.К. Джонсон Україна», «Європейська Бізнес Асоціація», «Київстар Дж.Ес.Ем.», Інвестиційна компанія «ІНТЕРПАЙП», «Інститут Сталих Спільнот», «Кока-кола Беверіджіс Україна», «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», «Лео Бернетт Україна», Львівська регіональна торгово-промислова палата, Львівська регіональна асоціація малого та середнього бізнесу, Міжнародний Центр Перспективних Досліджень, «Ніссан Мотор Україна», Одеська Регіональна торгово-промислова палата, «Про100 Страхування», «Сіменс Україна», «Систем Капітал Менеджмент», Торгово-промислова палата України, Туристична Компанія «Бітско», «Tetra Pak Україна», ТНК-ВР «Україна», Українська асоціація якості, Український жіночий фонд, Всеукраїнська ліга із зв'язків з громадськістю, Український Національний комітет Міжнародної

Торгової Палати, Федерація професійних спілок України, Федерація Роботодавців України, «ХФБ Банк» Україна [91, 115].

На світовому рівні значну роль щодо соціальної відповідальності відіграє Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM), яка об'єднує понад 700 активних організацій-учасників у близько 110 країнах світу. Зазначена організація запровадила чотири принципи для розвитку органічного сільського господарства. Кожен принцип сільського господарства ґрунтується на таких складових: принцип здоров'я, принцип екології, принцип справедливості, принцип турботи. Ці принципи охоплюють певний спектр функціонування сільського господарства, а саме: раціональний догляд за землею, водними ресурсами, тваринний та рослинний світ, розподіл та переробка продуктів харчування, тощо. Вони регулюють розвиток основ, програм і стандартів IFOAM. Більше того, вони представлені з урахуванням можливості їх застосування в усьому світі. Протягом свого існування IFOAM розробила органічне регулювання (інструментарій) для надання допомоги урядам, організаціям органічного сектору, опублікувала ряд інструментів та рекомендації з питань політики, пов'язані з органічними правилами.

Також варто відмітити міжнародну продовольчу і сільськогосподарську організацію об'єднаних націй (ФАО), основною метою якої є досягнення продовольчої безпеки у світі. В якості структурного підрозділу даної організації створено Департамент сільського господарства і захисту споживачів, основні напрями діяльності якого включають: тваринництво і охорону здоров'я тварин, ядерні методи в галузі продовольства та сільського господарства, рослинництво та захист рослин, сільську інфраструктуру й агропромисловість, якість і безпеку продуктів харчування. З метою забезпечення узгодженості та сумісності статистичних даних різних країн світу надає національним статистичним органам визнані на міжнародному рівні визначення, поняття і класифікації, а саме: 1) список сільськогосподарських товарів ФАОСТАТ – це використовується ФАО класифікація сільськогосподарських товарів; 2) класифікатор основних продуктів, розроблений і оновлюваний Статистичним відділом ООН; 3) узгоджена система опису і кодування товарів – найпоширеніша торгова класифікація, в якій товари, як правило, класифіковані за такими ознаками, як: сировина, ступінь

переробки, функція або призначення, економічна діяльність; 4) пошук по списку товарів ФАОСТАТ – пошукова система, розроблена статистичним відділом ФАО. Дозволяє користувачам здійснювати пошук товарів в списку ФАОСТАТ, а також їх зіставлення з Класифікатором основних продуктів і Узгодженої системою; 5) центральна рамкова програма Системи еколого-економічного обліку – дозволяє розглядати вплив на навколишнє середовище в контексті економіки.

Як свідчить світова практика, для ефективного соціально-економічного розвитку держави необхідно дотримуватися вимог міжнародних стандартів та провадити відповідну соціальну політику. Держава повинна підтримувати міжнародні ініціативи, пов'язані з популяризацією принципів соціальної відповідальності на всіх рівнях функціонування, запроваджувати відповідні програми та стратегії.

Важливу роль у розвитку соціальної відповідальності в Україні відіграє український фонд соціальних інвестицій (УФСІ), який є неприбутковою організацією, що створена з метою підтримки найменш соціально захищених верств населення, а також ініціатив територіальних громад і громадських організацій. УФСІ інвестує кошти міжнародних донорів у соціальну сферу за такими напрямками: сприяння реформуванню системи соціальних послуг (розробка проектів нормативних документів та методичних документів, спрямованих на регулювання діяльності у сфері соціальних послуг вразливим групам населення); створення інноваційних моделей соціальних послуг для вразливих груп населення (осіб з обмеженими можливостями, дітей-сиріт, безпритульних, осіб похилого віку, жертв насилля тощо); ремонт об'єктів соціальної та комунальної інфраструктури у сільській місцевості (дитячих садків, шкіл, фельдшерсько-акушерських пунктів, клубів, водогонів, доріг); розвиток потенціалу територіальних громад у вирішенні місцевих проблем, активізація їх участі у процесі прийняття рішень [377]. При впровадженні проектів на рівні громад фонд приділяє особливу увагу сучасним технологіям енергозбереження та енергоефективності. Донорами УФСІ у різні роки був Світовий банк, Уряд Великої Британії (DFID), Уряд Швеції (Sida), Уряд Японії (JSDF), Уряд Німеччини (KfW), Фонд імені Чарльза Стюарта Мотта, Канадське агентство

міжнародного розвитку, Міжнародний фонд «Відродження», Програма розвитку ООН.

**Таблиця 2.2 Перелік країн, які активно використовують принципи соціальної відповідальності**

Країни	Статус соціальної відповідальності
	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах (заходи, програми):
Австрія, Великобританія,	- стратегія сталого розвитку;
Великобританія	- призначення міністра з корпоративної соціальної відповідальності (на сьогодні скасовано);
Італія	- проект «КСВ – соціальне зобов’язання»; - національний план дій уряду щодо клімату;
Нідерланди	- «Бачення уряду в сфері КСВ»
Німеччина	- програма екологічних і соціальних стандартів; - програма «Нові якості робочих ініціатив»;
Словенія	- щорічна нагорода «Краще підприємство для родини»; - національна стратегія з КСВ;
Швеція	- партнерство для глобальної відповідальності;
Литва	Національна програма розвитку КСВ;
Македонія	Національний порядок денний з КСВ;
Бельгія	Національний план дій з СВ, є Міністерство сталого розвитку, щорічно готується нефінансовий звіт;
Канада, Норвегія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, окрема політика МЗС для просування соціально-відповідальних компаній у світі;
Іспанія	Визнається на національному рівні, є окрема урядова рада з КСВ;
Франція	Активно просувається державою, є політика в різних міністерствах, була однією з перших країн, з впровадження обов’язкової екологічної звітності;
Данія	Департамент з КСВ, є окремий закон про звітність великих компаній з КСВ;
Польща	Створення Групи зі сприяння розвитку КСВ;
Норвегія	Біла книга з КСВ;
Європейський Союз	- Зелена книга з КСВ; - Комюніке Європейської комісії з КСВ: «Внесок бізнесу у сталий розвиток»; - Комюніке Європейської комісії з КСВ: «Впровадження партнерства задля зростання: Європа як приклад досконалості в сфері КСВ»

Джерело: сформовано авторами на основі даних [122]

Через партнерство між органами центральної та місцевої влади, громадами та приватними і громадськими організаціями, УФСІ вирішує нагальні потреби місцевих громад ефективними та прозорими способами. Виконуючи свої функції, УФСІ сприяє зміцненню громад та допомагає у побудові регіонального потенціалу щодо ефективного виконання програм на рівні громад, які націлені на соціальний розвиток. УФСІ реалізував 80 мікропроектів зі створення інноваційних соціальних послуг для вразливих груп населення у семи областях України: Харківській (12), Хмельницькій (26), Львівській (25), Дніпропетровській (5), Полтавській (5), Чернівецькій (5), Київській (2) областях. Загальна вартість цих мікропроектів склала 7,8 млн дол. США. Користь від їх впровадження отримують 74 665 осіб.

## **2.2 Механізм формування соціальної відповідальності суб'єктів функціонування економіки**

В Україні соціальна відповідальність знаходиться на початковій стадії розвитку, адже її запровадження на вітчизняних підприємствах вимагає чіткої ділової досконалості та цільової збалансованості. Тому в основу механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору може бути закладено можливість використовувати зарубіжний досвід та практику. Основні критерії соціальної відповідальності в Україні здійснюються через: підвищення динаміки інноваційного розвитку, відповідальне корпоративне управління, співпраця з групами впливу, розвиток людського капіталу, гідна праця та соціальний діалог, суспільний добробут, збереження та відтворення довкілля, відповідальна інтеграція і міжнародні ринки (додаток А).

Механізм забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів функціонування повинен відображати сукупність організаційних форм, рівнів регулювання, напрямів діяльності, економічних процесів і суспільних дій, спрямованих на створення відповідних умов, які націлені на підвищення ефективності господарювання аграрних підприємств, враховуючи потреби зацікавлених сторін (стейколдерів), на основі використання економічних, екологічних, соціальних та духовних чинників розвитку суспільства (рис. 2.1).

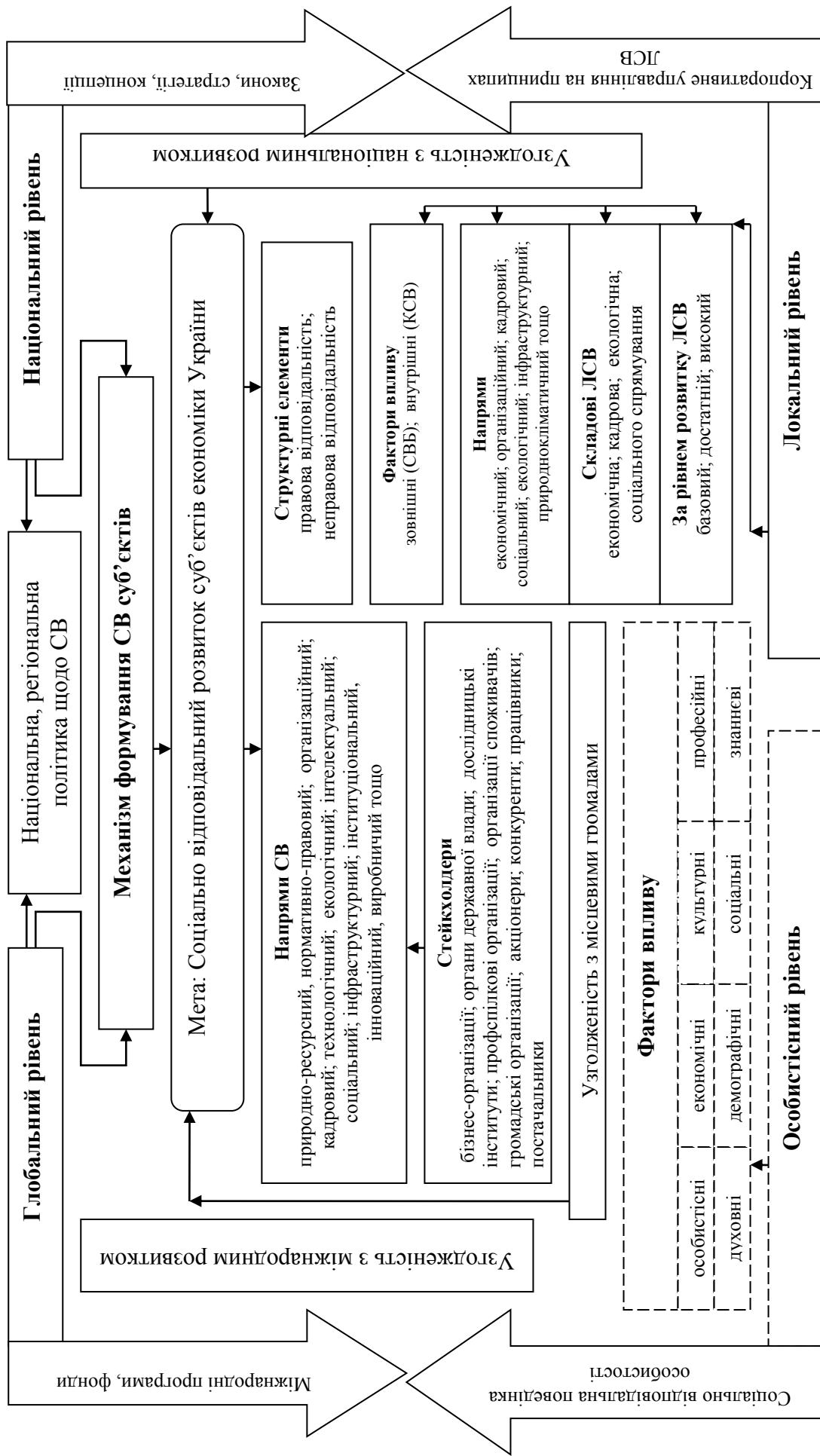


Рисунок 2.1 – Механізм формування соціальної відповідальності суб'єктів функціонування економіки

Джерело: розробка авторів

Особливістю зазначеного механізму є комплексне поєднання усіх рівнів функціонування соціальної відповідальності, які націлені на єдину мету – соціально відповідальний розвиток суб'єктів господарювання економіки.

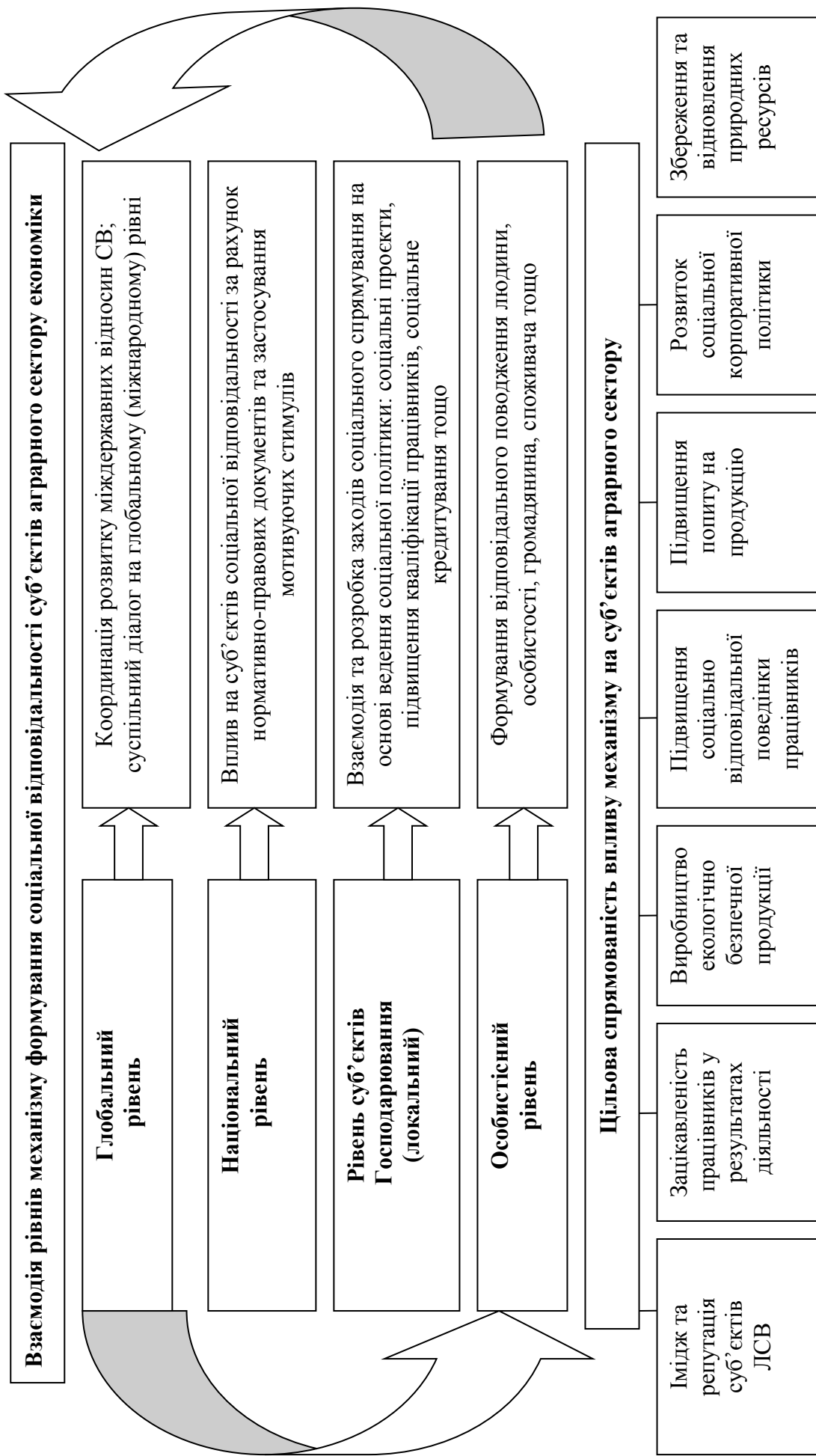
Кожен рівень включає фактори впливу та напрями діяльності, на основі яких буде здійснюватися соціальна відповідальність. Обов'язковою умовою є взаємоузгодженість всіх рівнів розвитку соціальної відповідальності. Досягнення мети механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів економіки здійснюється через виконання ним певних функцій: планування, організація, мотивація, оцінка, моніторинг, контроль, прогнозування.

Особистісний рівень формує відповідальне ставлення та поведінку окремої людини (громадянина) (рис. 2.2).

На рівні суб'єктів господарювання формується локальна соціальна відповідальність окремих підприємств за рахунок підвищення кваліфікації працівників, пільгового кредитування, розробки різних програм та надання соціальних пакетів для працівників, що позитивно впливає на фінансові результати та ефективність господарювання.

Необхідно раціонально підійти до важелів та інструментів впливу розвитку соціальної відповідальності та локальної соціальної відповідальності на кожному з наведених рівнів. При чому, чим більше будуть взаємопов'язані функції та рівні управління, тим більшою є вірогідність ефективного розвитку соціальної відповідальності та локальної соціальної відповідальності у суспільстві.

Таким чином, функціонування механізму соціальної відповідальності суб'єктів економіки передбачає взаємодію різних рівнів суб'єктів економіки – держави, суб'єктів господарювання всіх секторів, індивіда, при цьому головним регулятором та координатором є держава, яка визначає основні напрями та цілі розвитку соціальної відповідальності в економіці. Тому, на нашу думку, необхідно посилити роль держави через системність у формуванні соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, і в суспільстві в цілому.



**Рисунок 2.2 – Взаємодія рівнів механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів економіки**

Джерело: розробка авторів



Зважаючи на це, нами охарактеризовано гальмуючі та стримуючі фактори щодо реалізації механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору та заходи для нівелювання їхнього негативного впливу (рис. 2.3).

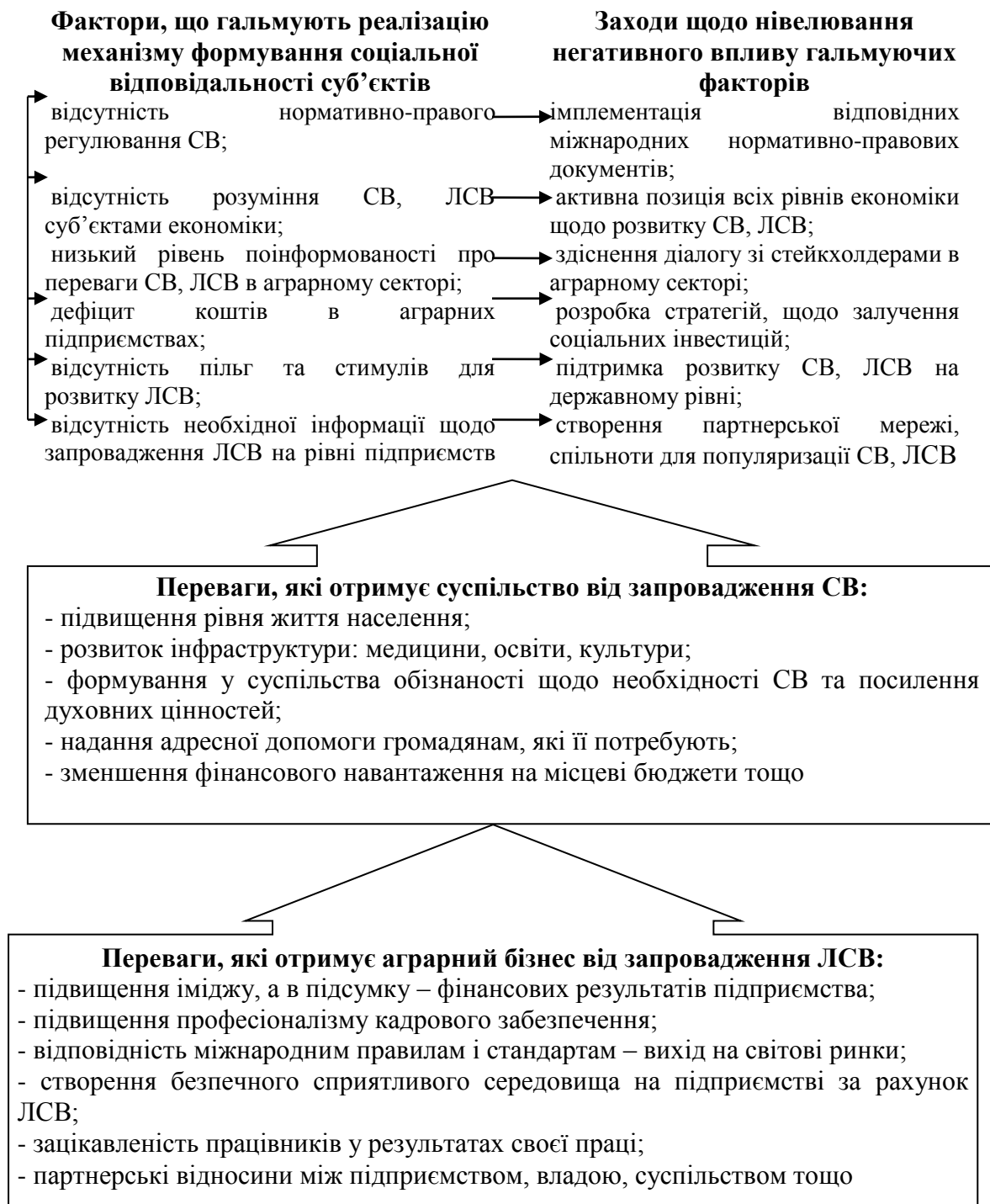


Рисунок – 2.3 Стримуючі фактори щодо реалізації механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів економіки та заходи щодо уникнення їхнього негативного впливу

Джерело: розробка авторів

Таким чином, у процесі формування соціальної відповідальності позитивні переваги отримують як підприємства, так і суспільство у цілому. Проте, існує ряд важливих проблем, які стримують розвиток соціальної відповідальності та локальної соціальної відповідальності, адже при невчасному їх вирішенні можливі негативні наслідки як для суспільства, так і для бізнесу.

Вирішальну роль у популяризації соціальної відповідальності відіграє держава як основний регулятор посилення соціальної відповідальності на національному рівні (рис. 2.4).

Вважаємо, що на національному рівні необхідне врегулювання нормативно-правового забезпечення щодо розвитку соціальної відповідальності та здійснення соціальних діалогів з підприємствами, спільнотою й громадськістю. Існує потреба у стимулюванні соціальної відповідальності, локальної соціальної відповідальності (КСВ, СВБ) із застосуванням інструментів прямого та опосередкованого впливу. Основою для цього може бути зарубіжний досвід затвердження єдиного підходу щодо розуміння соціальної відповідальності на всіх рівнях функціонування, поширення міжнародних стандартів і створення систем управління соціальною відповідальністю в Україні.

У результаті комплексного поєднання інструментів механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів економіки можливий розвиток нового сучасного типу економіки на основі високого рівня соціалізації – холістичний розвиток суспільства, який збалансовує економічні, екологічні, соціальні та духовні чинники та покликаний вирішувати соціально-економічні та культурні дисбаланси в економіці країни.

Адже спільна місія та цінності держави й суспільства є основою зазначеного типу розвитку економіки, що ґрунтуються на відповідному інституційно-інституціональному забезпеченні, належному рівні розвитку суспільства та створенні сприятливих умов в країні.

Для того, щоб популяризувати соціальну відповідальність суб'єктів, варто на національному рівні сформувати пріоритетність попиту на основі визначення цілей соціальної відповідальності суб'єктів економіки (рис. 2.5).

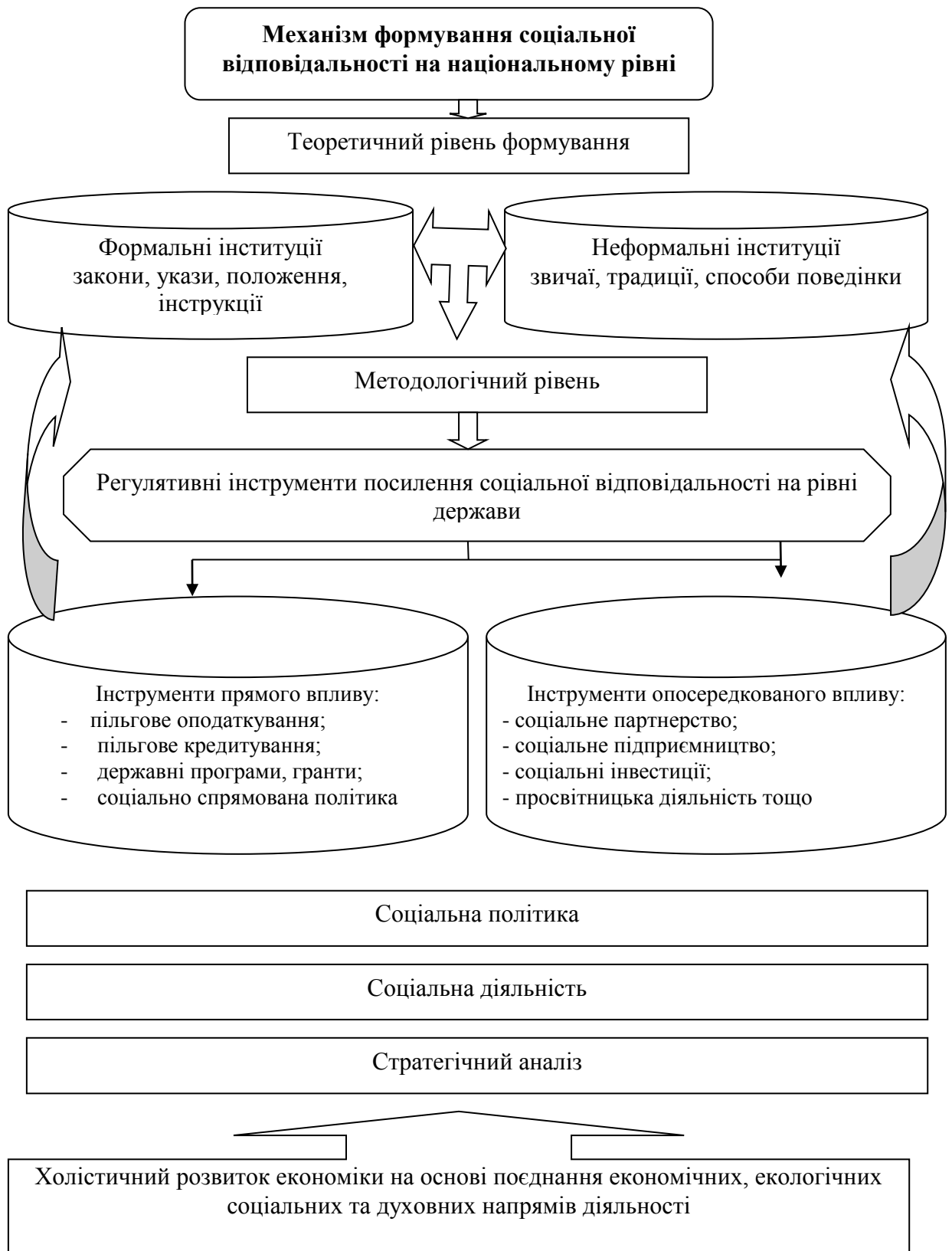


Рисунок 2.4 – Механізм формування соціальної відповідальності суб’єктів на національному рівні

Джерело: авторська розробка

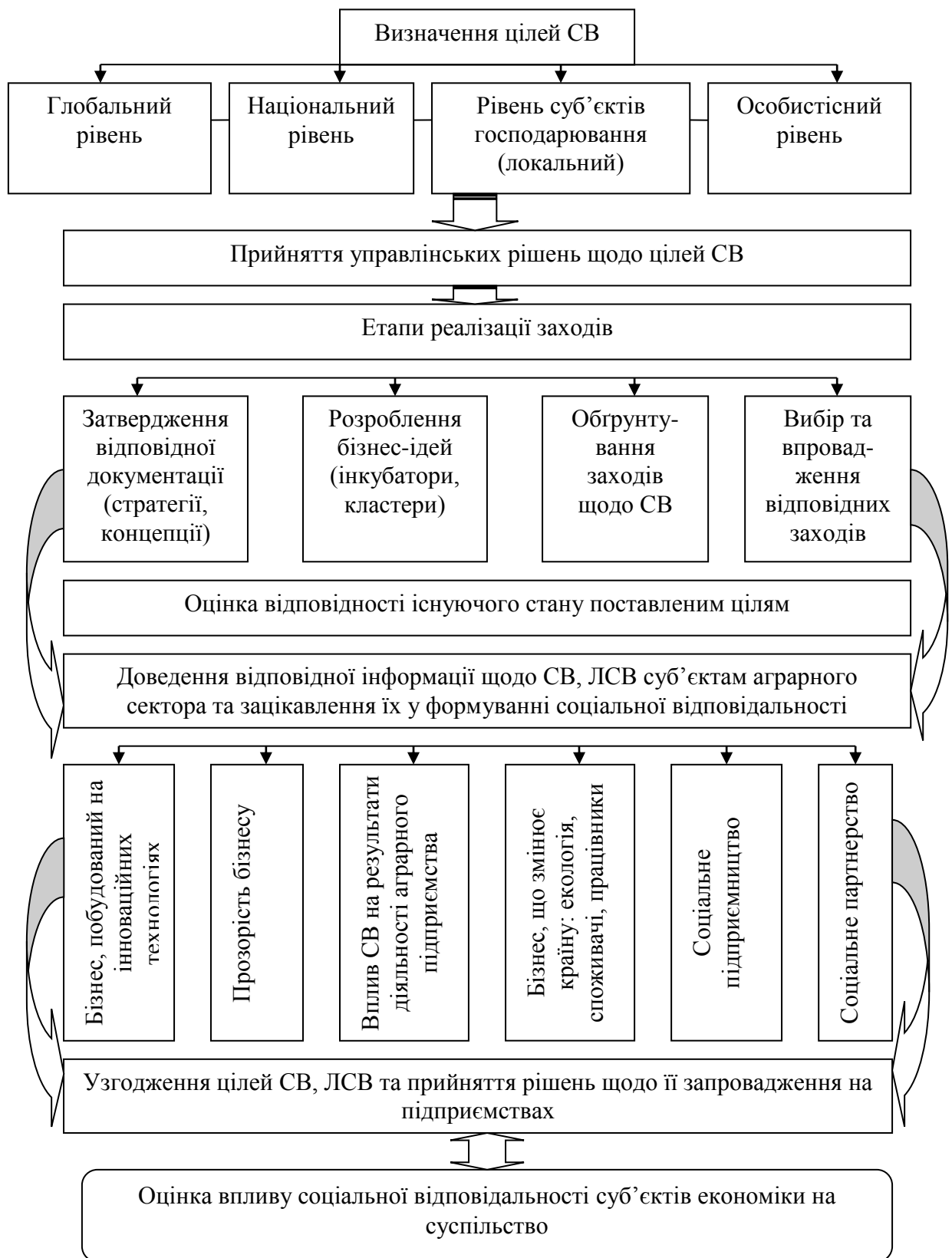


Рисунок 2.5 — Алгоритм популяризації соціальної відповідальності суб'єктів економіки

Джерело: розробка авторів

Розроблений нами алгоритм популяризації соціальної відповідальності суб'єктів економіки охоплює всі рівні функціонування та базується на визначенні й узгодженості їх цілей.

Так, на початковому етапі для поширення принципів соціальної відповідальності необхідно на всіх рівнях сформувавши цільову спрямованість. Наступний крок – розроблення етапів реалізації відповідних заходів (розроблення та затвердження відповідної документації на всіх рівнях влади; розробка, обґрунтування та вибір відповідних заходів). Обов'язковою умовою розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки є оцінка відповідності існуючого стану галузі поставленим цілям та доведення необхідної інформації до суб'єктів господарювання (зацікавленість та мотивація у розвитку соціальної відповідальності, локальної соціальної відповідальності). У підсумку при врегулювання основних моментів розвитку СВ та ЛСВ, можливе створення нових форм суб'єктів господарювання на засадах соціального підприємництва, соціального партнерства. Мотивацією для виробників сільськогосподарської продукції, які провадять соціальну діяльність, можуть бути: пільгове кредитування, пільгове оподаткування, нефінансові нагороди (грамоти, подяки, похвальні листи) та офіційне визнання аграрних підприємств як соціально відповідальних на державному рівні.

Узгодження цілей та оцінка впливу на суспільство, на нашу думку, є визначальним у запропонованому алгоритмі, адже поєднує в собі всю ієрархічну систему принципів популяризації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору (принцип єдності економіки і політики, принцип єдності централізації і децентралізації, принцип справедливості, принцип прозорості, принцип ефективності, принцип збалансованості тощо).

Таким чином, механізм формування соціальної відповідальності суб'єктів економіки повинен реалізовуватися, враховуючи всі рівні функціонування економіки. Проте розвиток та поширення ЛСВ серед підприємств неможливий без державної координації та регулювання, використання інструментів прямого й опосередкованого впливу. Також необхідним є поступова зміна бачення бізнесом ролі локальної соціальної відповідальності та її актуальності в теперішніх умовах господарювання, адже позитивний вплив від її використання підтверджується світовим досвідом.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Нормативно-правове забезпечення соціальної відповідальності в Україні.
2. Міжнародні документи з соціальної відповідальності.
3. Стандарти в сфері КСВ (Глобальний договір ООН, Індекс ефективності).
4. GRI (The Global Reporting Initiative).
5. ISO 26000:2010 «Керівництво по соціальній відповідальності».
6. Міжнародна організація праці (МОП), Всесвітня ділова рада за сталий розвиток.

### **Тестові завдання:**

#### *1. Основне призначення Головного договору:*

А) полегшення корпоративної звітності за такими темами, як викиди парникових газів, енергетика та водокористування, а також трудові практики;

Б) досягнення суспільної відповідальності серед корпоративного громадянства та вирішення глобальних проблем, пов'язаних з економічним, екологічним, соціальним розвитком та дотримання і запровадження основних цінностей у сфері захисту прав людини, стандартів праці, охорони навколишнього середовища і боротьба з корупцією;

В) досягнення продовольчої безпеки у світі;

Г) регулювання торгівлі «конфліктними мінералами», прозорість виплат за ліцензії на користування надрами, забезпечення гендерної рівності всередині підприємства.

#### *2. Основною метою Глобальної ради щодо стандартів у галузі сталого розвитку є:*

А) полегшення корпоративної звітності за такими темами, як викиди парникових газів, енергетика та водокористування, а також трудові практики;

Б) досягнення суспільної відповідальності серед корпоративного громадянства та вирішення глобальних проблем, пов'язаних з економічним, екологічним, соціальним розвитком та дотримання і запровадження основних цінностей у сфері захисту прав людини, стандартів праці, охорони навколишнього середовища і боротьба з корупцією;

В) досягнення продовольчої безпеки у світі;

Г) регулювання торгівлі «конфліктними мінералами», прозорість виплат за ліцензії на користування надрами, забезпечення гендерної рівності всередині підприємства.

*3. Основною метою міжнародної продовольчої і сільськогосподарської організації об'єднаних націй є:*

А) полегшення корпоративної звітності за такими темами, як викиди парникових газів, енергетика та водокористування, а також трудові практики;

Б) досягнення суспільної відповідальності серед корпоративного громадянства та вирішення глобальних проблем, пов'язаних з економічним, екологічним, соціальним розвитком та дотримання і запровадження основних цінностей у сфері захисту прав людини, стандартів праці, охорони навколишнього середовища і боротьба з корупцією;

В) досягнення продовольчої безпеки у світі;

Г) регулювання торгівлі «конфліктними мінералами», прозорість виплат за ліцензії на користування надрами, забезпечення гендерної рівності всередині підприємства.

*4. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів економіки передбачає взаємодію різних рівнів суб'єктів економіки:*

А) держави, суб'єктів господарювання всіх секторів, індивіда;

Б) суб'єктів господарювання всіх секторів та індивіда;

В) держави, суб'єктів господарювання всіх секторів, індивіда та бізнес-лідерів;

Г) держави, індивіда та бізнес-лідерів.

*5. Головним регулятором та координатором, який визначає основні напрями та цілі розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки є:*

А) держава;

Б) суб'єкти господарювання;

В) індивід;

Г) бізнес.

*6. Принципи Глобального договору ООН враховують такі напрями як:*

А) права людини, відповідальність бізнесу, стандарти праці;

Б) права людини, стандарти праці, місцевий розвиток;

В) права людини, стандарти праці, навколишнє середовище;

Г) права людини, навколишнє середовище, відповідальність суспільства.

### **Тема 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОКАЛЬНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ**

3.1 Соціальна відповідальність у системі корпоративного управління.

3.2 Вплив основних груп стейкхолдерів на формування соціальної відповідальності.

3.3 Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі економіки.

***Ключові поняття:** корпоративне управління, аграрний сектор, стейкхолдери, ринковий підхід, підхід з позиції державного регулювання; підхід з позиції «корпоративної совісті»; підхід з позицій «зацікавленої особи, суб'єкти локальної соціальної відповідальності, результати діяльності підприємств.*

#### **3.1 Соціальна відповідальність у системі корпоративного управління**

**Корпоративне управління** – це система виборних та призначених органів акціонерного товариства, яка управляє ним, відбиває баланс інтересів його власників і спрямована на отримання максимально можливого прибутку від усіх видів діяльності товариства в межах діючого законодавства [133]. Сутністю корпоративного управління є система відносин між інвесторами – власниками товариства, його менеджерами і стейкхолдерами для забезпечення ефективної діяльності товариства та балансу інтересів учасників цих відносин.

Основною проблемою корпоративного управління є відсутність механізмів контролю аутсайдерів (кредиторів та міноритарних акціонерів) над інсайдерами (вищим керівництвом та акціонерами з контрольним пакетом акцій). Через те, що персонал та інші групи учасників корпоративних відносин не беруть активної участі у формуванні та діяльності вищих керівних органів акціонерного товариства, вони майже не здатні впливати на діяльність корпорації.

**Існує чотири основних підходи до локальної соціальної відповідальності:**

1) ринковий підхід;



- 2) підхід з позиції державного регулювання;
- 3) підхід з позиції «корпоративної совісті»;
- 4) підхід з позицій «зацікавленої особи».

**1. Ринковий підхід.** Дієвість цього підходу полягає в тому, що він забезпечує готову форму регулювання діяльності підприємства, усуваючи потребу в бюрократичному втручанні держави. *Відповідно до ринкового підходу, споживач завжди перебуває в найбільш вигідному положенні в такому суспільстві, де корпорації керуються тільки принципом множення прибутку в умовах вільної конкуренції.* Цей підхід знаходить значну підтримку в рамках загальної економічної теорії.

Слабкістю цього підходу є те, що він не охоплює соціальних проблем, які є відбиттям так званих ринкових невдач, або ринкових наслідків (наприклад, целюлозно-паперовий завод забруднює ріку отрутними відходами й збільшує число захворювань раком у населеному пункті нижче за течією). Вся зростаюча кількість подібних побічних ефектів у сучасних індустріальних країнах наводить на думку про те, що «невидимій руці» вільного ринку може знадобитися допомога. Але хто її надасть: держава, великі промислові об'єднання, спеціальні підрозділи всередині корпорацій?

Відповідно до ринкового підходу, як тільки ми доручаємо регулювання діяльності підприємства чому-небудь, крім ринку, ми в такий спосіб відкриваємо скриньку Пандори з бюрократичним керуванням й економічною неефективністю. Таким чином, вирішуючи одну проблему, ми створюємо багато нових. Однак проблема «наслідків», або побічних ефектів, звичайно ж чимала. І ще менш привабливим буде виглядати ринковий підхід, якщо ми відмовимося від уявлення про вільну конкуренцію на ринку й визнаємо існування багатьох форм тиску на ринок з боку олігархів і монополій. Але такий підхід до корпоративної соціальної відповідальності має багато послідовників у США й інших країнах.

**2. Підхід з позиції державного регулювання.** Багато аргументів «за» й «проти» цього підходу залежать від уявлення конкретної людини про уряд і людську природу. Більшість прихильників цього підходу розглядає державні структури як правочинних наглядачів над діловим життям, хоча державне регулювання ніколи не буває досконалим. Аргументом на користь цього підходу є те, що закон часто використовується як основа для

прийняття етичних рішень, незважаючи на те що він погано пристосований для цих цілей. Причина ж цього, цілком ймовірно, у низькому моральному рівні більшості громадян. Для багатьох людей, як показують дослідження, різниця між правильним і неправильним учинками визначається ступенем їхньої законності. У такому випадку закон може виявитися ефективним інструментом для підняття рівня етичного поведіння.

Підхід з позиції державного регулювання показав себе ефективним у деяких галузях керування бізнесом (особливо в захисті прав споживача).

**3. Підхід з позиції корпоративної совісті.** Суть цього підходу в тім, що його критерієм є моральна відповідальність, що виникла усередині підприємства, а не якийсь фактор, зовнішній стосовно неї, тобто тут є можливість для саморегулювання, а не регулювання відносин попиту та пропозиції державними структурами. У світлі явної нездатності й ринку, і держави до стимулювання високоетичного поведіння (тому що їхньої функції, скоріше, спрямовані на придушення шкідливого поведіння) підхід з позиції корпоративної совісті являє собою багатообіцяючий спосіб регулювання.

Двигуном цього підходу є здорова, етично витримана корпоративна культура. Цінності цієї корпоративної культури можуть бути зведені в етичний кодекс корпорації або просто відбитися в її репутації. У кожному разі підхід з позиції корпоративної совісті спирається більшою мірою на загальнолюдські цінності, які враховують і керівництво, і підлеглі.

**4. Підхід з позиції «зацікавлених осіб».** Відносно недавно з'явився новий підхід до керування корпорацією з розумінням її як частини соціальної структури суспільства, перед яким вона також несе відповідальність. Цей підхід пов'язаний з поняттям «зацікавлені особи».

Термін «зацікавлені особи» (*stakeholder*), що з'явився вперше у внутрішньому меморандумі в Станфордському дослідницькому інституті (СДІ) в 1963 р., відноситься до «тих груп, без підтримки яких організація припинила б своє існування». Перелік зацікавлених осіб включає акціонерів, робітників та службовців, покупців, постачальників, кредиторів, суспільство тощо.

Турбота про інтереси зацікавлених осіб повинна бути інтегрована в обов'язок керівництва. Таким чином, будь-яка дія,

запропонована ідея керівництвом, повинна в підсумку оцінюватися по тому, чи відповідає вона інтересам підприємства і його зацікавленим особам.

Вважаємо, що саме держава повинна бути мотиватором розвитку соціальної відповідальності в економіці, так, у більшості країн світу є ряд інструментів за допомогою яких держава мотивує бізнес турбуватися про розвиток суспільства. Наприклад, ефективним є метод матеріального заохочення підприємств, які інвестують проєкти соціального значення, у вигляді податкових відрахувань, податкових канікул, вільних економічних зон, венчурних фондів або підтримки міжсекторного партнерства бізнесу у вигляді тренінгів, грантів, обміну фахівцями, освіти журналістів. Головне, що держава створює середовище, яке сприяє стимулюванню та винагороді компаній за добру соціальну поведінку (соціальний «знак якості», премії за розвиток корпоративної соціальної відповідальності тощо).

### **3.2 Вплив основних груп стейкхолдерів на формування соціальної відповідальності**

За критеріями міжнародної організації стандартизації (ISO), існує шість груп зацікавлених осіб при формуванні соціальної відповідальності: бізнес-організації, органи державної влади, профспілкові організації, організації споживачів, громадські організації та дослідницькі інститути.

Варто зауважити, що для того, щоб локальна соціальна відповідальність підприємства (КСВ, СВБ) розвивалася в перспективі, необхідна активна участь усіх стейкхолдерів (рис. 3.1).

Нами доповнено перелік суб'єктів локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки України з урахуванням критеріїв стандартизації ISO.

Крім того, на нашу думку, доцільно окремо виділити суб'єктів особистісної ЛСВ на підприємстві. До них належать акціонери, як власники підприємства, які зацікавлені в результатах своєї діяльності; постачальники, партнери, які впливають на процес виробництва, та конкуренти, які виконують стимулюючу функцію стосовно підприємства (табл. 3.1).

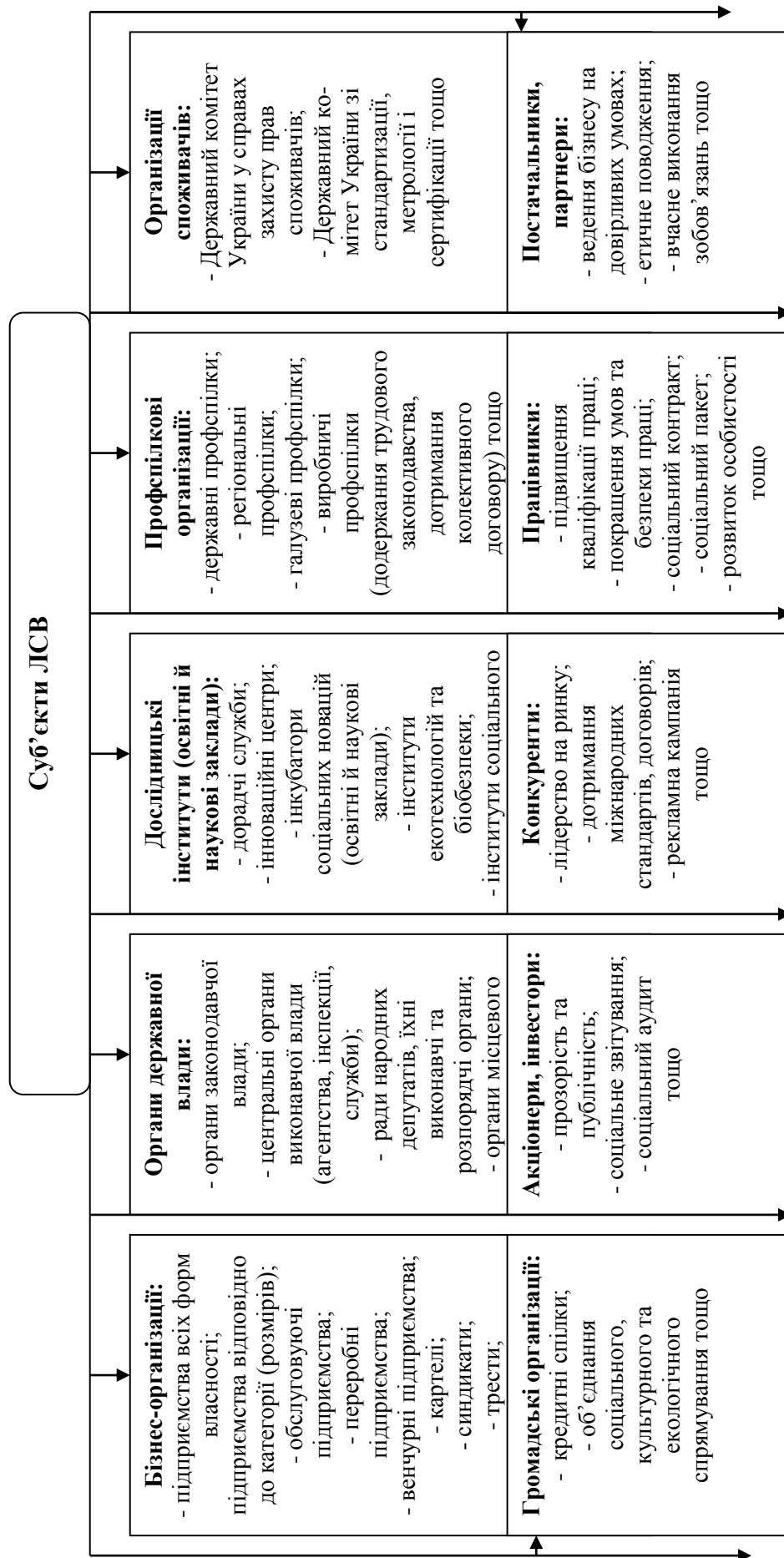


Рисунок 3.1 – Суб'єкти локальної соціальної відповідальності

Джерело: розробка авторів

Кожен із наведених суб'єктів локальної соціальної відповідальності безпосередньо впливає на підприємство у розрізі законодавчої (виконавчої) влади; інноваційного, консультаційного та дорадчого спрямування; фінансової, виробничої та організаційної діяльності.

**Таблиця 3.1 Вплив напрямів локальної соціальної відповідальності за групами стейкхолдерів на кінцеві результати діяльності підприємств**

Суб'єкти ЛСВ	Напрями ЛСВ	Кінцеві результати діяльності підприємств
Бізнес-організації	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соціальні інвестиції;</li> <li>- соціальне партнерство;</li> <li>- соціальне підприємництво;</li> <li>- виробництво екологічної продукції;</li> <li>- забезпечення спонсорської підтримки на благодійні та екологічні заходи;</li> <li>- прозора та етична поведінка;</li> <li>- рішення в галузі чистих технологій та сталого розвитку</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування іміджу;</li> <li>- збільшення доходу;</li> <li>- підвищення фінансових результатів;</li> <li>- підвищення рівня рентабельності;</li> <li>- зменшення рівня податкового навантаження;</li> <li>- використання ресурсозберігаючих технологій</li> </ul>
Органи державної влади	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соціальні інвестиції;</li> <li>- соціальне партнерство;</li> <li>- державні гарантії;</li> <li>- державні пільги;</li> <li>- співпраця з громадськими організаціями</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розвиток інфраструктури;</li> <li>- підвищення рівня життя населення;</li> <li>- підвищення рівня етично-моральних цінностей;</li> <li>- зменшення тінізації економіки;</li> <li>- позитивна громадська думка;</li> <li>- зменшення фінансового навантаження на місцевий бюджет</li> </ul>
Дослідницькі інститути (освітні й наукові заклади)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дорадчі служби;</li> <li>- інноваційні центри соціальної відповідальності;</li> <li>- освітньо-виховний процес;</li> <li>- конференції, круглі столи;</li> <li>- підвищення рівня обізнаності через виховний процес</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- співпраця та функціонування на соціально-відповідальних засадах;</li> <li>- переосмислення цінностей суспільства;</li> <li>- залучення до соціальних програм, проєктів</li> </ul>
Профспілкові організації	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демократичність та доступність;</li> <li>- захист трудових та соціально-економічних прав;</li> <li>- відстоювання вигідних умов праці для працівників</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обізнаність працівників щодо своїх прав;</li> <li>- забезпечення прав і гарантій у нормативній, правовій діяльності та контролі за дотриманням законодавства про працю та охорону праці</li> </ul>

Продовження таблиці 3.1

Організації споживачів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінка та вибір продукції;</li> <li>- споживання якісної та безпечної продукції;</li> <li>- формування громадської думки;</li> <li>- формування соціальної відповідальності у споживачів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення кількості споживачів;</li> <li>- збільшення попиту на продукцію;</li> <li>- обізнаність в сфері соціальної відповідальності;</li> <li>- вплив на асортимент продукції та технології її виробництва</li> </ul>
Громадські організації	<ul style="list-style-type: none"> <li>- об'єднання споживачів щодо екологічної та безпечної продукції харчування;</li> <li>- різні об'єднання соціального, культурного забезпечення (соціальне підприємство)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виробництво екологічної та безпечної продукції харчування;</li> <li>- покращення сільської інфраструктури;</li> <li>- зацікавленість сільського населення щодо проживання у сільській місцевості</li> </ul>
Акціонери, інвестори	<ul style="list-style-type: none"> <li>- прозорість та публічність;</li> <li>- соціальний аудит;</li> <li>- вчасне реагування на зміни за рахунок звітності</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення кількості акціонерів;</li> <li>- підвищення курсу акцій;</li> <li>- підвищення кінцевих результатів</li> </ul>
Конкуренти	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дотримання міжнародних стандартів і договорів;</li> <li>- активна господарська діяльність;</li> <li>- рекламна кампанія</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення конкурентоспроможності;</li> <li>- певна позиція на ринку;</li> <li>- реклама;</li> <li>- підвищення іміджу;</li> <li>- збільшення кінцевих результатів</li> </ul>
Працівники	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення кваліфікації персоналу;</li> <li>- соціальний пакет;</li> <li>- кар'єрне зростання;</li> <li>- розвиток особистості;</li> <li>- підвищення якості виконання процесів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зменшення ротації кадрів;</li> <li>- зацікавленість працівників у результатах праці;</li> <li>- підвищення продуктивності праці;</li> <li>- виявлення однодумців щодо соціальних заходів на підприємстві (волонтерство);</li> <li>- згуртованість працівників</li> </ul>
Постачальники, партнери	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ведення бізнесу на довірливих умовах;</li> <li>- етична відповідальність</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розвиток партнерства;</li> <li>- взаємовигідні умови;</li> <li>- підвищення результативності господарювання</li> </ul>

Джерело: розробка авторів

Особиста зацікавленість працівників у результатах своєї праці залежить від матеріальних і культурно-побутових умов та послуг, можливостей використання свого робочого часу, прояву своїх творчих здібностей, від фізичних і духовних сил, інтелектуального зростання кожної конкретної особи. Тому існує тісний зв'язок між найбільш сприятливими і позитивними умовами праці та рівнем розвитку локальної соціальної відповідальності.

На основі проведених досліджень з'ясовано, що впровадження практики локальної соціальної відповідальності в Україні обмежено внаслідок відсутності інформації. Так, кожне п'яте підприємство не інформовано про її переваги. До найменш поінформованих належать підприємства транспорту – 52,9% від загальної кількості підприємств. При цьому, локальна соціальна відповідальність більш за все пов'язується з впровадженням соціальних програм поліпшення умов праці (65,5%), навчанням персоналу (63,2%), благодійною допомогою (56%), застосуванням в діяльності принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів (49,5%).

Ще однією важливою перешкодою щодо розвитку локальної соціальної відповідальності в Україні є недостатнє усвідомлення підприємствами своєї ролі у вирішенні соціальних та екологічних проблем суспільства. Низький рівень виконання державними установами соціальних функцій, недовіра до них призвели до того, що тільки 11,8% підприємств абсолютно переконані в необхідності кооперації бізнесу та держави при вирішенні соціальних проблем. Особливістю впровадження ЛСВ в Україні є те, що майже 25% підприємств здійснюють соціальні заходи, не усвідомлюючи цього. Так, заходи локальної соціальної відповідальності, все ж таки, реалізуються, зокрема 31,3% підприємств реалізують їх кожний місяць або постійно, 22,2% – кілька разів на півроку, 10% – раз на рік [27, 122].

### **3.3 Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі економіки**

Зважаючи на сконцентрованість в аграрному секторі економіки України основних природних ресурсів та близько 3 млн працюючих, постає проблема покладання соціальної відповідальності на суб'єктів, що його формують. В іншому разі втрачається довіра до них, знижується купівельна спроможність працюючих, що у наслідку призводить до зниження показників ефективності економіки у цілому.

Дослідженням встановлено, що розуміння локальної соціальної відповідальності представниками аграрного сектора України є досить широким та певною мірою обмеженим (табл. 3.2)

Найбільша кількість представників аграрного сектора розуміють під ЛСВ благодійну допомогу (12,5%), на другій позиції – вчасна сплата податків (11,5%), на третій – створення сприятливих умов для працівників (10,5%), на четвертій – підвищення кваліфікації працівників (10%), відповідальність перед споживачами посідає п'яте місце (9,5 відсотків). На останньому місці знаходяться соціальні інвестиції (3,5%) та оплата культурних заходів працівникам (2,5%), що свідчить про обмеження в аграрному секторі досвіду залучення соціальних інвестицій.

### Таблиця 3.2 Розуміння ЛСВ представниками аграрного сектора України

Питання	Кількість респондентів	%	Місце в рейтингу
Благодійна допомога	25	12,5	1
Вчасна сплата податків	23	11,5	2
Створення сприятливих умов праці для працівників	21	10,5	3
Підвищення кваліфікації працівників	20	10,0	4
Відповідальність перед споживачами	19	9,5	5
Надбавки та премії для працівників	19	9,5	5
Благоустрій територій	15	7,5	6
Харчування працівників	13	6,5	7
Екологічне ставлення до природи	13	6,5	7
Співпраця з органами державної влади	11	5,5	8
Соціальні пакети та програми	9	4,5	9
Соціальні інвестиції	7	3,5	10
Оплата культурних заходів працівникам	5	2,5	11
Всього	200	100	x

Джерело: сформовано авторами на основі анкетного опитування

Розмір підприємства безпосередньо впливає на масштаби його локальної соціальної відповідальності, оскільки великі підприємства, як правило, демонструють вищий рівень локальної соціальної відповідальності, адже це є обов'язковою умовою



виходу на міжнародні ринки. Середні та малі підприємства мають більше гальмуючих факторів для реалізації ЛСВ, що значною мірою пов'язано з фінансовими результатами діяльності. До основних суб'єктів господарювання, як правило, відносять: державу (суспільство), сільськогосподарські підприємства різних форм власності та індивідуальних виробників сільськогосподарської продукції (фермери, сімейно-індивідуальні господарства). Особливості господарювання суб'єктів аграрного сектора визначаються формою власності на землю як основного засобу виробництва продукції.

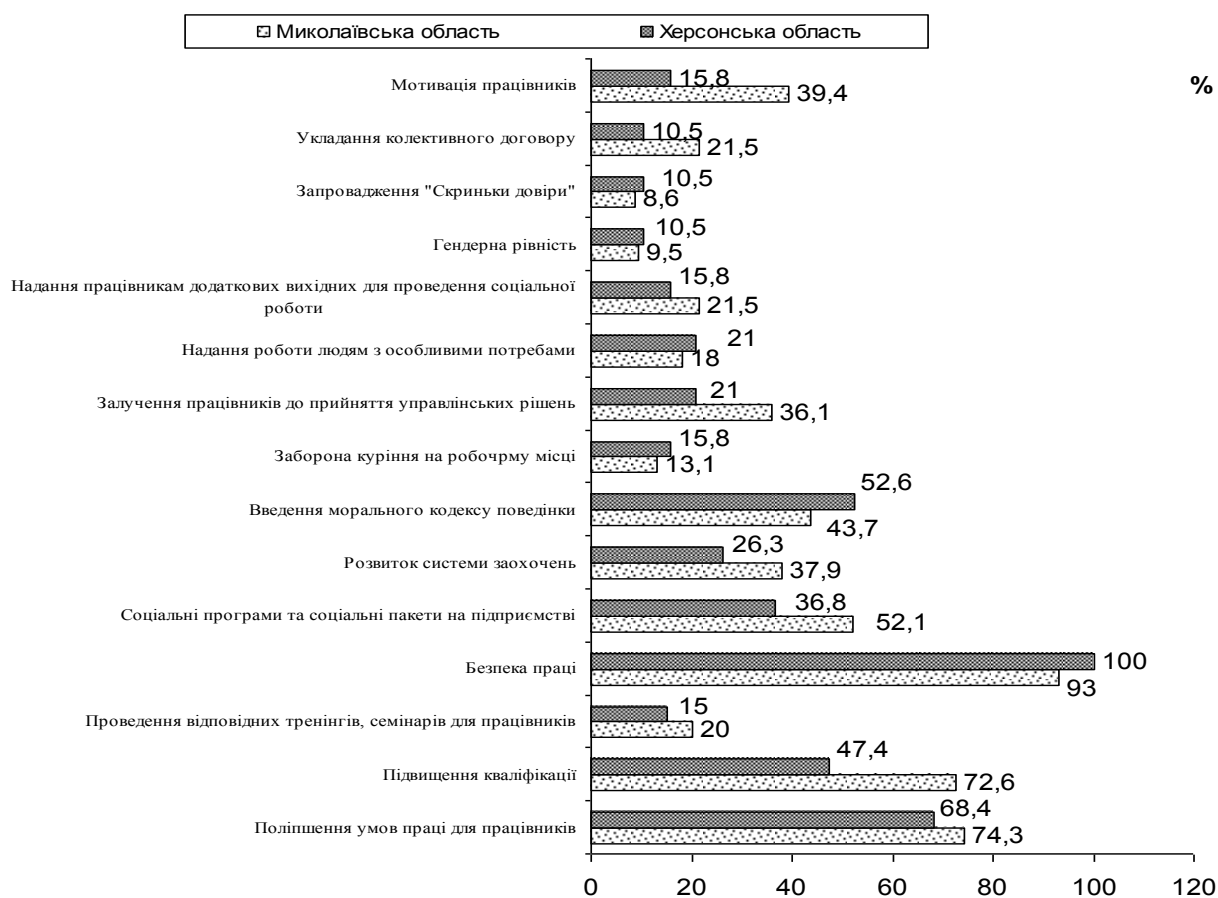


Рисунок 3.2 – Результати опитування серед представників аграрних підприємств Миколаївської та Херсонської областей «Чи є на Вашу думку, наведені заходи частиною локальної соціальної відповідальності у розрізі трудових практик», %

Джерело: побудовано на основі анкетного опитування

На основі проведених опитувань з'ясовано, що ключовими елементами локальної соціальної відповідальності серед аграрних підприємств є (рис. 3.2): безпека праці (Миколаївська область –

93%, Херсонська область –100,0%), поліпшення умов праці працівників (Миколаївська область – 74%, Херсонська область – 68,4%), підвищення кваліфікації (Миколаївська область – 72,6%), соціальні програми та соціальні пакети на підприємстві (Миколаївська область – 52,1%), введення морального кодексу поведінки (Херсонська область – 52,6%). Найменше асоціюють із локальною соціальною відповідальністю на підприємстві: гендерну рівність (Миколаївська область – 9,5%, Херсонська область – 10,5%), запровадження «Скриньки довіри» (Миколаївська область – 8,6%, Херсонська область – 10,5%), заборону куріння на робочому місці (Миколаївська область – 13,1%, Херсонська область – 15,8%) тощо.

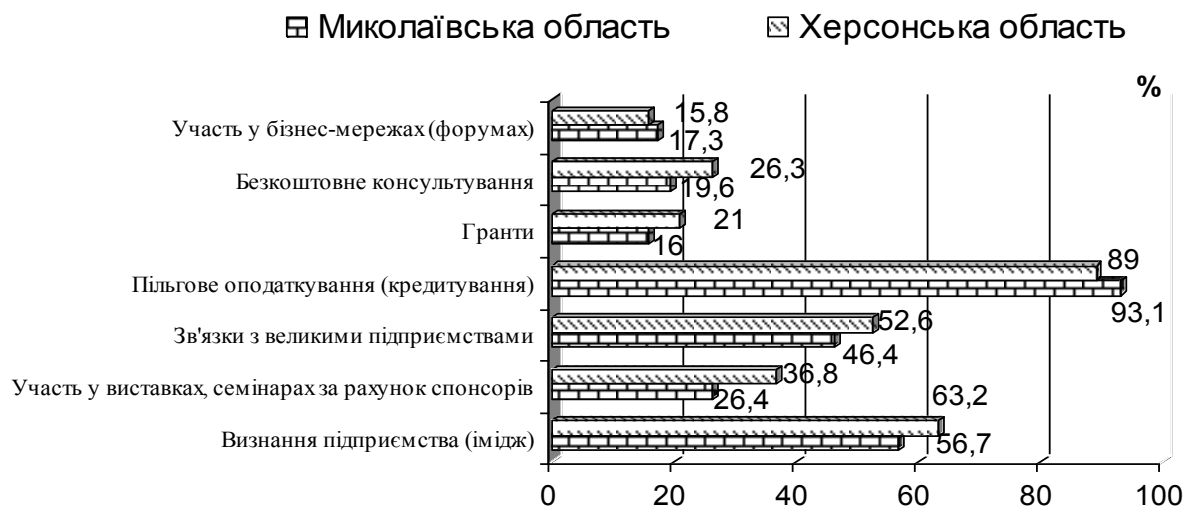


Рисунок 3.3 – Питома вага відповідей керівників аграрних підприємств Миколаївської та Херсонської областей на питання: «Які стимули є мотивуючими чинниками для розвитку локальної соціальної відповідальності на підприємстві», %

Джерело: побудовано на основі анкетного опитування

Найбільшими мотивуючими чинниками, які спонукають вести локальну соціальну відповідальність на підприємстві (рис. 3.3), є пільгове оподаткування та кредитування (Миколаївська область – 93,1%, Херсонська область – 89,0%), друге місце посідає визнання підприємства (імідж) – (Миколаївська область – 56,7%, Херсонська область – 63,2%), третє місце – зв'язки з великими підприємствами (Миколаївська область – 46,4%, Херсонська область – 52,6%).

Найменше вагомості надається грантам (Миколаївська область – 16,0%, Херсонська область – 21,0%) та участі у бізнес-мережах (форумах) – (Миколаївська область – 17,3%, Херсонська область – 15,8%), що пов'язано із відсутністю на підприємствах практики участі в них, але є додатковою можливістю для подальшого розгортання локальної соціальної відповідальності.

Дослідженнями встановлено основні прояви локальної соціальної відповідальності серед аграрних підприємств Миколаївської та Херсонської областей (табл. 3.3).

**Таблиця 3.3 Питома вага обраних аграрних підприємств Миколаївської та Херсонської областей в реалізації напрямів ЛСВ, %**

Напрями локальної соціальної відповідальності	Аграрні підприємства Миколаївської області	Аграрні підприємств а Херсонської області
Ніколи не затримуємо заробітної плати	95,0	93,0
Регулярно підвищуємо заробітну плату	75,0	83,0
Відсутність дискримінації	100,0	100,0
Підвищення кваліфікації для працівників	78,4	84,2
Гнучкий графік роботи	31,6	42,1
Надання медичної допомоги	43,8	36,8
Безкоштовні чай, кава	12,5	26,3
Додаткове фінансове заохочення для працівників	65,7	35,4
Система кредитування	0,0	0,0
Здійснюємо спонсорську допомогу (дитячі будинки, школи, лікарні)	46,4	20,0
Наявність спеціального бюджету соціальних і екологічних програм	17,1	0,0
Взаємозв'язок із громадськістю для провадження соціальної відповідальності	39,5	0,0
Зменшення викидів в навколишнє середовище	64,2	5,0
Впровадження енергозберігаючих технологій	24,6	5,0
Програми використання та утилізації відходів	31,3	0,0
Поінформованість про підприємство на сайті	12,0	5,0
Інші	-	-

Джерело: побудовано на основі анкетного опитування

Найбільша питома вага досліджених підприємств запроваджує в рамках локальної соціальної відповідальності такі заходи: «ніколи не затримуємо заробітну плату» (95 та 93% відповідно в Миколаївській та Херсонській областях), «відсутність дискримінації» (одногосно 100%), «регулярне підвищення заробітної плати» (75 та 83% відповідно), «додаткове фінансове заохочення для працівників» (65,7 та 35,4% відповідно), «зменшення викидів в навколишнє середовище» (64,2 та 5,0% відповідно), «взаємозв'язок із громадкістю» (39,5% підприємства Миколаївської області). Найменшу кількість голосів отримали: «поінформованість про підприємство на сайті» (12 та 5,0% відповідно), «безкоштовний чай, кава» (12,5 та 26,3% відповідно), «наявність спеціального бюджету соціальних і екологічних програм» (17,1% підприємства Миколаївської області).

У сучасних умовах господарювання менеджмент аграрного підприємства має справу з тенденціями, які включають поєднання соціальних, екологічних, економічних та духовних чинників. Саме від раціонального поєднання цих складових залежить в майбутньому ефективність господарювання. У результаті дослідження нами встановлено позитивний вплив локальної соціальної відповідальності аграрних підприємств на результативність їх діяльності.

За умови взаємозв'язку ЛСВ з результативністю господарювання аграрного підприємства виникає специфічний, синергетичний ефект, який проявляється в усіх видах діяльності (рис. 3.4).

Так, при дослідженні ефективності сільськогосподарських підприємств нами з'ясовано, що важливим аспектом діяльності є соціальна спрямованість підприємства. При взаємодії видів синергії (структурної, функціональної, адміністративної, управлінської) переважає ефект їхньої сумарної взаємодії.

Підвищення кваліфікації працівників, кар'єрне зростання значно підвищує зацікавленість робітників у результатах своєї праці та продуктивність праці; ведення прозорого бізнесу безпосередньо підвищує інвестиційну привабливість підприємства; спільна місія та цінності підприємства з урахуванням соціальної діяльності значно підвищує попит населення, і як наслідок – результативність аграрного сектора економіки.

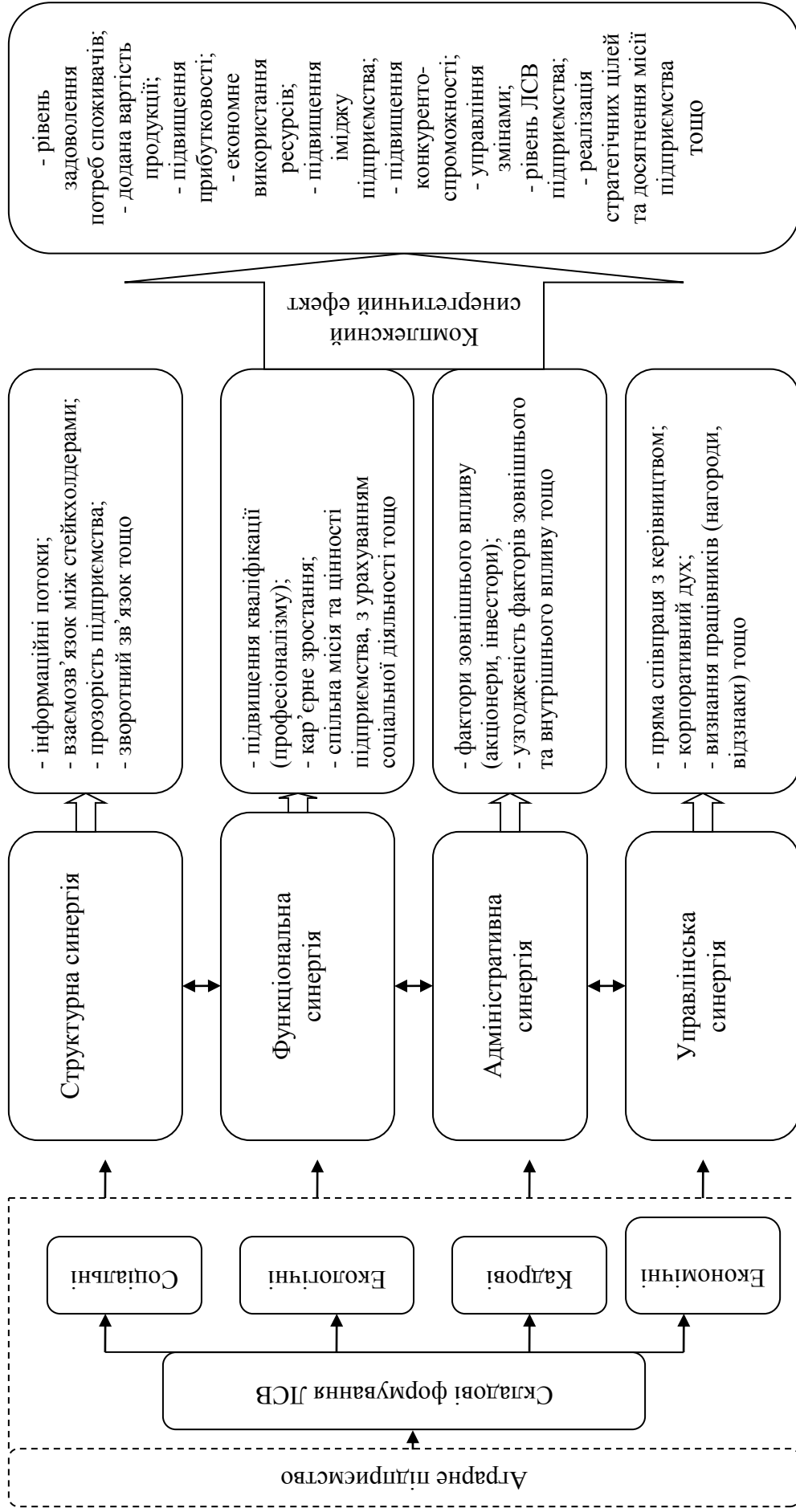


Рисунок 3.4 – Синергія впливу локальної відповідальності на результативність господарювання аграрного підприємства

Джерело: авторська розробка

### **Питання для самоконтролю:**

1. Характеристика концепції розвитку локальної соціальної відповідальності.
2. Відмінності між корпоративною соціальною відповідальністю та соціально відповідальним бізнесом.
3. Міжнародне законодавче регулювання локальної соціальної відповідальності.
4. Організація діяльності локальної соціальної відповідальності.
5. Державна підтримка локальної соціальної відповідальності: іноземний досвід.

### **Тестові завдання:**

1. *Підхід, дієвість якого в тому, що він забезпечує готову форму регулювання діяльності підприємства, усуваючи потребу бюрократичного втручання?*
  - А) ринковий;
  - Б) з позиції державного регулювання;
  - В) з позиції «корпоративної совісті»;
  - Г) з позиції «зацікавленої особи».
2. *Підхід, за якого держава – основний орган управління?*
  - А) ринковий;
  - Б) з позиції державного регулювання;
  - В) з позиції «корпоративної совісті»;
  - Г) з позиції «зацікавленої особи».
3. *Підхід, основним критерієм якого є моральна відповідальність, що виникла усередині підприємства?*
  - А) ринковий;
  - Б) з позиції державного регулювання;
  - В) з позиції «корпоративної совісті»;
  - Г) з позиції «зацікавленої особи».
4. *Підхід, який відноситься до тих груп, без яких підприємство припинило б своє існування?*
  - А) ринковий;
  - Б) з позиції державного регулювання;
  - В) з позиції «корпоративної совісті»;
  - Г) з позиції «зацікавленої особи».
5. *У якому столітті виникла корпоративна соціальна відповідальність?*
  - А) ХХ;

- Б) XIX;
- В) XXI;
- Г) XVIII.

6. У яких країнах почала свій розвиток корпоративна соціальна відповідальність?

- А) Пн. Америка;
- Б) Зх. Європа;
- В) Азія;
- Г) правильна відповідь А і Б.

#### **Тема 4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ ІЗ ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

4.1 Інструменти соціально відповідальної політики підприємства.

4.2 Соціальне підприємництво як нова форма інституціонального забезпечення локальної соціальної відповідальності.

***Ключові поняття:** соціально відповідальна політика, корпоративна соціальна програма, соціальний пакет, грошові гранти, благодійні внески, еквівалентне фінансування, соціальний маркетинг, соціальні інвестиції, делегування співвласників компанії, соціальний бюджет, соціальне підприємництво, соціальні підприємства.*

#### **4.1 Інструменти соціально відповідальної політики підприємства**

Інструментами соціально відповідальної політики підприємства є ***соціальна програма і соціальний пакет.***

Соціальна активність компанії виявляється в проведенні різноманітних соціальних програм. Відмінними особливостями соціальних програм є добровільність їх проведення, системний характер і відповідність місії і стратегії розвитку компанії.

**Корпоративні соціальні програми** – добровільно здійснювана компанією діяльність з охорони природи, розвитку персоналу, створення сприятливих умов праці, підтримки місцевої громади, добродійна діяльність і добросовісна ділова практика,

пов'язана з місією і стратегією розвитку бізнесу, і така, що носить системний характер. Тобто, реалізація соціальних програм здійснюється як самими компаніями, так і за активного залучення до цього різних зацікавлених сторін, що виступають у ролі соціальних партнерів.

Виокремлюють такі *типи соціальних програм*:

- 1) власні програми компанії;
- 2) програми партнерства з місцевими, регіональними та федеральними органами державного управління;
- 3) програми партнерства з некомерційними організаціями;
- 4) програми співпраці з громадськими організаціями та профспілковими об'єднаннями;
- 5) програми інформаційної співпраці зі ЗМІ.

**Вирізняють також два основні види здійснюваних корпоративних соціальних програм: зовнішні і внутрішні корпоративні соціальні програми.**

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

***Корпоративні соціальні програми у сфері розвитку персоналу включають такі заходи:***

- навчання і професійний розвиток;
- застосування мотиваційних схем оплати праці;
- створення умов для відпочинку і дозвілля;
- підтримка внутрішніх комунікацій в організації;
- участь працівників у прийнятті управлінських рішень.

***Корпоративні соціальні програми у сфері охорони здоров'я і безпечних умов праці охоплюють такі основні напрями:***

- охорона праці і техніка безпеки;
- медичне обслуговування персоналу на підприємстві;
- покращення санітарно-гігієнічних умов праці;
- підтримка материнства і дитинства;
- створення ергономічних робочих місць;
- профілактика професійних захворювань.



## **Корпоративні програми соціально-відповідальної реструктуризації:**

- реструктуризація у партнерстві з об'єднаннями роботодавців і місцевими, регіональними органами влади;
- повідомлення через інформаційні компанії, що висвітлюють передбачувані в компанії структурні зміни;
- організація заходів з професійної перепідготовки;
- сприяння у працевлаштуванні;
- здійснення компенсаційних виплат працівникам, що підлягають скороченню.

## **Серед основних інструментів реалізації соціальних програм підприємства є:**

- *грошові гранти* – форма адресної фінансової допомоги, що виділяється компанією на реалізацію соціальних програм у галузі освіти та з метою проведення прикладних досліджень;
- *благодійні внески та спонсорська допомога* – форма адресної допомоги, що виділяється компанією для здійснення соціальних програм, як у грошовій, так і в натуральній формі (продукція, адміністративні приміщення, приміщення для проведення різних заходів, транспорт, обладнання, призові фонди тощо);
- *соціально значущий маркетинг* – форма адресної фінансової допомоги, яка полягає у спрямуванні певних відсотків від продажу конкретного товару на здійснення соціальних програм компанії;
- *еквівалентне фінансування* – форма адресної фінансової допомоги, що полягає у спільному фінансуванні соціальних програм компанією, органами державного управління та представниками некомерційного сектора;
- *соціальні інвестиції* – форма фінансової допомоги, що виділяється компанією на реалізацію довгострокових та, як правило, спільних партнерських соціальних програм і спрямовується на зниження соціальної напруженості в регіонах присутності (діяльності) компанії та підвищення рівня життя різних верств населення;
- *делегування співробітників компанії* – добровільне залучення співробітників компанії до соціальних заходів за рахунок безоплатного надання їм можливостей для одержання знань, навичок, інформації тощо;
- *адміністративний (соціальний) бюджет* – кошти, що виділяються компанією на реалізацію власних соціальних програм.

**Соціальний пакет** – різного виду фінансові, матеріальні й нематеріальні блага, які працівник може отримати від підприємства для підвищення рівня життя. Соціальний пакет підприємства складають соціальні пільги і соціальні виплати.

Зміст соціального пакету зорієнтований, як правило на забезпечення таких потреб людини, як підтримка здоров'я, забезпечення комфортних умов праці, забезпечення мінімально необхідних умов життя, культурний розвиток, організація дозвілля.

**Таблиця 4.1 Структура соціального пакету**

Підтримка здоров'я	<ul style="list-style-type: none"> <li>- медичне страхування;</li> <li>- страхування від нещасних випадків;</li> <li>- оплата харчування;</li> <li>- оплата відпочинку;</li> <li>- оплата занять спортом;</li> <li>- оплата профілактики захворювань.</li> </ul>
Забезпечення комфортних умов праці	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оплата транспортних витрат;</li> <li>- оплата розмов по мобільному зв'язку;</li> <li>- оплата навчання дітей та перебування у дитячих садочках;</li> <li>- надання в користування сучасного обладнання, автомобіля.</li> </ul>
Забезпечення мінімально необхідних умов життя	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оплата житла;</li> <li>- дотації на випадок складних життєво необхідних умов, ситуацій.</li> </ul>
Культурний розвиток	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оплата культурних заходів.</li> </ul>
Організація дозвілля	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оплата заходів дозвілля та відпочинку.</li> </ul>

Джерело: сформовано авторами

## **4.2 Соціальне підприємництво як нова форма інституціонального забезпечення локальної соціальної відповідальності**

Як нову форму інституціонального забезпечення соціальне підприємництво можна розглядати в аспекті формування локальної соціальної відповідальності (рис. 4.1). Адже напрями реалізації локальної соціальної відповідальності та соціального підприємництва дуже часто перетинаються, мають однаковий зміст та ефект від впровадження.



Рисунок 4.1 – Спільні напрями діяльності локальної соціальної відповідальності та соціального підприємництва в економіці України

Джерело: розробка авторів

Використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем підносить соціальне підприємництво на новий рівень розвитку.

Соціальне підприємництво в наш час – це відгук на хронічні проблеми суспільства, а саме – безробіття, бідність, відтік молоді за кордон, низький рівень відповідальності тощо. Цей тип підприємницької діяльності задовольнити ті потреби, які не може зробити державний сектор, а приватний – їх ігнорує. Але все ж таки

соціальне підприємництво зростає і це на краще, адже воно вирішує не тільки локальні, а й глобальні проблеми суспільства.

Ключові напрями діяльності соціального підприємництва:

- соціальна ініціативність та співпраця з громадами;
- допомога та працевлаштування;
- ефективне використання фінансових ресурсів підприємництва, громади;
- аутсорсинг і поява нових видів послуг, які є непопулярними серед традиційного бізнесу;
- екологічне спрямування; активна участь працівників у вирішенні соціальних проблем суспільства;
- зниження навантаження на місцеві бюджети щодо вирішення соціальних проблем;
- розвиток та використання соціальних інвестицій тощо.

Благодійність залежить від тих осіб, які виступають донорами, а соціальне підприємництво передбачає, що підприємець здійснює бізнес й отримує дохід завдяки реалізації потрібного суспільству товару або послуги. Соціальне підприємство може мати статус неприбутковості, так як воно створюється не заради пільг або владних преференцій.

Соціальне підприємництво може охоплювати різні види бізнесу. Відповідно до цього, розвиток соціального підприємництва можна розглядати для різних підприємств:

- підприємства, для яких соціальна або суспільна мета загального блага є причиною комерційної діяльності (часто у вигляді високого рівня соціальних інновацій);
- підприємства, прибуток яких реінвестується з метою досягнення соціальної мети;
- підприємства із соціальною місією (застосовують демократичні принципи діяльності, фокусуючись на соціальній справедливості).

**Соціальне підприємництво** – це вид бізнесу, основною метою якого є не отримання прибутку, а вирішення соціальних проблем суспільства (подолання бідності, захист прав людини, працевлаштування та підтримка соціально вразливих груп населення тощо) за рахунок прибутку чи частини від його відрахування на соціальні цілі.

Оскільки в законодавстві України відсутнє визначення соціального підприємства чи підприємництва, то дане підприємство

функціонує відповідно до законодавства, яким керуються підприємства традиційного бізнесу.

У процесі проведених досліджень з'ясовано, що основними передумовами розвитку соціального підприємництва в Україні є:

- відсутність закону про соціальне підприємство дає можливість різним організаційно-правовим формам господарювання України в процесі діяльності пристосовуватися до нових викликів сьогодення, адже не залежно від форми господарювання важливим є те, з якою метою створене підприємство [94, 111];

- можливість задіяти ресурси, які не цікаві традиційному бізнесу (люди з обмеженими можливостями, люди похилого віку, біженці, багатодітні батьки тощо) [95];

- використання аутсорсингу – можливість традиційних підприємств залучати соціальні підприємства, використовуючи елементи аутсорсингу (прибирання, доставка, виробництво деталей (виробів), що дає можливість розвиватися соціальним підприємствам та не обтяжує витратну частину традиційних підприємств;

- підвищення попиту на продукцію соціальних підприємств – зацікавленість споживачів у вітчизняному виробникові, наявність соціальної складової на підприємстві тощо;

- додаткове залучення джерел формування соціального підприємства – на відміну від традиційного підприємства, надає можливість залучати міжнародні гранти, отримувати пільгові кредити й брати участь в консультаціях і тренінгах для підвищення рівня соціального підприємства в Україні.

Місія соціальних підприємств найчастіше прописана у статуті підприємства та полягає у підтримці вразливих груп населення чи розвитку громади. Головні способи досягнення місії: продаж товарів (власного виробництва), працевлаштування представників вразливих груп та підтримка соціальних, культурних чи спортивних заходів, проектів, програм. Організаційна форма діяльності суб'єктів економіки, яку найчастіше обирають соціальні підприємці – фізичні особи-підприємці.

Щодо напрямів фінансування соціальних підприємств, то перше місце посідає власна комерційна діяльність 75% (рис. 4.2), друге місце – інша діяльність (48%), третє – гранти (42%),

четверте – спонсорські внески (40%) та п'яте – кредити (27 відсотків).

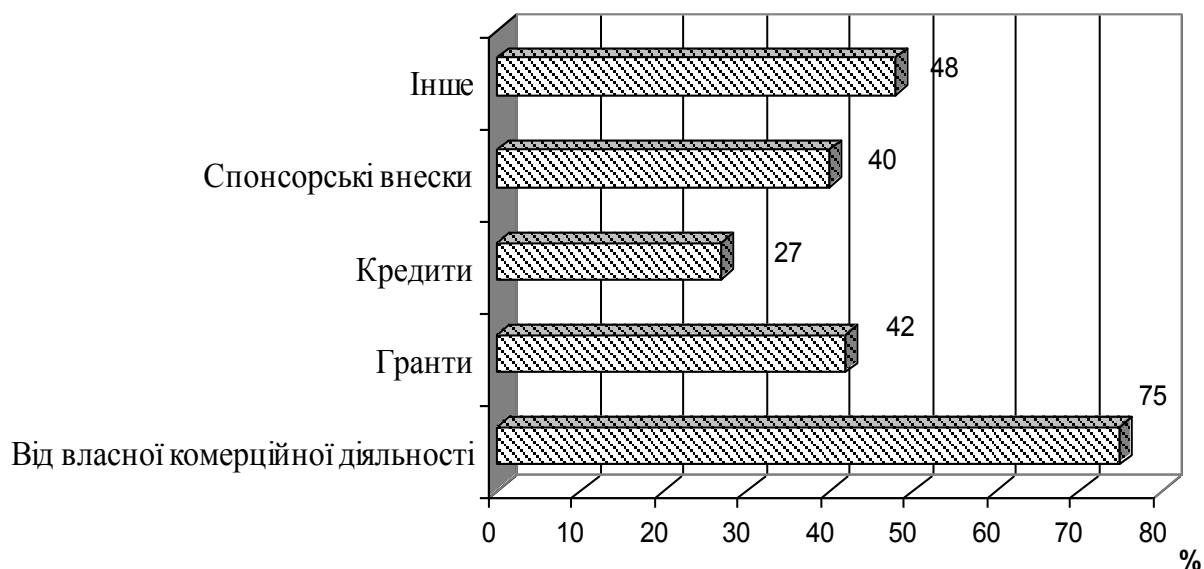


Рисунок 4.2 – Джерела фінансування соціальних підприємств України

Джерело: побудовано на основі матеріалів [114]

Значна кількість соціальних підприємців України займається трудовою, медичною та соціальною реабілітацією людей з інвалідністю (21 підприємство) (рис. 4.3), швейним виробництвом, пошиттям та ремонтом одягу займається 12 підприємств; освітніми послугами та харчовою діяльністю по 11 підприємств, проте домінуючий напрям роботи – це вирощування та збут сільськогосподарської продукції (23 підприємства). Як свідчать дані, виробництво та збут сільськогосподарської продукції серед зазначених напрямів діяльності соціальних підприємств посідає перше місце, а це є свідченням, що соціальне підприємництво активно відображається в аграрному секторі.

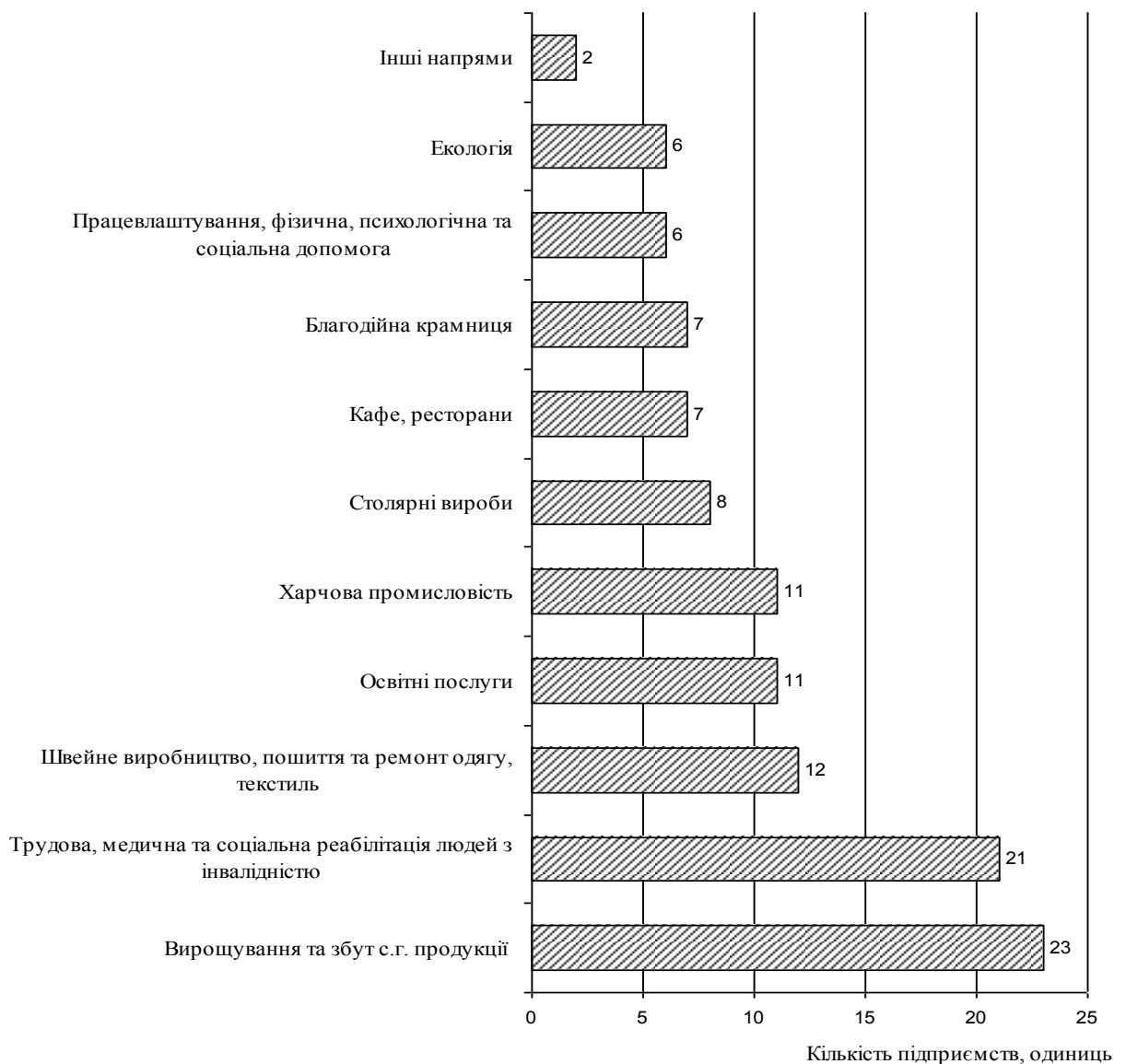


Рисунок 4.3 – Напрями діяльності соціальних підприємств в Україні

Джерело: побудовано на основі матеріалів [114]

Отже, локальна соціальна відповідальність та соціальні підприємства мають багато спільних рис щодо напрямів своєї діяльності. Так, насамперед, це допомога соціально-незахищеним верствам населення, екологічне виробництво, вирішення різних соціальних проблем на рівні громади тощо. Хоча місії традиційних підприємств, які застосовують елементи локальної відповідальності, та соціальних підприємств різняться, проте кінцевий результат має соціальну орієнтованість та мотивує працівників до підвищення продуктивності праці на основі

залученості до процесу виробництва та реалізації цілей та місії підприємства.

**Питання для самоконтролю:**

1. Система показників соціальної відповідальності у сфері взаємовідносин з персоналом.
2. Охарактеризувати соціальні зобов'язання та соціальний контракт на прикладі окремих підприємств.
3. Етика службових і ділових відносин.
4. Забезпечення гідної праці у системі локальної соціальної відповідальності.
5. Практика трудових відносин крізь призму концепцій локальної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні.

**Тестові завдання:**

*1. Що є інструментом соціально відповідальної політики підприємств?*

- А) соціальна програма;
- Б) соціальний пакет;
- В) соціальна допомога;
- Г) правильна відповідь А і Б.

*2. Добровільно здійснювана компанією діяльність з охорони природи, розвитку персоналу, створення сприятливих умов праці та тому подібне – це?*

- А) соціальна програма;
- Б) соціальний пакет;
- В) соціальна допомога;
- Г) правильна відповідь А і Б.

*3. Які розрізняють типи соціальних програм?*

- А) власні програми компанії;
- Б) програми партнерства з місцевими та регіональними органами державного управління;
- В) програма партнерства з некомерційними організаціями;
- Г) всі відповіді вірні.

*4. Що включає в себе розділ «Підтримка здоров'я» соціального пакету?*

- А) медичне страхування;
- Б) оплата харчування;
- В) оплата відпочинку;
- Г) всі відповіді вірні.



5. Що включає в себе розділ «Забезпечення комфортних умов праці» соціального пакету?

- А) оплата транспортних витрат;
- Б) оплата мобільного зв'язку;
- В) оплата навчання дітей;
- Г) всі відповіді вірні.

6. Соціальні виплати і соціальні пільги входять до складу...?

- А) соціальної програми;
- Б) соціального пакету;
- В) соціальної допомоги;
- Г) правильна відповідь А і Б.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

### **Тема 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

5.1 Локальна соціальна відповідальність і підприємницька діяльність.

5.2 Інституціональне забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів функціонування економіки України

5.3 Комітет з корпоративної соціальної відповідальності.

***Ключові поняття:** підприємницька діяльність, інституціональне забезпечення, інститут, інституція, інституціональне середовище, державно-приватне партнерство, продовольча безпека, комітет Асоціації з корпоративної соціальної відповідальності, Європейська Бізнес асоціація.*

#### **5.1 Локальна соціальна відповідальність і підприємницька діяльність**

На сьогодні науковою спільнотою виокремлено такі теорії концепції локальної соціальної відповідальності:

- *теорія «корпоративного егоїзму»* стверджує, що єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутків для своїх акціонерів;

• теорія «корпоративного альтруїзму» – протилежна попередній, визнає, що підприємство має робити внесок у покращення добробуту населення;

• теорія «розумного егоїзму» базується на тому, що бізнес, витрачаючи гроші на благодійність, забезпечує імідж компанії, а це сприяє її виживанню, безпеці, стійкості. Тим самим він створює сприятливе соціальне середовище і забезпечує стійкий прибуток.

Всі види соціальної відповідальності мають рівневу структуру, кожен рівень характеризується певним змістом. Вищий рівень зовнішньої і внутрішньої відповідальності розглядають як взаємні зобов'язання суб'єктів, засновані не тільки на правових та організаційних вимогах, але й на усвідомленні необхідності їх дотримання, відповідальному ставленні до своїх громадянських обов'язків. Необхідно підкреслити взаємозв'язок і взаємозалежність обох сторін відповідальності, їх видів і проявів, адже в суспільних відносинах не може бути односторонньої відповідальності. Не можна говорити тільки про відповідальність бізнес-структур перед суспільством чи обмежитись вирішенням завдання виконання зобов'язань роботодавців перед працівниками, не порушуючи питання про відповідальне ставлення працівників до своїх обов'язків.

### **Піраміда соціальної відповідальності бізнесу за В. І. Спіранським:**

1. Базова соціальна відповідальність (соціальний обов'язок бізнесу).
2. Нормативна соціальна відповідальність бізнесу (громадський обов'язок бізнесу).
3. Філантропія (індивідуальна благодійність бізнесменів).
4. Наднормативна соціальна відповідальність компаній і корпорацій (участь у вирішенні актуальних соціально-економічних проблем).
5. Ініціативна відповідальність (відповідальність бізнесу за майбутнє суспільство, за духовний і культурний розвиток громадян).

Відповідно до вимог **базової соціальності бізнесу** роботодавці піклуються про розвиток бізнесу, дотримання вимог податкового законодавства, про якість продукції і відповідних послуг, створення нових технологій, дотримання етичних норм у конкуренції, розширення робочих місць, забезпечення гідної заробітної плати і

нормальних умов праці працівникам. У свою чергу, працівники беруть активну участь у підвищенні прибутку підприємства (компанії, корпорації), відповідально ставляться до якості продукції та послуг, здійснюють пошук нових промислових технологій і форм організації праці. Держава забезпечує відповідні умови для ефективного розвитку бізнесу, постійно удосконалює податкову політику, захищає від тиску корупційних структур тощо.

**Другий рівень – нормативна локальна соціальна відповідальність**, що включає участь у вирішенні вагомих соціально-економічних проблем суспільства відповідно до напрямів діяльності. Держава регулює цю діяльність, створює умови для її розвитку та вдосконалення.

Як базова, так і нормативна локальна соціальна відповідальність належать до кола обов'язкових вимог до бізнесу. З його боку це не добровільна, а свідома відповідальність, що передбачає підвищену активність, ініціативність роботодавців.

**Третій рівень** локальної соціальної відповідальності – це філантропія, ситуаційна благодійність, надання допомоги тим, хто перебуває в скрутних обставинах тощо.

Держава своїми заходами має підтримувати і розвивати філантропію та благодійність. Важлива роль належить засобам масової інформації: необхідно відокремлювати справжню добродійність від показної. Державна підтримка філантропії регулюється Законом України «Про благодійну діяльність», що передбачає можливість пільгового податкового режиму для благодійників.

**Четвертий рівень** локальної соціальної відповідальності – **наднормативна локальна соціальна відповідальність**. Даний рівень включає участь у національних проєктах з вирішення найгостріших соціально-економічних проблем суспільства, надання допомоги при стихійних лихах і катастрофах тощо.

На четвертому рівні соціальної відповідальності бізнесу від держави вимагається розробка спеціальних заходів, спрямованих на підвищення зацікавленості компаній і підприємств у вирішенні актуальних соціально-економічних проблем суспільства на наднормативній основі.

**П'ятий рівень** локальної соціальної відповідальності характеризує відповідальність бізнесу за майбутнє суспільства, за духовний і культурний розвиток громадян. Безумовно, участь

бізнесу в конкретних національних проєктах, а також виконання вимог базової та нормативної локальної соціальної відповідальності сприяють розвитку суспільства, характеризують перспективну соціальну відповідальність. Але на цьому рівні прояв локальної соціальної відповідальності «працює» більше на майбутнє, а не на вирішення поточних актуальних проблем суспільства. Зазначений рівень включає ініціативи, різні проєкти бізнесу в галузі науки, освіти, культури, дозвілля тощо.

Автор окресленої моделі-схеми підкреслює, що кожен наступний рівень може реалізуватися (або, можна сказати, бути зарахованим) тільки за умови, що попередні пройдені. Виняток може бути зроблено для п'ятого рівня. Не всі компанії та корпорації можуть займатись власними ініціативними проєктами, але можна брати участь у проєктах разом з іншими бізнесменами. Для малого та середнього бізнесу четвертий і п'ятий рівні не завжди можливі. Досить того, що вони беруть участь у вирішенні соціально-економічних проблем суспільства, виконуючи вимоги базової та нормативної локальної соціальної відповідальності.

## **5.2 Інституціональне забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів функціонування економіки України**

Організаційну функцію в формуванні суспільства покладено на інституції, в тому числі ними здійснюється значний вплив на ефективність використання обмежених ресурсів та на досягнення соціального зростання на основі Цілей сталого розвитку. Основні теорії інституціоналізму фокусуються не тільки на економічних та технологічних чинниках розвитку суспільства, а й на соціальних, морально-етичних, екологічних та духовних.

Основним підґрунтям інституціонального забезпечення є певні умови тієї чи іншої країни, яке й формує інституціональне середовище економічної системи в цілому. Інституціональне середовище поєднує у собі формальні та неформальні взаємовідносини людей, ґрунтуючись на історико-культурних наслідуваннях, ментальності, традиціях, системі ціннісних орієнтирів тощо. Форми інституціонального забезпечення можуть з часом змінюватися, зникати, перетворюватися в інші нові форми, в залежності від умов, можливостей та потреб суспільства.

Нами сформовано власні тлумачення інституту та інституції, основанийі на окреслених раніше принципах і положеннях де:

1) **інститут** – це сукупність формальних та неформальних організацій щодо формування та розвитку суб'єктів соціально-економічних відносин, що базуються на інституціях;

2) **інституція** – форма соціалізації економіки, на основі встановлених у суспільстві порядках і звичаях, особливості управління, механізми дії правових норм соціально-економічних відносин.

З огляду на те, що середовище формування соціальної відповідальності формується під впливом соціально-економічного розвитку як країни, так і суб'єкта господарювання (в. т.ч. індивіда), кожен напрям формує власне інституціональне середовище та має свої фактори впливу. Так, елементи інституціонального середовища є засобами впливу на реальний економічний та соціальний розвиток країни. Рівень життя населення в кожній країні детерміновано залежно до політичних, економічних, соціальних та інших факторів впливу. Якщо для однієї країни соціальні стандарти у сфері доходів (мінімальна заробітна плата, прожитковий мінімум) встановлюються на рівні доходної частини країни і можуть бути значно високими, то для іншої країни в залежності від її розвитку, ці ж стандарти можуть бути доволі на низькому рівні.

На основі проведених досліджень, обґрунтовано фактори впливу при формуванні середовища локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства (додаток Б).

Процес інституціонального забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки повинен здійснюватися на основі взаємодії певних інститутів та інституцій як на рівні підприємства, так і на рівні держави (додаток В).

З методологічної точки зору, світовий досвід формування соціальної відповідальності доцільно досліджувати стосовно створення відповідних інститутів щодо управління й регулювання та стосовно нормативно-правових актів, методичних інструментів для оцінки досягнення цілей соціальної відповідальності їхніх цілей (додаток Д).

**Таблиця 5.1 Середовище формування локальної соціальної відповідальності підприємства**

Напрями локальної соціальної відповідальності	Зовнішні фактори впливу (СВБ)	Внутрішні фактори впливу (КСВ)	Результати реалізації СВ
Економічний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сезонність виробництва;</li> <li>- рівень економічного розвитку держави;</li> <li>- темп інфляції;</li> <li>- економічний та соціальний розвиток сільської місцевості;</li> <li>- рівень доходів населення</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- фінансові ресурси підприємства;</li> <li>- резервні потужності підприємства;</li> <li>- відсоток власного капіталу;</li> <li>- залучення позикових коштів;</li> <li>- обсяг дебіторської та кредиторської заборгованості</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показники діяльності підприємства (дохідність, рентабельність);</li> <li>- мінімізація ризиків;</li> <li>- залучення інвестицій</li> </ul>
Організаційний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- структура корпоративного управління;</li> <li>- форма власності та розмір підприємства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- місія та цінності підприємства;</li> <li>- стратегія підприємства;</li> <li>- застосування дуального навчання</li> <li>- стратегічне планування діяльності підприємства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- залучення інвесторів та акціонерів;</li> <li>- підвищення якості та безпеки продукції харчування;</li> <li>- співпраця з науковими установами та ЗВО;</li> <li>- формування не фінансової звітності</li> </ul>
Кадровий	<ul style="list-style-type: none"> <li>- інтелектуальний потенціал підприємства;</li> <li>- кваліфікаційна відповідність фахівців потребам аграрного бізнесу;</li> <li>- наявність робочої сили в аграрному секторі;</li> <li>- міграція сільської молоді</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відповідальність та контроль за дотримання принципів ЛСВ працівниками;</li> <li>- цінності та знання про ЛСВ працівниками;</li> <li>- сприйняття моделі побудови бізнесу працівниками на засадах ЛСВ;</li> <li>- рівень кваліфікованості персоналу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- залучення працівників щодо формування результатів діяльності;</li> <li>- підвищення мотивації працівників;</li> <li>- підвищення продуктивності праці працівників;</li> </ul>
Соціальний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень освіти;</li> <li>- соціальна забезпеченість (співвідношення заробітної плати до прожиткового мінімуму);</li> <li>- соціалізація освіти</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соціальні програми та пакети;</li> <li>- неформальна згуртованість працівників;</li> <li>- благодійні акції соціального спрямування</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення рівня життя сільського населення;</li> <li>- покращення інфраструктури сільської місцевості;</li> <li>- зниження міграції сільської молоді;</li> <li>- залучення соціальних інвестицій;</li> <li>- збереження соціально-культурної спадщини</li> </ul>

Продовження таблиці 5.1

Екологічний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень забруднення навколишнього середовища;</li> <li>- стан природних ресурсів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контроль якості с. г. продукції;</li> <li>- сертифікація с. г. продукції;</li> <li>- екологічний податок;</li> <li>- використання ресурсозберігаючих технологій</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- екологізація с. г. продукції;</li> <li>- виробництво екологічно безпечної с. г. продукції;</li> <li>- залучення «зелених» інвестицій</li> </ul>
Інфраструктурний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- логістичне забезпечення;</li> <li>- функціонування сфери послуг;</li> <li>- розвиток технологій (зв'язок, мобільність)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- матеріально-технічне забезпечення аграрного підприємства;</li> <li>- матеріальне (товари, роботи, послуги) та нематеріальне виробництво (духовні цінності)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розвиток технологій та забезпечення доступу до них;</li> <li>- розвиток громади;</li> <li>- конкурентоспроможність робочої сили</li> </ul>
Природно-кліматичний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кліматичні умови;</li> <li>- сезонність виробництва</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- належне використання природних ресурсів;</li> <li>- використання гідрологічних потужностей підприємством (грунтової води, рельєф)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показники діяльності підприємства (урожайність с. г. продукції, продуктивність худоби)</li> </ul>
Техніко-технологічний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- науковий потенціал аграрного сектору;</li> <li>- інновації у сфері технологій;</li> <li>- сезонність виробництва</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- моральне та фізичне зношення обладнання;</li> <li>- виробничі можливості обладнання;</li> <li>- забезпечення сировиною та матеріалами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- інноваційний розвиток підприємства;</li> <li>- модернізація основних виробничих складових підприємства;</li> <li>- випереджаюча амортизація</li> </ul>
Інституціональний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- економічні, політичні та соціальні фактори;</li> <li>- стейкхолдери (акціонери, споживачі тощо);</li> <li>- регулювання (стандарти, сертифікація);</li> <li>- взаємовідносини з органами влади</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стейкхолдери (працівники);</li> <li>- корпоративні права;</li> <li>- регулювання діяльності та її покращення</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- імідж (репутація);</li> <li>- відданість споживачів продукції підприємства;</li> <li>- відносини із зацікавленими сторонами</li> </ul>
Індивідуальний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контроль та дотримання соціальної відповідальності підприємства</li> <li>- відповідно до міжнародного та вітчизняного законодавств;</li> <li>- дотримання підприємством принципів ЛСВ;</li> <li>- власне бачення побудови бізнесу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- корпоративні правила та кодекси;</li> <li>- застосування інноваційних підходів в управлінні у напрямі ЛСВ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування нової форми бізнесу (соціальне підприємництво);</li> <li>- визнання як на місцевому, так і на міжнародному рівнях;</li> <li>- позитивний імідж підприємства;</li> <li>- відданість с. г. продукції споживачами</li> </ul>

Джерело: розробка авторів

На кожному із виділених складових впливають фактори як зовнішнього (СВБ), так і внутрішнього (КСВ) середовища. У результаті формування середовища локальної соціальної відповідальності створюється позитивний результат в розрізі кожного елемента.

Інститути впливу на соціальну відповідальність поєднані із формальними й неформальними інституціями і утворюють **інституціональне середовище**, яке спонукає підприємства, в тому числі й аграрні, створювати нові форми (моделі) побудови бізнесу.

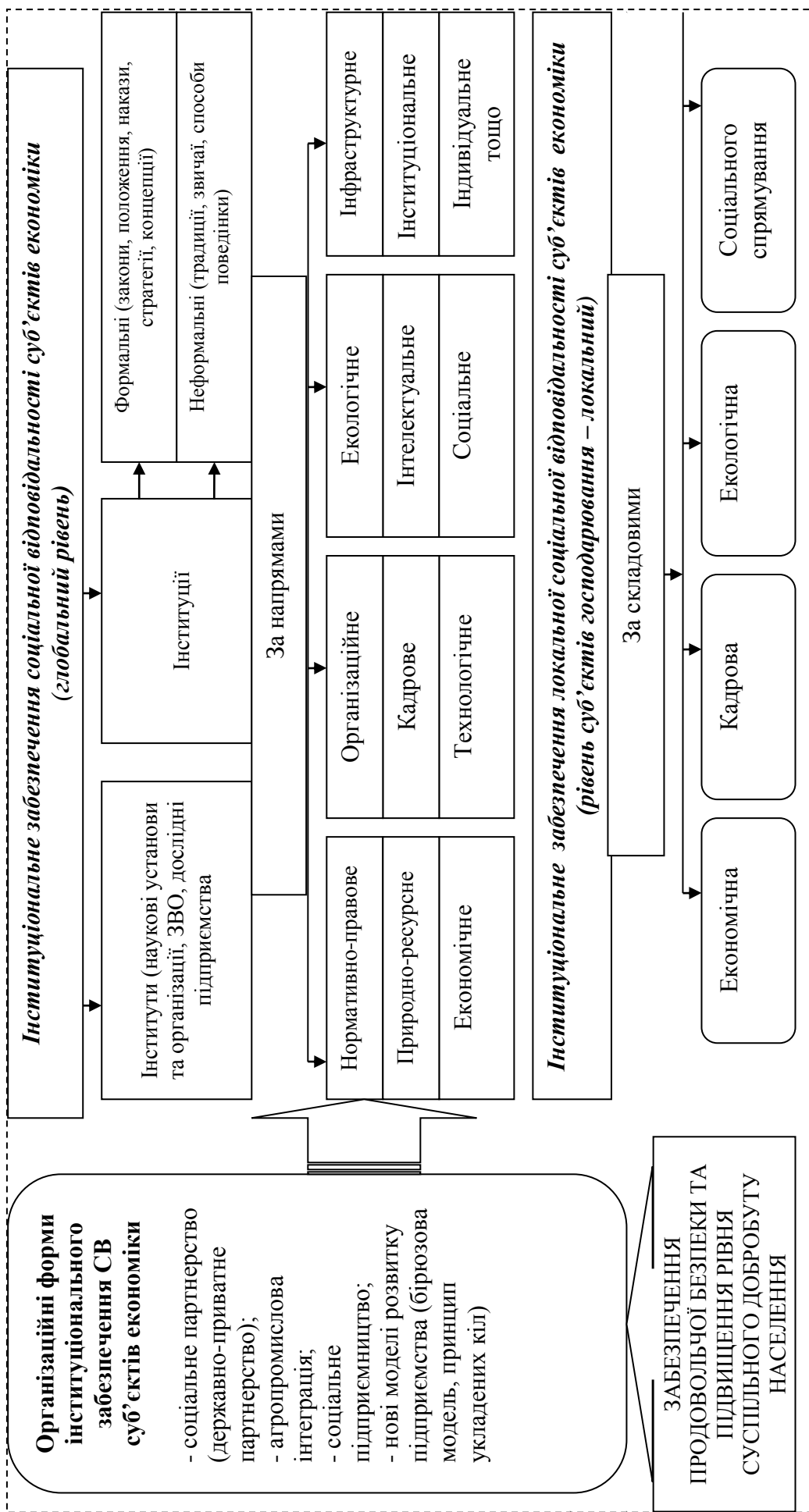
Загалом, упорядкування інституційно-інституціонального забезпечення соціальної відповідальності та локальної соціальної відповідальності суб'єктів економіки у розрізі рівнів функціонування між бізнесовими структурами та державною владою, передбачає належне виконання відповідних нормативно-правових документів. На основі проведених досліджень, з'ясовано, що в Україні на глобальному рівні необхідно переглянути та оновити чинні документи щодо розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки.

На нижчих рівнях необхідно розробити ряд важливих документів (законів, стратегій, концепцій, кодексів), які сприятимуть ефективному розвитку СВ та ЛСВ. Також доцільно розглянути та за потреби розширити функції контролюючих органів управління СВ та ЛСВ суб'єктів господарювання на всіх рівнях ієрархії. Саме в такому разі можливе істотне підвищення розвитку СВ та ЛСВ в економіці України.

На основі узагальнення існуючих наукових підходів нами запропоновано механізм інституціонального забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки (рис. 5.1).

На глобальному рівні інституціональне забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки відбувається на основі інститутів (ЗВО, наукові установи, дослідні підприємства тощо) та інституцій (формальних та неформальних). На цьому рівні основними напрямками інституціонального забезпечення є: природно-ресурсний, економічний, кадровий, організаційний, екологічний, інституціональний, індивідуальний, соціальний, інфраструктурний, технологічний, виробничий, інноваційний. На рівні суб'єктів господарювання варто виокремити такі складові інституціонального забезпечення як: економічна, кадрова, екологічна та соціального спрямування.





**Рисунок 5.1 – Інституціональне забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки України**

Джерело: розробка авторів

### **Організаційними формами інституціонального забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки є:**

- соціальне партнерство (державно-приватне партнерство);
- агропромислова інтеграція;
- соціальне підприємництво;
- нові моделі розвитку підприємства (бірюзова модель, принцип укладених кіл) тощо.

Отже, з огляду на вищесказане, **інституціональне забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки**, трактується нами як комплексне поєднання формальних норм і практичних заходів цілеспрямованої державної політики стратегічних пріоритетів, спрямованих на розвиток соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки.

### **5.3 Комітет з корпоративної соціальної відповідальності**

**Комітет Асоціації з корпоративної соціальної відповідальності** було створено на початку 2006 р. для членів Європейської бізнес асоціації, які розуміють, що робити бізнес «як завжди» вже неможливо і які усвідомлюють потребу піклуватися про добробут громад, в яких вони існують.

Основними завданнями комітету є: вдосконалення системи комунікацій щодо корпоративної відповідальності в Україні; забезпечення бази, яка б представляла досвід українських та міжнародних компаній у галузі корпоративної відповідальності; розробка системи засобів забезпечення обміну досвідом у галузі корпоративної відповідальності в період економічної нестабільності.

**Сьогодні Європейська Бізнес Асоціація** є провідною організацією міжнародного бізнесу в Україні та об'єднує близько 900 європейських, українських та міжнародних компаній, пропонуючи їм:

1. Колективний захист інтересів у центральних і місцевих органах державного управління України, в іноземних і міжнародних організаціях.

2. Можливість брати участь у процесі прийняття рішень на рівні Європейського Союзу через тісні робочі стосунки з Європейською Комісією та посольствами країн Європейського Союзу у Києві.

3. Регулярну інформаційну підтримку щодо процесів, які впливають на ведення бізнесу в Україні, а також семінари та презентації.

4. Розважальні та соціальні заходи, що надають можливість представникам європейської бізнес спільноти зустрічатися неформально та сприяти розвитку бізнесу.

5. Інші послуги, серед яких також: Дисконтна система, що надає членам Асоціації знижки на послуги та товари, які користуються великим попитом.

Європейська Бізнес Асоціація діє як незалежна установа, що звітує перед своїми членами.

Як неприбуткове об'єднання юридичних осіб, Асоціація вбачає свою ключову місію у представництві інтересів європейських і вітчизняних інвесторів в Україні. Кроки, спрямовані на поліпшення інвестиційного клімату є основним напрямом Асоціації з моменту її заснування.

Комітет з корпоративної соціальної відповідальності було створено як форум для членів Асоціації, щоб ставити та знаходити відповідь на такі запитання, як: Чому корпоративна соціальна відповідальність має сенс для бізнесу? Як обирати соціальні проблеми та розробляти соціальні проекти? Як інтегрувати соціальні ініціативи в існуючі бізнес стратегії? Як виміряти успіхи? Де знайти надійних партнерів?

Комітет служить платформою для обміну досвідом і кращою практикою, а також для обговорення та подолання перешкод для корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

#### **Основні цілі Комітету з корпоративної соціальної відповідальності:**

1. Просування ідей корпоративної соціальної відповідальності серед членів Асоціації та ділової громади України.
2. Висвітлення кращих практик впровадження соціальних ініціатив.
3. Інформування компанії про ефективні методи просування своїх соціальних ініціатив.
4. Виявлення і подолання регуляторних та інших перешкод до корпоративної соціальної відповідальності в Україні.
5. Допомога членам Асоціації в пошуку надійних партнерів для соціальних ініціатив.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Співпраця з органами місцевої влади у розробці програм локальної соціальної відповідальності.
2. Співпраця підприємств з науково-дослідними організаціями, закладами вищої освіти, засобами масової інформації, профспілками щодо розробки проектів локальної соціальної відповідальності.
3. Локальна соціальна відповідальність перед регіональними громадами.
4. Відповідальність підприємств щодо партнерів по бізнесу.
5. Соціально відповідальний маркетинг.

### **Тестові завдання:**

1. *Яка теорія стверджує, що єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутків для своїх акціонерів?*
  - А) корпоративного егоїзму;
  - Б) корпоративного альтруїзму;
  - В) розумного егоїзму;
  - Г) усі відповіді вірні.
2. *Яка теорія стверджує, що підприємство має робити внесок у покращення добробуту населення?*
  - А) корпоративного егоїзму;
  - Б) корпоративного альтруїзму;
  - В) розумного егоїзму;
  - Г) усі відповіді вірні.
3. *Що означає базова соціальна відповідальність за пірамідою В.І. Спіранського?*
  - А) соціальний обов'язок бізнесу;
  - Б) громадський обов'язок бізнесу;
  - В) індивідуальна благодійність бізнесменів;
  - Г) участь у вирішенні складних соціально-економічних проблем.
4. *Що означає філантропія за пірамідою В.І. Спіранського?*
  - А) соціальний обов'язок бізнесу;
  - Б) громадський обов'язок бізнесу;
  - В) індивідуальна благодійність бізнесменів;
  - Г) участь у вирішенні складних соціально-економічних проблем.
5. *У якому році було створено Комітет Асоціації з корпоративної відповідальності?*
  - А) 2008 р.;

Б) 2006 р.;

В) 2003 р.;

Г) 2005 р..

*6. Які основні цілі Комітету з КСВ?*

А) просувати ідею КСВ серед членів Асоціації;

Б) ділитися досвідом та кращою практикою впровадження соціальних ініціатив;

В) інформувати компанії про ефективні методи просування своїх соціальних ініціатив;

Г) всі відповіді вірні.

## **Тема 6. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

6.1 Державна екологічна політика в Україні.

6.2 Соціально відповідальна поведінка споживачів аграрної продукції України.

6.3 Екологізація виробництва.

6.4 «Зелений офіс»: особливості застосування.

***Ключові поняття:** державна екологічна політика, соціально відповідальна поведінка споживачів продукції, екологізації виробництва, безпечна продукція, органічне сільське господарство, органічне виробництво, традиційне виробництво, «зелений офіс», принципи «зеленого офісу».*

### **6.1 Державна екологічна політика в Україні**

**Державна екологічна політика** — це діяльність державних органів, спрямована на забезпечення конституційного права кожного на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Екологічну політику також можуть мати окремі підприємства чи організації.

Екологічна політика на національному рівні формується **Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України**. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України утворено 27 травня 2020 року. Міністерство формує та реалізує державну політику у сфері: охорони навколишнього природного середовища, екологічної та в межах повноважень, передбачених

законом, радіаційної, біологічної і генетичної безпеки, у сфері рибного господарства та рибної промисловості, охорони, використання та відтворення водних біоресурсів, регулювання рибальства та безпеки мореплавства суден флоту рибного господарства, лісового та мисливського господарств.

На стратегічному рівні пріоритети екологічної політики визначені у Законі України «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року».

**Метою державної екологічної політики** України є досягнення доброго стану довкілля шляхом запровадження екосистемного підходу до всіх напрямів соціально-економічного розвитку України з метою забезпечення конституційного права кожного громадянина України на чисте та безпечне довкілля, впровадження збалансованого природокористування і збереження та відновлення природних екосистем.

**Основними засадами державної екологічної політики є:**

- сприяння збалансованому (сталому) розвитку шляхом досягнення збалансованості його складових (економічної, екологічної, соціальної), орієнтування на пріоритети збалансованого (сталого) розвитку;
- інтегрування екологічних вимог під час розроблення і затвердження документів державного планування, галузевого (секторального), регіонального та місцевого розвитку та у процесі прийняття рішень про провадження планованої діяльності об'єктів, які можуть мати значний вплив на довкілля;
  - міжсекторальне партнерство та залучення зацікавлених сторін;
  - запобігання виникненню надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру, що передбачає аналіз і прогнозування екологічних ризиків, які ґрунтуються на результатах стратегічної екологічної оцінки, оцінки впливу на довкілля, а також комплексного моніторингу стану навколишнього природного середовища;
  - забезпечення екологічної безпеки і підтримання екологічної рівноваги на території України, підвищення рівня екологічної безпеки в зоні відчуження;
  - забезпечення невідворотності відповідальності за порушення природоохоронного законодавства;

- застосування принципів перестороги, превентивності (запобігання), пріоритетності усунення джерел шкоди довкіллю, «забруднювач платить»;

- відповідальність органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування за доступність, своєчасність і достовірність екологічної інформації;

- стимулювання державою вітчизняних суб'єктів господарювання, які здійснюють скорочення викидів парникових газів, зниження показників енерго- та ресурсоемності, модернізацію виробництва, спрямовану на зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище, у тому числі вдосконалення системи екологічного податку за забруднення довкілля та платежів за використання природних ресурсів;

- упровадження новітніх засобів і форм комунікацій та ефективної інформаційної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища.

**Реалізація засад державної екологічної політики здійснюється за принципами:**

- відкритості, підзвітності, гласності органів державної влади;
- участі громадськості у формуванні державної політики;
- дотримання екологічних прав громадян;
- заохочення до ведення екологічно відповідального бізнесу та екологічно свідомої поведінки громадян;
- запобігання екологічній шкоді;
- міжнародної співпраці та євроінтеграції.

## **6.2 Соціально відповідальна поведінка споживачів аграрної продукції України**

В Україні процес формування соціальної відповідальності у суспільстві дещо відрізняється від інших країн. Зокрема, у розвинених країнах світу, під соціальною відповідальністю розуміють не тільки сплату податків, благодійництво, а й забезпечення населення необхідними продуктами харчування, які є якісними та безпечними для життя людини.

Якщо аграрне підприємство позиціонує себе як соціально відповідальне, то його діяльність повинна бути спрямована на збереження навколишнього середовища, відповідальне ставлення до

працівників, відповідну політику за якість та безпеку сільськогосподарської продукції тощо. На сьогодні український аграрний бізнес проявляє лише окремі несистемні елементи локальної соціальної відповідальності.

Споживачі сільськогосподарської продукції є важливими стейкхолдерами, що формують та змінюють вимоги аграрного бізнесу щодо їх запитів через локальну соціальну відповідальність, яка не буде розвиватися належним чином, якщо відсутній попит на відповідальну поведінку споживачів аграрної продукції.

Позиція вітчизняних споживачів аграрної продукції більшою мірою схиляється у сторону необхідності локальної соціальної відповідальності у її виробників. Більш ніж 56,4% опитаних респондентів вважають, що аграрний бізнес повинен здійснювати локальну соціальну відповідальність. При цьому, 32,4% вважають, що аграрний бізнес повинен вести локальну соціальну відповідальність, ніж її не провадити. Лише 5,2% споживачів вважають, що аграрні підприємства не повинні здійснювати ЛСВ (на основі власного анкетного опитування 460 респондентів, 2018 рік).

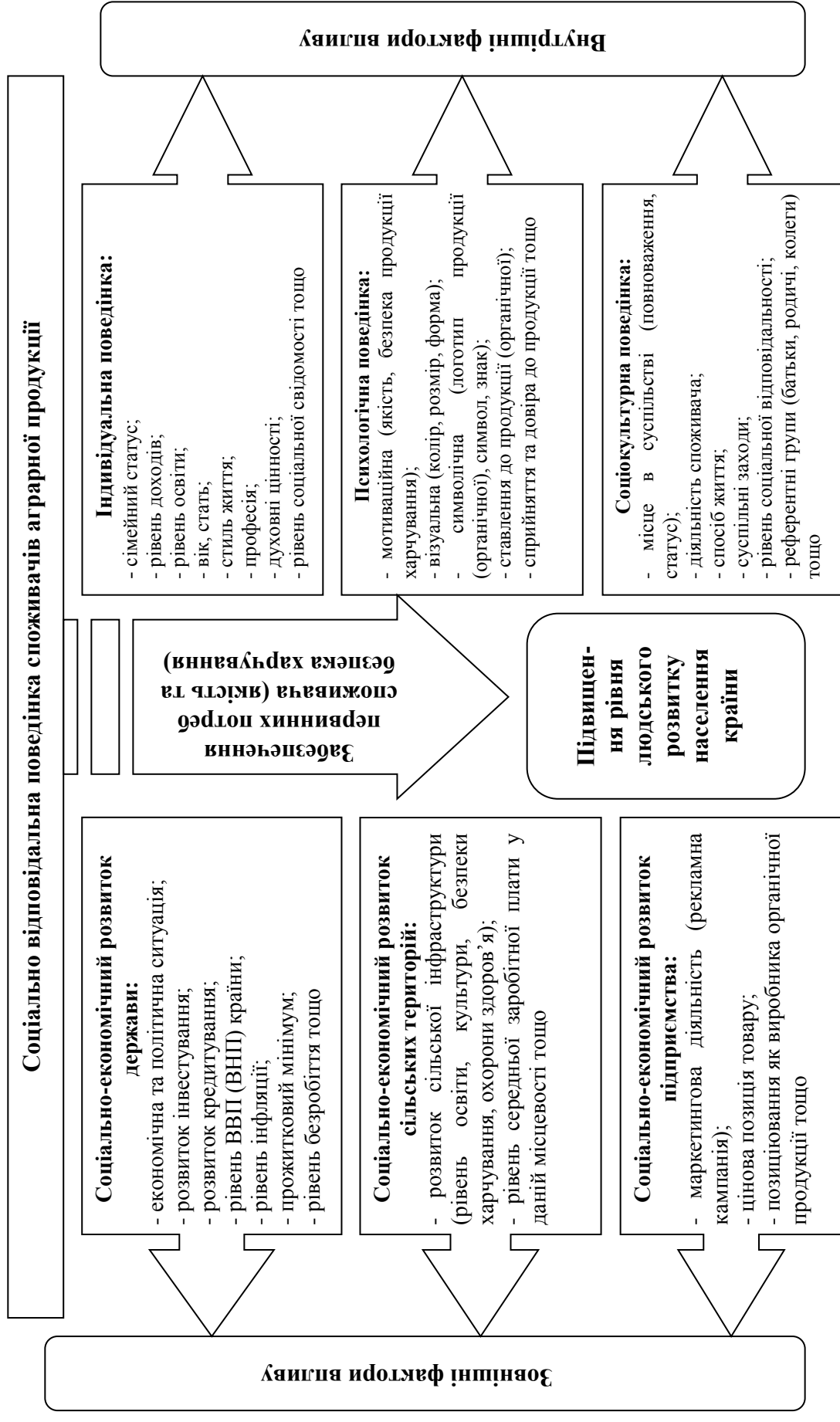
Переваги від локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі є беззаперечними, зокрема: відданий персонал, підвищення конкурентоспроможності та покращення іміджу підприємства, і нарешті, споживач, який формує попит на продукцію сільського господарства підприємства.

Формування соціально відповідальної поведінки споживачів аграрної продукції відбувається на основі визначення таких критеріїв: безпека харчування, смакові та якісні властивості, екологізація виробництва, цінова політика тощо. Звичайно, у розвиненому суспільстві на формування попиту на продукцію сільського господарства впливає якість та безпека харчування, а вже потім цінова політика.

Світові дані свідчать, що у 2019 р. в Україні за межею бідності знаходилося близько 80% населення, а це, в свою чергу, впливає на платоспроможність населення. Зважаючи на це, на сьогодні, лише половина населення має можливість купувати безпечну та якісну продукцію харчування.

Соціально відповідальна поведінка споживачів формується під впливом індивідуальних характеристик особистості (вік, стать, рівень доходів, смакові якості, рівень освіти тощо) (рис. 6.1).





**Рисунок 6.1 – Фактори впливу на соціально відповідальну поведінку споживачів сільськогосподарської продукції**  
 Джерело: розробка авторів

Підхід щодо потреб і поведінки споживачів, який став загально визнаним запропонував А. Маслоу (A. Maslow). Він полягає в тому, що людські потреби розміщені в ієрархічному порядку: 1 місце – посідають фізіологічні потреби (голод, спрага); 2-ге місце – безпека самозабезпечення (безпека, захищеність), 3-тє – соціальні потреби (релігія, духовність, кохання); 4-тє – потреба у повазі (визнання з боку суспільства); 5-тє – потреба у самоствердженні (самовдосконаленні).

Соціально відповідальна поведінка споживачів аграрної продукції формується на первинному рівні потреб – забезпечення харчування, його якість залежить від різних факторів впливу як зовнішніх, так і внутрішніх. Зовнішні фактори соціально відповідальної поведінки споживачів аграрної продукції залежать від розвитку суспільства на різних рівнях: держави, сільських територій, аграрного підприємства. Кожен із цих рівнів здійснює певний вплив на поведінку споживачів продукції.

Також одним із основних факторів впливу є індивідуальна поведінка споживачів. Залежно від рівнів доходів, освіти, професійних навичок у двох різних покупців можуть виникати різні вподобання до товару. Значний вплив на формування соціально відповідальної поведінки споживачів має соціокультурна та психологічна поведінка, адже спосіб життя, рівень соціальної відповідальності формує зацікавленість, ставлення до органічного продукту та мотивацію споживати якісну та безпечну продукцію харчування.

Формування соціально відповідальної поведінки споживачів органічної продукції аграрного сектору економіки також залежить від розвитку органічного ринку в країні. Необхідність запровадження органічного сільського господарства обумовлена такими чинниками: відтворення родючості ґрунтів і збереження навколишнього середовища; розвиток сільських територій і підвищення рівня життя сільського населення; покращення ефективності та прибутковості сільськогосподарського виробництва; забезпечення споживчого ринку здоровою якісною продукцією; зміцнення експортного потенціалу держави; поліпшення іміджу України як виробника та експортера високоякісної здорової органічної продукції; забезпечення продовольчої безпеки в Україні; поліпшення загального добробуту громадян держави тощо [120].

У результаті, під впливом різних факторів формується поведінка споживачів, а чи буде вона соціально відповідальною (безпека продукції споживання) залежить від самого індивіда (умов, можливостей, мотивацій тощо). Чим більше споживачів будуть залучені до споживання органічної продукції у державі, тим краще це буде впливати на здоровий спосіб їхнього життя і людський рівень розвитку (рівень тривалості життя, рівень освіченості тощо).

### 6.3 Екологізація виробництва

Варто відмітити, що для України значним потенціалом характеризується органічне сільське господарство (органічне землеробство), адже за рахунок родючої землі країни є можливість стати основним виробником органічних продуктів. Останнім часом все більше площ української землі задіяні в органічному землеробстві, яке позитивно впливає на навколишнє середовище та суспільство в цілому. Саме органічне сільське господарство покликане гармонійно поєднувати у собі новітні інтенсивні елементи управління земельними ресурсами, за рахунок яких населення країни споживає якісну та безпечну продукцію харчування, а у підсумку покращується людський потенціал та показники розвитку.

Відповідно до визначення Міжнародної федерації органічного сільськогосподарського руху (IFOAM), «**Органічне сільське господарство** – виробнича система, що підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем і людей. Воно залежить від екологічних процесів, біологічної різноманітності та природних циклів, характерних для місцевих умов, при цьому мінімізується використання шкідливих ресурсів, які викликають несприятливі наслідки» [120].

Екологічно безпечна продукція за вартістю є дорожчою і на ринку займає відповідну нішу споживчих потреб. Аграрний бізнес України повинен враховувати можливості та купівельну спроможність населення. Тому завдання покращення якості продукції сільськогосподарства містить в собі соціальний аспект, який відображає наявність бідного населення у країні. Водночас виробники сільськогосподарської продукції можуть значно знизити собівартість екологічно безпечної продукції, застосовуючи у виробництві ресурсозберігаючі технології, що вплине на

співвідношення оптимальної ціни і якості сільськогосподарської продукції.

Важливими аспектами розвитку органічного виробництва є збільшення біорізноманіття на 30% та утворення на 30% менше викидів парникових газів, порівняно з традиційним сільським господарством.

Відповідно до світових тенденцій розвитку органічного ринку протягом останніх років, спостерігається суттєве збільшення виробників органічної продукції та площ земель, зайнятих під органічне сільське господарство.

Україна також веде активну діяльність щодо розвитку органічного руху, протягом останніх 10-ти років спостерігається значне покращення виробництва органічної продукції в країні (Додаток Е).

Органічні стандарти різних країн, за якими сертифікують виробників в Україні:

- 1) Європа: Регламенти Європейського Союзу;
- 2) США: Національна Органічна Програма сільського господарства;
- 3) Канада: Канадський Органічний Режим, встановлено Канадським Агентством з Контролю якості Харчових продуктів (CFIA);
- 4) Японія: Національні органічні стандарти Японії;
- 5) Швейцарія: Приватні стандарти Асоціації БіоСвіс тощо [248].

Більшість українських органічних господарств розташовані у Київській, Одеській, Херсонській, Житомирській, Львівській, Хмельницькій, Вінницькій та Полтавській областях. Українські сертифіковані органічні господарства займають площі різного розміру: від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до декількох тисяч гектарів ріллі. У 2017 р. споживчий ринок органічних продуктів в Україні склав 29,4 млн євро, а споживання на душу населення – 0,68 євро (для порівняння: пересічний європеєць витрачає на органічні продукти 40,8 євро в рік, а мешканець ЄС – 60,5 євро).

Сьогодні внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні продовжує розширюватися через основні мережі супермаркетів, які дедалі активніше розвивають привабливу та іміджеву позицію органічних продуктів. Основними видами

органічної продукції, яка виробляється та споживається в Україні, є фрукти, овочі, зернові культури, м'ясо та молочні продукти, крупи та хлібобулочні вироби.

В асортименті органічної продукції більше 100 товарів українського виробництва. За оцінками експертів, темпи росту вітчизняного органічного виробництва у 5,5 разів вище, ніж в країнах Європи, та 4,9 раза, ніж у світі.

Обсяг експорту приблизно 99 млн євро, найбільшими країнами-споживачами української «органіки» є Нідерланди, Німеччина, Велика Британія, Італія, Австрія, Польща, Швейцарія, Бельгія, Чехія, Болгарія, Угорщина, США, Канада, Австралія та деякі країни Азії. Основними експортним продуктами є зернові, олійні, бобові, ягоди, фрукти та дикороси. Також експортуються макуха соняшнику, борошно, олія соняшникова, шрот соняшниковий, яблучний концентрат, горіхи та березовий сік [98, 99].

Протягом останніх років ведеться активна робота щодо наповнення українського внутрішнього ринку власною органічною продукцією. Насамперед, це: соки, крупи, олія, сиропи, мед тощо. Позитивним є те, що протягом останнього десятиліття загальна площа органічних сільськогосподарських угідь в Україні значно зросла.

З метою стимулювання розвитку органічного виробництва постановою Кабінету Міністрів України від 08.09.2016 р. було внесено зміни до Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання підтримки фермерським господарствам, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 25.08.2004 р. та передбачено, що фінансова підтримка надається фермерським господарствам на конкурсних засадах на поворотній основі у розмірі, що не перевищує 500 тис. гривень, для проведення оцінки відповідності виробництва органічної продукції (сировини) із забезпеченням виконання зобов'язання щодо повернення бюджетних коштів. Також за рівних умов фермерські господарства, які вирішили перейти до виробництва органічної продукції (сировини), матимуть перевагу перед іншими фермерськими господарствами, які претендуватимуть на отримання фінансової підтримки. Це стало першим кроком надання державної підтримки органічним виробникам. Саме перехідний період є найбільш затратним для виробника, який вирішив перейти на органічне виробництво: він вже дотримується всіх правил

органічного виробництва, проте ще не може реалізовувати свою продукцію як органічну. Відтак саме на цьому етапі доцільною є підтримка «органічного» фермера, рентабельність продукції якого є ще занадто низькою [99].

На початку 2000-х років виробництвом органічної продукції, як правило, займалися великі та середні за розміром підприємства, проте з часом до них приєдналися малі та мікропідприємства.

Хоча загальна площа сільськогосподарських угідь в Україні несуттєво скоротилася за аналізований період (0,2 млн га) та зменшилася кількість сільськогосподарських підприємств (на 12289 одиниць), позитивним є те, що протягом останніх років спостерігається зацікавленість сільськогосподарських виробників в органічній продукції, результатом чого є збільшення площ під органічною продукцією та кількості органічних суб'єктів господарювання.

Україна посідає третє місце у Східній Європі за обсягом площ, які відведені під вирощування органічних сільськогосподарських культур.

Внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні оцінюється в 18 млн євро, експортний потенціал – у 50 млн євро. Основні країни-споживачі української органічної продукції: Німеччина, Австрія, Польща, Італія, Франція, Нідерланди, Данія, Швейцарія, США, Канада. Види органічних продуктів, що виробляються в Україні: зернові, бобові та олійні культури; фрукти, овочі, зелень; баштанні культури, виноград; м'ясо та м'ясопродукти; молоко та молочні продукти; хлібобулочні вироби, крупи, борошно; рослинні олії; соки, сиропи, джеми, чай; ягоди, гриби, горіхи, мед.

Основні лінії експорту органічних продуктів з України: зернові, бобові культури, олійні культури, ягоди, фрукти, дикороси (гриби). Також експортується олія соняшникова, шрот соняшниковий, ефірні олії, концентрований яблучний сік, горіхи, джеми, сиропи та березовий сік [100].

Український органічний сектор представлений такими учасниками органічного руху: консультаційний орган «КьюС», орган сертифікації «Органік Стандарт», міжнародна благодійна організація «Інформаційний центр «Зелене досє», Спілка виробників органічних сертифікованих продуктів «Органічна Україна», Федерація органічного руху України, Львівська МГО

«Екотерра», консультаційні органи «VIP Group», «СібАгро», «Еко Рост», Органік бізнес школа, Асоціація учасників біовиробництва «БІОЛан Україна», Retail academy, Інститут органічного виробництва. Україна отримує міжнародну підтримку для розвитку органічного ринку зі Швейцарії (SECO-FiBL) з 2002 р. і з Німеччини (BMEL-AFC/IAK) з 2016 р. [99].

Світовими науковими дослідженнями з'ясовано, що органічна продукція є безпечною та кориснішою, ніж звичайна продукція (табл. 6.1).

**Таблиця 6.1 Порівняння основних продуктів харчування органічного виробництва з традиційним**

Матеріал	Продукти	Вміст органічного продукту в порівнянні з традиційним
Корисні жирні кислоти	Молоко, сир, м'ясо	Вище на 10-60%
Вітамін С	Молоко, овочі, фрукти	Вище на 5-90%
Залишки пестицидів	Фрукти, овочі	Фрукти – в середньому в 550 разів нижче, овочі – в середньому – в 700 разів нижче
Мікотоксини	Пшениця, ячмінь, кукурудза, рис, дитяче харчування, яблука	Система вирощування не впливає на мікотоксини
Нітрати	Овочі	Нижче на 10-40%

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [99]

Наприклад, органічне молоко містить на 50% більше корисних Омега-3 жирних кислот, хліб, виготовлений з органічних інгредієнтів, містить в 2-3 рази більше корисних речовин.

Органічне землеробство також сприяє збільшенню біорізноманіття видів продукції рослинництва на 30% і більше у порівнянні зі звичайним землеробством. Аграрні підприємства органічного спрямування здійснюють на 30% менше викидів парникових газів в атмосферу.

Переважна більшість органічних аграрних підприємств України зосереджені у південних областях (Одеська, Херсонська), центральних (Полтавська) та західних областях (Львівська, Тернопільська, Чернівецька).

У розвинених країнах для розвитку органічного ринку запроваджено різні напрями державної підтримки. Наприклад, уряд Польщі надає субсидії підприємствам, які запроваджують органічне

виробництво, та компенсує витрати, пов'язані з сертифікацією даних підприємств; також надає кредити на пільгових умовах. В Ірландії господарства із земельним масивом менше 3 гектарів в перехідний період отримують дотацію у розмірі 242 євро/га, а після отримання статусу «органічного» господарства – 121 євро/га. Для підприємств, які мають земельні площі від 3 до 40 га, ця підтримка відповідно становить 181 і 91 євро/га [113].

Європейські фермери також мають змогу розвивати органічний напрям, тому що держава надає їм достатню фінансову підтримку. Середній розмір такої допомоги в Європі – 200-300 євро/га. У перші роки органічного вирощування урожайність не є такою великою, як у традиційному землеробстві, та фермер протягом перехідного періоду ще не може реалізовувати свою продукцію як органічну. Є також витрати на сертифікацію господарств, які в європейських країнах частково або повністю покриваються за рахунок держави [30].

Задля активізації виробництва органічної продукції в Україні прийнято Закон України від 03.09.2013 р. № 425-VII «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини». Цей документ спрямований на поліпшення виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції в країні, забезпечення здорової конкуренції та досягнення впевненості споживачів у споживанні якісної та безпечної продукції харчування [105].

Ще одним важливим документом щодо розвитку органічного сільського господарства в Україні є Стратегія розвитку аграрного сектора економіки на період до 2030 р., схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.10.2013 р. №806-р. У стратегії серед пріоритетних напрямів досягнення стратегічних цілей вказано і забезпечення продовольчої безпеки держави шляхом сприяння розвитку органічного землеробства, насамперед в особистих селянських і середніх господарствах [107].

Велике значення для розвитку виробництва органічної продукції має науковий супровід. Прикладом є США, де університети акумулюють кошти і кадри для проведення відповідних досліджень, залучають дорадчі служби для надання науково обґрунтованих консультацій та іншої допомоги товаровиробникам. У разі прийняття та ефективного виконання бізнес-планів переробники укладають з органічними



фермами угоди про реалізацію органічних продуктів гарантовано на 2 роки при державній підтримці. У разі успішних продажів супермаркети укладають угоди з органічними товаровиробниками терміном на 2 роки. Така стратегія, звичайно, всебічно сприяє поширенню органічного руху. У магазинах або відділах органічних продовольчих товарів на 90-95% переважає продукція власного виробництва [1].

Щодо України, то важливим аспектом розвитку виробництва органічної продукції необхідні базові знання, розуміння аграрних підприємств та адаптація щодо переходу підприємств до виробництва саме органічної продукції. Зарубіжний досвід свідчить про те, що є певні вимоги та зобов'язання перед виробниками органічної продукції. Для отримання статусу виробника органічної продукції необхідне виконання ряду вимог відповідно до сформованого механізму (рис. 6.2).

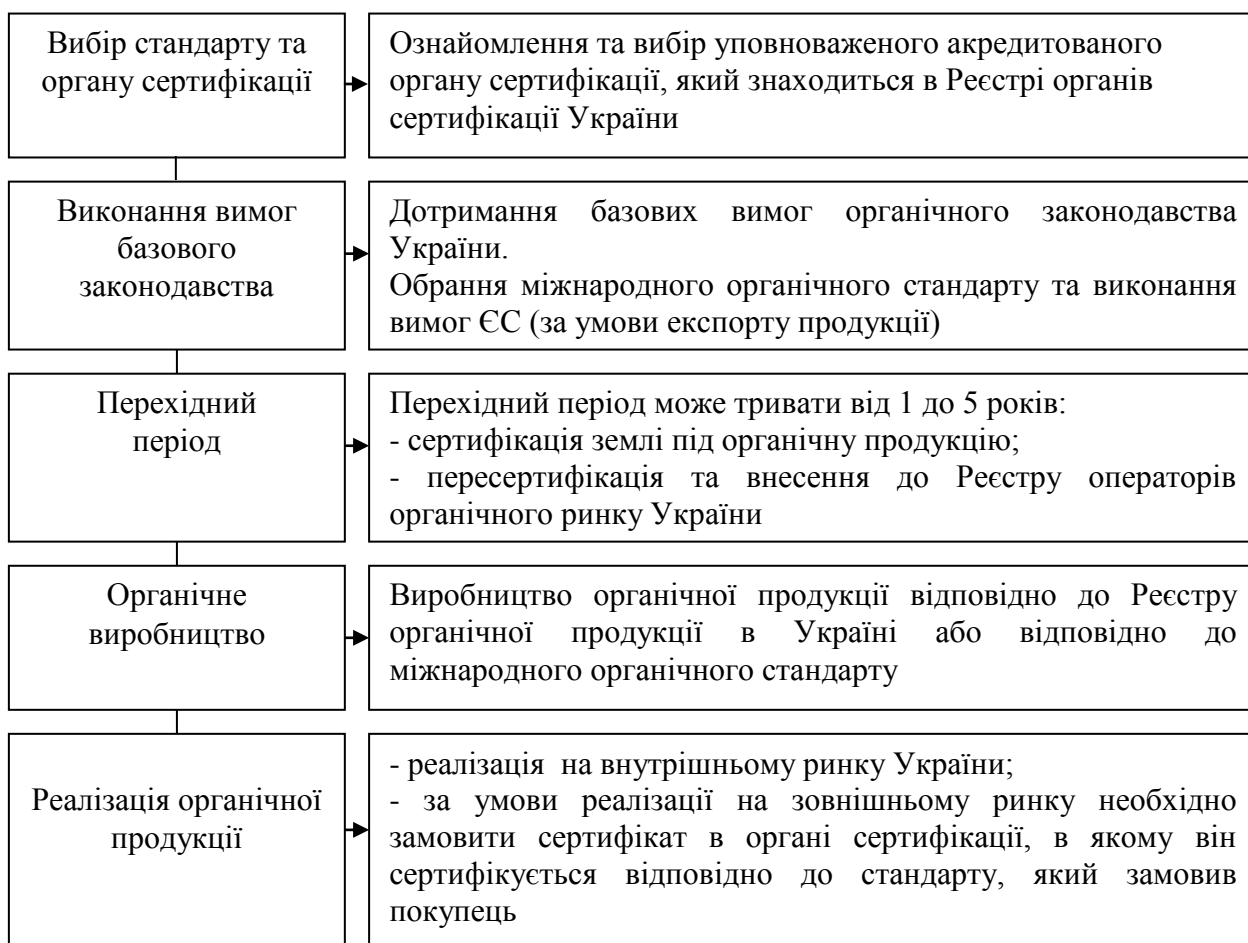


Рисунок 6.2 – Механізм реалізації базових вимог щодо набуття статусу виробника органічної продукції

Джерело: систематизовано авторами

Органічні стандарти є добровільними в Україні, проте, виробництво органічної продукції передбачає виконання обов'язкових правил, вимог щодо якості та безпечності виробництва сільськогосподарської продукції. Зокрема, застосування методів органічного господарювання вимагає дотримання спеціальних стандартів органічного виробництва та постійного, як правило, щорічного підтвердження органічного статусу виробництва та його сертифікацію [18].

#### **6.4 «Зелений офіс»: особливості застосування**

«Зелений офіс» – це концепція управління організацією, яка має на меті зменшити негативний вплив діяльності підприємств на навколишнє середовище та сприяти раціональному використанню ресурсів.

Поняття «зелений офіс» не є революційно новим, бо його елементи більш як 30 років впроваджуються у світовій практиці, самій концепції близько 20 років, а в Україні впроваджується близько 10 років.

Добровільні публічні зобов'язання компанії в межах «зеленого офісу» не завжди вимагають великих затрат часу чи коштів, а часто навіть можуть допомогти їх зекономити. Адже зрозумілі та прості рекомендації щодо впровадження «зеленого офісу» закликають економити електроенергію, тепло, воду, папір тощо, що приносить результати всього лише при зміні звичного безвідповідального відношення до спільних ресурсів працівниками офісу. Втім, після певних досягнень може виникнути необхідність і в додаткових інвестиціях, які повертатимуться у формі нематеріальних переваг, таких, наприклад, як збільшення репутаційного капіталу.

*Філософією «зеленого офісу» може скористатися будь-яке підприємство, незалежно від його розміру, сфери або фінансового стану. Іншими словами, «зелений офіс» дозволяє проявити екологічну відповідальність не тільки тим підприємствам, діяльність яких пов'язана з небезпечним виробництвом чи негативним впливом на довкілля, а й представникам середнього, малого бізнесу та мікропідприємств. І хоча кількість зекономлених ресурсів у невеликій організації офісного типу може здаватися несуттєвою для покращення загального стану довкілля,*

*включення принципів «зеленого офісу» до корпоративної культури компанії допомагає досягнути одного з головних завдань «зеленого офісу» – змінити ставлення працівників до збереження навколишнього середовища як на роботі, так і вдома.*

Отже, завдяки програмі «Зелений офіс» підприємства не тільки публічно демонструють свою екологічну відповідальність, скорочуючи об'єми спожитих ресурсів і зменшуючи забруднення довкілля, а й отримують практичний зиск, такий, як зниження витрат на утримання офісу й покращення іміджу у стосунках із зацікавленими сторонами.

Жодне підприємство сьогодні не може стояти осторонь від вирішення глобальних екологічних проблем, таких як зміна клімату, погіршення якості повітря та води, ерозія та зменшення родючості ґрунтів, спричинених бездумною експлуатацією ресурсів для задоволення постійно зростаючих потреб.

### **Загальні принципи «зеленого офісу»:**

**1. Закупівля** – дотримуватися вимог екологічного маркування та відповідності енергозберігаючих якостей для усіх товарів і обладнання. Бажано, щоб придбаний товар був місцевого виробництва, що зменшує негативний вплив від транспортування на великі відстані.

#### **2. Використання (рекомендації):**

- вимикайте непрацюючу техніку;
- налаштуйте техніку на режим швидкого переходу в режим очікування;
- спільно використовуйте техніку та інструменти для роботи: сканер, принтер, факс, степлер тощо;
- перш, ніж скористатися витратними матеріалами, скажімо, папером для друку, впевніться, що вам це справді потрібно;
- забезпечуйте негайний ремонт пошкодженої сантехніки, особливо такої, що протікає. Повідомте про це відповідні служби.

**3. Утилізація** – для зменшення частки первинних товарів при закупівлях слід обирати товари з маркуванням «вторинна переробка», це означає, що їх можна повторно переробляти. Використовуйте техніку та папір, які вироблені з додаванням вторинної сировини.

### **Практичні рекомендації:**

#### **1. Енергозбереження:**

- Вимикайте світло при виході з офісу або місця загального користування.

- Встановіть компактні люмінесцентні лампи. Вони використовують на 75 % менше електроенергії та служать в 10 разів довше (до 10 років) у порівнянні зі звичайними лампами розжарювання. Не важко підрахувати, що за сьогоднішньої ціни на електроенергію, одна енергозберігаюча лампа окуповується за 10-11 місяців.

- Максимально використовуйте природне світло з вікон.

- Замість того, щоб освітлювати всю кімнату, за можливостю, використовуйте настільну лампу для освітлення місця, де ви працюєте.

*Приклад. Міжнародний досвід: компанія «ІВМ» (у світовому масштабі) Комп'ютерний гігант «ІВМ» підрахував, що компанія зекономила 17,8 мільйонів доларів у представництвах по всьому світі завдяки заохоченню своїх працівників вимикати офісну техніку та світло, коли це необхідно. Компанія вважає, що такими простими діями та змінами можна досягнути такого самого ефекту, як від ліквідації 50 000 авто з доріг, що, в свою чергу, дозволяє уникнути викидів 190 000 тонн двоокису карбону в атмосферу.*

**2. Економія води.** *Цікаво: кран, що протікає протягом року втрачає 13500 л.*

**3. Економія тепла.**

**4. Економія паперу:** намагайтеся зменшити обсяг документів, меморандумів та звітів; якщо можливо, використовуйте одинарний інтервал замість подвійного; використовуйте економний шрифт (наприклад, Times New Roman).

*А чи знаєте ви, що...*

*Переробка купи паперу висотою один метр зберігає одне дерево. Використання паперу зростає на 20 % кожного року. У типовому офісі використовується 0,5 кг паперу на кожного працівника на місяць. Типовий американський юрист використовує одну тонну паперу щороку. Виробництво повторно переробленого паперу використовує на 65% менше води, забруднює менше повітря на 75%, а воду – на 35 відсотків. Здана в макулатуру 1 тонна паперу економить: 4,000 кВт/год*

*електроенергії, 29,000 літрів води, 30 кг кілограм забруднення у повітря.*

### **5. Харчові продукти:**

- *Вибирайте продукти з надійними сертифікатами, виданими незалежними третіми організаціями.*

- *Вибирайте продукти місцевого виробництва. Якщо можливо, вибирайте постачальників, які знаходяться якомога ближче до вашої компанії. Це зменшить шкідливі викиди CO<sub>2</sub> при доставці.*

- *Компостуйте харчові відходи після фуршетів компанії. Використовуйте багаторазовий посуд.*

*Серед міжнародних корпорацій можна знайти чимало прикладів прогресивної діяльності. Корпорація «Форд», наприклад, головну мету своєї екологічної політики вбачає у скороченні викидів вуглекислого газу в атмосферу шляхом підвищення економічності двигунів своїх автомобілів. Одночасно «Форд» щорічно використовує 64 тис. т матеріалів, що підлягають утилізації і вторинному застосуванню. Зокрема, 90 % матеріалів, з яких виготовляється модель «Ягуар-Х», підлягає вторинному використанню. Про ці результати можна дізнатися зі звітів корпоративного громадянства «Форд Мотор компанії».*

*Відомим у світі є також досвід екологічної діяльності японської корпорації «НТТ». У 1991 р. була затверджена «Хартія компанії «НТТ» з довкілля», на основі якої розробляються два типи планів: Основна програма заходів з охорони довкілля та Докладна річна програма заходів. Одна з таких річних програм, наприклад, включала такі заходи: скорочення споживання паперу, запобігання потеплінню клімату, скорочення і переробка відходів, захист озонового шару атмосфери.*

### **Питання для самоконтролю:**

1. *Інвестування в агроекологію: перспективи та напрями.*
2. *Виробництво екологічно-чистої продукції на сучасному етапі.*
3. *Використання принципів «зеленого офісу»: іноземний досвід.*
4. *Кращі практики елементів зеленого офісу в Україні.*
5. *Напрями посилення екологічної відповідальності в Україні.*

### **Тестові завдання:**

1. *Екологічна політика в Україні на національному рівні формується:*

А) Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України;

Б) Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства;

В) Міністерством енергетики України;

Г) усі відповіді вірні.

2. *На стратегічному рівні пріоритети екологічної політики визначені у:*

А) Законі України «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року»;

Б) Законі України «Про навколишнє середовище»;

В) Законі України «Про основні засади державної екологічної політики України»;

Г) Законі України «Про екологію».

3. *Забезпечення негайного ремонту пошкодженої сантехніки, особливо такої, що протікає – є принципом «зеленого офісу»:*

А) закупівля;

Б) використання;

В) утилізація;

Г) енергозбереження.

4. *До практичних рекомендацій «зеленого офісу» не належить:*

А) енергозбереження;

Б) економія води;

В) економія паперу;

Г) зменшення кількості сміття.

5. *Концепція української організації, яка має на меті зменшити негативний вплив діяльності підприємств на навколишнє середовище та сприяти раціональному використанню ресурсів — це?*

А) «зелений офіс»;

Б) зелений дім;

В) озеленення планети;

Г) зелений прибуток.

6. *Який принцип «зеленого офісу» вимагає дотримання вимог екологічного маркування та відповідного енергозбереження якості для усіх товарів та обладнання?*

- А) закупівля;
- Б) використання;
- В) утилізація;
- Г) енергозбереження.

## **Тема 7. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

7.1 Сутність соціального партнерства та його роль у функціонуванні ринкової економіки.

7.2 Механізм формування соціального партнерства.

7.3 Державно-приватне партнерство.

***Ключові поняття:** соціальне партнерство, державно приватне партнерство, соціальна держава, суб'єкти соціального партнерства, об'єкт соціального партнерства, ознаки державно приватного партнерства, концесія, лізинг.*

### **7.1 Сутність соціального партнерства та його роль у функціонуванні ринкової економіки**

У сучасних умовах переважним способом регулювання відносин найманої праці стає спосіб досягнення домовленості між працею і капіталом, що отримав назву «**соціальне партнерство**». Цей термін умовний, оскільки істинно партнерські відносини між найманими працівниками і роботодавцями складаються не зважаючи на протилежності їх інтересів. Однак поряд з конфліктом інтересів має місце і їх спільність: забезпечення ефективного функціонування організації як необхідної умови для реалізації інтересів і роботодавця, і працівників.

Україна є соціальною державою, політика якої спрямована на створення умов, що забезпечують гідне життя й вільний розвиток людини. Це дає підстави визнати необхідність гарантування з боку держави прав людини, що призводить до визнання необхідності соціального співробітництва.

**Соціальна держава** – поняття, що характеризує сучасну державу, яка у відносинах із громадянським суспільством вирішує соціально-економічні, культурні й екологічні завдання.

Принцип соціальної державності – перерозподіл національного доходу в інтересах суспільства в цілому, зокрема на користь соціально незахищених верств населення.

**Соціальною можна вважати лише ту державу, яка:**

- спирається на верховенство права;
- забезпечує гарантії дотримання прав і свобод людини;
- створює сприятливі умови для реальної участі працівників у виробленні й соціальній експертизі управлінських рішень на всіх рівнях управління і влади;
- визнає та реалізує систему соціального партнерства як основного механізму досягнення громадської згоди, балансу інтересів працівника, роботодавця, держави при регулюванні соціально-економічних і трудових відносин .

Соціальна політика держави буде повноцінною лише тоді, коли держава за активної участі інших суб'єктів громадянського суспільства на основі співробітництва розробляє її пріоритети і стратегію, а також спільними зусиллями організує їх практичну реалізацію. Тільки орієнтуючись на соціальне партнерство, в багато суб'єктному суспільстві можуть бути в повному обсязі забезпечені конституційно закріплені функції соціальної держави. Сприяння зміцненню інститутів громадянського суспільства дає змогу членам цього суспільства досягати спільних інтересів. Таким чином, соціальне партнерство може стати основним інструментом побудови й розвитку соціальної держави.

Розвиток соціального партнерства неможливий без інституціоналізації його сторін.

**Інституціоналізація суб'єктів соціального партнерства, їх взаємодія й взаємний вплив сприяють розвитку соціальній відповідальності. Це підтверджується такими положеннями:**

1. Для представників суспільства (профспілок й об'єднань роботодавців ) взаємодія з державою за принципами соціального партнерства слугує важливим елементом їх власного демократичного розвитку й організаційного зміцнення як інститутів реалізації громадської та політичної активності своїх членів.

2. Взаємний вплив об'єднань роботодавців і профспілок у системі соціального партнерства сприяє формуванню необхідної для демократичного розвитку взаємної терпимості та громадянської відповідальності;



3. Вплив профспілок і влади на роботодавців сприяє формуванню соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством.

**Суспільне призначення соціального партнерства** полягає у практичному втіленні узгодженої соціально орієнтованої політики, у сприянні врегулюванню соціальних конфліктів, подоланню кризових явищ, в кінцевому підсумку — зростанні якості життя громадян країни в найширшому розумінні.

**Соціальне партнерство здійснюється на різних рівнях:**

- міжнародному (мегаекономічному),
- національному (макроекономічному),
- галузевому і регіональному (мезоекономічному),
- виробничому (мікроекономічному).

**Суб'єктами соціального партнерства**, як і суб'єктами соціально-трудових відносин, є наймані працівники, трудові колективи, професійні спілки – з одного боку, роботодавці та їх об'єднання – з другого, і держава та органи місцевого самоврядування – з третього, а також їхні представники та спільно створені органи з регулювання соціально-трудових відносин. На міжнародному (мегаекономічному) рівні суб'єктами соціального партнерства є окремі держави та міжнародні організації.

**Об'єктом соціального партнерства** є узгоджена соціально-трудова політика, що на різних рівнях має своє конкретне наповнення.

Реалізується соціальне партнерство через систему взаємних консультацій, переговорів, угод на державному, галузевому, територіальному рівнях, укладання колективних договорів на підприємствах або у їхніх підрозділах, укладання індивідуальних трудових контрактів між роботодавцем та працівником, а також через систему вирішення трудових спорів, узгодження й захисту інтересів сторін.

## **7.2 Механізм формування соціального партнерства**

**Важливими складовими мети соціального партнерства є:**

- створення необхідних умов для забезпечення зайнятості працездатного населення;
- поліпшення організації виробництва й умов праці;
- підвищення життєвого рівня працівників і членів їх сімей;

- вдосконалення способів і методів соціального та правового захисту працівників і членів їх сімей.

**Співпраця вимагає від партнерів безумовного дотримання основних його принципів, що є загальними для всіх рівнів:**

- дотримання чинного законодавства;
- повноважність представників сторін;
- рівність сторін на переговорах;
- пріоритетність процедур примирення;
- постійне прагнення сторін до прогресу в розвитку ділових відносин, неприпустимість погіршення умов угоди більш високого рівня;
- добровільність ухвалення зобов'язань сторонами;
- обов'язковість виконання і відповідальність сторін за невиконання або неналежного виконання прийнятих зобов'язань;
- регулярність проведення консультацій у ході співпраці.

Основу механізму партнерських відносин складають форми, методи, способи, процедури і технології (сукупність методів і процедур) взаємодії, система контролю виконання прийнятих договорів, угод, а також організаційно-функціональні структури (органи) на всіх рівнях соціального партнерства.

**Найважливішими елементами механізму соціального партнерства є:**

- постійний переговорний процес між представниками інститутів соціального партнерства, тобто профспілок, об'єднань працедавців, підприємців і владних структур;
- постійно працюючі органи (трибічні комісії) з регулювання соціально-трудова відносин;
- встановлення і дотримання процедур узгодження інтересів і позицій сторін;
- кодифікування відносин партнерства у законах, у нормативних документах органів державного управління;
- системи контролю за виконанням прийнятих договорів і угод;
- робота експертів партнерських відносин, що аналізують стан і перспективи розвитку системи соціального партнерства;
- доведення ідей соціального партнерства до широких верств населення, тощо.

**Методи взаємодії соціальних партнерів:**

1. Проведення консультацій.
2. Колективні договори.

3. Висування вимог і пропозицій сторін.
4. Використання примирливих процедур.
5. Оформлення досягнутих домовленостей і угод.
6. Контроль за виконанням домовленостей і угод.

**Проведення консультацій або соціальний діалог** – це процес визначення і зближення позицій, досягнення загальних домовленостей і ухвалення узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, працедавців, органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, із питань формування і реалізації державної соціально-економічної політики та регулювання соціально-трудова відносин. Важливою частиною соціального діалогу як методу взаємодії соціальних суб'єктів є колективні переговори.

**Колективні переговори** проводяться з метою складання колективних договорів і угод. За наслідками колективних переговорів складаються: на федеральному рівні – федеральні угоди; на регіональному рівні – регіональні угоди; на локальному рівні – колективні договори. Колективні договори і угоди після їх підписання є обов'язковими для виконання суб'єктами всіх сторін соціального партнерства.

**Вимоги, висунуті працівниками або органом, що їх представляє, організації (філії, представництва або іншого відособленого структурного підрозділу), приватного підприємця, затверджуються на колективних зборах (конференції) працівників, закріплюються у письмовій формі і подаються працедавцеві. Працедавець повинен обов'язково ознайомитися з наданими йому вимогами працівників і повідомити про ухвалення рішення об'єднання, що представляє інтереси працівників організації (філії, представництва, іншого відособленого структурного підрозділу) у письмовій формі впродовж трьох календарних днів із моменту вручення вимоги працівників.**

У організації і проведенні процедур примирення беруть участь комісія примирення, представники сторін, посередник, трудовий арбітраж і державний орган, що відповідає за врегулювання колективних суперечок у галузі праці.

Колективний договір може передбачати додаткові, порівняно з чинним законодавством і угодами гарантії, соціально-побутові пільги.

**Контроль за виконанням колективного договору** або іншої угоди проводиться безпосередньо сторонами, які його уклали, в порядку, визначеному цим колективним договором або угодою. Також передбачена система звітності із виконання досягнутих договорів і угод. Так, сторони, які підписали колективний договір, щорічно в терміни, передбачені колективним договором, звітують про його виконання.

Соціальне партнерство – частина всієї системи соціального регулювання, встановленої державою і іншими суб'єктами ринку.

*Ефективне соціальне партнерство забезпечує зростання «соціальної стійкості», тобто покращує економічний і соціальний стан населення.*

Для його ефективності важливо дотримуватися основних принципів соціального партнерства й удосконалювати його механізм.

### **7.3 Державно-приватне партнерство**

Відповідно до визначення Європейської комісії **державно-приватне партнерство зводиться до передання приватному сектору частини повноважень, відповідальності та ризиків щодо реалізації інвестиційних проєктів, які фінансувалися публічним сектором.**

Державно-приватне партнерство передбачає використання механізму розподілу ризиків і відповідальності за результати господарської діяльності між державою та підприємницькими структурами.

**Впровадження таких проєктів здійснюється з дотриманням наступних принципів:**

- пріоритетність інтересів держави (державні органи влади виступають замовником проєкту і визначають основні правила співпраці з бізнесом);
- розподіл ризиків між сторонами (ризики повинні передаватися тій стороні, яка може забезпечити їх більш ефективно управління);
- прозорість (суспільство має достатній доступ до інформації відносно діяльності партнерів);
- рівноправний характер відносин між сторонами.

**У «Зеленій книзі про державно-приватне партнерство», що була прийнята в рамках Євросоюзу, було визначено два типи такого партнерства:**

- Договірною характеру. Відповідно до нього приватній особі за виконану роботу, чи надані послуги, гарантується винагорода від публічної організації або/чи безпосередніх користувачів, і це регулюється директивами ЄС щодо проведення публічних тендерів.

- Інституційного характеру. В його межах можливе формування нової юридичної особи, співзасновниками якої є публічна і приватна організації.

У більшості випадків, механізм державно-приватного партнерства використовувався в країнах Європи саме для створення інфраструктурних об'єктів. *Наприклад, у Фінляндії, таким чином були побудовані центральні автошляхи, в Португалії - реконструйовані аеропорти та регіональні шляхи, у Франції - оновлено мережі водопостачання та побудовані швидкісні автомагістралі. Але досвід не завжди був позитивним. З певними труднощами зіштовхнулися країни Центральної та Східної Європи, де економіка та політична система знаходилась на стадії становлення.*

**До ознак державно-приватного партнерства належать:**

- забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера;

- довготривалість відносин (від 5 до 50 років);

- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;

- внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

У рамках здійснення державно-приватного партнерства можуть укладатися договори про:

- концесію;

- спільну діяльність;

- розподіл продукції;

- інші договори.

**Договір концесії** (концесійний договір) – договір, відповідно до якого уповноважений орган виконавчої влади чи орган місцевого самоврядування (концесієдавець) надає на платній та строковій основі суб'єкту підприємницької діяльності

(концесіонеру) право створити (побудувати) об'єкт концесії чи суттєво його поліпшити та (або) здійснювати його управління (експлуатацію) з метою задоволення громадських потреб. Концесійний договір укладається на строк, визначений у договорі, який має бути не менше 10 років та не більше 50 років. Концесіонер вносить плату, обумовлену в договорі - концесійні платежі.

**Державно-приватне партнерство застосовується в таких сферах:**

- пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування;
- виробництво, транспортування і постачання тепла та розподіл і постачання природного газу;
- будівництво або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури;
- машинобудування;
- збір, очищення та розподілення води;
- охорона здоров'я;
- туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт;
- забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем;
- оброблення відходів;
- виробництво, розподілення та постачання електричної енергії;
- управління нерухомістю.

Інструмент державно-приватного партнерства є альтернативою приватизації, так як не передбачає переходу права власності від держави до приватного інвестора на весь термін реалізації проєкту. Після завершення дії угоди та виконання всіх зобов'язань об'єкт переходить у власність держави або громади.

У науковій літературі існують різні підходи щодо класифікації форм державного партнерства, залежно від ознаки цілеспрямованості формування партнерських відносин (для реалізації пріоритетних інфраструктурних проєктів, для залучення управлінської експертизи приватного сектору, партнерства, у пріоритеті яких є залучення інновацій тощо), від типів державно-приватного партнерства (будуй-володій-експлуатуй (Build-Own-Operate), будуй-експлуатуй-передавай (Build-Operate-Transfer), купи-будуй-експлуатуй (Buy-Build-Operate), проєктуй-будуй-

експлуатуй (Design-Build-Operate), будуй-розвивай-експлуатуй (Build-Develop-Operate) тощо.



Рисунок 7.1 – Форми державного партнерства в Україні

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [108]

Заслуговують на увагу запропоновані моделі державного партнерства відповідно до класифікації Світового банку залежно від ступеня участі приватного сектора (рис. 7.1).

На рис. 7.2 наведено ключові елементи ефективного механізму ДПП в Україні.

Ефективність наведеного механізму залежить від взаємодії державного сектора (представників органів місцевого самоврядування, громади) та аграрного сектора. Представники громади (депутати) разом з органами місцевого самоврядування відповідно до місцевих програм соціально-економічного розвитку місцевості формують ключові напрями розвитку на умовах ДПП.



Рисунок – 7.2 Механізм взаємодії державного сектору з аграрним бізнесом на умовах державно-приватного партнерства

Джерело: розробка авторів

У результаті встановлюються взаємовідносини між органами місцевого самоврядування та бізнесовими структурами аграрного сектору, спрямовані на розвиток соціальної інфраструктури



сільської місцевості з перевагами як для державного сектора, так і для аграрного бізнесу (приватний партнер) (табл. 7.1).

**Таблиця 7.1 Переваги реалізації державно-приватного партнерства**

Для державного сектора	Для бізнесу (приватний партнер)
- зменшення фінансового навантаження на державний бюджет (залежно від форми ДПП)	- можливість залучення бюджетних коштів
- зменшення та оптимізація ризиків	- розвиток креативного мислення бізнесу
- співпраця між державною владою та бізнесом	- доступ до різних сфер обслуговування (ЖКГ)
- реалізація креативних соціально-економічних та екологічних проєктів	- мотивація переходу до пільгової категорії платника (пільгове оподаткування, кредитування)
- зменшення рівня безробіття сільського населення	- можливість співпраці з державними органами
- ефективність побутового обслуговування населення	- позитивна суспільна думка
- підвищення рівня соціально-культурного розвитку населення	- підвищення іміджу на основі залучення до соціально-економічних, екологічних проєктів
- сталість результатів проєктів місцевого розвитку тощо	- розвиток проєктного фінансування тощо

Джерело: сформовано авторами

Отже, державно-приватне партнерство покликане взаємоузгодити відносини державного сектора з бізнесовими структурами аграрного сектора, результатом яких є розвиток соціальної інфраструктури сільської місцевості.

#### **Питання для самоконтролю:**

1. Соціальне партнерство як тип соціальних відносин.
2. Ефективність господарювання соціального партнерства.
3. Соціальне партнерство в Миколаївській області.
4. Соціальне партнерство аграрного сектора економіки держави.
5. Профспілки та їх значення в Україні.

#### **Тестові завдання:**

1. *На яких рівнях здійснюється соціальне партнерство?*

А) міжнародному, національному, галузевому і регіональному, виробничому;

Б) національному, галузевому і регіональному, виробничому;

В) міжнародному, національному, галузевому, виробничому;

Г) міжнародному, національному, регіональному, виробничому.

2. *Суб'єктами соціального партнерства є:*

А) наймані працівники, трудові колективи, професійні спілки;

Б) роботодавці та їх об'єднання;

В) держава та органи місцевого самоврядування;

Г) всі вище перелічені.

3. *Узгоджена соціально-трудова політика, яка враховує усі рівні функціонування, має своє конкретне наповнення через:*

А) сутність соціального партнерства;

Б) суспільне призначення соціального партнерства;

В) об'єктом (предметом) соціального партнерства;

Г) суб'єктами соціального партнерства.

4. *Що з переліченого не є принципом співпраці між партнерами?*

А) дотримання чинного законодавства;

Б) використання співпраці для економічного зростання;

В) повноваження представників сторін;

Г) рівність сторін на переговорах.

5. *Що представляє собою метод проведення консультацій або соціальний діалог?*

А) проводяться з метою складання колективних договорів і угод;

Б) організації (філії, представництва або іншого відособленого структурного підрозділу), приватного підприємця, затверджуються на колективних зборах (конференції) працівників, закріплюються у письмовій формі і подаються працедавцеві;

В) процес визначення і зближення позицій, досягнення загальних домовленостей і ухвалення узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, працедавців, органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, із питань формування і реалізації державної соціально-економічної політики та регулювання соціально-трудових відносин;

Г) частина всієї системи соціального регулювання, встановленої державою і іншими суб'єктами ринку.

б. У рамках здійснення державно-приватного партнерства можуть укладатися договори про:

- А) концесію;
- Б) спільну діяльність;
- В) розподіл продукції;
- Г) всі перераховані.

## **Тема 8. МОНІТОРИНГ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

8.1 Нефінансова звітність підприємств: переваги та особливості

8.2 Нефінансове звітування: «Звіт з прогресу».

8.3 Рейтинг прозорості компаній щодо соціальної відповідальності.

***Ключові поняття:** нефінансове звітування, соціальні звіти, Звіт про КСВ, Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору, Звіт зі сталого розвитку, Звіт за стандартом AA1000, Глобальна ініціатива щодо звітності.*

### **1. Нефінансова звітність підприємств: переваги та особливості**

**Соціальна або нефінансова звітність** – це звіти компаній, що включають інформацію не тільки про результати фінансово-економічної діяльності (прибуток, дивіденди, інвестиції, компенсації співробітникам, репутація і т.д.), але і соціальні (охорона здоров'я та безпека, трудові відносини, етика бізнесу, взаємовідносини з громадою тощо) та екологічні (використана енергія, викиди вуглецю, використання землі й екосистем, техногенні аварії, відповідність (невідповідність) екологічному законодавству і т.д.) показники.

Вона є публічною і розглядається як інструмент інформування різних груп впливу компанії (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, місцевої громади, широкої громадськості, уряду, міжнародної спільноти і суспільства) про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності.

Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах (стандартах) з чотирьох загальноприйнятих:

1. **Звіт про КСВ** – діяльність (соціальний звіт, звіт про соціальні або екологічні проекти компанії). Це – найбільш легкий нефінансовий звіт, який готується компанією. Він створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні жодні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проектів компаній і не проходить аудит.

2. **Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору** (СОР –Communication on Progress). Звіт з прогресу (щодо виконання принципів Глобального Договору (ГД) ООН) – це одна з найпоширеніших та найлегших до впровадження форм нефінансової звітності, що не проходить аудит. Глобальний Договір ґрунтується на десяти універсальних принципах, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Звіт з прогресу щорічно обов’язково готують тільки ті компанії, що є підписантами (членами) Глобального Договору ООН.

3. **Звіт зі сталого розвитку**. Цей звіт є найбільш складним нефінансовим звітом, оскільки готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у своєму звіті за п’ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності.

**Таблиця 8.1 Принципи Глобальної ініціативи щодо звітності (GRI)**

Принципи складання	Сутність принципів
Відкритість	Повне розкриття процесів, процедур і припущень, що лежать в основі підготовки звіту, є необхідною умовою довіри до нього

Продовження таблиці 8.1

Залучення стейкхолдерів	Систематичне залучення зацікавлених осіб до процесу звітності для визначення найбільш важливих питань і послідовного поліпшення якості звітів
Верифікація	Дані та інформація звітів повинні бути підтверджені протоколами, систематизовані, проаналізовані та представлені таким чином, щоб їх правдивість можна було перевірити за допомогою внутрішнього аудиту або зовнішнього оцінювання
Повнота	У звіті наводиться вся інформація, що є істотною для оцінки економічної, екологічної, соціальної результативності підприємства, за умови, що вона відповідала визначеним межам, сфері та його часовим рамкам
Значимість	Ступінь важливості, що надається кожному аспекту, показнику або фрагменту інформації і визначає рівень, за якого інформація стає достатньо значимою для включення до звіту
Контекст сталого розвитку	Підприємство, що готує звіт, має прагнути включити інформацію про свою результативність до більш широкого контексту екологічних, соціальних та інших меж і обмежень, якщо завдяки йому інформація, що повідомляється, набуває істотного додаткового значення
Точність	Інформація, яка повідомляється, повинна мати низький рівень похибки, щоб прийняті за її допомогою рішення мали високий рівень надійності
Об'єктивність	Слід уникати упередженості при відборі й подачі інформації, а також прагнути представити збалансовану картину результативності організації
Зіставлення	При підготовці звітів підприємство повинно послідовно використовувати єдину методичку, підходи до визначення меж і сфери застосування, повідомляти про будь-які зміни, а також коригувати раніше опубліковані дані
Ясність	Форма подання інформації повинна враховувати різноманітні потреби та особливості різних груп зацікавлених сторін, забезпечувати доступність інформації для максимальної кількості користувачів з одночасним збереженням прийняттого рівня детальності
Вчасність та регулярність	Періодичність публікування звітів повинна відповідати потребам користувачів і характеру самої інформації

Джерело: сформовано авторами

#### 4. Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA 1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності

(Institute of Social and Ethical Account Ability). Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахування їхньої думки під час аналізу діяльності компанії. Згідно з вимогами стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення цінностей і задач компанії), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, збір та аналіз інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою організацією. Стандарт перевірки звітності AA 1000 націлений на сприяння організаційній звітності задля сталого розвитку шляхом забезпечення якості нефінансового обліку, аудиту та звітності.

Соціальна звітність у світі включає в себе різні напрями локальної соціальної відповідальності (табл. 8.2).

**Таблиця 8.2 Порівняння напрямів соціальної звітності у світі та в Україні**

Напрями соціальної звітності у світі	Напрями соціальної звітності в Україні
- питання, які пов'язані з екологією	- соціальна відповідальність перед працівниками
- напрями, які пов'язані із потребами суспільства	- включення соціальної відповідальності у бізнес-стратегію підприємства
- бізнес-ризик	- соціальна відповідальність перед споживачами
- антикорупційна діяльність	- екологічний маркетинг тощо
- взаємозв'язок зі стейкхолдерами	
- прозоре ведення бізнесу	
- бізнес-етика тощо	

Джерело: систематизовано авторами

В Україні, хоч і набуває поширення соціальна звітність відповідно до певних стандартів, проте при її формуванні підприємства мало приділяють уваги взаємодії зі стейкхолдерами, антикорупційній діяльності.

Формування та звітування підприємств в Україні у форматі нефінансової звітності регламентується рядом нормативних документів (табл. 8.3). Таким чином, більшість з наведених нормативних документів щодо формування нефінансової звітності є добровільною і необов'язковою. Керівництво підприємства має право саме вирішувати, в якій формі і який нефінансовий звіт формувати.

**Таблиця 8.3 Нормативно-правові документи регулювання соціальної (нефінансової) звітності в Україні**

Нормативні документи щодо регулювання	Міжнародний рівень	Державний рівень	Рівень підприємства
Директива ЄК	Публічні компанії, страхові та банківські установи, акції яких котируються на біржах; Кількість працівників становить більше 500 осіб	За умови, що материнська компанія знаходиться в Європі	Здійснюється відповідно до законодавства, якщо підприємство підпадає під звітвання
Звіт з прогресу (Глобальний договір ООН)	Підприємства-члени Глобального договору ООН	Підприємства-члени Глобального договору ООН	Не обов'язковий аудит
GRI G4 (Звіт зі сталого розвитку)	Добровільний	Добровільний	Можливий аудит
Стандарт з інтегрованої звітності	Добровільний (за умови складання звіту зі сталого розвитку)	Добровільний (за умови складання звіту зі сталого розвитку)	Можливий аудит
AA 1000 (Стандарт верифікації)	Добровільний за умови верифікації організації	Добровільний за умови верифікації організації та дотримання національного законодавства	Можливий аудит
ISO 14001 (Стандарт з екологічного менеджменту)	Добровільний	Добровільний, враховуючи національне законодавство	Можливий екологічний аналіз або аудит
SA 8000 (Соціальна відповідальність)	Добровільний за умови дотримання Конвенції МОП	Добровільний за умови дотримання Конвенції МОП та національного законодавства	Не обов'язковий аудит
ISO 26000 (Керівництво із соціальної відповідальності)	Добровільний	Добровільний за умови дотримання національного законодавства	Не обов'язковий аудит

Джерело: систематизовано авторами

У нефінансових звітах українських підприємств відсутні показники ефективності, які розроблені відповідно до Цілей сталого розвитку. Більшість нефінансових звітів містять тільки кількісні показники досягнень відповідно до визначених напрямів локальної соціальної відповідальності за поточний період, інколи у порівнянні з попереднім періодом.

Показники представлення та реалізації Цілей сталого розвитку представлені такими українськими підприємствами, як: «АрселорМіттал», «СКМ», «ПУМБ», «ДТЕК», «Оболонь», «Carlsberg Ukraine», «Галнафтогаз», «Lifecell», ТОВ «Кернел» тощо.

Менше половини українських підприємств (11 із 25) звітують про соціальне партнерство – ціль №17 «Партнерство заради сталого майбутнього». Партнерами підприємств, як правило, є місцеві органи влади, заклади вищої освіти, бізнес-асоціації, неурядові організації тощо.

За результатами дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6 %) або як частину загального звіту компанії (11,8 %). За дослідженнями проекту UNITER лідерами в підготовці соціальних звітів в Україні є великі компанії та підприємства державної форми власності у сферах будівництва, зв'язку і послуг.

## **2. Нефінансове звітування: «Звіт з прогресу»**

Глобальний Договір не передбачає якогось «нагляду» чи суворої оцінки діяльності компанії. Він базується виключно на добровільних ініціативах бізнесу щодо підтримки принципів сталого розвитку, прозорості діяльності, публічної звітності, втілення принципів Глобального Договору в ділову стратегію, корпоративну культуру та повсякденну ділову практику.

Упродовж перших двох років підписання Глобального договору компанія має активізувати свою діяльність у соціально відповідальному бізнесі. Після цього вона повинна оприлюднити свій перший «Соціальний звіт».

В Україні Глобальний Договір був започаткований у квітні 2006 року. Кількість учасників Глобального Договору в Україні перевищує 140, які заснували національну мережу з метою



поширювати ініціативи корпоративної соціальної відповідальності в Україні, обміну досвідом, освіти та спільних дій.

Одне з найбільш вагомих зобов'язань, які компанія приймає на себе, приєднуючись до Глобального Договору – це складання **щорічного «Звіту з прогресу»**. Цей звіт є комунікацією компанії до зацікавлених сторін (клієнти, співробітники, трудові організації, інвестори, ЗМІ, уряд) щодо прогресу компанії у сфері реалізації десяти принципів у їхній повсякденній бізнес діяльності та, коли це є доречним, підтримання цілей ООН шляхом партнерства.

Учасникам Глобального Договору рекомендується щороку підтримувати контакт із власниками компаній та іншими зацікавленими сторонами для повідомлення прогресу на тему виконання і втілення в життя десяти загальних принципів Глобального Договору. Інформування про досягнуті результати можна здійснювати, використовуючи щорічні фінансові документи, звіти з питань стійкості, інші провідні форми публічного звітування, а також у разі необхідності слід залучати такі допоміжні ресурси, як веб-сторінки та інші шляхи поширення інформації і засоби комунікації.

**«Звіт з прогресу» складається з трьох головних кроків:**

**Крок 1: Створення системи для комунікації щодо досягнутих результатів і прогресу**

Незважаючи на відсутність єдиної системи звітування, необхідно надати такі дані:

**а) Оголошення про постійну підтримку Глобального Договору** у формі повідомлення (супровідний лист) від головного виконавчого керівника, генерального директора або іншої відповідальної особи. Таке підтвердження підтримки ініціативи може надати тільки головне виконавче керівництво компанії. Надання цієї інформації засвідчує, що компанія поважає Глобальний Договір, є до нього причетною і приділяє йому особливу увагу.

**б) Опис практичних заходів**, які були проведені учасником протягом попереднього фінансового року для реалізації та підтримки десяти принципів Глобального Договору. Опис таких практичних заходів включає 4 складових елемента:

- причетність до кожного із принципів та приділення їм уваги;
- правила, програми та системи менеджменту компанії;

- практичні заходи, тобто чіткий опис діяльності, яка була проведена;

- загальна якість виконання вимог, прогрес щодо діяльності та здатність до виконання.

**Причетність** – у чому полягають Ваші правила та вимоги? Прохання надати загальний опис особистих прикладів причетності до універсальних цінностей, принципів і стандартів.

**Системи керування та менеджменту** – які у Вас є конкретні приклади планування та втілення? До таких прикладів належать структури менеджменту, опис документів, правила, коди і політика компанії, приклади регулювання діяльності, участь у комітетах, освітні програми, заходи для працівників компанії, підрядників та місцевої громадськості.

**Практичні заходи та інша діяльність** – які різновиди діяльності Ви змогли провести і яким чином? Цей підрозділ містить опис практичної діяльності для втілення зазначених вище програм та документів, а також пояснення форм і короткий опис учасників.

**Загальна якість та працездатність** – який був вплив прогресу? Будь ласка, висвітліть результати Ваших зусиль і заходів чіткими термінами, які б надали нам загальне уявлення та можливість порівняти Ваші наміри з конкретною плановою діяльністю, а також дізнатися про кінцеві результати й поліпшення ситуації.

**в) Вимір якості результатів.** Проводиться з використанням максимальної кількості стандартних показників або іншої системи виміру, з посиланням на приклад, наведений і детально роз'яснений у загальних правилах та інструкціях глобальної ініціативи про підтримку системи звітування. Особливо схвалюється деталізація щодо кількості заходів.

Варто зазначити, що навіть частковий опис якості результатів вважається кращим, ніж простий перелік програм або заходів. Цільові заходи можна використовувати для отримання очікуваних результатів. Надання системи виміру результатів дає можливість читачам звіту на тему прогресу усвідомити важливість і вплив перелічених заходів. У разі добровільних кроків для незалежного підтвердження інформації, наданої у звіті, компанія мусить забезпечити детальне пояснення методів досягнення таких кроків.

## **Крок 2: Поінформування власників компанії щодо звітування**

Інформування власників компанії та інших зацікавлених сторін є ключовим елементом політики Глобального Договору щодо повідомлення про результати і прогрес. Учасникам рекомендовано спілкуватися безпосередньо із власниками компанії з метою повідомлення про успіх втілення головних принципів, а також передавати звіти в засоби масової інформації після ознайомлення з ними власників компанії. Є дві основні моделі для забезпечення власників звітуванням на тему загального прогресу: використання існуючих фінансових звітів або інших методів.

а) Компанії, які надають інформацію власникам, використовуючи щорічні звіти або інші документи. У разі, якщо компанія опублікує щорічний фінансовий звіт або звіт з питань стійкості, результати прогресу і досягнень мають бути частиною загального документа. Також складовою частиною такого документа мусить бути оголошення підтримки у формі листа від найвищого керівництва. Загальний опис заходів та вимір якості результатів складатиме головний опис із поясненням, що додаткова інформація є у звіті.

б) Компанії, які надають інформацію власникам, використовуючи інші методи.

У разі, якщо компанія не має намірів опублікувати щорічний фінансовий звіт або звіт щодо стійкості, доповідь з питань прогресу може бути надіслана іншими шляхами – користуючись веб-сторінками, прес-релізами, офіційними заявами, повідомленнями від компанії. Тобто ресурсами, якими користуються працівники компанії, пайові власники і партнери, клієнти та інші учасники товариств різної форми власності для отримання інформації щодо обов'язків компанії на такі теми, як економічна і соціальна відповідальність чи проблеми навколишнього середовища.

## **Крок 3: Оголошення звіту про досягнення і загальний розвиток у базі даних Глобального Договору**

Кожна компанія в Україні, яка підписала документ Глобального Договору, повинна розмістити електронну версію свого «Звіту з прогресу» (і веб-лінк, якщо він доступний) на глобальному сайті Глобального Договору за веб-адресою [www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org). Додатково, окрім оголошення загального звіту про здійснену роботу на веб-сайті Глобального Договору, кожна сторона має

також надіслати цю доповідь електронною поштою на адресу: [gc@un.org.ua](mailto:gc@un.org.ua). Секретаріат мережі Глобального Договору в Україні має намір оприлюднювати кожну довідку про стан справ або реалізацію проєктів на місцевій веб-сторінці ініціативи за адресою: [www.unglobalcompact.org.ua](http://www.unglobalcompact.org.ua).

### **8.3 Рейтинг прозорості компаній щодо соціальної відповідальності**

Варто відмітити, що все більшої актуальності в Україні набуває впровадження Цілей сталого розвитку. Центром «Розвитку КСВ» у 2018 р. було досліджено формування нефінансових звітів серед 25 підприємств, з них 19 – підготували Звіти з прогресу для Глобального договору ООН та 6 компаній – нефінансові звіти протягом 2015-2016 рр. з числа перших 100 компаній рейтингу 200 найбільших компаній у 2015 р. [406]. Найменше українських підприємств звітували у нефінансових звітах про ціль №10 – зменшення нерівності та №14 – збереження морських екосистем. Щодо стратегічного впровадження Цілей сталого розвитку у свою практику, то лише 3 підприємства інтегрували свою діяльність відповідно до ЦСР на стратегічному рівні, тобто визначили як частину необхідної соціальної політики, яка відповідає Цілям сталого розвитку («Nestle», «Арселор-Міттал» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт»).

Варто зазначити, що з моменту прийняття Цілей сталого розвитку, відбулося багато змін і трансформаційних процесів в економіці та суспільстві, які наблизили світ до їх виконання. За підсумком 2019 р. Україна у цілому досягла прогресу за 15 з 17 Цілей сталого розвитку. Український бізнес реалізує значну кількість ініціатив і проєктів з корпоративної соціальної відповідальності, які роблять посильний внесок у реалізацію Цілей сталого розвитку. Пріоритетними для українського бізнесу стали Ціль 4 «Якісна освіта», Ціль 8 «Гідна праця та економічне зростання» та Ціль 3 «Міцне здоров'я і благопо-луччя». Найвищий рівень відповідності національним завданням Цілей сталого розвитку простежується у практиках компаній, які спрямовані на досягнення Цілі 4 «Якісна освіта» та Цілі 10 «Скорочення нерівності» (на основі аналізу кейсів Конкурсу КСВ-кейсів). Українські компанії здебільшого не переглядали свої корпоративні КСВ-стратегії відповідно до прийнятих Цілей сталого розвитку.

Відповідно до даних Центру «Розвиток КСВ», практично у всіх компаніях відсутні показники вимірювання результатів проєктів та ініціатив з досягнення Цілей сталого розвитку. Потребує подальшого розвитку партнерство українських компаній з організаціями та установами задля досягнення Цілей сталого розвитку. Тільки для половини компаній, кейси і нефінансові звіти яких аналізувались, характерна співпраця. При реалізації проєктів та ініціатив з досягнення Цілей сталого розвитку компанії найчастіше співпрацюють з неурядовими організаціями та навчальними закладами [122].

**Таблиця 8.4** Компанії з найвищими рівнями прозорості, 2019 р.

Місце в рейтингу	Назва підприємства	Сектор економіки	Бали
1	АБ «Укргазбанк»	Фінансова та страхова діяльність	62
2	ПрАТ «Калсберг Україна»	Переробна промисловість	60
3	АТ «ПУМБ»	Фінансова та страхова діяльність	55,5
4	ДП «НАЕК Енергоатом»	Постачання електроенергій, газу, пари та кондиційованого повітря	53
5	НАК «Нафтогаз України»	Професійна, наукова та технічна діяльність	52
6	НЕК «Укренерго»	Постачання електроенергій, газу, пари та кондиційованого повітря	50
7	ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»	Переробна промисловість, металургійне виробництво	49,5
8	ПрАТ «Укргідроенерго»	Постачання електроенергій, газу, пари та кондиційованого повітря	48
9	АТ «Фармак»	Переробна промисловість, виробництво фармацевтичних препаратів та матеріалів	47
10	АТ «Укрзалізниця»	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська доставка	46

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [122]

Аналіз нефінансової звітності українських компаній та кейсів Конкурсу засвідчив, що компанії не переглядали стратегічні напрями політик сталого розвитку з урахуванням прийнятих Цілей сталого розвитку та розроблених відповідно до них національних завдань їх досягнення. Відповідно компанії не мають корпоративних цілей щодо досягнення Цілей сталого розвитку та практики вимірювання їхніх результатів. Інтегрували Цілі сталого розвитку в стратегії сталого розвитку (або стратегії корпоративної соціальної відповідальності) тільки Nestlé в Україні, ПрАТ «Карлсберг Україна» та Укргазбанк [122].

У 2019 р. лідером серед українських підприємств, відповідно до Індексу прозорості став АБ «Укргазбанк» із загальною кількістю балів – 62. Друге місце посідає ПрАТ «Карлсберг Україна» – 60 балів, третє АТ «ПУМБ» (55,5 бали), четверте – ДП «НАЕК Енергоатом» (53 бал), п'яте – НАК «Нафтогаз України» (52 бали).

Варто зазначити, що АТ «Укргазвидобування» у серпні 2020 р. затвердило «Стандарт корпоративної соціальної відповідальності АТ «Укргазвидобування» у відносинах із громадами, благодійними і громадськими організаціями», який побудований з урахуванням внеску компанії в досягнення трьох Цілей сталого розвитку: Ціль 3: Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх в будь-якому віці. Ціль 4: Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх. Ціль 11: Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів [122].

#### **Питання для самоконтролю:**

1. Нефінансова звітність підприємств: переваги та особливості.
2. Дослідити індекс прозорості компаній у динаміці відповідно по роках.
3. У чому полягає особливість інтегрованого звіту.
4. Наведіть основні форми нефінансової звітності, які поширені у світі (в Україні).
5. Особливості та значення соціального аудиту.

#### **Тестові завдання:**

1. *Звіт, який створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно нею визначено, оскільки відсутні*

*жодні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проєктів компаній і не проходить аудит.*

А) Звіт про КСВ;

Б) Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP –Communication on Progress);

В) Звіт зі сталого розвитку;

Г) Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability).

*2. Цей звіт є найбільш складним нефінансовим звітом, оскільки готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI).*

А) Звіт про КСВ;

Б) Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP –Communication on Progress);

В) Звіт зі сталого розвитку;

Г) Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability).

*3. Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахування їхньої думки під час аналізу діяльності компанії. Згідно з вимогами стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення цінностей і задач компанії), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, збір та аналіз інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою організацією.*

А) Звіт про КСВ;

Б) Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP –Communication on Progress);

В) Звіт зі сталого розвитку;

Г) Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability).

*4. На скількох принципах ґрунтується Глобальний Договір , які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи?*

А) 10;

Б) 8;

В) 5;

Г) 9.

*5. Скільки принципів Глобального Договору з Прав людини існує?*

А) 2;

Б) 4;

В) 5;

Г) 7.

6. Скільки принципів Глобального Договору з Принципів праці існує?

А) 2;

Б) 3;

В) 5;

Г) 4.

## **Тема 9. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

9.1 Оцінка соціальної відповідальності на рівні країни

9.2 Оцінка соціальної відповідальності на рівні підприємств: методи, показники.

9.2 Ефективність соціальної відповідальності.

***Ключові поняття:** показники соціальної відповідальності, оцінка соціальної відповідальності, індекс соціального розвитку, якісні методи, кількісні методи, індекс сталого розвитку Доу-Джонса, індекс британської організації «Бізнес у суспільстві», індекс FTSE 100, Індекс FTSE 250, індекс корпоративної відповідальності БІТС, метод Лондонської групи порівняльного аналізу, індексу соціального розвитку, метод потрійного підсумку, метод збалансованої карти оцінки.*

### **9.1 Оцінка соціальної відповідальності на рівні країни**

Необхідно зазначити, що програми і пріоритети щодо соціальної відповідальності окреслені й на рівні окремих країн. Тому первісно необхідно визначити, на якому саме рівні буде проводитися оцінка: глобальному, національному чи на рівні підприємства. Організація ООН з розвитку в межах проєкту «Прискорюючи КСВ» розробила показники виміру соціальної відповідальності країни, спираючись на досвід Литви. Оцінку розвитку соціальної відповідальності відповідно до їх методики рекомендовано проводити за бальною шкалою (табл. 9.1).



**Таблиця 9.1 Оцінка соціальної відповідальності на рівні країни**

Показники	Бали
<u>1. Управління і політика</u>	
1.1 Існування опублікованої національної стратегії з соціальної відповідальності або сталого розвитку	7,5
1.2 Існування окремого урядового департаменту або іншої урядової інституції, відповідальної за соціальну відповідальність	7,5
1.3 Існування законодавства, що просуває широке прийняття практик соціальної відповідальності	5
1.4 Відсоток «зелених закупівель» у загальній системі закупівель	5
<u>2. Залучення зацікавлених сторін і комунікація</u>	
2.1 Відсоток активних членів національної мережі Глобального Договору	5
2.2 Відсоток бізнес-асоціацій, які реалізують секторальні напрями локальної соціальної відповідальності	5
2.3 Відсоток місцевих компаній, які регулярно і структуровано звітують з локальної соціальної відповідальності (топ 110 компаній за рівнем обороту)	5
<u>3. Громадянське суспільство</u>	
3.1 Відсоток ЗВО, які пропонують спеціальні програми або курси з соціальної відповідальності або сталого розвитку, або етики ведення бізнесу	7,5
3.2 Кількість згадувань соціально відповідальних концепцій у громадських медіа протягом року	7,5
<u>4. Навколишнє середовище</u>	
4.1 Відсоток компаній, які котируються на біржі і використовують систему еко-управління	5
4.2 Викиди парникових газів і використання джерел енергії	5
4.3 Урядові витрати на захист навколишнього середовища, на одиницю ВВП	5
<u>5. Трудові практики</u>	
5.1 Відсоток компаній, які котируються на біржі і використовують систему управління трудовими практиками	3
5.2 Відсоток співробітників, які залучені до переговорів щодо колективної угоди	3
5.3 Гендерна рівність у бізнесі й уряді	5
5.4 Нещасні випадки, на 100000 робітників	4

Продовження таблиці 9.1

6. Прозорість і бізнес середовище	
6.1 Рівень корупції (як зазначено Transparency International)	10
6.2 Існування активності щодо соціально відповідальних інвестицій	5
Всього:	100

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [27]

Відповідно до даної методики оцінка рівня соціальної відповідальності держави оцінюється за 100-бальною шкалою. Найвищий бал оцінки припадає на управління політикою у сфері соціальної відповідальності, громадянське суспільство та рівень корупції. При цьому, більшість показників враховують рівень розвитку саме локальної соціальної відповідальності, які є основними суб'єктами господарювання.

Важливим критерієм оцінки рівня соціальної відповідальності на національному рівні вважається Індекс соціального розвитку (ICR), який розроблений американською неурядовою організацією Social Progress Imperative за підтримки компанії «Делойт». Відповідно до даних Індексу соціального розвитку (ICR), за рівнем життя населення у 2018 р. Україна за рівнем Індексу соціального розвитку посіла місце між Кубою (63) і Македонією (65) та залишається у групі країн із розвитком вище середнього. Прогрес відбувся у категоріях «Основні потреби людини», «Основи благополуччя» та «Можливості». Рівень ВВП України на душу населення підвищився із \$7,457 у 2017 році до \$7,668 у 2018 році. За індексу серед країн СНД Україна поступилася Білорусі (яка значно покращила показники за рік) (46), Вірменії (55) та Росії (60). Останню сходинку за рівнем соціального розвитку серед країн СНД посідає Таджикистан (106) [23].

## 9.2 Оцінка соціальної відповідальності на рівні підприємств

Оцінку локальної соціальної відповідальності (КСВ, СВБ) компанії мають проводити на постійній основі. Для найбільш повної і всебічної оцінки корпоративної соціальної відповідальності необхідно скористатися перевагами і **якісних, і кількісних методів**. Саме комбінація цих двох груп методів найкращим чином допомагає оцінити ефект.

Найбільше поширення і наукове обґрунтування мають **кількісні методи**, що будуються на методах та процедурах аналізу показників господарської діяльності підприємства. Кількісні методи оцінки більше підходять для оцінки причинно-наслідкових зв'язків на основі реєстрованих кінцевих кількісних результатів.

Використання **якісних методів** дає можливість у повній мірі оцінити інтереси і потреби представників соціальної групи, позиції всіх зацікавлених сторін і систему їх пріоритетів, допомагає зрозуміти економічний, політичний, соціальний контекст процесу КСВ.

Для оцінювання рівня локальної соціальної відповідальності необхідно визначитися, на якому рівні і якими нормативно-правовими документами потрібно керуватися. Якщо підприємство планує вийти на міжнародні ринки або займається зовнішньоекономічною діяльністю, то при оцінці рівня локальної соціальної відповідальності воно повинно визначати та аналізувати ряд специфічних показників (табл. 9.2), серед яких: індекс сталого розвитку Доу-Джонса, індекс британської організації «Бізнес у суспільстві», індекс FTSE 100, Індекс FTSE 250, індекс корпоративної відповідальності БІТС, метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group), індекс соціального розвитку (ICP), метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line), метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard) тощо.

**Таблиця 9.2 Міжнародні критерії оцінки локальної соціальної відповідальності підприємств**

Індекс з СВ	Характеристика
Індекс сталого розвитку Доу-Джонса	Цільовий орієнтир у галузі розрахунку вартості акціонерного капіталу для оцінки фінансової діяльності компанії, що є міжнародними лідерами сталого розвитку. Критерії, які використовуються, стосуються трьох сфер: економічної, навколишнього середовища і соціальної
Індекс британської організації «Бізнес у суспільстві»	Один із основних інструментів оцінки соціально відповідальних компаній. Система оцінки дозволяє організації забезпечити системний підхід до управління, вимірювання і звітності щодо бізнес-наслідків у суспільстві і навколишньому середовищі. В оцінюванні індексу можуть брати участь ті компанії, які мають дохід більш ніж 250 млн фунтів стерлінгів, що враховують індекси FTSE100, FTSE 250, індекс сталого розвитку Доу-Джонса

Продовження таблиці 9.2

Індекс FTSE 100	Базується на курсах акцій 100 компаній із найбільшою капіталізацією, включених до списку Лондонської фондової біржі, сумарна капіталізація цих компаній складає 80% капіталізації біржі
Індекс FTSE 250	Базується на курсах акцій 250 компаній Лондонської фондової біржі, тобто середніх за розміром компаній Великої Британії, які формують 20% економіки
Індекс корпоративної відповідальності БІТС	Розробляється на основі опитування, яке надає компаніям рамки для управління КСВ в організаціях-учасниках. Організація здійснює самооцінку за такими сферами соціальної відповідальності: корпоративна стратегія, інтеграція, сфери управління, сфери оцінки і впливу (екологічна, соціальна)
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)	Оцінка внесків компаній у розвиток та підтримку громад. Включає в себе: благодійні пожертвування, соціальні інвестиції або інвестиції в громаду, комерційні ініціативи, бізнес-практики
Індекс соціального розвитку (ICP)	Визначає рейтинги країн на базі показників, що мають безпосередній вплив на якість життя людей, порівнюючи за цими критеріями країни зі співставним рівнем ВВП
Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line)	Інтегроване висвітлення діяльності компанії у трьох аспектах її діяльності: економічному, соціальному й екологічному. Висвітлюються у корпоративній соціальній звітності
Метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard)	Оцінка проводиться на основі фінансових показників, відносин з клієнтами, аналізі внутрішніх бізнес-процесів та інновації й навчання
Стандарт SA 8000	Перший в світі аудійований стандарт, який визначає вимоги до соціального захисту, що дозволяють організації розробляти, підтримувати та впроваджувати політику й методи управління питаннями соціального захисту, які вона може контролювати, а також демонструвати це зацікавленим сторонам
Європейська модель (European Foundation for Quality Mariagement Model for Business Excellence)	Модель Європейського фонду управління якістю, яка стимулює організації вдосконалювати якість продукції та якість управління. Основні критерії: лідерство керівництва, стратегія, персонал, партнерство та ресурси, процеси, продукція і послуги
Індекс корпоративної благодійності (Corporate Philanthropy Ir.dex)	Зосереджується увага на благодійності та взаєминах із основними партнерами. Не враховуються економічні та екологічні результати діяльності підприємства
Соціальний індекс (Social Index SI)	Запропонований датським Міністерством соціальної політики, бере до уваги створення робочих місць. Індекс розраховується на підставі опитування співробітників і вимірюється за шкалою від 0 до 100. Підприємства, у яких значення індексу перевищує 60, отримують право використовувати спеціальний логотип корпоративної соціальної відповідальності
Індекс FTSE4Good	Фінансові, соціальні та екологічні показники компаній, що не належать до «заборонених галузей»
Індекс Domini Social Investment (DSI 400)	Соціальні й екологічні показники найбільших за капіталізацією компаній, які не належать до «заборонених галузей»

Джерело: узагальнено авторами

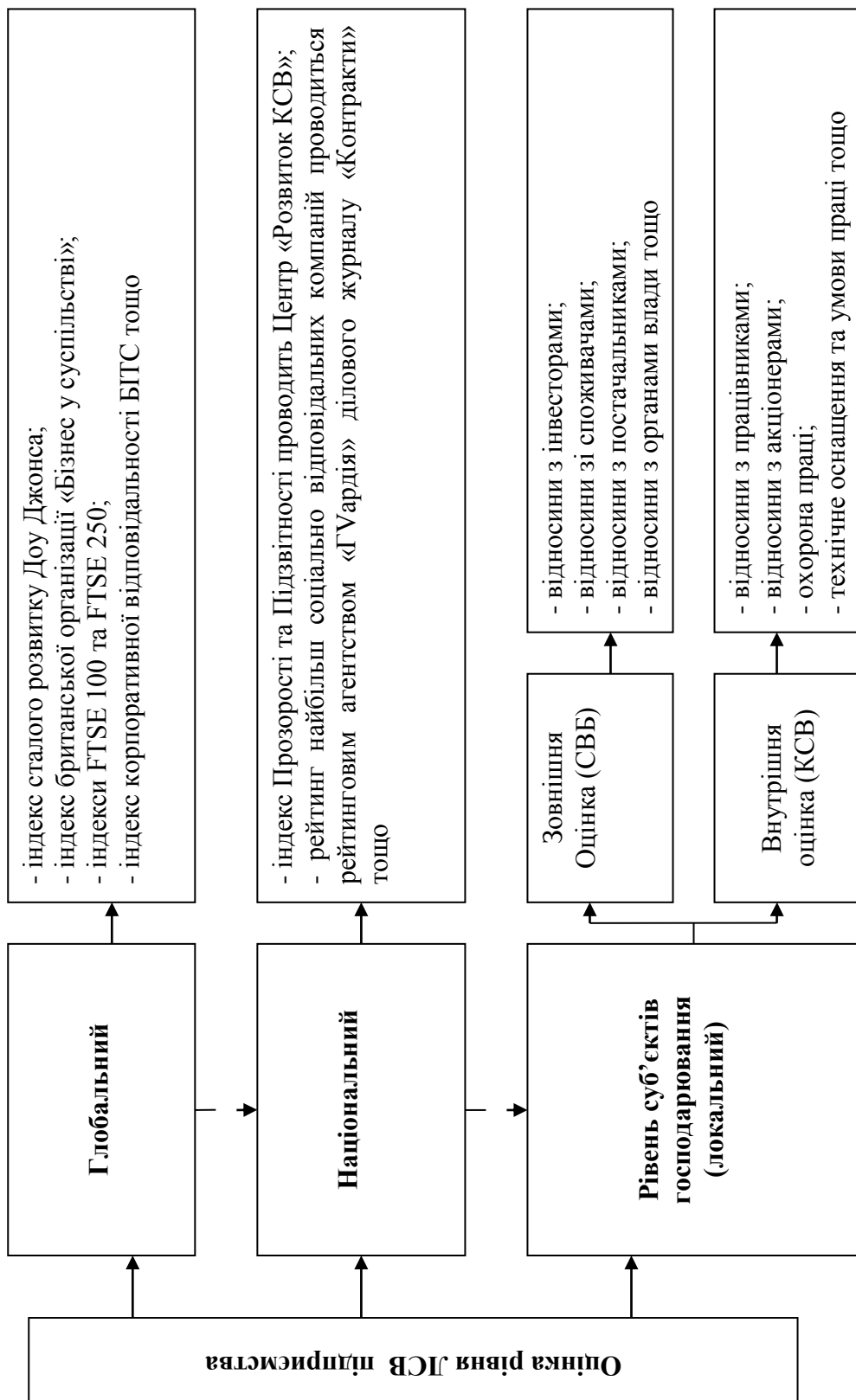


Рисунок 9.1 – Схема оцінки рівня локальної соціальної відповідальності підприємства

Джерело: розробка авторів

Для ґрунтової оцінки рівня локальної соціальної відповідальності підприємства аналіз необхідно проводити на 3-х рівнях: глобальному, національному, локальному, враховуючи зовнішні (СВБ) та внутрішні (КСВ) фактори (рис. 9.1).

Кожне підприємство може обирати для себе власні критерії та показники оцінки локальної соціальної відповідальності як на глобальному (Індекс сталого розвитку Доу Джонса, індекс британської організації «Бізнес у суспільстві» тощо), так і на національному (Індекс Прозорості та Підзвітності, рейтинг найбільш соціально відповідальних підприємств тощо).

Проте, якщо підприємство не в змозі активно впроваджувати ЛСВ на глобальному та національному рівнях, воно має можливість бути активним учасником на локальному рівні й здійснювати оцінку лише на цьому рівні (СВБ, КСВ).

### **9.3. Ефективність соціальної відповідальності**

Останнім часом у розвинених країнах поширюється тенденція функціонування підприємства в умовах структурного зрушення. Тобто, у процесі господарювання підприємства на стадіях зростання та зрілості починають активно застосовувати елементи локальної соціальної відповідальності і позиціонувати себе як соціально відповідальні підприємства (табл. 9.3).

Залежно від стадії життєвого циклу підприємство обирає для себе стратегічні та поточні цілі виробництва. Так, на стадії становлення головною метою підприємства є «вихід» та «виживання на ринку». З фінансової точки зору, на цьому етапі для підприємства головним є отримання короткочасного прибутку. Проміжними цілями є зайнятість, виплата заробітної плати, сплата податків. Активно залучатися до локальної соціальної відповідальності підприємство починає на стадіях зростання та зрілості.

Оскільки, підприємство починає активно розвиватися та функціонувати, то йому необхідно застосовувати нові сучасні підходи до ефективності господарювання. На сьогодні однією із таких сучасних тенденцій розвитку підприємства є саме локальна соціальна відповідальність. Підприємство на зазначених етапах починає позиціонувати себе як соціально відповідальне і реалізовувати певні соціальні програми.

**Таблиця 9.3 Основні цілі локальної соціальної відповідальності підприємства залежно від стадії його життєвого циклу**

Стадії життєвого циклу підприємства	Операційний цикл аграрного підприємства					
	Виробничий цикл		Поточні цілі		Фінансовий цикл	
	Стратегічні цілі	Поточні цілі	Стратегічні цілі	Поточні цілі	Стратегічні цілі	Поточні цілі
Становлення	- подолання бар'єру «входу» на ринок; - «виживання» на ринку	- зайнятість; - заробітна плата; - якість продукції; - сплата податків	- короткочасний прибуток; - окупність витрат	- укріплення своєї позиції на ринку		
Зростання	- зростання обсягів продукції; - заняття певної ніші на ринку	- задоволеність роботою; - визнання бренду підприємства; - якість продукції;	- максимізація прибутку; - підвищення рівня рентабельності	- реалізація соціальних програм; - прозора діяльність підприємства		
Зрілість	-забезпечення стабільності у діяльності підприємства; - освоєння додаткових напрямів діяльності на основі соціальної відповідальності та інновацій; - збалансоване зростання	- продуктивність праці; - підвищення кваліфікації; - якість продукції та безпека харчування; - охорона навколишнього середовища; - взаємодія зі стейкхолдерами	- підвищення фінансових показників на умовах соціальної діяльності; - соціальний ефект та ефективність	- стратегія соціальної відповідальності; - окупність інвестицій на соціальні цілі; - рейтингове визнання підприємства (якість, найкращий роботодавець, платник податків тощо)		
Старіння	- збереження позицій підприємства; - вибір оптимальної системи взаємовідносин	- збереження робочих місць; - відсутність заборгованості по заробітній платі; - сплата податків у повному обсязі	- забезпечення стабільності господарської діяльності; - окупність соціальних витрат	- соціально відповідальне реструктурування; - впізнання споживачами продукції		
Відродження	- пошук нових технологій; - пошук нових постачальників тощо	- технічне переозброєння підприємства; - сучасні методи управління підприємством	- стабілізація фінансових показників діяльності	- збільшення попиту на продукцію; - соціальна спрямованість підприємства		

Джерело: розробка авторів

Головними цілями при цьому є: зростання фінансових показників на основі соціального спрямування аграрного підприємства (підвищення кваліфікації працівників, соціальні пакети, розроблення стратегії локальної соціальної відповідальності тощо).

На стадії «старіння» підприємство повинне зберегти існуючі позиції на ринку і з мінімальними витратами провадити соціальну діяльність, спрямовуючись на зміну концепції діяльності з метою створення нового циклу розвитку.

На останній стадії життєвого циклу – «відродження» підприємство обирає для себе суттєво необхідні елементи функціонування та стабілізації. На цьому етапі починається реконструкція та модернізація підприємства, пошук нових технологій та споживачів. Також починає активніше реалізовуватися локальна соціальна відповідальність та соціальна спрямованість підприємства. Головною особливістю даного життєвого циклу підприємства є те, що кожна наступна стадія включає в себе елементи попередньої та набуває в процесі життєдіяльності зовсім нових елементів на основі попередніх стадій.

Локальна соціальна відповідальність є невід'ємною частиною в управлінні підприємством і може змінюватися відповідно до рівня розвитку, напряму діяльності, залежно від того, на якій стадії розвитку знаходиться аграрне підприємство (табл. 9.4).

Життєвий цикл локальної соціальної відповідальності починається на першій стадії «Становлення», хоча підприємство починає свою діяльність, не маючи чіткої системи планування і має низький рівень професіоналізму персоналу, проте з'являються перші прояви ЛСВ (охорона навколишнього середовища, вчасна виплата заробітної плати, податків). Другий етап «Зростання» – характеризується екологізацією виробництва, формуванням соціальних програм та соціальних пакетів для працівників, включенням ЛСВ до стратегії розвитку підприємства. На третьому етапі «Зрілість» спостерігається високий рівень ЛСВ, яка проявляється через формування стратегії ЛСВ, складання нефінансової звітності, задоволення працівників результатами праці та можливість впливати на управлінські процеси, енергоефективність, соціальні інвестиції тощо.



**Таблиця 9.4 Варіативні зміни ЛСВ на різних стадіях розвитку підприємства**

Економічне спрямування	Кадрове спрямування	Екологічне спрямування	Соціальне спрямування
<b>1. Етап «Становлення»</b>			
- створення нових робочих місць; - вчасна сплата податків	- повна зайнятість; - вчасна виплата заробітної плати	- охорона навколишнього середовища	- велика кількість асортименту продукції; - зацікавленість у споживачах
<b>2. Етап «Зростання»</b>			
- створення нових робочих місць; - вчасна сплата податків; - «здорова» конкуренція; - включення ЛСВ до стратегії розвитку підприємства	- повна зайнятість; - вчасна виплата заробітної плати; - соціальні пакети; - безпека праці	- охорона навколишнього середовища; - екологізація виробництва	- виробництво якісних товарів; - соціальні програми
<b>3. Етап «Зрілість»</b>			
- створення нових робочих місць; - вчасна сплата податків; - «здорова» конкуренція; - прозоре ведення бізнесу; - формування стратегії ЛСВ; - формування нефінансової звітності	- повна зайнятість; - вчасна виплата заробітної плати; - соціальні пакети; - продуктивність праці; - безпека праці - задоволеність роботою; - можливість впливати на процеси управління	- охорона навколишнього середовища (план заходів); - екологізація виробництва та безпека харчування; - енергоефективність	- виробництво якісних товарів; - соціальні програми; - Кодекс професійної етики; - взаємодія з громадами, органами державної влади; - соціальні інвестиції
<b>4. Етап «Старіння»</b>			
- збереження робочих місць; - вчасна сплата податків; - окупність інвестицій, спрямованих на соціальні програми; - соціально відповідальне реструктурування	- вчасна виплата заробітної плати; - скорочення працівників; - плинність кадрів; - вчасна виплата заробітної плати; - продуктивність праці	- охорона навколишнього середовища (несистемне)	- впізнаність продукції та бренду; - характеристика споживачів та їх сегментація
<b>5. Етап «Відродження»</b>			
- створення нових робочих місць; - вчасна сплата податків	- вчасна виплата заробітної плати; - повна зайнятість	- охорона навколишнього середовища	- зацікавленість у споживачах, їх характеристика та сегментація

Джерело: розробка авторів

Четверта стадія «Старіння» характеризується поступовим занепадом, у разі невчасного реагування керівництва, можливо банкрутство підприємства. На етапі «Відродження» підприємство пройшло процес реформування і функціонує відповідно до моделі першої стадії.

**Питання для самоконтролю:**

1. Рівні і показники соціальної відповідальності.
2. Ефективність соціальної відповідальності.
3. Соціальна цінність: основні індикатори.
4. Розрахунок соціальних індикаторів в Україні, міжнародне порівняння.
5. Практики соціалізації в Україні.

**Тестові завдання:**

1. *Для оцінки рівня ЛСВ компанії варто скористатися?*
  - А) якісними методами;
  - Б) якісними і кількісними методами;
  - В) кількісними методами;
  - Г) індексом прозорості і відкритості.
2. *Які методи більше підходять для оцінки причинно-наслідкових зв'язків?*
  - А) фінансові;
  - Б) статистичні;
  - В) якісні;
  - Г) кількісні.
3. *Використання якісних методів дає можливість:*
  - А) поширення і наукового обґрунтування соціальної відповідальності;
  - Б) оцінку причинно-наслідкових залежностей;
  - В) оцінити інтереси і потреби зацікавлених сторін;
  - Г) повної і всебічної оцінки КСВ.
4. *Початкову стадію розвитку СВ ще називають:*
  - А) стадією «становлення»;
  - Б) стадією «занепаду»;
  - В) латентною;
  - Г) прогресивною.
5. *Стадія зростання СВ носить переважно:*
  - А) фінансовий характер;

- Б) характер становлення;
- В) економічний характер;
- Г) соціально-економічний характер.

6. *Створення нових робочих місць, виплата заробітної плати, податків, отримання прибутку – є характеристиками:*

- А) стадії «зрілості»;
- Б) стадії «старіння»;
- В) стадії «пожвавлення»;
- Г) стадії «зростання».

## **Тема 10. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

10.1 Соціальна відповідальність як напрям покращення соціального розвитку.

10.2 Стратегія розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки України.

***Ключові поняття:** соціальний розвиток, моделі соціальної відповідальності, американська модель, європейська модель, японська модель, латиноамериканська модель, африканська модель, модель країн БРІКС, стратегія розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки, джерела фінансування стратегії соціальної відповідальності суб'єктів економіки, соціальні програми, ресурсно-результативний аспект стратегії соціальної відповідальності суб'єктів економіки.*

### **10.1 Соціальна відповідальність як напрям покращення соціального розвитку**

Значимий вплив на формування соціальної відповідальності мають: історичне підґрунтя, ментальність, економічний і соціальний розвиток країни, державна політика, пріоритетність соціальної діяльності.

#### **Вигоди, які отримує бізнес від виконання принципів локальної соціальної відповідальності:**

- забезпечення суспільної репутації організації;
- зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів і 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 локальної 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 проєктів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни і регіону.

На глобальному рівні розвиток соціальної відповідальності у країнах світу відбувається за різними моделями (табл. 10.1).

Значимий вплив на формування соціальної відповідальності мають: історичне підґрунтя, ментальність, економічний і соціальний розвиток країни, державна політика, пріоритетність соціальної діяльності. Враховуючи відмінність, нами проаналізовано моделі соціальної відповідальності та наведено основні їх переваги та недоліки.

Можливість використання для України положень наведених моделей відрізняється в залежності від країни їх походження. Так, американська модель передбачає мінімальне втручання держави у функціонування приватного сектору й таким чином, ефективно розвивається регіональний рівень соціальної відповідальності. Європейська модель зосереджена на локальному рівні (підприємств). Японська – поширюється через інституції («виробнича сім'я»). Модель країн БРІКС – державна інтеграційна політика соціальної відповідальності.

**Таблиця 10.1 Переваги і недоліки основних світових моделей соціальної відповідальності**

Модель КСВ	Характеристика	Переваги моделі	Недоліки моделі	Можливість використання положень моделі в Україні
Американська модель	Свобода і мінімальне втручання держави у функціонування приватного сектору. Систематична участь бізнесу у фінансуванні різних некомерційних проєктів через корпоративні фонди	Різноманітність методів з СВ. Тенденції переважання місцевих підтримки співтовариства	Невисокий рівень закріплених правил поведінки підприємств	Розвиток СВ на регіональному рівні
Європейська, в тому числі Британська та Скандинавські моделі	Характеризується регулюванням соціально-трудовак відносин на рівні підприємства і в меншій мірі на рівні галузі або регіону. Переважно держава відіграє роль законодавця і регламентатора, а не регулятора.	Активна роль держави щодо розвитку СВ за рахунок законів, урядових постанов та програм	Надмірно високі податки, що значно знижують доходи суб'єктів господарювання. Низький рівень регіонального розвитку СВ	Формування національної соціальної ідеї розвитку
Японська або Азійська модель	Характерне сприйняття підприємства як «виробничої сім'ї», а працівника – як її члена. Специфічні інститути «довічного найму», «принцип старшинства» при оплаті праці та кар'єрному зростанні	Активна роль держави щодо розвитку СВ, яка здійснюється за допомогою урядових інституцій, бізнес-асоціацій	Низька мотивація підприємств для більш ефективних інвестицій капіталу, адже вони захищені від негативних впливів зовнішнього середовища	Створення відповідних бізнес-асоціацій, інституцій
Латиноамериканська модель	Характеризується гарною обізнаністю громадськості з СВ завдяки роботі медіа, університетів та неурядових організацій за підтримки міжнародних агенцій та мінімальним втручанням держави	Громадська обізнаність з СВ. Високий вплив міжнародних інституцій	Слабо розвинений приватний сектор. Низьке залучення уряду до СВ	Популяризація СВ серед громадськості
Африканська модель	Характеризується розвитком інноваційних форм партнерства з СВ. Надання допомоги на проєкти розвитку з урахуванням інтересів місцевої громади	Масштабні проєкти з розвитку громад. Чіткий підхід підприємств щодо СВ	Низький рівень доходів населення, бідність, унеможливує активно розвивати СВ	Децентралізація влади на основі соціальної рівності регіонів
Модель країн БРІКС (Бразилія, Росія, Індія, Китай)	Знаходиться на високому рівні і проявляється через кодекси корпоративного управління, використання енергопостачання, соціальна звітність, спонсорство, соціальна політика тощо	Ефективна інтеграція політики корпоративного управління, природоохоронної та соціальної політики	Деякі країни (Росія, Бразилія) дешо відстають в економічному розвитку від інших країн даної моделі	Державна інтеграція політика з СВ

Джерело: розробка авторів

**Таблиця 10.2 Моделі локальної соціальної відповідальності в США і Європі**

<b>Аспект</b>	<b>США</b>	<b>Європа</b>
Законодавство	Прецедентне право	Право більш кодифіковане
Спосіб проведення соціальних програм	Через благодійні фонди	Адресні соціальні програми і бізнес-проекти
Ставлення в сфері праці	Принципи індивідуалізму	Принципи колективної солідарності
Інформаційний супровід КСВ	Різноманітність методів	Менша різноманітність, проте загалом більше інформації
Економічна відповідальність	Перед акціонерами. Спрямованість на відповідність передовим принципам корпоративного управління, гідні винагороди та захист споживача	Перед акціонерами, працівниками, місцевими громадами. Законодавчо встановлені рамки поведінки
Формалізація поведінки	Невисокий рівень законодавчо закріплених правил поведінки корпорацій	Глибоко опрацьоване законодавство щодо правил ведення бізнесу
Етична відповідальність	Тенденції переважання підтримки місцевого співтовариства	Високі податки і високий рівень державного соціального захисту
Благодійність (філантропія)	Спонсорство мистецтва, культури, університетської освіти	Високий податковий тягар переносить на державу відповідальність за фінансування культури, освіти

Джерело: сформовано авторами

## **10.2 Стратегія розвитку соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки України**

**Стратегія розвитку соціальної відповідальності суб'єктів економіки** – це план розвитку, який включає комплексне поєднання принципів, інструментів, механізмів, що формують

концепцію, спрямовану на досягнення запланованих показників соціально-економічного, екологічного та духовного напрямку. Стратегічний план складається на перспективу, враховуючи специфіку функціонування аграрного сектору, передбачає залучення окремих компонентів до реалізації спільної мети. Формування стратегії розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі враховує різні рівні функціонування (мега-, макро-, мезо-, мікро-), які мають можливість прогнозувати та планувати свою діяльність на довгострокову перспективу.

Наявність стратегії локальної соціальної відповідальності на підприємстві допомагає заощаджувати кошти та створює умови довгострокової конкурентоспроможності. У результаті підприємство покращує відносини і зацікавленість своїх співробітників, налагоджує відносини з громадою та зацікавленими сторонами, підвищує попит на продукцію, управляє ризиками та бізнес-процесами тощо.

Звичайно, включаючи показники соціального спрямування у бізнес-стратегію підприємства, воно значно збільшує витрати, але у майбутньому підприємство отримує вигоди від ведення локальної соціальної відповідальності.

Дослідження доводять, що для ефективного господарювання підприємства не достатньо «точково» займатися ЛСВ. Сьогодення вимагає включати ЛСВ в бізнес-стратегію підприємства та системно (постійно) впроваджувати основні принципи ведення локальної соціальної відповідальності. А це, в свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності господарювання аграрного підприємства: збільшенню результативності, залученню інвесторів, зацікавленню споживачів та працівників тощо.

Ефективність виконання програм соціального характеру залежить від взаємодії різних рівнів влади (місцевої, регіональної, державної). Інколи виникають конфліктні ситуації при розв'язанні програм соціального значення, адже бізнесові структури і влада по-різному трактують особливості здійснення соціальних заходів на різних рівнях влади.

Джерела фінансування стратегії соціальної відповідальності суб'єктів економіки є різними за значеннями. Так, при прямій державній підтримці вирішуються питання аграрного сектору і задовольняються потреби галузей. Непряме державне фінансування – це вплив держави на основі інструментів бюджетної, кредитної,

інвестиційної політики. Соціальні інвестиції, як напрям фінансування, характеризує чітко сформовані напрями соціальної відповідальності, які вимагає інвестор (табл. 10.3).

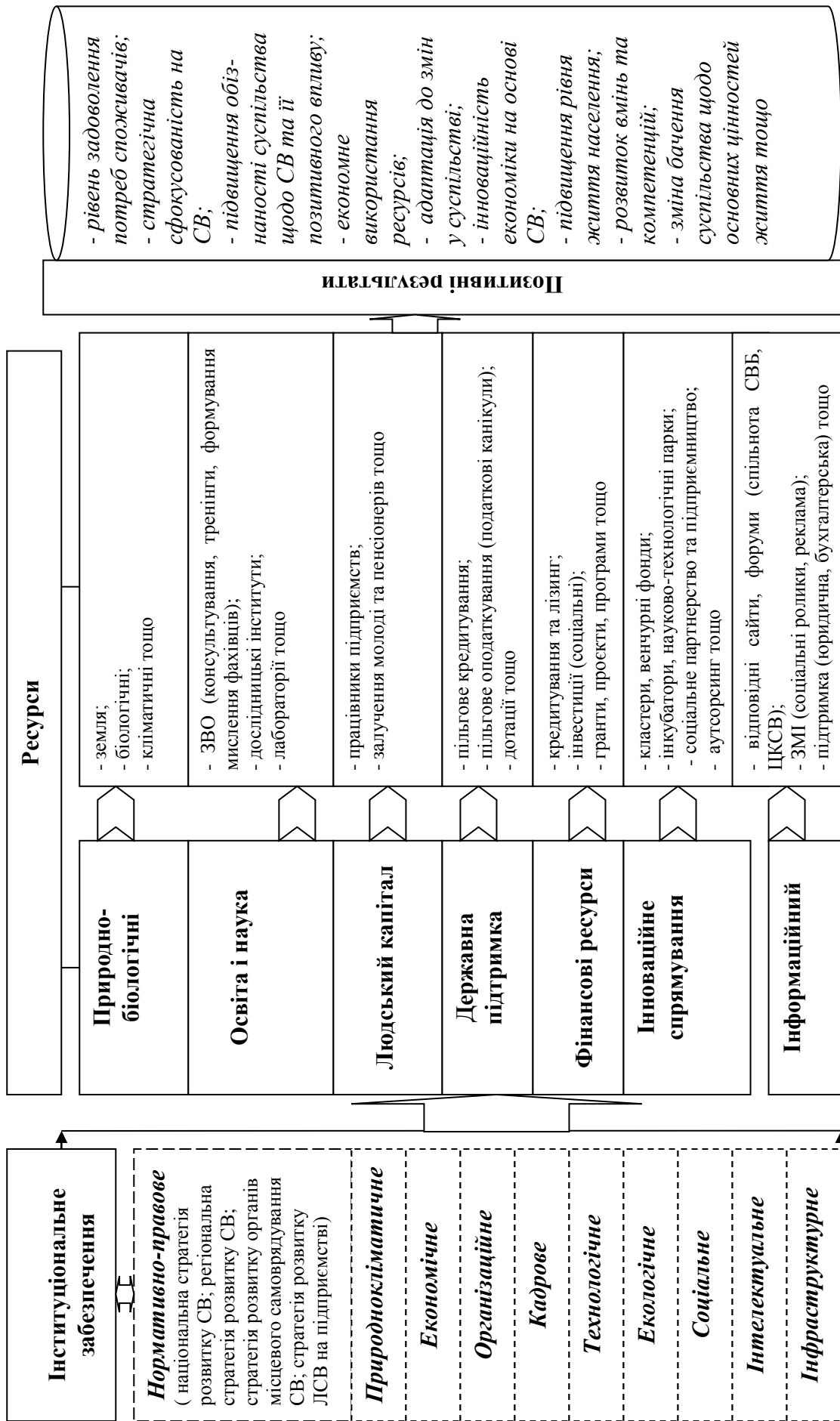
**Таблиця 10.3 Джерела фінансування стратегії соціальної відповідальності суб'єктів економіки України**

Джерела фінансування	Основні пріоритети	Наслідки
Пряма державна підтримка	Вирішення поточних питань галузі, підтримка стабільності аграрного сектору	Підвищення результативності аграрних підприємств; задоволення потреб галузей
Непряме державне фінансування (грошово-кредитна, інвестиційна, цінова політика)	Опосередкований вплив на суб'єктів господарювання	Сприятливе економічне середовище для розвитку соціальної відповідальності аграрного сектору
Соціальні інвестиції	Чітко сформовані напрями розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі	Підвищення результативності господарювання аграрних підприємств; задоволення конкретного напрямку потреб суспільства
Міжнародні та національні програми підтримки, гранти	Чітко сформовані напрями розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі, формування нефінансової звітності	Підвищення результативності господарювання та продуктивності праці працівників; задоволення конкретного напрямку потреб суспільства
Інноваційне спрямування (венчурні фонди, інкубатори тощо)	Вільний вибір пріоритетів щодо напрямів розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі	Вирішення стратегічних питань розвитку напрямів соціальної відповідальності

Джерело: розробка авторів

Враховуючи вищезазначене, вважаємо за необхідне розробити ресурсно-результативний аспект стратегії соціальної відповідальності суб'єктів економіки (рис. 10.1).





- рівень задоволення потреб споживачів;  
 - стратегічна сфокусованість на СВ;  
 - підвищення обізнаності суспільства щодо СВ та її позитивного впливу;  
 - економічне використання ресурсів;  
 - адаптація до змін у суспільстві;  
 - інноваційність економіки на основі СВ;  
 - підвищення рівня життя населення;  
 - розвиток вмінь та компетенцій;  
 - зміна бачення суспільства щодо основних цінностей життя тощо

Рисунок 10.1 – Ресурсно-результативний аспект стратегії соціальної відповідальності суб'єктів економіки України  
 Джерело: розробка авторів

Основна ідея обгунтованої нами позиції полягає в тому, що на інституціональному рівні повинен бути активізований механізм реалізації стратегії соціальної відповідальності суб'єктів як основний інструмент розвитку цього напрямку. На нижчих рівнях ієрархії в обов'язковому порядку повинні бути також введені в дію стратегії, що стосуються соціальної відповідальності та локальної соціальної відповідальності.

#### **Питання для самоконтролю:**

1. Соціальна відповідальність як напрям покращення соціального розвитку підприємств.
2. Форми прояву соціальної відповідальності, її специфіка, переваги для суспільства.
3. Принципи та завдання державної політики у сфері соціальної відповідальності (стратегія).
4. Розробка соціальної стратегії: структурні підрозділи.
5. Комплекс соціальних заходів щодо реалізації корпоративної стратегії розвитку.

#### **Тестові завдання:**

1. *Модель, яка зосереджена на локальному рівні (підприємств) – це?*
  - А) Американська модель;
  - Б) Європейська модель;
  - В) Азіатська модель;
  - Г) Модель країн БРІКС.
2. *Модель, яка базується більшою мірою на державній інтеграційній політиці – це?*
  - А) Американська модель;
  - Б) Європейська модель;
  - В) Азіатська модель;
  - Г) Модель країн БРІКС.
3. *Одним із основних завдань Стратегії сприяння розвитку СВБ в Україні можна назвати:*
  - А) створення передумов для забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти суспільства у питаннях СВ;
  - Б) сприяння розвитку систем фінансового звітування з метою більшої поінформованості суспільства щодо СВ;

В) запровадження багатосторонніх підходів до розуміння СВ в Україні всіма групами зацікавлених осіб;

Г) дотримання вимог лише національного законодавства в питаннях СВБ.

4. *На довгостроковому етапі від запровадження Стратегії очікується результат:*

А) формування державних механізмів стимулювання системного вдосконалення СВ суб'єктів господарювання;

Б) збільшення кількості суб'єктів господарювання, що розробляють і реалізують власні стратегії СВ;

В) зменшення безробіття та зниження соціальної напруги;

Г) покращення життя громад.

5. *На короткостроковому етапі від запровадження Стратегії можливий такий ефект:*

А) зменшення диспропорцій регіонального розвитку;

Б) підвищення стандартів життя населення та формування середнього класу;

В) підвищення рівня зайнятості, в тому числі серед вразливих верств населення;

Г) зменшення безробіття та зниження соціальної напруги.

6. Інвестиції у людський капітал передбачають:

А) соціальні звіти;

Б) екологічні програми розвитку;

В) тренінги стажування персоналу тощо;

Г) соціальні пакети для персоналу.

## СИТУАЦІЙНІ ВПРАВИ

### *Кейси до теми 1*

#### **«Напрями соціальної відповідальності Центру «Розвиток КСВ»»**

CSR Ukraine, Центр «Розвиток КСВ» – експертна організація в Україні, що об'єднує понад 40 великих компаній, спільно з якими вже десять років популяризує принципи сталого ведення бізнесу та соціальної відповідальності. Центр щорічно проводить масштабні дослідження з корпоративної соціальної відповідальності, реалізує власні соціальні проекти, надає консультації, проводить семінари та тренінги з КСВ питань та звітів як для приватних компаній, так і для державних органів влади. Є національним партнером CSR Europe (Брюссель, Бельгія) і Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку (Женева, Швейцарія).

**Проблема:** У сучасних умовах розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні відстає від міжнародного. Відповідно до дослідження, проведеного експертною організацією CSR Ukraine, Центр «Розвиток КСВ», КСВ все ще не стала частиною корпоративного управління в компаніях, оскільки станом на 2019 р. тільки 24% компаній мають бюджет на виконання програм (заходів) із соціальної відповідальності і лише 12% компаній мають систему вимірювання показників ефективності з КСВ. Третина компаній в Україні підтверджують, що їм не вистачає знань та досвіду для впровадження КСВ.

**Рішення:** Для зміни ситуації, за ініціативи 1+1 медіа та CSR Ukraine та за підтримки соціально відповідальних компаній Астарта, Делойт, ДТЕК, Енергоатом було створено освітній онлайн-курс з корпоративної соціальної відповідальності. Курс є безкоштовним для зареєстрованих користувачів. Навчання включає 14 тем з теорією та практичними кейсами, а саме:

- 1) що таке КСВ;
- 2) вплив КСВ на компанію;
- 3) суттєві питання і стейкхолдери;
- 4) стратегія КСВ;
- 5) нефінансова звітність;
- 6) помилки під час реалізації КСВ;
- 7) корпоративне управління;

- 8) чесні операційні практики;
- 9) права людини;
- 10) охорона довкілля і зелений офіс;
- 11) розвиток і залучення громад;
- 12) робота зі споживачами;
- 13) трудові відносини;
- 14) відповідальні мережі постачальників.

Керівниця Центру «Розвиток КСВ» Марина Саприкіна розповідає: «Вісім років тому Центр «Розвиток КСВ» випустив перший в Україні підручник з корпоративної соціальної відповідальності для університетів. Тоді ми роздали книги в бібліотеки 100 ЗВО. Але з динамічним розвитком технологій сьогодні можна створювати онлайн-курси, від яких можуть отримувати користь набагато більше ЗВО. За американськими дослідженнями, на сьогодні в онлайн-курсах навчається більше студентів, ніж в університетах. Тому спільно з компаніями – партнерами Центр «Розвиток КСВ» записав перший в Україні онлайн-курс з КСВ. Ми віримо, що 14 занять курсу надихнуть інші компанії на впровадження більш системних підходів до КСВ».

#### **Результати:**

- 1) Активна та прогресивна молодь звертає все більше уваги на відповідальність бізнесу перед суспільством, вибирає дійсно ті бренди, що несуть користь;
- 2) Прослухавши курс слухачі можуть зрозуміти КСВ і усвідомити пріоритети для бізнесу;
- 3) Поняття «Соціальної відповідальності» популяризується як серед підприємців, так і серед звичайних людей;

#### **Питання до ситуаційної вправи:**

- 1) Чи потрібно популяризувати КСВ, чому саме?
- 2) Наведіть переваги від поширення інформації про КСВ в суспільстві?
- 3) Запропонуйте власні варіанти заходів для популяризації корпоративної соціальної відповідальності.

## **Завдання 2**

### **«Корпоративна соціальна відповідальність компаній Netflix і Marvel»**

Netflix – американська розважальна компанія, постачальник фільмів і серіалів на основі потокового мультимедіа. Заснована 29

серпня 1997 р. Рідом Хастінгсом і Марком Рендольфом. Штаб-квартира знаходиться в Лос-Гатосі, Каліфорнія.

З 2013 р. Netflix виробляє власні фільми і серіали, в тому числі і анімаційні, а також телепрограми. У 2016 р. компанія випустила 126 оригінальних серіалів і фільмів – більше, ніж будь-який інший мережевий або кабельний канал. Станом на січень 2019 р. у компанії налічувалося 139 млн передплатників по всьому світу, в тому числі 58,49 млн в США.

**Проблема:** У ніч на 2 жовтня 2017 р. в районі готельного комплексу Мандалай-Бей м. Лас-Вегас (США), де проходив фестиваль кантрі-музики Route 91 Harvest, відбулася стрілянина. Загибло 50 людей, більше 400 – поранені. Вбивство є наймасовішим в історії США.

ЗМІ повідомляли, що на концерті були присутні близько 40 тисяч людей, а на момент нападу на сцені виступав музикант Джейсон Алдін. Один із відвідувачів фестивалю, 36-річний Кодіак Яззі розповів, що музика після початку стрілянини на мить припинилася, а потім знову почалась. Після нової серії пострілів музиканти покинули сцену. Він додав, що бачив спалахи світла з боку готелю Мандалай-Бей. Пізніше шериф Лас-Вегаса оголосив, що внаслідок нападу під час концерту загинули понад 20 людей і понад 100 поранені. Університетський медичний центр повідомив, що до них надійшли 26 пацієнтів з місця події, двоє з них померли і щонайменше 12 поранених у критичному стані. Шериф також заявляв, що стрілок перебував на 32-му поверсі готелю Мандалай-Бей і, можливо, він був єдиним нападником. Через стрілянину кілька рейсів аеропорту Лас-Вегаса перенаправили в інші аеропорти.

Незабаром ЗМІ повідомили і особу злочинця. Ним виявився 64-річний білий чоловік Стівен Педдок, пенсіонер із Лас-Вегаса. Він жив на околиці міста, де скоїв злочин, і ніколи не потрапляв у поле зору поліції. Де він узяв зброю, невідомо.

#### **Рішення:**

Компанії Netflix і Marvel скасували прем'єрний показ свого телепродукту «Каратель» на фестивалі коміксів Comic Con в Нью-Йорку після стрілянини в Лас-Вегасі, що призвела до численних жертв. Серіал обертається навколо Френка Касла, який використовує смертоносні методи для боротьби зі злочинністю. У компаніях вирішили, що показувати серіал на той час було

недоречно. Вони також прокоментували цю ситуацію: «Ми приголомшені та шоковані тим, що цього тижня сталося у Лас-Вегасі. Після ретельних роздумів, Netflix і Marvel вирішили, що буде недоречно показувати серіал «Каратель» на Comic Con в Нью-Йорку».

**Результати:**

1. Попри можливі фінансові втрати (припинення рекламної кампанії), Netflix і Marvel проявили свою небайдужість до трагедії в Лас-Вегасі.

2. У компаніях змінився план запуску телепродукту, проте керівництво більше переймалося соціальною напруженістю в країні після стрілянини.

3. Привернення уваги уряду США до проблем тероризму в країні.

**Питання до ситуаційної вправи:**

1. Як Ви вважаєте, чи правильно зробили компанії, скасувавши серіал після стрілянини?

2. Чи повинні компанії реагувати на надзвичайні ситуації? Як саме?

3. Чи можна вважати, що Netflix і Marvel проявили корпоративну соціальну відповідальність?

***Кейси до теми 2***

**Завдання 1**

**«М.С.Л»: лотереї як фундамент розвитку дитячого футболу в Україні»**

**Проблема для України:**

В Україні спорт здебільшого розвивається не завдяки, а всупереч обставинам. Багато спортсменів полишають країну, шукаючи кращі можливості для своєї реалізації у великому спорті. У держави не вистачає коштів, щоб їх підтримати. Про дитячий спорт годі й казати – тут ситуація переважно критична.

**Проблема:** Серед співробітників «М.С.Л.» багато прихильників здорового способу життя. За всі роки існування компанії було чимало намагань створити корпоративні команди з різних видів спорту. Але через низку обставин реалізувати ці плани у довгостроковій перспективі не вдалося. Існуванню корпоративної футбольної команди «М.С.Л.» заважало: відсутність постійної

тренувальної бази, професійного тренера та гідних спаринг-партнерів.

За даними досліджень, в Україні в лотереї грають менше 10% дорослого населення, у той час як за кордоном – понад 80%. Головна причина – недовіра: люди не знають, куди йдуть гроші від продажу лотерей. Водночас у всьому світі лотереї фінансують галузі, на розвиток яких у держави не вистачає грошей, зокрема спортивні проекти. За роки діяльності компанія «М.С.Л.» своїм коштом реалізувала чимало соціальних проектів, однак широкого розголосу інформація про те, що це все стало можливим завдяки грошам від лотерей, не набула.

**Рішення:** Навесні 2018 р. оператор державних лотерей «М.С.Л.» став титульним спонсором дитячої футбольної команди Комплексної дитячо-юнацької спортивної школи №15 (Київ). Вихованням маленьких спортсменів займаються заслужений тренер України Олександр Пасека та ліцензований тренер Віталій Булах. Їхні підопічні регулярно займають призові місця на першостях Києва, а в 2017 р. посіли третє місце на міжнародному турнірі в Ужгороді. Окрім вітчизняних перемог, в арсеналі юних футболістів є й зарубіжні нагороди. У 2016 р. кияни вибороли перше місце на юніорському турнірі у Словаччині, а в 2017 р. стали другими на змаганнях у Польщі.

**Результати:**

1) Оператор державних лотерей «М.С.Л.» забезпечив повне екіпірування та трансфер учасників футбольної команди КДЮСШ №15 до Нідерландів для участі в Міжнародному турнірі Slagharen Easter Cup (Оммен, 28.03.2018-01.04.2018).

2) Підопічні «М.С.Л.» вибороли срібло у своїй групі. У турнірі взяли участь понад 50 команд з різни країн Європи.

3) Завдяки цьому проекту понад 20 співробітників компанії мають можливість регулярно тренуватися на локаціях КДЮСШ №15 під керівництвом заслуженого тренера О. Пасеки, їхніми спаринг-парнерами виступають футболісти КДЮСШ №15. Створена корпоративна футбольна команда «М.С.Л.».

4) Корпоративна футбольна команда «М.С.Л.» узяла участь у благодійному турнірі з міні-футболу «Кубок відкритих сердець – 2018», організованому ВБО «Даун Синдром» (30.09.2018, Київ).

5) Компанія «М.С.Л.» ініціювала участь в організації турніру з міні-футболу «Кубок відкритих сердець – 2018» дитячої



футбольної команди КДЮСШ №15: маленькі футболісти провели майстер-клас для «сонячних» діток і зіграли з ними у футбол.

Результати кампанії свідчать про правильно обраний шлях популяризації лотерей як соціально важливого фактора в розвитку вітчизняного дитячого спорту. Керівництвом компанії ухвалено рішення й надалі поглиблювати плідну співпрацю з КДЮСШ №15.

**Питання до ситуаційної вправи:**

1. Яку користь дає цей проєкт державі, суспільству?
2. На ваш погляд що можна ще зробити, щоб поліпшити цю програму?

**Завдання 2**

**«Соціальна відповідальність знаменитостей»**

Серед відомих людей, зірок кіно і шоу-бізнесу, благодійна діяльність не така вже й рідкість. Знаменитостям вже мало слави, грошей і популярності – багато хто з них мріють і дійсно роблять світ кращим. Деякі створюють власні фонди, деякі стають учасниками благодійних проєктів чи послами доброї волі Дитячого фонду ООН. Всі вони займаються меценатством, допомагаючи іншим людям.

**Проблема:** Багато відомих людей почало допомагати боротися з глобальною пандемією. Про перші випадки COVID-19 повідомлено 31 грудня 2019 р., а перші клінічні прояви у хворих з'явилися раніше, 8 грудня 2019 року. Вірус передається переважно під час близьких контактів і повітряно-крапельно, коли людина кашляє або чхає. Людина може заразитися, доторкнувшись до зараженої поверхні (дверної ручки, стола), а потім до обличчя (очі, ніс, рот).

Пандемія призвела до серйозних глобальних соціально-економічних наслідків, відтермінування чи скасування спортивних, релігійних та культурних подій та поширення побоювань дефіциту поставок різних товарів і продуктів, що в певних регіонах спричинили панічні покупки. Дезінформація та теорії змови про вірус поширювались інтернетом. У низці країн спалахнули протести та спостерігалися випадки ксенофобії і расизму проти китайців та інших жителів Східної та Південно-Східної Азії.

**Рішення:** Зірки все частіше роблять щедрі благодійні пожертви на боротьбу з пандемією коронавірусу в світі. Голлівудський актор Джордж Клуні і його дружина Амаль Клуні

зробили пожертвування в розмірі 1 мільйон доларів на допомогу постраждалим від COVID-19. Відомо, що 300 тисяч доларів з цієї суми будуть відправлені на потреби Британської національної системи охорони здоров'я і на підтримку лікарень в італійській Ломбардії, найбільш постраждалої від коронавірусу. Ще 250 тисяч перенаправлять до Фонду Los Angeles Mayors, який допомагає медпрацівникам, бездомним і літнім людям, постраждалим від пандемії. Решту (500 тисяч доларів) направлять в благодійний фонд Motion Picture and Television і профспілкову організацію, що об'єднує американських акторів.

Актори Райан Рейнольдс і Блейк Лайвлі пожертвували мільйон доларів на боротьбу з COVID-19, перевівши кошти на рахунки організацій, які допомагають незахищеним верствам населення.

Співачка Ріанна пожертвувала п'ять мільйонів доларів, з якої велика частина суми пішла на підтримку медиків.

Анджеліна Джолі переказала мільйон доларів до благодійної організації No Kid Hungry, яка забезпечує харчування дітей із сімей з низьким доходом, а це також дуже важливо в період пандемії.

Кайлі Дженнер також зробила пожертву в мільйон доларів. Гроші пішли на закупівлю медичних масок, щитів, рукавичок та інших засобів індивідуального захисту для лікарів, які працюють в лікарнях. Медиків підтримав і актор Арнольд Шварценеггер такою самою сумою.

Італійські дизайнери Донателла Версаче і Джорджіо Армани зробили великі пожертви. Версаче – в 200 тисяч євро, а Армани – 1,25 мільйона євро для боротьби з коронавірусом.

Приєдналися до ініціативи і спортсмени. Футболісти Крістіану Роналду і Ліонель Мессі внесли свій внесок у боротьбу з пандемією, пожертвувавши суми понад мільйон євро.

#### **Результати:**

1. Підтримка хворих та лікарів під час пандемії;
2. Привернення уваги інших знаменитостей до глобальної проблеми;
3. Фінансування певним чином сприяє скорішому завершенню пандемії.

#### **Питання до ситуаційної вправи:**

1. Чи знаєте Ви інші випадки допомоги відомих людей під час пандемії?

2. На Ваш погляд, чи привертають своїми діями знаменитості увагу інших відомих людей до вчинення благодійних пожертвувань?

3. Чи можна вважати знаменитостей, які допомагають боротися з коронавірусом, соціально відповідальними? Чому?

4. Яким способом Ви можете допомогти в боротьбі з коронавірусом?

### **Завдання 3**

#### **«Привернення уваги громадськості до соціальної відповідальності»**

Німеччина активно допомагає Україні, передаючи різні обладнання. Так, Німецький фонд «Чорнобильська допомога» (м. Хільдесхайм, Німеччина) під керівництвом Рити Лімротт впродовж останніх років надає безкоштовну допомогу Волинському обласному дитячому територіальному медичному об'єднанню. У жовтні 2019 р. у Волинську обласну дитячу клінічну лікарню після розмитнення доставили гуманітарний вантаж. Медичне обладнання використовуватимуть у відділенні анестезіології та інтенсивної терапії для забезпечення невідкладної реанімаційної та хірургічної медичної допомоги волинянам.

Також Німеччина передала Україні обладнання для гасіння лісових пожеж навколо Чорнобильської АЕС.

**Проблема:** Лісові пожежі в Чорнобильській зоні почалися 4 квітня 2020 р. в Чорнобильській зоні відчуження на території Котовського лісництва між смт Поліське, селами Тараси і Володимирівка, а потім і в Житомирській області. Масштабну лісову пожежу у Чорнобильській зоні вдалося загасити за 10 діб, 16 квітня через сильний вітер знову виник відкритий вогонь. До гасіння було залучено понад 500 осіб та понад 120 одиниць техніки. Гасіння пожеж ускладнювалося частою зміною напрямку вітру, а також відсутністю протипожежних доріг у важкодоступних місцях, куди не могла заїхати техніка.

Протягом першого тижня пожежа охопила території Корогодського, Котовського та Денисовецького лісництв. Згоріли території колишніх сіл Лелів, Копачі, Поліське, Грезля, Рудня-Грезлянська, Ковшилівка, Варовичі, Буда-Варовичі, Мартиновичі, Смарагдовий, Волхов, Чистогалівка, згоріла територія Рудого лісу, закрите військове місто Чорнобиль-2, постраждало місто

Чорнобиль. Пожежа не зашкодила ЧАЕС. Втрачено об'єкт на туристичному маршруті – піонерський табір «Казковий».

Серед можливих причин пожежі спочатку було названо дії сталкерів. Серед основних причин, що розглядаються слідством:

– вогонь дійшов до зони відчуження з Житомирської області з боку Древлянського заповідника;

– замикання з іскрою на лініях електропередач, від чого загорілась суха трава;

– навмисні підпали (зафіксовано осередки пожежі, які були далеко один від одного).

Загалом від пожеж постраждало близько 5% території заповідної території, 11,5 тисяч гектарів у південно-західній частині Чорнобильського заповідника.

**Рішення:** До гасіння пожеж залучено 312 осіб та 83 одиниць техніки з різних регіонів України, з них від ДСНС 257 осіб особового складу та 59 одиниць техніки. Зокрема в гасінні задіяні три літаки та три гелікоптери, якими 10 квітня здійснено 96 скидів – 240 тонн води (літаки АН – 32 здійснили вісім скидів – 64 тонни води, гелікоптери Мі-8 здійснили 88 скидів – 176 тонн води).

За дорученням Федерального уряду Німецьке товариство міжнародного співробітництва (GIZ) передало Державній службі України з надзвичайних ситуацій (ДСНС) спеціальне обладнання для локалізації лісових пожеж навколо колишньої Чорнобильської АЕС. Це 80 дозиметрів для вимірювання радіоактивності, близько 15 кілометрів пожежних рукавів і пожежну автоцистерну, спеціально обладнану для лісових і рослинних пожеж.

#### **Результати:**

1. Привернення уваги інших країн до того, що Чорнобильська катастрофа є трагедією планетарного масштабу та міжнародна солідарність є запорукою вирішення глобальних проблем.

2. Привернення уваги громадськості щодо масштабності пожеж, які можуть виникнути через людську неуважність.

3. В Україні прийняли закон про підвищення штрафів за підпал сухостою.

#### **Питання до ситуаційної справи:**

1. Як Ви вважаєте, чи повинні інші країни перейматися ситуацією навколо Чорнобильської катастрофи? Чому?

2. Які наслідки можуть бути від пожеж в Чорнобильській зоні?

3. Чи повинна Україна допомагати іншим країнам з вирішенням надзвичайних ситуацій? Чому?

**Кейси до теми 3**  
**Завдання 1**  
**«КСВ LEGO Group»**

LEGO Group – данська приватна компанія, що займається виробництвом однойменних серій розвиваючих іграшок, що представляють собою набори деталей для складання і моделювання різноманітних предметів – конструкторів. Другий за величиною (після Hasbro) виробник іграшок у світі. Головний офіс компанії знаходиться в Данії. Тут же, в Данії, на півострові Ютландія, в невеликому містечку Біллунд, знаходиться і найбільший Леголенд в світі – місто, повністю побудоване з конструктора LEGO.

**Проблема:** Останнім часом людство все більше почало замислюватися над проблемами екології. Пластикова епідемія – це рух на знищення планети. Пластик буквально проходить через наші руки весь день: пластикова клавіатура, плазмовий рамковий комп'ютерний монітор, пластикова миша. Пластик став епідемією. Незначна частина переробляється, частина потрапляє на звалища, а найбільша частина потрапляє у водойми. Пластикове сміття можна знайти всюди – на землі, в морі й навіть глибоко на дні океану. Забруднення планети відходами пластику перетворюється на справжню екологічну катастрофу. Відходи пластика забруднюють ґрунт, ґрунтові води, моря та океани. Під час їх спалювання в атмосферу виділяються токсичні речовини. Руйнівні наслідки забруднення відходами пластику навколишнього середовища видно вже сьогодні. За невтішними прогнозами, через 35 років в океанах на 2 т риби припадатиме 1 т пластику. Причина цього – відсутність можливості переробляти цей вид відходів: близько 1/3 виробленого пластику йде не на переробку, а в Світовий океан. В океані пластик перетворюється на мікрочастинки, які з'їдають риби та інші морські тварини. Разом із морепродуктами і рибою пластик потрапляє до нашого організму.

**Рішення:** LEGO Group займає перше місце у рейтингу сприйняття соціально відповідальних компаній. Такими є дані дослідження, проведеного всесвітньо відомою консалтинговою фірмою Reputation Institute. Компанія досягла цього за рахунок низки ініціатив, зокрема скорочення «вуглецевого сліду»,

зменшення розміру упаковок та перехід на живлення від офшорної вітроелектростанції. Ключовим проектом КСВ зараз є «Центр новітніх матеріалів LEGO», який має на меті створити альтернативні, «сталі» матеріали для виробництва іграшок. У проєкт інвестується понад 150 мільйонів доларів. LEGO також однією з перших приєдналась до Глобального договору ООН у 2003 р. та проголошує відданість Цілям сталого розвитку ООН.

LEGO Group – відмінний приклад компанії, яка прагне реалізовувати корпоративну відповідальність і досягати добрих результатів у бізнесі при взаємодії із зовнішніми організаціями. Основна сила лідерства в корпоративній відповідальності проявляється в підтримці споживачів. Так, 57% респондентів заявили, що обов'язково куплять продукти групи LEGO, що на 13,7 процентних пункти вище середнього показника CR RepTrak 100.

**Результати:**

1. Компанія підвищує свій імідж внаслідок звернення уваги на проблеми екології;
2. LEGO Group застосовує нові методи виробництва іграшок, зменшуючи вуглецевий слід;
3. Бізнес компанії проявляється в підтримці споживачів;
4. Компанія віддана Цілям сталого розвитку ООН.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. У чому унікальність методів виробництва компанії LEGO?
2. Чи повинні компанії перейматися проблемами навколишнього середовища? Як саме?
3. Чи знаєте Ви компанії, які також лідирують в рейтингу по корпоративній соціальній відповідальності?

***Кейси до теми 4***

**Завдання 1**

**«Формування та розвиток персоналу Гугл»**

Google четвертий рік поспіль очолює список кращих роботодавців світу. З одного боку, можна заперечити, що ця компанія може собі це дозволити, враховуючи її масштабність, але, з іншого боку, щоб створити такий проєкт і постійно тільки вдосконалюватись, необхідні кваліфіковані співробітники з бажанням віддаватися роботі цілком і повністю. Тому Google – найпоказовіший приклад того, як потрібно мотивувати співробітників, щоб вони приносили якомога більше користі

роботодавцю. По-перше, Google створив комфортабельні, затишні і стимулюючі творчий процес умови праці, зокрема обладнав вельми оригінальний центральний офіс. Спортивний комплекс, невелика клініка, перукарня, хімчистка, розваги (гірка з другої на перший поверх, катання на самокаті і велосипеді), релакс в масажному кріслі, смачна їжа, і, нарешті, можливість розміщення домашніх тварин, якщо без них ви не можете зосередитися на виконанні поставленого завдання. Співробітники компанії пишаються своєю роботою, не хочуть її втратити і намагаються всіляко бути корисними, відчуючи таку турботу про себе і розуміння своїх потреб, нехай іноді і вельми специфічних.

**Проблема:** Організм кожної людини має свої особливості, зокрема це стосується працездатності залежно від часу доби. Не новина, що типова «сова» не зможе виконувати роботу повноцінно рано вранці, в той же самий час «жайворонок» під вечір теж не відрізняється особливою продуктивністю. Мало хто з компаній готовий враховувати цей нюанс з наступним складанням індивідуальних графіків роботи співробітників. Кайдани тимчасової прив'язки – це не про Google. В компанії завжди можна домовитися про зміщення графіка в ту чи іншу сторну.

**Рішення:** Чи не хочете на роботі жити нею єдиною? І це не проблема! В Google вам дозволять чверть робочого часу присвячувати своїм особистим проєктам, ніяк не пов'язаним з посадовими обов'язками. Саме таким особистим проєктом колись була пошта Gmail – незаперечний доказ користі від даного виду мотивації. Цей метод застосовує не тільки Google, але вже з іншою метою. Компанії, що не мають можливості повноцінно оплачувати роботу співробітників, дозволяють їм займатися підробітком на основному місці роботи, щоб не втратити цінні кадри.

І останній хіт від Google – медитація. У компанії обладнали спеціальні кімнати для цього процесу, наймають вчителів буддизму. Мета – навчання співробітників техніки медитації і як наслідок – підвищення їх усвідомленості, самодостатності, спокою, енергійності, ентузіазму та креативності, а також націленість на взаємодопомогу в колективі.

**Результати:**

1. Підвищення продуктивності праці працівників за рахунок мотивації (комфортабельні умови праці, оригінальний центральний офіс, розміщення домашніх тварин на роботі).

2. Реалізація власних проєктів співробітників, що допомагає отримувати новий цінний продукт.

3. Врахування інтересів працівників (методація, неповний робочий день), що у підсумку підвищує результативність роботи.

**Питання до ситуаційної вправи:**

1. Яким чином компанія мотивує своїх співробітників?

2. Чи ефективним впровадженням було б уведення такої корпоративної культури у вітчизняних компаніях?

3. Які на Вашу думку мотиваційні чинники ефективної роботи працівників з боку роботодавців.

## **Завдання 2**

### **«Кодекс етичної поведінки» компанії МХП»**

**Проблема:** Багато великих фірм та корпорацій на Заході, приймаючи етичні кодекси, вводять до штатного розкладу психологів та спеціалістів з етики. Нині це вже норма, а не виняток. Досвід у цьому напрямі США, Німеччини, Японії свідчить, що витрати на морально-психологічну підтримку персоналу є не тільки об'єктивно необхідними, а й такими, що окуповуються. Організації набагато дешевше створити нормальні умови для продуктивної діяльності своїх працівників, аніж потім компенсувати додаткові витрати на навчання та перепідготовку нових людей або на відшкодування витрат через конфлікти й страйки.

Компанія МХП усвідомила, що бажання розвиватися як професійно, так і особистісно, набувати нових компетенцій – те, що має відрізняти члена команди МХП від працівників інших компаній.

**Рішення:** Саме з метою орієнтації працівників на ціннісні орієнтири холдингу МХП було створено «Кодекс етичної поведінки», котрий містить основну інформацію щодо норм і політики МХП, прав та повноважень співробітників, правил користування активами компанії, принципів чесної конкуренції, конфліктів інтересів та корпоративної соціальної відповідальності МХП.

Принципи, яких дотримуються усі співробітники холдингу МХП – це ті цінності, які сповідує кожен працівник компанії і які сприяють сталому розвитку холдингу. Це комплекс директив, ідеалів та етичних уявлень, найбільш значущих для суспільства,



команди співробітників та окремої людини. Певний набір цінностей формує сучасний та ефективний підхід до роботи.

Незалежно від освіти і досвіду роботи кожному співробітникові необхідно щодня удосконалювати свою майстерність, опановуючи всі тонкощі обраної професії. А компанія забезпечує для цього усі необхідні умови.

Для команди МХП не має значення, яким перспективним був проєкт у процесі реалізації, якщо поставлена мета не була досягнута. Кожен співробітник холдингу повинен вміти формулювати зрозумілі цілі: щоб працювати на результат, потрібно знати, до чого прагнути.

### **Результати:**

Робота холдингу побудована на принципах прозорості, тому результати діяльності його підприємств доступні усім зацікавленим особам: співробітникам, громаді, владі і державним органам, ЗМІ, партнерам, інвесторам, міжнародним і недержавним громадським організаціям.

### **Питання до ситуаційної вправи:**

1. Чи варто запроваджувати кодекси етики на підприємствах? Обґрунтуйте свою думку.
2. Опишіть Ваше ставлення до стимулювання роботодавцем формування у працівників цінностей, які відповідають стратегічним орієнтирам компанії?
3. Які перешкоди можуть виникнути? Чи могли б ви запропонувати якісно нові підходи для компаній у впровадженні подібних проєктів?

## ***Кейси до теми 5***

### **Завдання 1**

#### **«КСВ компанії «Київстар»»**

Компанія «Київстар» – один з найрозповсюдженіших мобільних операторів України. Соціальними ініціативами компанії є дитяча безпека, розвиток освіти, підтримка здоров'я і здорового способу життя, благодійність, волонтерство.

**Проблема:** Для реалізації деяких своїх соціальних ініціатив необхідним є вкладення більших обсягів ресурсів, ніж планувала компанія. До того ж, на ринку є суб'єкти, які займаються такими видами діяльності професійно. Для реалізації соціальних проєктів не завжди може вистачати власних ресурсів компанії, іноді

потрібно співпрацювати з зовнішніми організаціями, а для цього формувати правильні відносини у веденні бізнесу.

**Рішення:** Компанія «Київстар» формує відносини із зовнішніми організаціями, вони акумулюють свої можливості для досягнення певних проєктів. Наприклад, «Київстар» є партнером освітнього проєкту GoCamp у співпраці з міжнародною організацією GoGlobal. «Київстар» став ініціатором модуля інтерактивного навчання Entrepreneurship & Innovation development. Також, компанія спільно з Prometheus розвиває проєкт «Знання без кордонів».

GoCamp програми допомагають формувати нове покоління майбутніх лідерів України, мотивують молодь долати будь-які бар'єри і відкривати нові можливості мови і культури. Особливо важливо, що багато хто з них приїжджають з невеликих містечок України, де немає вільного доступу до інформації та сучасним методикам навчання.

Фахівці компанії в якості волонтерів і менторів організують навчальні вебінари для вчителів з усієї країни. На прикладах успішних бізнес-кейсів «Київстар» діти отримують знання про таких інноваційних напрямках розвитку IT-індустрії, як інтернет речей, вивчають основи тайм-менеджменту і принципи створення стартапів. Практична реалізація отриманих знань – створення учнями відеопрезентацій їх проєктів з розробки нових мобільних додатків.

«Київстар» розвиває проєкт «Знання без кордонів» і надає своїм абонентам нетарифікований доступ до додатка Prometheus – платформи відкритих онлайн-курсів, яка пропонує безкоштовну добірку освітніх програм від кращих українських та закордонних викладачів. Доступ до ресурсу через офіційні мобільні додатки не тарифікується.

### **Результати:**

За три роки роботи GoGlobal в Україні волонтерами літніх шкільних мовних таборів GoCamp стали 800 осіб з 67 країн. Вони проходять різноманітні програми для дітей з лідерства, креативності, відповідального споживання, соціального підприємництва, критичного мислення та основам демократії.

Завдяки GoCamp 144 тис. Українських школярів в 19 регіонах України не тільки змогли підвищити рівень знань іноземних мов, а й оволоділи корисними навичками командної роботи в різних

конкурсах і квестах, а також отримали практичний досвід глобальної взаємодії та толерантності.

**Питання до ситуаційної вправи:**

1. З якими відомими організаціями Ви б порадили співпрацювати компанії Київстар для реалізації її ініціатив?

2. Чи потрібно взагалі компанії – оператору мобільного зв'язку бути соціально відповідальним? Компанія не забруднює атмосферу, приносить доходи в бюджет і має позитивний соціальний ефект своєї діяльності (забезпечення користувачів мобільним зв'язком та інтернетом).

3. Яким чином Ви запропонували б компанії Київстар реалізувати їх соціальні ініціативи? Які створити проєкти?

**Завдання 2**

**«КСВ Компаній НОВУС Україна та Столиця Груп»**

**Проблема:** У період діючого в країні карантину все більше людей потребують допомоги, адже в нинішніх умовах забезпечувати себе необхідними продуктами літнім людям, людям з обмеженими можливостями пересування та іншим соціально незахищеним групам людей надзвичайно важко.

**Рішення:** Компанії НОВУС Україна та Столиця Груп, як соціально відповідальні представники корпоративного бізнесу, від початку введених карантинних заходів в Україні розпочали співпрацю з Єдиним координаційним центром з протидії наслідкам пандемії при Київській міській державній адміністрації.

**Результати:**

У рамках взаємодії з Єдиним координаційним центром, компаніями вже надано 10 000 благодійних продуктових наборів для надання допомоги малозахищеним киянам і, не зупиняючись на досягнутому, компанії продовжують участь у благодійному проєкті.

Мережа супермаркетів NOVUS за участю компанії Столиця Груп і надалі щодня відвантажує продуктові набори для допомоги тим, хто цього потребує в умовах карантину, тож ще 5 000 благодійних продуктових наборів надані в період до 11 травня.

Продуктові набори включають в себе перелік необхідних продуктів харчування та засобів гігієни: хліб, борщові овочі, крупи, макарони, олію, консервацію.

Варто зазначити, що в рамках благодійної співпраці з адміністраціями не тільки Києва, але й інших міст Київської області, допомогу також отримали сім'ї у містах Вишневе, Ірпінь, Буча та селищі Нові Петрівці.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. Чи можуть такі дії стимулювати інші компанії долучатись до участі в благодійних проєктах?
2. Яку користь дає цей проєкт компаніям?
3. Чи може нанести репутаційної шкоди байдужість компанії до проблем суспільства?

***Кейси до теми 6***

**Завдання 1**

**«Філософія сталого розвитку компанії «Сандора»»**

ТОВ «Сандора» – український виробник соків, нектарів, соковмісних продуктів, газованих напоїв та снєків. З 2007 р. входить до складу PepsiCo. «Сандора» є найбільшим в Україні виробником соків та сокової продукції. До структури компанії входять два виробничі комплекси у Миколаївській області: завод із переробки свіжих фруктів, овочів і виробництва соків в с. Миколаївське та завод із виробництва соків, газованих напоїв, холодного чаю та снєків у с. Мішково-Погорілове. Соки Sandora визнавалися соковим брендом №1. Протягом 11 років поспіль бренд Sandora ставав переможцем конкурсу «Вибір року» в номінації «Сік року». Бренд Sandora зайняв 15-те місце у рейтингу найпопулярніших брендів України 2013 року і другий рядок рейтингу ТОП-100 найбагатших національних торговельних марок України 2017 року.

На підприємствах ТОВ «Сандора», як і на всіх підприємствах PepsiCo в Україні, впроваджена система управління якістю ДСТУ ISO 9001, а також система управління харчовою безпекою ДСТУ ISO 22000.

**Проблема:** Застосування так званих «зелених», або екологічних, технологій обумовлюється необхідністю якомога ефективніше використовувати в процесах виробництва і споживання енергетичні й інші природні ресурси і зводити до мінімуму утворення шкідливих забруднюючих речовин. Протягом останніх десятиріч ці технології швидко розвиваються. Стимулом

для цього є чітке усвідомлення міжнародною спільнотою того, що ресурси планети обмежені, а використання традиційних технологій і виробництв посилює негативний вплив на екологію. Рішеннями Конференції ООН зі сталого розвитку «Ріо+20» (20-22 червня 2012 р., м. Ріо-де-Жанейро) рекомендовано впровадження на національному рівні засад зеленої економіки, розвиток і міжнародний трансфер зелених технологій.

**Рішення:** Компанія «Сандора», є частиною групи компаній PepsiCo, поділяє філософію сталого розвитку бізнесу та прагне досягти відмінних фінансових результатів, зменшуючи вплив на навколишнє середовище і роблячи життя людей кращим. Так, у ході реалізації програми скорочення споживання природних ресурсів за останні роки було досягнуто значних результатів. У 2014 р. заводи з виробництва напоїв, соків і снєків скоротили споживання електрики і води на 4% і 3,6% відповідно. Зусилля компанії по впровадженню в роботу «зелених» технологій були відзначені профільними організаціями: Миколаївський офіс PepsiCo здобув нагороду «Зелений офіс» на III Міжнародному екологічному форумі Green Mind, а компанія PepsiCo посіла 1 місце в національному конкурсі «Екологічна якість та безпека».

Компанія приділяє велику увагу розвитку персоналу, пропонуючи співробітникам різноманітні можливості для побудови кар'єри в компанії PepsiCo. Також для розвитку і надання допомоги місцевим громадам Миколаївської області компанія «Сандора» підтримує різні соціальні ініціативи, спрямовані на надання благодійної допомоги дитячим будинкам, школам, молодіжним організаціям.

**Результати:**

1. Компанія підвищує свій імідж внаслідок впровадження «зелених» технологій.
2. Підприємство реалізує програми скорочення споживання природних ресурсів.
3. Компанія реконструювала біоочисні споруди на виробничому комплексі №2, аби зменшити викиди забруднюючих речовин у довкілля.
4. Концепція «зеленого офісу» на підприємстві допомагає зниженню навантаження на навколишнє середовище.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. Для чого підприємства впроваджують «зелені» технології?

2. Чи знаєте Ви компанії, які впроваджують в свою діяльність концепцію «зеленого офісу»?

3. Чи надаватимете Ви перевагу продукції компанії після того, як вона отримала нагороди, розглянуті в ситуації?

## **Завдання 2**

### **«Привернення уваги громадськості до проблеми забрудненості Миколаївського регіону»**

Миколаївський полігон твердих побутових відходів є спеціалізованою спорудою, що забезпечує санітарне та епідемічне благополуччя населення, екологічну безпеку навколишнього природного середовища, запобігає розвиткові небезпечних геологічних процесів і явищ. На полігон приймають тверді побутові відходи з житлових і громадських будинків, установ, підприємств торгівлі та громадського харчування, а також вуличне, садово-паркове, будівельне сміття.

Відповідно до ст. 6 «Київського протоколу до Рамкової конвенції ООН про зміну клімату» 01.10.12 підписано договір про співпрацю з дегазації полігону між КП «Миколаївкомунтранс» (м. Миколаїв) і ТОВ «ЛНК» (м. Київ). У 2015 р. КП «Миколаївкомунтранс» разом з ТОВ «ЛНК» завершив монтаж заводу, що працює на сьогодні, по відбору біогазу з подальшою переробкою його в електричну енергію. З початку 2020 р. на полігон прийнято 289185м<sup>3</sup> відходів.

**Проблема:** У лютому 2020 р. в селі Чорноморка (біля Очакова) сильний вітер під час шторму підняв в повітря тонни сміття з полігону твердих побутових відходів і розніс їх по лісопосадці і навколишніх полях.

Наслідки від негоди були масштабні, проте їх можна було уникнути, коли б не порушувалася технологія зберігання відходів.

**Рішення:** Оскільки полігон знаходиться на балансі КП «Миколаївкомунтранс», то воно повинно було вести належний порядок на прилеглій території. Проте підприємство не дотримувалося державних будівельних норм щодо проектування полігонів твердих побутових відходів та наказу Міністерства з питань житлово-комунального господарства України «Про затвердження Правил експлуатації полігонів побутових відходів» упродовж своєї діяльності.

Адміністрація Миколаївської області провела наради з цього питання та здійснила загальний контроль за ситуацією. КП «Миколаївкомунтранс» почало приводити до порядку території (як зазначалося в ЗМІ, вирішення проблеми триватиме 2-3 дні).

**Результати:**

1. Привернення уваги громадськості до проблеми забрудненості регіону.

2. КП «Миколаївкомунтранс» понесло відповідальність за неправильне зберігання побутових твердих відходів.

3. Прилеглі території, які не відносяться до підприємства, але засмічені, потрібно буде зачищати. Вздовж дороги багато дерев вкрито поліетиленом. Щоб ліквідувати це, потрібні великі затрати.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. Які дії підприємства є неправомірні?
2. Чи відповідально діє КП «Миколаївкомунтранс»?
3. Як Ви вважаєте, чи можна було уникнути цієї ситуації?
4. Скільки часу, на Ваш погляд, буде вирішуватися питання ліквідації наслідків?

### **Завдання 3**

#### **«WIRES – активне оздоровлення та збереження австралійської дикої природи»**

WIRES (Служба порятунку та інформування про дику природу штату Новий Південний Уельс) – є найбільшою некомерційною благодійною організацією з порятунку і реабілітації диких тварин в Австралії. Всі рятувальники та доглядачі за тваринами є добровольцями. Організація фінансується за рахунок суспільних пожертвувань і діє в найбільш густонаселеному австралійському штаті Новий Південний Уельс.

Ціль WIRES полягає в активному оздоровленні та збереженні австралійської дикої природи та надиханні інших робити те саме. Основна діяльність WIRES – реагування на окремі публічні повідомлення про хворих, поранених чи осиротілих тварин. При необхідності навчені волонтери WIRES рятують тварину, турбуються про неї (надають лікування та догляд, поки вона не буде здоровою), і випускають її назад у дику природу. WIRES працює на підставі повноважень урядового відомства, Національних парків та служби дикої природи, дозволяючи

врятувати та реабілітувати місцевих тварин, практика якої в Австралії заборонена законом.

**Проблема:** Лісові пожежі в Австралії, що почалися у вересні 2019 р., гасили пожежники декілька місяців. До початку 2020 р. на території країни вирувало близько 180 пожеж, половина з яких вийшла з під контролю. Вогнем зруйновано понад 1400 будинків, за даними на 7 січня 2020 р., у полум'ї і від наслідків пожеж загинули як мінімум 23 людини. Цілі міста евакуювали з глибини континенту до берегів. Пожежники і добровольці залишили свої сім'ї і роботу, щоб цілодобово боротися зі стихією. Пожежі знищили ліси, що виробляють кисень, і викидають в атмосферу колосальну кількість вуглекислого газу. Під загрозою зникнення опинилися унікальні види тварин і рослин, що не зустрічаються більше ніде на планеті.

Однак людські втрати менші в порівнянні зі збитком, який зазнала природа. Вогонь знищив близько 12,35 мільйона акрів (50 тисяч квадратних кілометрів) лісу, постраждали національні парки. За попередніми підрахунками, від диму і полум'я загинули близько півмільярда диких тварин різних видів.

**Рішення:** Під час найсильнішої посухи в історії катастрофічні пожежі спустошували Австралію протягом декількох місяців. Тільки в Новому Уельсі було спалено понад 4,9 мільйона гектарів землі, більше 80 пожеж все ще горять, а тварини, які вижили, стикаються з гострою нестачею продовольства і води та втратою середовища проживання. Ситуація для дикої природи є руйнівною, і пройдуть місяці після пожеж, перш, ніж можна буде зрозуміти всі наслідки для диких популяцій.

З листопада 2019 р. по лютий 2020 р. волонтери WIRES прийняли понад 12900 рятувальників для надання допомоги хворим, пораненим і осиротілим місцевим тваринам. Підтримка WIRES у 28 філіях штату Новий Південний Уельс, дозволила організації забезпечити національну підтримку в надзвичайних ситуаціях, і протягом 15 тижнів WIRES профінансувала понад 200 проєктів з порятунку та догляду для ліцензованих фахівців з догляду за дикою природою, груп і ветеринарів у всіх 8 австралійських штатах.

Організація WIRES врятувала і попіклувалася про багатьох хворих, поранених і осиротілих місцевих тварин під час та після



австралійських пожеж. У січні на лінію WIRES надійшло понад 28000 дзвінків, а добровольці прийняли понад 3800 рятувальників.

**Результати:**

1. WIRES своєю діяльністю намагається підвищити обізнаність громадськості та уряду Австралії про загрози рідній дикій природі.

2. Організація заохочує громадськість до збереження природного середовища.

3. Служба порятунку проводить дослідження, пов'язані зі збереженням дикої природи та середовища проживання.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. Як служба порятунку WIRES допомагає навколишньому середовищу?

2. На Ваш погляд, чи можна було уникнути такої масштабної пожежі?

3. Яким способом Ви можете допомогти країні?

4. Які благодійні організації Ви знаєте?

5. Чи робили Ви благодійні пожертвування?

#### **Завдання 4**

##### **«Проблема поліетиленових пакетів»**

У навколишньому середовищі викинуті поліетиленові пакети зберігаються тривалий час і не піддаються біологічному розкладанню. Таким чином, вони утворюють стійке забруднення. 4 трильйони пакетів у рік використовується в світі. Вони вбивають 1 млн птахів; 100 тисяч морських ссавців і незліченні косяки риб.

**Проблема:** 6 млн 300 тис. тонн сміття, більшу частину якого становить пластик, щорічно скидається у Світовий океан. Капітан Чарлз Мур, який бере участь в морських подорожах Морської дослідницької організації «Альгаліта» (AMRF), прийшов до висновку, що четверта частина водної поверхні покрита пливучим пластиковим сміттям.

Всесвітня громадська організація «За природу» встановила, що щорічно від пластикових кульків тільки в Ньюфаундленді вмирають понад 100 тисяч китів, тюленів, черепах.

Тому використання поліетиленових пакетів викликає серйозні занепокоєння зі сторони екологів.

**Рішення:** 3 квітня 2019 р. компанія «АТБ-Маркет» переходить на реалізацію пакетів з біорозкладною добавкою в

магазинах торговельної мережі «АТБ». Компанія почала тестування цієї технології у кінці 2018 р. на обмеженій кількості магазинів, і готова до тиражування цієї екологічної ініціативи на всі магазини мережі.

Спеціальна добавка d2w™ впливає на вуглецеві з'єднання полімеру, в результаті чого, через певний часовий проміжок, вони руйнуються, активізуючи розщеплення полімеру. Виріб з нього стає крихким і швидко розпадається на крихітні пластівці. Процес розкладання полімеру викликає будь-яка комбінація високої температури, світла і тиску, що діють як каталізатори і визначають швидкість і, відповідно, час розкладання.

### **Результати:**

Соціально відповідальне ведення бізнесу – одне з пріоритетних завдань корпорації «АТБ». Програми, спрямовані на вирішення екологічних проблем, поліпшення екологічної ситуації в місті, країні в цілому, є невід'ємною частиною стратегії компанії. Корпорація «АТБ» закликає інших ритейлерів приєднатися до цієї екологічної ініціативи і зробити свій внесок у збереження екології країни.

### **Питання до ситуаційної справи:**

1. Чи варто вводити заборону поліетиленових пакетів на законодавчому рівні в Україні?
2. Яка мета такої ініціативи компанії «АТБ»?
3. Чи отримує користь від таких заходів компанія «АТБ»?

## ***Кейси до теми 7***

### **Завдання 1**

#### **«Соціальна програма Компанія «МЕТРО Кеш енд Кері Україна»»**

**Проблема:** Наше суспільство живе в період економічних, екологічних, соціальних та культурних викликів. Варто визнати, що часто ініціативи у сфері допомоги незахищеним верствам населення залишаються нерозглянутими та нереалізованими унаслідок браку фінансування. Підтримка благодійних та громадських організацій у реалізації їхніх проєктів з допомоги людям, які опинилися у складних життєвих обставинах (дітей-сиріт, багатодітних сімей, людей з інвалідністю, біженців або тимчасово переміщених осіб, пенсіонерів) є важливим елементом

розбудови держави у сучасних умовах економічної невизначеності та має стимулюватися як з боку держави, так і з боку підприємств.

**Рішення:** Компанія «METRO Кеш енд Кері Україна» запровадила соціальну програму «Ти зможеш – METRO допоможе». Один із п'яти критеріїв оцінки проєктів – елементи підприємництва.

Компанія METRO розуміє, що наше суспільство живе в період економічних, екологічних, соціальних та культурних викликів. Проте команда «METRO Кеш енд Кері Україна» також переконана, що сталий розвиток є ключем до трансформації цих викликів у можливості. Керуючись чітким баченням відповідального ведення бізнесу в усіх сферах своєї діяльності, METRO працює сьогодні для впевненого завтра, як для своїх працівників та їхніх сімей, так і для місцевих громад та суспільства загалом.

Проєкт обов'язково повинен відповідати як мінімум одній з Цілей сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй та спрямовуватися не лише на надання благодійної допомоги у вигляді пожертв, а й відображати цінність для суспільства та здійснюватися в рамках стратегії організації-учасника програми на основі соціального партнерства.

**Результати:** У програмі взяли участь 27 благодійних та громадських організацій, які розповіли про 54 проєкти, що впроваджують в рамках своїх соціальних ініціатив.

Підтримка громадських ініціатив у рамках конкурсу відбувалась за рахунок надання одноразової благодійної допомоги у вигляді продовольчих і непродовольчих товарів з асортименту торговельних центрів METRO на загальну максимальну суму 100 000 грн без ПДВ на один проєкт з метою їхнього використання організаціями-переможцями для втілення їхнього соціального проєкту.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. Чому підприємство вирішило реалізувати програму?
2. Яку користь дає цей проєкт компанії?
3. Чи повинні провадитись подібні програми в Україні на умовах соціального партнерства?

## Завдання 2

### «Соціальні проєкти Креді Агріколь Банк»

**Проблема:** Часто бізнес називає себе відповідальним, соціально-орієнтованим, проте у кінцевому випадку дбає тільки про власні інтереси, а не про добробут населення. Нажаль, виникають питання з приводу того, навіщо бізнесу інвестувати в соціальні проєкти, коли ці кошти можна вкласти у розвиток бізнесу. Тому і виникає недовіра до власників бізнесу серед населення.

Проте, ведення соціально відповідального бізнесу, реалізація КСВ-проєктів підвищує інвестиційну привабливість компанії та зміцнює її репутацію, сприяє найму та утриманню висококваліфікованих співробітників і підвищенню продуктивності, підтримує успішність та впізнаваність бренду, довіру цільової аудиторії та формує позитивну думку про продукти компанії.

Креді Агріколь Банк – частина французької групи Crédit Agricole – однієї з найбільших банківських груп Європи. В Україні Креді Агріколь присутній з 1993 р. і є одним з найбільш надійних і стабільних банків країни. Це підтверджують найвищий можливий національний довгостроковий рейтинг Fitch в Україні – AAA, а також лідерські позиції в рейтингах стійкості банків і надійності банківських вкладів.

**Рішення:** Банк приділяє особливу увагу корпоративній соціальній відповідальності, тому щорічно реалізує безліч ініціатив в рамках програми КСВ «We Care!» Команда банку також залучена в волонтерські проєкти. Банк пропонує працівникам один з кращих соціальних пакетів на ринку.

#### **Результати:**

Наприклад, у 2018 р. банк реалізував 12 «добрих» проєктів, п'ять «зелених» ініціатив і вісім проєктів, спрямованих на мотивацію персоналу.

Креді Агріколь підтримав реконструкцію дитячого спортивного басейну в комплексі «Спортіум» в Миколаївській області.

Відповідно до одного з напрямів програми «We Care!» щомісяця співробітники банку стають донорами крові.

Креді Агріколь запустив ряд «зелених» ініціатив в офісі, які сприяють збереженню навколишнього середовища: використання офісного паперу з вторинної сировини, утилізація ртутних ламп,

зменшення застосування фосфатних миючих засобів, установка сучасних систем контролю опалювального обладнання. Крім того, Креді Агріколь підтримує цінності активного і здорового способу життя співробітників, організовуючи корпоративні спортивні заходи.

**Питання до ситуаційної справи:**

1. Які Ви ще знаєте соціально відповідальні банківські установи? Вкажіть, які проекти вони реалізують?
2. Як на Вашу думку, чи відрізняються за рівнем соціальної відповідальності українські банки та банки з іноземним капіталом?
3. Яким чином необхідно здійснювати моніторинг КСВ банківській установі для оцінювання результатів її діяльності?

**Кейси до теми 8**

**Завдання 1**

**«Соціальний проєкт ТОВ «ВОГ Рітейл»»**

**Проблема:** ТОВ «ВОГ Рітейл», мережа автозаправних комплексів під брендом WOG. Одна з найбільших монобрендових мереж автозаправних комплексів і найбільший імпортер пального в Україні. Поставляє 7 сертифікованих типів пального з заводів Литви, Румунії та Республіки Білорусь. Компанія «ВОГ» намагається сприяти вирішенню гострої соціальної проблеми: щорічно в Україні майже 5 тис. немовлят народжуються із серцевою недостатністю, яка розвивається ще в материнському лоні. Третина з них виписуються з пологових будинків, навіть не підозрюючи про хворобу, хоча в перші години або дні життя немовляти повинні були потрапити на хірургічний стіл.

**Рішення:** 1 червня 2019 р. спільно з Українською біржею благодійності, благодійним фондом «Твоя опора» разом з Машею Єфросініною оголосили про початок нового етапу соціального проєкту «Дорога до серця». У процесі акції, яка тривала до кінця літа, організатори зібрали 1 млн 330 тис. грн, за які придбано апарат УЗД з набором сучасних датчиків для Інституту серцево-судинної хірургії ім. М.Амосова.

Щоб взяти участь в акції, достатньо лише придбати кавовий напій в особливому благодійному склянці на будь-якому АЗК мережі WOG і WOG SAFE. Вартість такої склянки – 2 грн. Акція

тривала, поки не були розкуплені всі стакани і таким чином зібрано 1 млн 330 тис. грн.

**Результат:** «WOG вже більше 10 років реалізує проєкт «Дорога до серця». Завдяки кожному клієнту, який приєднався до акції, компанії вдалося забезпечити ремонт цінного обладнання в медзакладах по всій країні, придбати для них нові сучасні апарати, тим самим рятуючи дитячі життя. На цей раз спільно з партнерами проєкту - Українською біржею благодійності, БФ «Твоя опора» разом з Машею Єфросініною – «ВОГ» направило кошти на придбання життєво необхідного апарату УЗД, завдяки якому фахівці зможуть вчасно діагностувати порок серця у дітей, а значить, оперативно провести операції і врятувати життя дітей.

За понад 10 років, які компанія WOG проводить акцію «Дорога до серця», зібрано понад 16 млн гривень. За час попередньої хвилі акції «Дорога до серця» (завершилася в кінці 2018 р.) був встановлений рекорд – 1 128 846 грн. Завдяки зібраним коштам медичне обладнання для дітей, які народилися раніше терміну, отримують ДУ «Інститут педіатрії, акушерства і гінекології НАМН» Києва, а також медичні установи, що спеціалізуються на виходжуванні немовлят, в Одесі, Дніпрі, Чернівцях та Ковелі.

#### **Питання до ситуаційної справи:**

1. Чи можна назвати мережу автозаправних комплексів соціально відповідальною організацією?
2. Яким чином Ви б порадили компанії «WOG» здійснювати моніторинг корпоративної соціальної відповідальності?
3. Які ще Вам відомі благодійні акції, які проводять автозаправні компанії? (наприклад, ОККО, Glusko, Socar, Amic, ANP, KLO, BRSM та ін.).

### ***Кейси до теми 9***

#### **Завдання 1**

##### **«Проект «Чиста вода» - за ініціативи PepsiCo в Україні»**

**Проблема:** В Україні вже давно назріває проблема питної води, оскільки за запасами доступних до використання водних ресурсів країна належить до малозабезпечених. На сьогодні міське водопостачання забезпечується в Україні за рахунок підземних вод

лише на 25%. Для більшості країн Європи використання підземних вод сягає 90%, що забезпечує задоволення потреб населення високоякісною питною водою. Особливо гостро проблема чистої питної води стоїть в дитячих установах.

**Рішення:** Проєкт «Чиста вода» - одна з ініціатив PepsiCo в Україні, яка реалізується в рамках глобальної стратегії PepsiCo «Перемагати відповідально» і спрямована на поліпшення якості життя місцевих громад у регіонах, де компанія веде бізнес. Запуск першої установки доочищення води відбувся ще в 2013-му в Миколаївській області. У 2017 р. проєкт розширився і на Київську область.

До того ж, PepsiCo Україна підтримує дитячі будинки в регіонах присутності компанії спільно з благодійним фондом «Благомай». Для цього в офісах компанії збирають книги та необхідні речі для вихованців дитячих установ. Співробітники-волонтери організують поїздки в підшефні дитячі будинки в різних куточках країни.

**Результати:** На сьогодні доступ до чистої питної води в рамках проєкту «Чиста вода» мають уже понад 5000 дітей з 39 дитячих установ в Миколаївській та Київській областях.

В рамках акції «Потрібні речі для малюків», що проходила в офісах компанії в 2017 р., діти, позбавлені батьківського піклування, отримали спортивний інвентар, розвиваючі ігри, книги, а також шкільне приладдя, комп'ютери та інші потрібні для навчання речі. У 2018-му р. для вихованців дитячих установ в шести областях України PepsiCo організувала серію освітньо-розважальних заходів під назвою «Давай разом!». Учасниками заходів в 2018 р. стали 175 дітей-сиріт з дев'яти дитячих будинків.

#### **Питання до ситуаційної вправи:**

1. Як Ви вважаєте, навіщо PepsiCo підтримує дитячі установи спільно з благодійним фондом «Благомай»? Чи не достатньо для гарного іміджу заходів в рамках проєкту «Чиста вода»? З якою метою компанія приймає участь у великій кількості проєктів?

2. PepsiCo випускає велику кількість напоїв під торговими марками Pepsi, Mirinda, 7up, Lipton Ice Tea, Sandora, Садочок та ін. Чи не вигідніше було б поставляти власну продукцію в дитячі

установи, ніж будувати водоочисні установки? Яким чином компанія оцінює ефективність соціальної відповідальності?

3. Які б ще соціальні ініціативи Ви б порадили підтримати PepsiCo?

## **Завдання 2**

### **«Група Smart Energy»**

Згідно із Законом України «Про нафту і газ» нафтогазова галузь – галузь економіки України, яка разом з іншими галузями забезпечує пошук, розвідку та розробку родовищ нафти і газу, транспортування, переробку, зберігання і реалізацію нафти, газу та продуктів їх переробки.

**Проблема:** На кожному етапі нафтогазового виробництва здійснюється негативний вплив на довкілля. Основні джерела нафтогазового комплексу, які забруднюють атмосферу це фонові постійні втрати природного газу, епізодичні втрати, яких технічно неможливо уникнути, технологічні постійні викиди, яких неможливо уникнути. Підприємства, в яких основним видом діяльності є газовидобувна, нафтогазова галузь, так чи інакше в процесі своєї роботи наносять шкоду оточуючим територіям. Smart Energy - група компаній, що працюють в нафтогазовій галузі України. Входить до четвірки лідерів незалежних газовидобувників.

**Рішення:** Компанії групи прагнуть бути справжніми соціальними партнерами для місцевих громад. Щорічно вони ініціюють підписання меморандумів про співпрацю та виділяють кошти на різні проєкти, які орієнтовані на вирішення реальних потреб конкретної громади.

Група Smart Energy зацікавлена в тому, щоб місцеві спільноти розвивалися, адже її співробітники також є їх представниками. Особливість добувної галузі в тому, що її діяльність здійснюється саме в регіонах, а не у великих містах. Фахівці Smart Energy допомагають сільським радам з оцінкою поточного стану місцевої інфраструктури, підказують найбільш ефективні інженерні рішення, якщо необхідно, сприяють підготовці проєктної документації.

### **Результати:**

Для вирішення проблем громад було виділено 3 млн грн. Зокрема, в Полтавській області Представництво «Регал Петролеум Корпорейшн Лімітед», яке входить в групу, в рамках проєктів



співфінансування перерахувало 1,65 млн грн. Це дозволило провести ремонт дитячого відділення районної лікарні, відремонтувати водогони, сільський будинок культури, школи, дитячі садки в декількох населених пунктах.

У Харківській області компанії групи «Пром-Енерго Продукт» і «Укргазвидобуток» виділили 1,26 млн грн. Їх використовували на ремонт селищних доріг, установку вуличного освітлення, ремонт кількох шкіл, розвиток культури і спорту в регіоні.

Smart Energy підтримують благодійний проєкт «Класична феєрія» і програму розвитку національно-патріотичного виховання дітей «Пласт» в області. Отже, Smart Energy створює не тільки гідні умови роботи для своїх співробітників безпосередньо на виробництві, а й гідні умови життя в селах і селищах, де живуть вони і їхні родини.

#### **Питання до ситуаційної вправи:**

1. Як Ви вважаєте, який рівень соціальної відповідальності групи компаній Smart Energy?
2. На яку сферу більше направлені їх проєкти? Економічна, соціальна, екологічна? Якій сфері Ви б радили приділити більше уваги?
3. Яким чином компанія проводить оцінку КСВ?

### ***Кейси до теми 10***

#### **Завдання 1**

#### **«Стратегічні напрями розвитку МХП»**

ПрАТ МХП – це провідна компанія з промислового виробництва курятини в Україні з найбільшою часткою ринку і високою пізнаваністю брендів. МХП контролює всі етапи виробництва курятини: від вирощування зернових і олійних культур, виробництва комбікормів до виробництва інкубаційних яєць та вирощування бройлерного поголів'я, переробки, збуту, дистрибуції та продажу м'яса птиці (зокрема через франчайзингові точки МХП). Компанія має виробничі активи в Нідерландах, Словенії, Словаччині та дистрибуційний офіс в ОАЕ. Холдинг володіє брендами «Наша Ряба», «Qualiko», «Легко!», «Бащинський», «Ukrainian Chicken». Компанія складається з 11 дистрибуційних центрів (хабів) у великих містах країни. Продукція компанії представлена в 80 країнах. На 30 підприємствах компанії працюють 28 тисяч співробітників у 14 регіонах. 2018 р. було

інвестовано 200 млн грн в проекти для розвитку громад та територій присутності.

МХП займається впровадженням альтернативної енергетики та виробництва енергії з відновлюваних джерел: у Ладижині (Вінницька область) запущено першу чергу найбільшого в Східній Європі біогазового комплексу проектною потужністю 24 МВт.

**Проблема:** Серед проектів, які наразі є найбільш затребуваними суспільством – це інфраструктурні зміни, різного роду облаштування побуту громади, де працюють підприємства агрокомпаній, а також глобальні освітні, бізнесові або ж екологічні ініціативи.

**Рішення:** У МХП є ініціатива, яка підтримує сільське підприємництво – конкурс мікрогрантових проектів «Село: Кроки до розвитку». Цей проект дає змогу звичайному селянину започаткувати власну справу чи розвинути вже наявний проект за умови, якщо він доведе його необхідність та складе перспективний бізнес-план. Для цього він може отримати грант у розмірі від 50 тис. грн від МХП.

Проекти мають відповідати одному або декільком з таких напрямків:

- поширення практик розвитку сільських громад і розвитку сільських територій, ефективних соціальних технологій розвитку села, сільського зеленого туризму, екологічного будівництва та діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів;

- економічна самоорганізація сільських мешканців та створення умов для самозайнятості (підтримка в створенні сімейних ферм, сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів);

- впровадження європейських підходів до розвитку сільських територій – самодостатності використання сільських ресурсів, диверсифікації і збереження засобів до існування та розвитку, біодиверсифікації, використання відновлювальних та енергоощадних джерел енергії та розвитку потенціалу громад.

Мета проекту – підтримка ініціатив недержавних громадських об'єднань та ініціативних груп громадян і фізичних осіб-підприємців з розвитку громад, та забезпечення самозайнятості мешканців в їх прагненні до самоорганізації для захисту прав і інтересів громадян у стосунках з органами місцевої влади, до зміни на краще існуючих бюрократичних та формальних норм взаємодії

урядовців місцевої влади з громадськістю в період проведення реформ.

**Результати:**

1. Компанія підвищує свій імідж внаслідок проведення соціальних проєктів.

2. Внаслідок проведення конкурсу розвивається сільський зелений туризм.

3. Проєкт допомагає економічній самоорганізації сільських мешканців.

4. Проведення конкурсу сприяє впровадженню європейських підходів до розвитку сільських територій.

5. Компанія підтримує сімейні ферми, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи.

**Питання до ситуаційної вправи:**

1. Чому підприємство вирішило провести конкурс?

2. Яку користь дає цей проєкт компанії?

3. Яка мета конкурсу від МХП?

4. Чи повинні проводитися подібні конкурси в Україні?

## **Завдання 2**

### **«Стратегічний і системний підхід компанії «Метінвест»»**

Виробництво металургії особливо негативно впливає на навколишнє середовище. До таких впливів відноситься: забруднення ґрунтів через масове складування відходів; скидання необроблених виробничих вод у природні водойми; величезні викиди шкідливих речовин в атмосферу.

Металургійні об'єкти переробляють техногенні утворення. Для вироблення однієї тонни в виробництво залучається понад три тонни первинних природних ресурсів сировини. В результаті виплавки доменні шлаки збираються в сховищах шламів і відвалах. При цьому вони забирають міські і сільськогосподарські земельні території, створюють додаткове навантаження на ґрунт.

**Проблема:** У Маріуполі працює металургійна компанія «Метінвест», яка забруднює атмосферу, псує інфраструктуру, населення не задоволене. Перед керівництвом компанії та її працівниками стоїть завдання уникнути невдоволення жителів міста.

**Рішення:** «Метінвест» повинен впроваджувати стратегічний і системний підхід до реалізації соціальних проєктів в містах

присутності, а також вести ефективний діалог з зацікавленими сторонами. Одним з пріоритетних напрямків розвитку місцевих громад для групи «Метінвест» повинно бути підвищення якості життя та привабливості міст присутності компанії.

Також потрібно створити певний формат взаємодії з місцевими громадами, об'єднуватись з представниками бізнесу та міжнародними організаціями з метою реалізації перспективних ідей і проєктів, спрямованих на підвищення якості життя в місті.

**Результати:** З 2016 р. в Маріуполі створено унікальний для України формат взаємодії з місцевими громадами – Фонд розвитку Маріуполя (ФРМ). Фонд реалізує проєкти спільно з регіональними, національними та міжнародними партнерами – «Метінвестом», Маріупольською міською радою, USAID, UNICEF, Європейським банком реконструкції та розвитку та ін. Фонд реалізує ряд програм, спрямованих на реалізацію принципів стійкості Маріуполя: «Розумне місто», «Маріуполь: Стратегія 2021», «Новий муніципалітет», «Нова культурна платформа», Стратегія розвитку спорту, інфраструктурні проєкти, «Затишні двори».

Маріуполь став містом відкритих можливостей, яскравих культурних подій – «Гогольфест», MRPL.CITY, «День Європи», «День Франції» відвідало понад 50 тис. маріупольців і гостей міста.

Ключові проєкти 2018 р.:

- капітальний ремонт з модернізацією будівель Маріупольського технічного ліцею, дитячого садка №39, опорної школи №66;

- капітальний ремонт і оснащення кардіоцентру, відділення мікрохірургії ока, хірургічного та урологічного відділень Першої міської лікарні, дитячого діагностичного центру;

- реконструкція Театрального скверу, парку «Веселка»;

- створення IT-хаба в приміщенні шахового клубу.

Програми в партнерстві з платформою в 2019 р.:

- Інфраструктура міста – реконструкція Парку Трудової Слави, пляжу «Центральний»;

- Реформа. Освіта – Школа майбутнього;

- Культура, спорт – «Яскрава гонка», «Яскравий заплив», Другий туристичний форум, напівмарафон, Фестиваль електронної музики;

- Екологія і люди – Третє міське екологічний форум Запоріжжя.

Орієнтуючись на успішний досвід Маріуполя, «Метінвест» масштабує стратегічний підхід реалізації соціальних проєктів на інші міста.

**Питання до ситуаційної вправи:**

1. Як Ви вважаєте, які стратегічні напрями розвитку повинна запровадити компанія, щоб уникнути негативного впливу на навколишнє середовище і суспільство?

2. Чи повинна компанія розробляти стратегію розвитку КСВ? Обґрунтуйте.

3. Наведіть приклади підприємств, які створюють аналогічний вплив на зовнішнє середовище, і як виходять з даної ситуації.

## Список рекомендованої літератури

1. Артиш В. І. Порівняльна оцінка інтенсивного та екологічно чистого ведення сільського господарства. Економіка АПК. 2005. № 10. С. 20-23.
2. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. Вісник Української академії банківської справи. 2012. № 1 (32). С. 97-101.
3. Благоев Ю. Е. Концепція корпоративної соціальної відповідальності і стратегічне управління. Російський журнал менеджмента. 2004. №3. С. 17-34.
4. Бурковська А. В., Лункіна Т. І. «Зелена логістика» невід'ємна складова соціальної відповідальності підприємств. Логістичний менеджмент : проблеми та перспективи : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Умань, 17 листопада, 2016 р.). Умань, 2016. С. 26-29.
5. Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Законодавче регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні потребує удосконалення. Галицький економічний вісник. 2016. № 1 (50). С.32-37.
6. Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання : національні, глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти : матеріали міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 23-25 листопада, 2016 р.). Миколаїв, 2016. С. 369-372.
7. Бурковська А.В., Лункіна Т.І. Про необхідність удосконалення законодавчого регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. : Формування, механізм зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах (м. Тернопіль, 22-24 вересня, 2016 р.). Тернопіль, 2016. С. 200-202.
8. Бурковська А. В., Лункіна Т. І., Корабахіна А. Ю. Вплив фінансової децентралізації на суспільно-економічний розвиток регіонів України. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 11 (185). С. 230-237.
9. Бурковська А. В., Лункіна Т. І., Корабахіна А. Ю. Роль фінансової децентралізації у забезпеченні ефективного розвитку

- територій. Агроекологічні, соціальні та економічні аспекти створення та ефективного функціонування екологічно стабільних територій : матеріали I міжнарод. науч.-практ. конф. (г. Полтава, 26 лютого, 2016 р.). Полтава, 2016. С. 99-102.
10. В світі посилюється законодавче регулювання бізнесу./ ТАСС. 2017. 10 липня. URL: <https://news.rambler.ru/economics/37365356-v-mire-usilivaetsya-zakonodatelnoe-regulirovanie-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa>. (дата звернення: 25.10.2018).
11. Визначення : корпоративна соціальна відповідальність. URL: <http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-ta-ender.html> (дата звернення: 24.10.2018).
12. Водницька Н. В. Управління трудовою сферою промислового підприємства з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Харків : ХНЕУ, 2008. 23 с.
13. Всесвітня рада бізнесу із сталого розвитку (WBCSD) : сайт. URL: <http://www.wbcd.org> (дата звернення: 26.10.2018).
14. Головка Н. А. Проблема моральної відповідальності в марксистській етиці. Київ : Думка, 1972. С. 76.
15. Грицина Л. А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Хмельницький : ХНУ, 2009. 20 с.
16. Грішнова О. А., Міщук Г. Ю., Олійник О. О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків : монографія. Рівне : НУВГП, 2014. 216 с.
17. Декларація фундаментальних принципів і прав на робочому місці Міжнародної організації праці : Декларація [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http : zakon.rada.gov.ua/laws/show/993\\_260](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_260)
18. Держава сталого розвитку 2018. URL: <https://www.greenbiz.com/article/state-sustainability-profession-2018> (дата звернення: 24.10.2018).
19. Евдокимов Ф. И., Губская М. В. Социальная ответственность предприятия как фактор экономического развития // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. 2004. № 82. С. 5-10.

20. Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 г. / Організація Об'єднаних Націй. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015) (дата звернення: 26.10.2018).
21. Зайчук О. В., Оніщенко Н. М. Теорія держави і права : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2006. URL: [http://www.ebk.net.ua/Book/law/ zauchuk\\_tdp/part3/2401.htm](http://www.ebk.net.ua/Book/law/ zauchuk_tdp/part3/2401.htm) (дата звернення: 24.10.2018).
22. Зелена книга Європейського Союзу. URL: [http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art\\_id=15524](http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=15524) (дата звернення: 26.10.2018).
23. Індекс соціального розвитку 2018: Україна суттєво поступається авторитарній Білорусі : URL : <https://glavcom.ua/publications/indeks-socialnogo-rozvitku-2018-ukrajina-suttjevo-postupajetsya-avtoritarniy-bilorusi-530460.html> (дата звернення: 02.02.10.2020).
24. Колот А. М. До проблеми розвитку теорії розподільчих відносин // Україна : аспекти праці. 2008. № 8. С. 3-12.
25. Конвенція ООН проти корупції від 31 жовт. 2003 р. / Організація Об'єднаних Націй. URL : [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_c16](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_c16) (дата звернення: 26.10.2018).
26. Конфедерація роботодавців України : сайт. URL : <http://www.confeu.org/ua/home.html> (дата звернення: 26.10.2018).
27. Корпоративная социальная ответственность. URL : <http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview/188-chto-takoe-sobkso.html> (дата звернення: 26.10.2018).
28. Костюк І. В. Проблеми соціалізації економічного розвитку // Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні : збірник тез за матеріалами VIII науково-технічної конференції науково-педагогічних працівників, 26-31 березня 2012 року. Національний університет «Львівська політехніка», Інститут підприємництва та перспективних технологій. Львів, 2012. С. 79-81.
29. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність : як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / за ред. Л. Савицька; пер. з англ. С. Яринич. Київ : Вид-во О. Капусти ; Агенція «Стандарт», 2005. 285 с.



30. Лановенко В. Органічний напрям: Чого чекати в 2017 році? Агропортал. URL : <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/organicheskoe-napravlenie-chego-zhdad-v-2017-godu/#> (дата звернення: 28.10.2018).
31. Лункина Т. И., Бурковская А. В. Влияние социальной ответственности на инновационное развитие Украины. Формирование инфраструктуры развития регионального АПК : теория и практика : материалы XIV междунар. научн.-практ. конф. (г. Барнаул, 24-25 сентября, 2015 г.). Барнаул, 2015. С. 301-303.
32. Лункина Т. И., Бурковская А. В. Инвестиционная деятельность аграрного сектора экономики Николаевской области. Научные исследования – основа модернизации сельскохозяйственного производства : междунар. научн.-практ. конф. (г. Тюмень, 9-11 ноября, 2011 р.). Тюмень, 2011. С. 103—106.
33. Лункина Т. И. Особенности развития социально-ответственного агробизнеса в Украине. Украина – Болгария – Европейский Союз : современное состояние и перспективы : материалы междунар. научн.-практ. конф. (г. Варна, сентябрь, 2016 г. Т. 1. ). Варна, 2016 г. С. 103-106.
34. Лункина Т. И., Бурковская А. В. Основная роль и особенности развития социальной ответственности в Украине. Формирование конкурентоспособной экономики АПК региона: теоретический и практический аспекты : материалы XIII междунар. научн.-практ. конф. ( г. Барнаул, 23-24 сентября, 2014). Барнаул, 2014. С. 322—324.
35. Лункина Т. И., Бурковская А. В. Особенности формирования социальной ответственности в Украине. Modern Agriculture – Achievements and Prospects : International Scientific Symposium / 80 th Anniversary of State Agrarian University of Moldova. (Chisinau, October 09-11, 2013). Chisinau, 2013. С. 41—43.
36. Лункина Т. И., Бурковская А. В. Развитие сельского хозяйства Украины при условиях экологизации производства // Инновационные подходы в управлении агропромышленным комплексом : материалы XII научн.-практ. конф. (г. Барнаул, 2-3 июля, 2013 г.). Барнаул, Россия, 2013. С. 249-251.
37. Лункіна Т. І. Аналіз основних тенденцій сталого розвитку України. Економічний дискурс : міжнародний збірник наукових праць. 2015. Вип. 4. С. 45-54.

38. Лункіна Т. І. Вплив соціалізації освіти на майбутніх фахівців аграрного сектора. Практичні можливості та перспективи використання в освітньому процесі сучасних інформаційних технологій : матеріали наук.-практ. семінар (м. Миколаїв, 11 травня, 2017 р.). Миколаїв, 2017.
39. Лункіна Т. І. Вплив соціальної відповідальності на формування навичок здобувачів вищої освіти. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. vol. 2-4. С. 130-138.
40. Лункіна Т. І. Державне фінансування соціального розвитку населення в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2013. Вип. 3 (73). С. 49—53.
41. Лункіна Т. І. Екологічна компонента соціального розвитку України. *Науковий вісник Ужгородського університету : збірник наукових праць : Серія «Економіка»*. 2015. Вип. № 1 (45). Т. 3. С. 103-107.
42. Лункіна Т. І. Економіка України: рейтингова оцінка в світі. Формування конкурентоспроможної національної економіки : світовий досвід та вітчизняні реалії : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 19-20 квітня, 2013 р.). Херсон, 2013. С. 31—32.
43. Лункіна Т. І. Інноваційний розвиток України на засадах соціальної відповідальності. *Інноваційна економіка : науково-виробничий журнал*. 2015. № 3 (58). С. 17-21.
44. Лункіна Т. І. Міжнародний досвід формування соціальної відповідальності. *Наукові праці. Економіка*. 2017. Вип. 284. Т. 296. С. 15-19.
45. Лункіна Т. І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 12. № 2. С. 6-10.
46. Лункіна Т. І. Основні аспекти розвитку сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2012. Вип. 3 (67). С. 66-72.
47. Лункіна Т. І. Основні концепції сталого розвитку України в сучасних умовах. *Розвиток українського села – основа аграрної реформи в Україні : матеріали Причорноморської регіональн. наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу (м. Миколаїв, 24-26 квітня, 2013)*. Миколаїв, 2013. С.25-27.

48. Лункіна Т. І. Особливості оцінки рівня соціальної відповідальності аграрного сектора. Інфраструктура ринку : електронний науково-практичний журнал. 2017. Вип. 14. С. 34-38.
49. Лункіна Т. І. Особливості розвитку органічного ринку в Україні. Розвиток українського села – основа аграрної реформи в Україні : матеріали Причорноморської регіональн. наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу (м. Миколаїв, 25-27 квітня, 2018 р.). Миколаїв, 2018.
50. Лункіна Т. І. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в сільському господарстві. Інноваційна економіка : всеукраїнський науково-виробничий журнал. Тернопіль : Тернопільський інститут агропромислового виробництва УААН, 2012. № 9 (35). С. 49-52.
51. Лункіна Т. І. Розвиток економіки України : сучасний стан. Економіка и управление. Симферополь, 2013. № 4. С. 91-95.
52. Лункіна Т. І. Роль держави у формуванні соціально-орієнтованого інвестиційного клімату в аграрному секторі економіки. Наукові праці. Економіка. Т. 312. Вип. 300. С.117-121.
53. Лункіна Т. І. Соціалізація аграрного сектора економіки України. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 6. Ч. 4. С. 152-155.
54. Лункіна Т. І. Соціалізація економіки як новий етап розвитку суспільства. Трансформація фінансової системи України : тенденції та перспективи розвитку : матеріали I Всеукраїн. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 20-21 листопада, 2017 р.). Миколаїв, 2017. С. 80-81.
55. Лункіна Т. І. Соціалізація економіки як один із інноваційних напрямів ефективного функціонування держави. Інноваційна економіка : науково-виробничий журнал. 2017. № 11-12 (72). С. 48-54.
56. Лункіна Т. І. Соціалізація освіти як засіб підвищення соціальної відповідальності в аграрному секторі. Миколаїв : видавничий відділ МНАУ, 2016. 30 с. (Препринт/Миколаїв).
57. Лункіна Т. І. Соціалізація освіти як засіб підвищення соціальної відповідальності в аграрному секторі : науковий твір. Миколаїв : МНАУ, 2016. 30 с. (авторське свідоцтво від 30.11.2016 р. №70828).
58. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність як складова частина збалансованого розвитку держави. Інтелект ХХІ століття. 2016. № 5. С. 20-23.

59. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність як одна із складових економічної безпеки держави. Розвиток українського села – основа аграрної реформи в Україні : матеріали Причорноморської регіональн. наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу (м. Миколаїв, 23-25 квітня, 2014). Миколаїв, 2014. С.31-32.
60. Лункіна Т. І. Соціально відповідальний університет – запорука успішного розвитку. Економіка. Фінанси. Право. 2015. № 8/1. С. 47-50.
61. Лункіна Т. І. Соціально-екологічна направленість розвитку аграрного сектора України // Економіка. Фінанси. Право. 2013. № 7/1. С. 30-32.
62. Лункіна Т. І. Соціально-економічний потенціал України : основні аспекти. матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-експозиційної та вербально-демонстраційної конф. : Вдосконалення механізмів активізації економічних процесів та формування конкурентоспроможності національної економіки, регіону, підприємства в умовах глобалізації (м. Ужгород, 20-24 квітня, 2015 р.). Ужгород, 2015. С. 94-96.
63. Лункіна Т. І. Соціально-економічний розвиток аграрного сектора в економіці держави. Аграрна наука – освіта – виробництво: сучасний стан, проблеми та перспективи інтеграції : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. присвяченої 30-річчю МНАУ (м. Миколаїв, 12-14 листопада, 2014 р.). Миколаїв, 2014.
64. Лункіна Т. І. Соціально орієнтована діяльність аграрних підприємств. Миколаїв : МНАУ, 2018. 49 с.
65. Лункіна Т. І. Соціальне підприємництво – бізнес із соціальною місією. Розвиток українського села – основа аграрної реформи в Україні : матеріали Причорноморської регіональн. наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу (м. Миколаїв, 22-24 квітня, 2016). Миколаїв, 2016. С.48-50.
66. Лункіна Т. І. Сталий економічний розвиток України: сутність, значення. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2013. Вип. 2 (72). С. 35-41.
67. Лункіна Т. І. Становлення соціальної відповідальності в Україні. The modern trends in hte development of bussness social responsibility : матеріали міжнар. наук. конф. (Lisabon, may 19ht, 2017). Lisabon, 2017. P. 3-7.

68. Лункіна Т. І. Фінансові аспекти господарювання агропідприємств. Соціально-економічні аспекти розвитку економіки та управління : матеріали наук.-практ. інтернет-конф. (м. Дніпропетровськ, 16-17 січня, 2013 р.). Дніпропетровськ, 2013. С. 100-102.
69. Лункіна Т. І. Формування соціальної відповідальності у ВНЗ України. Науковий вісник Херсонського державного університету : серія «Економічні науки». 2015. Вип. 12. Ч. 2. С. 145-148.
70. Лункіна Т. І. Формування інституціонального забезпечення локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі. Економіка, фінанси, управління та право : теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 23 липня, 2018 р.). Полтава, 2018. С. 27-29.
71. Лункіна Т. І. Формування соціальної відповідальності у майбутніх фахівців аграрного сектора : матеріали Причорноморської регіональн. наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу (м. Миколаїв, 26-28 квітня, 2017 р.). Миколаїв, 2017. С. 26-28.
72. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність в аграрному секторі економіки України : монографія, Дизайн і поліграфія, м. Миколаїв, 2018. 629 с.
73. Лункіна Т. І., Белоусова Т. П. Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств на соціальних засадах. Наукові праці. Економіка. 2016. Вип. 263. Т. 275. С. 129-133.
74. Лункіна Т. І., Белоусова Т. П. Механізми підвищення рівня фінансування соціального розвитку сільськогосподарських підприємств. Наукові праці. Економіка. 2016. Вип. 267. Т. 279. С. 43-47.
75. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Інвестування аграрного сектора економіки України. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2014. № 4 (81). С. 41-46.
76. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Основні засади зрівноваженого розвитку в аграрному секторі. Перспективи розвитку України в умовах глобальної кризи : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Дніпропетровськ, 14-15 червня, 2013 р.) Дніпропетровськ, 2013. С. 28-29.
77. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Особливості кредитування підприємств аграрної сфери економіки України. Актуальні проблеми економіки та фінансів : матеріали II міжнар. наук.-практ.

- конференції (Київ-Санкт-Петербург-Вена, 29 квітня, 2015 р.). Київ-Санкт-Петербург-Вена, 2015. С. 38-40.
78. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Популяризація принципів соціальної відповідальності в суспільстві через освітньо-виховний процес. Наукові здобутки на шляху до вдосконалення економіки країни : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпропетровськ, 7-8 серпня 2015 р.) Ч. 2. Дніпропетровськ, 2015. С. 26-29.
79. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Розвиток соціальної відповідальності в університетах України. Науково-економічний розвиток: менеджмент, фінанси та аудит : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 24-25 липня, 2015 р.) Ч. 2. Київ, 2015. С. 51-53.
80. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Розвиток соціально-культурної сфери України за допомогою корпоративної соціальної відповідальності. Економіка і менеджмент : сучасні трансформації в епоху глобалізації : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Клайпеда, 29 січня, 2016 р.). Клайпеда, Литва, 2016. С. 96-99.
81. Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Стан сучасної економіки України. Финансовая система Украины : проблемы и перспективы развития в условиях трансформации социально-экономических отношений : I научн.-практ. конф. (г. Севастополь, 16-18 мая, 2013 г.). Севастополь, 2013. С. 23-24.
82. Лункіна Т. І., Бурковська А. В., Бурковська А. І. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємств крізь призму сучасних економічних умов. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 25. С. 26-30.
83. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Корпоративна соціальна відповідальність ведення бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. Modern Economics. 2017. Вип. 1. С. 24-30.
84. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Особливості органічного виробництва на сільськогосподарських підприємствах в Україні. Наукові праці. Економіка. 2016. Вип. 273. Т. 285. С. 113-118.
85. Лункіна Т. І., Каратай Т. М. Основні напрями розвитку соціальної відповідальності у ВНЗ України. Наукові праці. Економіка. 2015. Вип. 253. Т. 265. С. 100-106.
86. Лункіна Т. І., Каратай Т. М. Утилізація твердих побутових відходів як фактор економічного піднесення України. Наукові праці. Економіка. 2016. Вип. 273. Т. 285. С. 118-124.

87. Лункіна Т. І., Бурковська А. В., Сіренко Н. М. Основні засади розвитку соціальної відповідальності. Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств : проблеми і перспективи : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених (м. Львів, 18-19 травня, 2017 р.). Львів, 2017. С. 270-271.
88. Лункіна Т. І., Широка А. І. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Modern Economics*. 2018. Вип. 9. С. 60-66.
89. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі // *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1199> (дата звернення: 26.10.2018).
90. Маркетинг в Україні : сайт. URL : <http://www.ua-marketing.com.ua> (дата звернення: 26.10.2018).
91. Мережа Глобального договору в Україні : сайт. URL : <http://www.globalcompact.org.ua> (дата звернення: 26.10.2018).
92. Міжнародна організація праці : офіційний сайт. URL: <http://www.ilo.org.ua/Pages/default.aspx>.
93. Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності : ISO 26000:2010. URL : <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm> (дата звернення: 26.10.2018).
94. Мурашко Д. Великому бізнесу варто підтримувати соціальне підприємництво. URL : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/141-dmytro-murashko-velykomu-biznesu-var-to-pidtrymuvaty-sotsialne-pidpryemnytstvo> (дата звернення: 26.10.2018).
95. Назарук В. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/blog/entry/chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryemnytstvo/> (дата звернення: 26.10.2018).
96. Наслідки неприйняття національної політики з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для України. Київ, 2012. 11 с. URL : [http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2013/11/cost\\_of\\_non\\_adoption\\_final.pdf](http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2013/11/cost_of_non_adoption_final.pdf) (дата звернення: 26.10.2018).

97. Організація економічного співробітництва та розвитку ОЕСР : сайт. URL: <http://www.oecd.org> (дата звернення: 26.10.2018).
98. Органічне виробництво в Україні : офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства в Україні. URL: [http://minagro.gov.ua/uk/organic\\_ministry?tid\\_hierachy=1403](http://minagro.gov.ua/uk/organic_ministry?tid_hierachy=1403) (дата звернення: 24.10.2018).
99. Органічний сектор в Україні : матеріали міжнародної виставки органічних продуктів «Біофах», м. Нюрнберг. Німеччина. 2017. URL: <http://qps.ru/c69xa> (дата звернення: 28.10.2018).
100. Основні результати та досягнення реформи державної регіональної політики у 2014-2017 роках // Стратегія розвитку: Часопис всеукраїнської мережі фахівців та практиків з регіонального та місцевого розвитку РЕГІОНЕТ. 2018. № 6. С. 8-11.
101. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
102. Плахотний О. Ф. Проблеми соціальної відповідальності. Київ : Вища школа, 1981. 191 с.
103. Посібник із КСВ (CSR Guide). Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Лазоренко О. та ін. Київ : Енергія, 2008. 96 с.
104. Презентовано шостий індекс прозорості і КСВ компаній українських підприємств. Центр Розвиток корпоративної соціальної відповідальності. URL : <http://csr-ukraine.org/article/transparency-index-2016-2> (дата звернення: 28.10.2018).
105. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини : Закон України від 03.09.2013 №425-VII ; станом на 05.04.2015. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/425-18> (дата звернення: 26.10.2018).
106. Про органік Інфо : сайт. URL : [http://organicinfo.ua/etapi\\_rozvitku\\_organichnogo\\_rukhu\\_v\\_ukrajini.html](http://organicinfo.ua/etapi_rozvitku_organichnogo_rukhu_v_ukrajini.html) (дата звернення: 25.10.2018).
107. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р. : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.10.2013 р. № 806-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80> (дата звернення: 28.10.2018).
108. Рейтинг стран мира по ВВП. URL : <http://svspb.net/danmark/vvp-stran.php> (дата звернення: 28.10.2018).



109. Ріо-де-Жанейрська Декларація з екології та розвитку від 3-14 червня 1992 р. Організація Об'єднаних Націй. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_455](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_455) (дата звернення: 26.10.2018).
110. Сіренко Н. М., Мельник О. І. Розвиток інноваційного підприємництва в аграрному секторі економіки України : монографія. Миколаїв : МНАУ, 2016. 243 с.
111. Смаглій К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo> (дата звернення: 26.10.2018).
112. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва : Эксмо, 2017. 1056 с.
113. Сокол Л. М., Стефановська Т. Р., Підліснюк В. В. Екологічне (органічне) землеробство – складова сталого сільського господарства. Екологічна безпека. 2008. С. 102-109.
114. Соціальні підприємства в Україні : підсумковий звіт. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B5k4OK2hVgtAOWhGV1RjcW8zZlk/view> (дата звернення: 26.10.2018).
115. Соціально-відповідальний бізнес : спільнота : сайт. URL: <http://www.svb.org.ua> (дата звернення: 26.10.2018).
116. Сталый розвиток та корпоративна соціальна відповідальність. URL: <http://moodle.udec.ntu-kpi.kiev.ua> (дата звернення: 26.10.2018).
117. Сучасні моделі КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2010\\_41/statti/18.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_41/statti/18.pdf) (дата звернення: 26.10.2018).
118. Теоретичні основи соціальної відповідальності. URL : [http://dn.khnu.km.ua/dn/k\\_default.aspx?M=k0245&T=01&lng=1&st=0](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0245&T=01&lng=1&st=0) (дата звернення: 24.10.2018).
119. Ткаченко Н. В., Гиря В. М. Інноваційні механізми фінансування суб'єктів аграрного виробництва України. Фінансовий простір : Міжнародний науково-практичний журнал. 2018. №3(31). С. 8-15.
120. Федерація органічного руху в Україні : офіційний сайт. URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-01> (дата звернення: 28.10.2018).
121. Хачатуров Р. Л., Ягутян Р. Г. Юридическая ответственность. Тольяти, 1995. 126 с.

122. Центр Розвиток корпоративної соціальної відповідальності : сайт. URL: <http://csr-ukraine.org> (дата звернення: 26.10.2020).
123. Шлях до майбутнього: Благодійна організація. URL : <http://mecenatstvo.org/statti/167-shcho-zavazhaie-rozvyvatysia-blahodiinosti-v-ukraini> (дата звернення: 26.10.2019).
124. Bowen H. R. Social responsibilities of the busin essman. New York : Harper&Row, 1953. 276 p.
125. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine. 1970. September 13. URL: <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf> (accessed date: 24.10.2018).
126. Holme R., Watts P. Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense. E& Y Direct, 2000. 32 p.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВДЕ	– відновлювальні джерела енергії
ГД	– Глобальний Договір ООН
ДПП	– державно-приватне партнерство
ДРП	– державна регіональна політика
ДФРР	– державний фонд регіонального розвитку
ЄК	– Європейська Комісія
ЄС	– Європейський Союз
ІЛР	– Індекс людського розвитку
ІСЦ	– Індекс споживчих цін
КМУ	– Кабінет міністрів України
КСВ	– Корпоративна соціальна відповідальність
ЛСВ	– Локальна соціальна відповідальність
НПП	– науково-педагогічні працівники
ОДА	– обласні державні адміністрації
ОМС	– органи місцевого самоврядування
ОТГ	– об'єднані територіальні громади
СВ	– Соціальна відповідальність
СВБ	– Соціально відповідальний бізнес
СВП	– сукупний вимір підтримки
СОТ	– Світова організація торгівлі
ТПВ	– тверді побутові відходи
УФСІ	– український фонд соціальних інвестицій
Центр «Розвитку КСВ»	– Центр «Розвитку Корпоративної соціальної відповідальності»
ЦНАП	– центр надання адміністративних послуг
ЦРС	– Цілі сталого розвитку
ІРС	– Міжнародний комітет з інтегрованої звітності

## Додаток А

### Основні критерії соціальної відповідальності в Україні

Критерії	Характеристика
1. Підвищення динаміки інноваційного розвитку	<p>1.1 Підвищення прибутковості в умовах збереження суспільної вартості</p> <p>1.2 Підвищення динаміки генерування знань, темпів впровадження нових технологій, створення нових товарів та послуг, прискорення інноваційних процесів</p> <p>1.3 Розвиток та комерціалізація співпраці з групами впливу; співпраця з дослідницькими структурами, бізнес-партнерами, галузевими, регіональними та міжнародними бізнес-асоціаціями</p> <p>1.4 Застосування підходів, спрямованих на покращення якості та безпеки продукту, проведення сертифікації на відповідність міжнародним стандартам, участь у програмах порівняльного тестування, рейтингів виробників з метою підвищення задоволеності споживачів</p> <p>1.5 Збільшення кількості робочих місць зі збереженням гідних умов праці за рахунок створення нових продуктів та виходу на нові ринки</p> <p>1.6 Лідерство державних підприємств як контрагентів; дотримання соціальних та екологічних стандартів під час закупівлі товарів, робіт та послуг за державні кошти, своєчасне виконання майнових зобов'язань у рамках процедур закупівель</p> <p>1.7 Нарощення капіталізації</p>
2. Відповідальне корпоративне управління	<p>2.1 Залучення власників, акціонерів та інвесторів у процес визначення СВБ, розуміння принципів діяльності та поширення принципів СВБ на всі напрямки діяльності компанії: маркетинг, виробництво, продаж, репрофілювання бізнесу тощо</p> <p>2.2 Система інтегрованого управління СВБ – методи розробки та впровадження нових програм, основ діяльності та проектів задля забезпечення політики СВБ</p> <p>2.3 Прозорість ведення бізнесу, зокрема прозора структура капіталу та надання інформації про безпосередніх власників.</p> <p>2.4 Сприяння розвитку інвестиційних процесів, підвищення довіри інвесторів</p> <p>2.5 Боротьба з корупцією та виведення бізнесу з тіні – безпосередньо на підприємстві, серед контрагентів та у ширших бізнес-колах; відстоювання принципів вільної конкуренції; уніфікація оподаткування доходу підприємств, уникнення маркетингових технологій, що порушують принцип вільної конкуренції</p> <p>2.6 Мінімізація ризиків виникнення конфлікту інтересів, наявність механізмів вирішення подібних конфліктів; дотримання правил, встановлених кодексами ділової поведінки</p> <p>2.7 Відповідність найвищим стандартам ведення бізнесу, процес переходу до цих стандартів, участь у визначенні стандартів</p> <p>2.8 Захист прав власності, зокрема дотримання прав акціонерів, уникнення рейдерства тощо</p> <p>2.9 Сприяння підвищенню зацікавленості працівників в ефективності діяльності підприємства та застосування принципів ціннісно орієнтованого управління</p> <p>2.10 Соціальна та екологічна звітність; надання інформації про діяльність компанії, товари та послуги зацікавленим особам, оприлюднення матеріалів про шкідливі для суспільства та довкілля наслідки діяльності компанії</p>
3. Співпраця з групами впливу	<p>3.1 Система організації та систематичності роботи з різними групами впливу, наявність каналів комунікації та співпраці, відокремлення роботи з групами впливу від політичних процесів та маркетингових заходів</p> <p>3.2 Залучення у процес обміну досвідом з групами впливу на комерційній основі та партнерських засадах</p> <p>3.3 Співпраця з органами управління на усіх рівнях, етика представлення власних бізнес-інтересів</p> <p>3.4 Робота з місцевою громадою, участь у культурному, громадському житті</p> <p>3.5 Співпраця з освітніми та дослідницькими закладами.</p> <p>3.6 Співпраця з органами колективного представництва інтересів працівників</p>

## Продовження додатку А

<p>4. Розвиток людського капіталу</p>	<p>4.1 Розвиток освіти, освітніх і навчальних програм серед працівників, у громадах та у країні загалом, підвищення якості освіти</p> <p>4.2 Підвищення якості знань, компетенцій та навичок працівників компаній</p> <p>4.3 Забезпечення умов для якісної освіти «впродовж життя», покращення розуміння необхідності постійного підвищення рівня професійних навичок</p> <p>4.4 Підвищення якості змістовного наповнення праці, підсилення ролі управлінських та аналітико-дослідницьких посад, забезпечення умов самореалізації для працівників</p> <p>4.5 Сприяння поширенню гнучких форм зайнятості, зокрема для працівників з вразливих категорій</p> <p>4.6 Участь роботодавців у професійній орієнтації випускників шкіл та інтернатних закладів, надання змістовних місць для проходження практик, стажувань та інтернатур, працевлаштування фахівців, що пройшли професійну підготовку</p> <p>4.7 Перенавчання і реінтеграція працівників приватизованих структур, а також військовослужбовців та мігрантів з сільської місцевості</p> <p>4.8 Залучення компаній у процеси регулювання трудової міграції за кордон та дії компанії, спрямовані на вирішення проблем, пов'язаних з міграційними процесами всередині країни</p> <p>4.9 Професійна підготовка та працевлаштування людей вразливих вікових категорій</p> <p>4.10 Співпраця з навчальними закладами з метою визначення потреб ринку у фахівцях певної спеціалізації</p>
<p>5. Гідна праця та соціальний діалог</p>	<p>5.1 Роль компанії у забезпеченні гідної праці, відповідальність за робочі місця та робітників, залучення у діалог з працівниками та державою (соціальний діалог) є визначальними критеріями стану впровадження принципів СВБ та сталого розвитку на підприємстві</p> <p>5.2 Забезпечення права на безпечні умови праці працівників на робочому місці та підвищення рівня правової культури.</p> <p>5.3 Визнання права на ведення колективних переговорів; виконання зобов'язань генеральної, галузевої, регіональної угоди та колективного договору на підприємстві</p> <p>5.4 Забезпечення права на свободу асоціації та об'єднань, дотримання принципів трипартизму та застосування відповідних інструментів.</p> <p>5.5 Безпека та охорона праці</p> <p>5.6 Запобігання будь-яким видам дискримінації, зокрема за статевою, віковою, мовною та іншими ознаками.</p> <p>5.7 Приведення заробітної платні у відповідність з гідним прожитковим рівнем</p> <p>5.8 Турбота про працівників підприємства після досягнення ними пенсійного віку</p> <p>5.9 Соціально відповідальна реструктуризація</p> <p>5.10 Запобігання ненормованій тривалості робочого дня та нехтуванню приватним життям</p>
<p>6. Суспільний добробут</p>	<p>6.1 Поліпшення здоров'я матерів та зниження рівня дитячої смертності, сприяння вирішенню питання демографічної кризи в Україні.</p> <p>6.2 Сприяння подоланню бідності</p> <p>6.3 Розбудова життєздатних громад та протидія соціальному вилученню</p> <p>6.4 Покращення якості життя, сприяння покращенню комунальної інфраструктури та послуг</p> <p>6.5 Залучення бізнесу до програм запобігання торгівлі людьми.</p> <p>6.6 Добродійність, зокрема розвиток, відтворення та збереження культурно-мистецьких здобутків та спадщини і соціальна допомога</p> <p>6.7 Збереження, розвиток культурних традицій та їх інтеграція у новітні умови ведення бізнесу</p> <p>6.8 Заохочення культурного, спортивного та мистецького життя, заходи щодо розширення присутності творчості у житті людей</p> <p>6.9 Створення умов для можливості балансування сімейних та посадових обов'язків, особливо серед молодих батьків.</p> <p>6.10 Програми волонтерства для працівників</p>

## Продовження додатку А

<p>8. Збереження та відтворення довкілля</p>	<p>8.1 Оцінка й управління екологічними ризиками виробничої діяльності</p> <p>8.2 Внесок у боротьбу зі зміною клімату</p> <p>8.3 Оптимізація використання природної сировини, водних, земельних та біологічних ресурсів</p> <p>8.4 Заходи з енергозбереження та підвищення енергоефективності, у т.ч. використання та постачання енергії з відновлюваних джерел за конкурентними цінами, покращення енергоефективності будівель</p> <p>8.5 Покращення екологічних характеристик товарів та послуг, у т.ч. відмова від небезпечних для здоров'я людини та природного середовища компонентів, матеріалів, технологій тощо; відповідальність за продукт на різних стадіях життєвого циклу</p> <p>8.6 Зменшення кількості відходів, утилізація і переробка відходів, використання вторинної сировини</p> <p>8.7 Лідерство у програмах освіти з метою підвищення рівня обізнаності щодо цілей сталого розвитку серед громад, споживачів, працівників, партнерів, виховання навичок енергозбереження, ощадливого використання природних ресурсів</p> <p>8.8 Відтворення природних ресурсів, у т.ч. сприяння створенню територій, що мають статус тих, що перебувають під охороною, вивільнення земельних ресурсів виробничого призначення, відновлення забруднених територій</p> <p>8.9 Зменшення викидів і скидів, застосування екологічно дружніх технологій, у т.ч. створення замкнутих виробничих циклів</p> <p>8.10 Включення екологічної компоненти у менеджмент та стратегію розвитку компанії, наявність екологічної політики компанії</p> <p>8.11 Прийняття добровільних екологічних зобов'язань, підготовка до дотримання більш жорстких стандартів з охорони довкілля</p>
<p>9. Відповідальна інтеграція у міжнародні ринки</p>	<p>9.1 Забезпечення прав робітників та застосування найвищих стандартів корпоративного управління при веденні господарської діяльності за кордоном</p> <p>9.2 Акредитація (сертифікація) згідно з міжнародними стандартами управління та виробництва (стандарти якості, соціальні, екологічні характеристики товарів (послуг))</p> <p>9.3 Виконання інвестиційних зобов'язань під час залучення іноземного капіталу у статутний фонд.</p> <p>9.4 Врахування соціальних та екологічних аспектів під час виходу на іноземні ринки, застосування принципів екологічно та соціально збалансованої торгівлі</p> <p>9.5 Робота з іноземними постачальниками з метою перешкодження останніми стандартами якості та стандартами соціального і екологічного характеру</p> <p>9.6 Збереження гідних умов та стандартів оплати праці робітників українських підприємств, що є постачальниками іноземних компаній та в межах операцій з давальницькою сировиною</p> <p>9.7 Підтримка міжнародних ініціатив у сфері СВБ</p> <p>9.8 Ознайомлення керівництва підприємств, працівників із соціальними та екологічними проблемами в країнах ведення діяльності.</p> <p>9.9 Розширення функцій українських офісів як регіональних та міжнародних головних офісів</p>

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [115]

## Додаток Б

### Середовище формування локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства

Напрями локальної соціальної відповідальності	Зовнішні фактори впливу (СВБ)	Внутрішні фактори впливу (КСВ)	Результати реалізації СВ
Економічний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сезонність виробництва;</li> <li>- рівень економічного розвитку держави;</li> <li>- темп інфляції;</li> <li>- економічний та соціальний розвиток сільської місцевості;</li> <li>- рівень доходів населення</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- фінансові ресурси підприємства;</li> <li>- резервні потужності підприємства;</li> <li>- відсоток власного капіталу;</li> <li>- залучення позикових коштів;</li> <li>- обсяг дебіторської та кредиторської заборгованості</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показники діяльності підприємства (дохідність, прибутковість, рентабельність);</li> <li>- мінімізація ризиків;</li> <li>- залучення інвестицій</li> </ul>
Організаційний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- структура корпоративного управління;</li> <li>- форма власності та розмір підприємства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- місія та цінності підприємства;</li> <li>- стратегія підприємства;</li> <li>- застосування дуального навчання</li> <li>- стратегічне планування діяльності підприємства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- залучення інвесторів та акціонерів;</li> <li>- підвищення якості та безпеки продукції харчування;</li> <li>- співпраця з науковими установами та ЗВО;</li> <li>- формування не фінансової звітності</li> </ul>
Кадровий	<ul style="list-style-type: none"> <li>- інтелектуальний потенціал підприємства;</li> <li>- кваліфікаційна відповідність фахівців потребам аграрного бізнесу;</li> <li>- наявність робочої сили в аграрному секторі;</li> <li>- міграція сільської молоді</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відповідальність та контроль за дотримання принципів ЛСВ працівниками;</li> <li>- цінності та знання про ЛСВ працівниками;</li> <li>- сприйняття моделі побудово бізнесу працівниками на засадах ЛСВ;</li> <li>- рівень кваліфікованості персоналу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- залучення працівників щодо формування результатів діяльності;</li> <li>- підвищення мотивації працівників;</li> <li>- підвищення продуктивності праці працівників;</li> </ul>
Соціальний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень освіти;</li> <li>- соціальна забезпеченість (співвідношення заробітної плати до прожиткового мінімуму);</li> <li>- соціалізація освіти</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соціальні програми та пакети;</li> <li>- неформальна згуртованість працівників;</li> <li>- благодійні акції соціального спрямування</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення рівня життя сільського населення;</li> <li>- покращення інфраструктури сільської місцевості;</li> <li>- зниження міграції сільської молоді;</li> <li>- залучення соціальних інвестицій;</li> <li>- збереження соціально-культурної спадщини</li> </ul>

Продовження додатку Б

Екологічний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень забруднення навколишнього середовища;</li> <li>- стан природних ресурсів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контроль якості с. г. продукції;</li> <li>- сертифікація с. г. продукції;</li> <li>- екологічний податок;</li> <li>- використання ресурсозберігаючих технологій</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- екологізація с. г. продукції;</li> <li>- виробництво екологічно безпечної с. г. продукції;</li> <li>- залучення «зелених» інвестицій</li> </ul>
Інфраструктурний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- логістичне забезпечення;</li> <li>- функціонування сфери послуг;</li> <li>- розвиток технологій (зв'язок, мобільність)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- матеріально-технічне забезпечення аграрного підприємства;</li> <li>- матеріальне (товари, роботи, послуги) та нематеріальне виробництво (духовні цінності)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розвиток технологій та забезпечення доступу до них;</li> <li>- розвиток громади;</li> <li>- конкурентоспроможність робочої сили</li> </ul>
Природно-кліматичний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кліматичні умови;</li> <li>- сезонність виробництва</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- належне використання природних ресурсів;</li> <li>- використання гідрогеологічних потужностей підприємством (грунтові води, рельєф)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показники діяльності підприємства (урожайність с. г. продукції, продуктивність худоби)</li> </ul>
Техніко-технологічний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- науковий потенціал аграрного сектору;</li> <li>- інновації у сфері технологій;</li> <li>- сезонність виробництва</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- моральне та фізичне зношення обладнання;</li> <li>- виробничі можливості обладнання;</li> <li>- забезпечення сировиною та матеріалами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- інноваційний розвиток підприємства;</li> <li>- модернізація основних виробничих складових підприємства;</li> <li>- випереджаюча амортизація</li> </ul>
Інституціональний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- економічні, політичні та соціальні фактори;</li> <li>- стейкхолдери (акціонери, споживачі тощо);</li> <li>- регулювання (стандарти, сертифікація);</li> <li>- взаємовідносини з органами влади</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стейкхолдери (працівники);</li> <li>- корпоративні права;</li> <li>- регулювання діяльності та її покращення</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- імідж (репутація);</li> <li>- відданість споживачів продукції підприємства;</li> <li>- відносини із зацікавленими сторонами</li> </ul>
Індивідуальний	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контроль та дотримання соціальної відповідальності підприємства</li> <li>- відповідно до міжнародного та вітчизняного законодавств;</li> <li>- дотримання підприємством принципів ЛСВ;</li> <li>- власне бачення побудови бізнесу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- корпоративні правила та кодекси;</li> <li>- застосування інноваційних підходів в управлінні у напрямі ЛСВ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування нової форми бізнесу (соціальне підприємництво);</li> <li>- визнання як на місцевому, так і на міжнародному рівнях;</li> <li>- позитивний імідж підприємства;</li> <li>- відданість с. г. продукції споживачами</li> </ul>

Джерело: розробка авторів



## Додаток В

### Напрями інституціонального забезпечення СВ та ЛСВ у розрізі рівнів функціонування

Глобальний		Національний	Рівень суб'єктів господарювання
<i>Наявні нормативно-правові документи</i>			
<p>«Загальна Декларація прав людини»; «Декларація фундаментальних принципів і прав на робочому місці Міжнародної організації праці»; «Ріо-де-Жанейрська Декларація з екології та розвитку»; «Гристороння декларація принципів, що стосуються багатонаціональних корпорацій і соціальної політики Міжнародної організації праці»</p>	<p><u>Декларації</u> «Про колективне сільськогосподарське підприємство»; «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі»; «Про концесії»; «Земельний кодекс України»; «Господарський кодекс України»; «Про фермерське господарство»; «Про державно-приватне партнерство»; «Податковий кодекс України»; «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини»; «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення порядку набуття прав на землю» тощо</p>	<p><u>Закони України</u> «Про колективне сільськогосподарське підприємство»; «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі»; «Про концесії»; «Земельний кодекс України»; «Господарський кодекс України»; «Про фермерське господарство»; «Про державно-приватне партнерство»; «Податковий кодекс України»; «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини»; «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення порядку набуття прав на землю» тощо</p>	<p><u>Стандарти</u> «Екологічний менеджмент і аудит» (EMAS); SA 8000 «Соціальна відповідальність»; AA 1000 «Перевірка звітності»; «Система управління якістю» ISO 9000 : 2015; «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності» ISO 26000</p>
<p>«Глобальний Договір ООН»</p>	<p><u>Указ Президента України</u> «Про невідкладні заходи щодо реформування аграрного сектору економіки»</p>	<p><u>Принципи та методики</u> «Принципи всевітньої корпоративної відповідальності»; «Методика інтегрованої системи аудиту корпоративної стійкості»</p>	<p><u>Сертифікація (інститути)</u> «Органік Стандарт»; «Інститут ринкової екології»; «Ecoscert SA»; «Austria Bio Garantie GmbH»; «SGS Austria-Co. GmbH»; «Control Union Certifications»; «Ekolojik Tarim Kontrol Organi-zasyonu (ETKO)»; «CERES Certification of Environmental Standards GmbH»; «Lacon GmbH»; «QC&amp;I GMBH»; «BCS Oko-Garantie GmbH»; «Istituto Certificazione Etica e ambientale (ICEA)»; «Suolo e salute srl»</p>
<p>Повідомлення Європейської комісії з нефінансової звітності з не фінансової інформації)</p>	<p><u>Постанови Кабінету міністрів України</u> «Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року»; «Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва»; «Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження»; «Про затвердження Порядку ведення Реєстру виробників органічної продукції (сировини)»; «Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) рослинного походження»; «Про затвердження Положення про Державну службу України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів»; «Про Державну службу України з питань геодезії, картографії та кадастру»</p>	<p><u>Принципи та методики</u> «Принципи всевітньої корпоративної відповідальності»; «Методика інтегрованої системи аудиту корпоративної стійкості»</p>	<p><u>Сертифікація (інститути)</u> «Органік Стандарт»; «Інститут ринкової екології»; «Ecoscert SA»; «Austria Bio Garantie GmbH»; «SGS Austria-Co. GmbH»; «Control Union Certifications»; «Ekolojik Tarim Kontrol Organi-zasyonu (ETKO)»; «CERES Certification of Environmental Standards GmbH»; «Lacon GmbH»; «QC&amp;I GMBH»; «BCS Oko-Garantie GmbH»; «Istituto Certificazione Etica e ambientale (ICEA)»; «Suolo e salute srl»</p>

Продовження додатку В

<p>«Резолюція, прийнята Генеральною Асамблеєю ООН, про підсумковий документ «Перетворення нашого світу: Порядок денний сталого розвитку 2030»»</p>	<p><u>Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України</u> «Про затвердження державного логотипу для органічної продукції (сировини)»</p>	<p><u>Індекси</u> Міжнародний рейтинговий індекс у сфері КСВ; Індекс стійкості «Дюп-Джонса»; фінансовий індекс; Соціальний індекс; Екологічний, соціальний та управлінський глобальний індекс; Індекс екологічної стійкості; Індекс британської організації «Бізнес у суспільстві»; Індекс FTSE 100; Індекс FTSE 250; Індекс корпоративної відповідальності БІТС; Індекс Прозорості та підзвітності</p>
<p><u>Конвенції</u> «Конвенція ООН проти корупції»; «Оргуська конвенція – конвенція Європейської Економічної Комісії ООН про доступ до інформації, участь громадянськості у процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля»</p>	<p><u>Концепції</u> «Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013-2018 рр.»; - «Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні»; - «Концепція реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 р.»; - «Концепція державної Програми розвитку органічного виробництва в Україні»</p>	<p><u>Соціальна звітність</u> Формування соціальної (нефінансової) звітності аграрних підприємств на добровільних засадах</p>
<p>«Керівні принципи підприємницької діяльності в аспекті прав людини»</p>	<p><u>Стратегії</u> - «Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року»; «Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні до 2020 р.»</p>	<p><u>Концепції</u> Розробка та затвердження «Концепції розвитку локальної соціальної відповідальності підприємствами аграрними підприємствами</p>
<p>«17 Цілей сталого розвитку»</p>	<p><u>Декларація</u> «Декларація про співробітництво у сфері охорони навколишнього середовища та боротьби зі зміною клімату у Східному партнерстві»</p>	<p><u>Стратегії</u> Розробка та затвердження на основі Концепції «Стратегії розвитку локальної соціальної відповідальності підприємства» аграрними підприємствами</p>

**Продовження додатку В**

<p><u>Директиви:</u> «Про річну фінансову звітність, консолідовану звітність, і пов'язані з ними звіти окремих типів компаній»; «Про розкриття е фінансової та диверсифікованої інформації окремими великими компаніями та групами»</p>	<p><u>Дорожня карта</u> «Дорожня карта із втілення положень Люксембурзької декларації»</p>	<p><u>Програми, кодекси</u> Розробка та затвердження відповідних програм розвитку локальної соціальної відповідальності; розробка та затвердження «Кодексу професійної етики» аграрними підприємствами</p>
<p><u>ІНСТИТУТИ</u></p>		
<p>Організація об'єднаних націй, Європейська комісія, Міжнародна організація праці, Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM); Продовольча і сільськогосподарська організація об'єднаних націй (ФАО)</p>	<p>Верховна Рада України; Апарат Президента України; Кабінет Міністрів України; Міністерство аграрної політики та продовольства України; Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту справ споживачів; Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру</p>	<p>Дотримання та виконання в ієрархічному порядку документів зовнішнього та внутрішнього розпорядку аграрними підприємствами</p>
<p><i>Перспективні нормативно-правові документи</i></p>		
<p>Перегляд та оновлення чинних документів, що стосується розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі</p>	<p>1. Розробка та затвердження на національному (регіональному, місцевих) рівнях влади Стратегій розвитку соціальної відповідальності аграрного сектору. 2. Розробка «Національного плану дій щодо розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі». 3. Затвердження закону України «Про соціальну відповідальність аграрного сектору України». 4. Затвердження закону України «Про нефінансову звітність агрохолдингів України» 5. Затвердження закону України «Про соціальне підприємництво» 6. Формування рейтингу найбільш соціально відповідальних аграрних підприємств</p>	<p>1. В обов'язковому порядку затвердження Концепції, Стратегії та Програми розвитку локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства. 2. В обов'язковому порядку затвердження «Кодексу професійної етики» в аграрному підприємстві</p>

Джерело: сформовано авторами

## Додаток Д

### Міжнародний досвід формування соціальної відповідальності

Інститути / інституції, рік заснування	Характеристика	Практика співпраці з Україною
International Labour Organization, (ILO); Міжнародна організація праці (МОП), 1919 р.	Заснована урядами різних країн для підтримки міжнародного співробітництва у справі забезпечення миру в усьому світі та зменшення соціальної несправедливості за рахунок покращення умов праці	Україна є членом МОП з 12.05.1954 р. та ратифікувала понад 60 конвенцій МОП. За часів незалежності Україна двічі обиралася до складу Адміністративної ради – на період 1996-1999 рр. та 1999-2002 рр. Ключовим елементом співпраці України та МОП є Програма гідної праці МОП
International Monetary Fund (IMF); Міжнародний валютний фонд (МВФ), 1944 р.	Міжнародний форум лідерів бізнесу (International Business Leaders Forum) – міжнародна неприбуткова організація, створена 1990 р. Принципом Уельським та групою президентів міжнародних компаній. Її місією є просувати на лідируючі позиції відповідальний бізнес та партнерство заради соціального, економічного та екологічно сталого міжнародного розвитку	Україна стала членом МВФ 3 червня 1992 р. Україна з 1994 р. активно співпрацює з МВФ, використовуючи його фінансові та технічні ресурси з метою досягнення макроекономічної стабілізації та створення необхідних передумов для проведення економічних реформ. Таке співробітництво здійснювалося переважно у рамках реалізації 8 спільних програм – STF (системна трансформаційна позика), «Stand-By» (стабілізаційна позика), Механізм розширеного фінансування (позика на підтримку розвитку), попереджувальний «Stand-By»
The world bank (WB); Світовий банк (СБ), 1944 р.	Бізнес для соціальної відповідальності (BSR) – всесвітня організація, що надає допомогу у популяризації соціальної відповідальності на основі тренінгів, круглих столів, семінарів	Україна набула членства у Групі Світового банку у 1992 р. відповідно до Закону України від 3 червня 1992 р. №2402-ХІІ. Україна, як учасник-акціонер Світового банку, має 0,77% акцій. Ресурси цієї організації використовуються для підтримки державного бюджету, здійснення інституційних та структурних реформ, підготовки та реалізації довгострокових інвестиційних проектів, які відповідають пріоритетним напрямкам економічного розвитку України

Продовження додатку Д

<p>United Nations Organization (United Nations); Організація Об'єднаних Націй (ООН), 1945 р.</p>	<p>Розробка Глобального Договору – кодекс поведінки, що складається з десяти принципів у сфері прав людини, зайнятості, навколишнього середовища та боротьби з корупцією</p>	<p>Україна бере активну участь у всіх напрямках діяльності ООН, найважливішими з яких є підтримання миру та безпеки, зміцнення верховенства права у міжнародних відносинах, розвиток співробітництва у вирішенні проблем соціально-економічного та гуманітарного характеру, забезпечення прав людини</p>
<p>Food and Agriculture Organization (FAO); Продовольча та сільськогосподарська організація об'єднаних націй (ФАО), 1945 р.</p>	<p>Основною метою є забезпечення продовольчої безпеки для всіх, а саме, гарантування регулярного доступу населенню до високоякісної їжі, необхідної для ведення активного і здорового життя</p>	<p>Україна бере активну участь у всіх напрямках діяльності ООН, у тому числі співпрацює з Продовольчою та сільськогосподарською організацією об'єднаних націй. За рахунок співпраці вирішуються такі задачі: підвищується рівень харчування та стандартів життя населення, забезпечується зростання продуктивності виробництва та розподілу всього продовольства та сільськогосподарської продукції, поліпшуються умови життя сільського населення тощо</p>
<p>United Nations Children's Fund (UNICEF); Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ), 1946 р.</p>	<p>ЮНІСЕФ є світовим лідером із захисту прав та інтересів дітей. До вирішення дитячих проблем ЮНІСЕФ залучає найширше коло тих, хто може і повинен подбати про майбутнє нових поколінь, активно співпрацюючи з урядами і науковими установами, бізнесом і громадськими організаціями, лікарнями і навчальними закладами, інформуючи про проблеми дітей, пропонуючи перевірені й ефективні рішення, стимулюючи законодавчі зміни</p>	<p>В Україні представництво ЮНІСЕФ було відкрито у 1997 р. після підписання державою Основної угоди про співробітництво між урядом України та ЮНІСЕФ. Пізніше (21.09.1999 р.) Угода була ратифікована Верховною Радою України, створюючи підстави для співробітництва ЮНІСЕФ з урядом України задля покращення життя дітей та родин в Україні. Представники України також входили до складу керівних органів Дитячого фонду ООН (Виконавчої ради ЮНІСЕФ)</p>
<p>World Health Organization (WHO); Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), 1948 р.</p>	<p>Спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй, яка опікується проблемами охорони здоров'я у світовому масштабі</p>	<p>Україна – член ВООЗ з 1948 р.). З 1950 по 1991 рр. — період неактивного членства України у цій організації через перебування у складі СРСР. Поновила своє членство у 1992 р. одночасно з відновленням незалежності. Заходи, що здійснюються у рамках співробітництва України з ВООЗ, узгоджуються з її національними пріоритетами</p>

Продовження додатку Д

<p>International Finance Corporation (IFC); Міжнародна фінансова корпорація (МФК), 1956 р.</p>	<p>СББ Європа (CSR Europe) – лідируюча європейська бізнес-мережа відповідальності бізнесу, яка складається з понад 60 провідних мультинаціональних компаній-членів</p>	<p>Україна стала акціонером і членом IFC у 1993 р. Інвестиційна програма IFC в Україні у цей час поширюється високими темпами, при цьому основна увага зосереджена на інвестиційних можливостях у фінансовому секторі, агробізнесі, виробництві будівельних матеріалів, роздрібній торгівлі й послугах, енергетиці, виробництві устаткування для транспорту, інфраструктури</p>
<p>Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD); Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), 1960 р.</p>	<p>Розробка Керівництва для мультинаціональних підприємств, що пропонує добровільні принципи, стандарти відповідальної поведінки бізнесу у різноманітних соціальних сферах</p>	<p>Україна розпочала співпрацю з ОЕСР у 1997 р. У 2003 р. Урядом України створено міжвідомчу Координаційну раду по зв'язках з ОЕСР. У 2014 р. підписано Меморандум про взаєморозуміння між Урядом України і Організацією економічного співробітництва та розвитку щодо поглиблення співробітництва</p>
<p>International federation of organic agriculture movements (IFOAM Basic Standards) Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху, 1972 р.</p>	<p>Федерація, яка встановлює принципи стійкого ведення бізнесу для підприємств агропромислового сектору</p>	<p>Українські організації є членами міжнародної федерації органічного сільськогосподарського руху – IFOAM. Починаючи з 1980 р., організація сформувала основні базові стандарти щодо органічного розвитку і переробки, а пізніше почала здійснювати оцінку сертифікаційних установ на врахування ними зазначених базових стандартів, використовуючи для цього розроблений нею «Акредитаційний критерій IFOAM»</p>
<p>Saatchi Round Table Principles for Bussiness (Sauch); Принципи ведення бізнесу на засадах концепції КСВ, 1986 р.</p>	<p>Метою організації є розвиток економічних і суспільних взаємовідносин між країнами-учасниками, визначення міри спільної відповідальності перед світовою спільнотою, визначає роль бізнесу і промисловості як провідних сил в інноваційних і глобальних змінах</p>	<p>Підприємці різних країн (у т. ч. і України) об'єднуються в різні структури для підтримки власних позицій і стимулювання роботи. Круглий стіл Sauch (Sauch Round Table Principles for Bussiness) надає можливість розвитку добросусідства, взаєморозуміння та співпраці, корпоративної відповідальності та економічної стабільності</p>

Продовження додатку Д

<p>European Bank for Reconstruction and Development (EBRD); Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), 1991 р.</p>	<p>Міжнародна фінансова організація, діяльність якої спрямована на фінансування економічних реформ у країнах Східної Європи з метою їх переходу до ринкової економіки (фінансування проектів міжнародної технічної допомоги з підготовки Чорнобильської АЕС зі зняття з експлуатації і перетворення об'єкта «Укриття» в екологічно безпечну систему)</p>	<p>Україна є членом ЄБРР з серпня 1992 р. ЄБРР працює лише на комерційних засадах. Банк надає тільки цільові кредити під конкретні проекти приватним і державним структурам на потреби розвитку економіки (60% позичкових засобів спрямовуються у приватний і 40% – у державний сектор)</p>
<p>World Business Council for Sustainable Development (WBCSD); Всесвітня рада бізнесу зі сталого розвитку</p>	<p>Міжнародна бізнес-мережа, завданням якої є розвиток більш тісної співпраці між бізнесом, урядом та іншими організаціями, що проводять дослідження у питаннях сталого розвитку</p>	<p>Організація тісно співпрацює з Україною за такими напрямками: енергетика, міста та мобільність, харчування та землекористування, природний капітал, екосистеми тощо. Україна є учасником масштабного проекту: об'єднання підприємств та розробників політики для вирішення проблем з низьким вмістом вуглецю</p>
<p><b>Міжнародні угоди</b></p>		
<p>Kyoto Protocol, 1997 р.</p>	<p><u>Міжнародна угода про обмеження викидів в атмосферу парникових газів</u>. Головною метою є стабілізація рівня концентрації парникових газів в атмосфері на рівні, який не допустить би небезпечного антропогенного впливу на кліматичну систему планети</p>	<p>В Україні впроваджено механізм Кіотського протоколу, у тому числі в частині реалізації проектів, спрямованих на охорону навколишнього природного середовища. Кіотський Протокол зобов'язує Україну знизити викиди парникових газів в атмосферу</p>
<p>Global reporting Initiative (GRI); Стандарт соціальної відповідальності, 1997 р.</p>	<p>Детальна методика кількісного відображення соціальної й екологічної відповідальності з урахуванням конкретних показників</p>	<p>Впровадження соціальної звітності в Україні поступово набирає обертів. Окрім своєї основної функції, яка полягає у розробленні вимог до розкриття інформації, GRI задає загальносвітові тренди, формуючи таким чином нову філософію управління стійким розвитком</p>

Продовження додатку Д

<p>Global Compact (Глобальний Договір), 1999 р.</p>	<p>Основною метою є сприяння формуванню загальних цінностей, які допоможуть глобальному ринку отримати «людське обличчя». Включає в себе десять принципів корпорацій, які готові взяти участь у вирішенні глобальних проблем сучасної цивілізації</p>	<p>В Україні локальна мережа налічує близько 200 членів, включаючи компанії, громадські організації, торгові союзи та освітні навчальні заклади</p>
<p>Global Reporting Initiative (GRA); Глобальна ініціатива зі звітності (ГІЗ), 2000 р.</p>	<p>Добровільна міжнародна мережа, яка базується на співробітництві компаній, інвесторів, громадських організацій, аудиторів та інших зацікавлених осіб. Основною метою ГІЗ є забезпечення застосування компаніями нефінансової звітності з урахуванням екологічної, економічної та соціальної складових. Розробила принципи і індикатори для відповідної звітності</p>	<p>Понад 1000 компаній у 60 країнах світу використовують ГІЗ. В Україні 4 компанії готують свої нефінансові звіти за стандартом ГІЗ, а саме: СКМ, ДТЕК, Метінвест та Оболонь</p>
<p>UN Principles for Social Reporting by Investors (PRI); Принципи ООН з соціальної звітності інвесторів, 2006 р.</p>	<p>Інвестори повинні дотримуватися принципів соціальної відповідальності, які включають в себе: враховувати екологічні та соціальні аспекти інвестиційної діяльності, провадити активну екологічну та соціальну діяльність, звітувати перед суспільством про свою діяльність стосовно впровадження принципів тощо</p>	<p>Дані принципи застосовують бізнесові структури, які підписали Глобальний Договір. Глобальний Договір пропонує участь і сприяння за допомогою декількох механізмів, а саме: політичного діалогу, навчання, національних (регіональних мереж та проектів)</p>
<p><b>Міжнародні стандарти</b></p>		
<p>«Ecological management and audit» (EMAS); Екологічний менеджмент і аудит, 1996 р.</p>	<p>Основними завданнями є визнання і заохочення організації, що постійно покращують свою діяльність у сфері екології і виходять за межі мінімальних зобов'язань, прописаних у законодавстві. Було розроблено на основі стандарту ISO 14001, але його вимоги є дещо ширшими стосовно екологічного бачення</p>	<p>Українські підприємства, які дотримуються принципів екологічного менеджменту та аудиту, мають ряд переваг, основні з яких: зниження витрат за рахунок енерго- та ресурсозаощаджень, підвищення дохідності за рахунок виробництва екологічно чистої продукції, позитивний імідж та зростання попиту</p>



<p>Продовження додатку Д</p> <p>Standard SA 8000 «Social Responsibility»; Стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність», 1997 р.</p>	<p>Стандарт сертифікації щодо впровадження соціальної відповідальності з дев'яти напрямів: дитяча праця, примусова праця, гігієна праці та безпека, свобода асоціацій, дискримінація, дисциплінарна практика, тривалість робочого часу, оплата праці та системи управління</p>	<p>Протягом останніх років існує позитивна динаміка застосування українськими підприємствами менеджменту відповідно до вимог даного стандарту. Ці підприємства мають конкурентну перевагу, яка полягає у високій мотивації персоналу, що, у свою чергу, дозволяє ефективніше застосовувати сучасні системи менеджменту для досягнення намічених цілей</p>
<p>Standard AA 1000 «Checking Reporting», Стандарт AA 1000 «Перевірка звітності», 1999 р.</p>	<p>Центр AccountAbility вперше ввів принцип включеності. Включеність – це участь зацікавлених сторін у розвитку та досягненні підзвітної та стратегічної відповіді на стабільність. «Зобов'язання Стейкхолдерів» – це механізм, який організації використовують для досягнення включеності. Щоб сприяти досягненню включеності у 1999 р. у «Рамковому Стандарті AA 1000» були включені інструкції по розробленні та втіленню зобов'язань стейкхолдерів. До 2005 р. ці початкові інструкції стали «Стандартом зобов'язань стейкхолдерів AA100», першим опублікованим міжнародним стандартом про зобов'язання стейкхолдерів. Це – друге видання «Стандарту зобов'язань стейкхолдерів AA 1000». Воно створене на поправках до документа «Стандарту принципів AccountAbility A1000 (2008)» та досягненнях у сфері зобов'язань протягом останніх шести років</p>	<p>Деякі українські підприємства, діяльність яких суттєво впливає на суспільство, формують нефінансову звітність відповідно до вимог даного стандарту. Основними етапами процесу формування соціальної звітності у відповідності вимогами стандарту є уточнення цінностей та завдань підприємств, збір та узагальнення інформації у звітності та її аналіз, проведення зовнішнього аудиту</p>

Продовження додатку Д

<p>«Еко-лейбл» Європейського союзу, Регламент 1980/2000</p>	<p>Система екологічної сертифікації продукції. Розроблення і впровадження галузевих і корпоративних кодексів поведінки, де закріплено основні принципи етичного ведення бізнесу</p>	<p>З метою стимулювання і пропаганди етичної поведінки бізнесу в області КСВ держави-члени ЄС виступають ініціаторами і ведуть бізнес з дотримання принципів етичної поведінки</p>
<p>Standard «System of ecological management» ISO 14001; «Система екологічного менеджменту» ISO 14001, 1996 р. Standard «Quality Management System» ISO 9000 : 2015; «Система управління якістю» ISO 9000 : 2015, 2015 р.</p>	<p>Міжнародні стандарти системи екологічного менеджменту для організацій різних видів, основну увагу якого зосереджено на визначенні екологічних аспектів діяльності організації, відповідних підходів до охорони навколишнього природного середовища і оцінки найважливіших з них</p>	<p>Сьогодення вимагає від аграрних підприємств України застосовувати у своїй діяльності належні екологічні характеристики та ефективну систему управління якістю. Застосування цих стандартів слугує важливим компонентом для взаємної довіри і ділової співпраці</p>
<p>Standard «International Leadership on Social Responsibility» ISO 26000; «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності» ISO 26000, 2010 р.</p>	<p>Основою стандарту є керівництво щодо соціальної відповідальності, акцентується увага на способах інтеграції соціально відповідальної поведінки у стратегії, практиці і процесах діяльності підприємства. Є добровільним і не містить жодних вимог</p>	<p>У 2010 р. Україна приєдналася до розробки міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000 та активно запроваджує основні його принципи. Широке впровадження на підприємствах, в організаціях та установах вимог міжнародного стандарту ISO 26000 сприяє зростанню показників сталого розвитку України</p>
<p>Global Sustainability Reporting Standards (GSR); Глобальні стандарти звітності у сфері сталого розвитку (Стандарти GRI), 2016 р.</p>	<p>Стандарти GRI є останньою версією розвитку GRI звітності за 15 років змін і постійного діалогу зі стейкхолдерами. Стандарти засновані на Керівництві GRI G4, які найбільше використовуються у керівництві щодо звітності зі сталого розвитку в світі</p>	<p>Нові стандарти GRI остаточно замінять Керівництво G4, використання якого припинено з 01.07 2018 р. Підприємства зможуть більш прозоро відобразити свій вплив на економіку, довкілля і суспільство</p>

Продовження додатку Д

<p>Principles for Global Corporate Responsibility Benchmarks (ECCR); Принципи всевітньої корпоративної відповідальності</p>	<p>Дотримання принципів глобальної корпоративної відповідальності на основі «UN Global Compact». Включає деталізацію основних принципів ведення бізнесу, умов праці, охорони здоров'я, прав людини, використання жіночої та дитячої праці, відношення зі споживачами, акціонерами</p>	<p>Необхідність використання світових досягнень поступово переймає й український бізнес. Досвід зарубіжних підприємств повинен бути адаптованим до умов в Україні, пристосованим до місцевих умов. Українське підприємництво може виробляти конкурентоспроможну продукцію (товари та послуги) за умови висококваліфікованої робочої сили та адекватного устаткування. Але система маркетингу та обслуговування має низький рівень</p>
<p>Методика інтегрованої системи аудиту корпоративної стійкості (Corporate Responsibility Audit)</p>	<p>Комплексно оцінює діяльність компаній щодо основних економічних і соціальних показників: системи менеджменту якості, енергозбереження і охорони природного середовища, відносин з персоналом, трудових відносин і прав людини, відносин з місцевими органами влади</p>	<p>Сучасні моделі управління в розвинених країнах світу вимагають нового підходу до систематизації інформації про всебічну діяльність підприємства. Методика інтегрованої системи аудиту корпоративної стійкості поки ще не набула в Україні належного розвитку, адже на законодавчому рівні не затверджено національні стандарти соціальної звітності як одного з інструментів управління, що сприятиме контролю ефективності соціальної відповідальності як на державному, так і на корпоративному рівнях</p>
<p><b>Індекси</b></p>		
<p>FTSE4 Good Global 100 Index; Міжнародний рейтинговий індекс у сфері КСВ, 1990 р.</p>	<p>Розраховуються для найбільших за ринковою капіталізацією компаній відповідних географічних регіонів</p>	<p>Українські компанії мають можливість застосовувати даний індекс, акції яких котируються на Лондонській фондовій біржі FTSE All-Share Index, також, якщо компанії ведуть діяльність із захисту оточуючого середовища та публікують відповідні звіти, ведуть активну соціальну політику та будують соціально відповідальні відносини з різними групами зацікавлених осіб, дотримуються прав людини</p>
<p>Dow Jones Sustainability Index); Індекс стійкості «Джу-Джонса», 1999 р.</p>	<p>Один з відомих індексів КСВ. У різних галузях діяльності використовуються близько 20 критеріїв відбору: екологія, права людини, політика рівних можливостей при прийманні на роботу та звільненні</p>	<p>У список даного індексу входять компанії міжнародного значення комп'ютерної, фінансової, інформаційної індустрії та інші. Українські компанії, купуючи франшизу відомих брендів, також беруть до уваги застосування цих принципів</p>

Продовження додатку Д

Social Index (SD); Нефондовий індекс, 2000 р.	Дозволяє оцінити КСВ, надаючи пріоритети кадровій політиці, соціальним програмам, програмам щодо подолання дискримінації	Індекс не набув поширення в Україні, проте при оцінці внутрішніх елементів діяльності підприємство застосовує певні елементи індексу
Cororate Philanthropy Index; Індекс благодійності	Розраховується більш ніж 350 компаніями з США та Канади та базується на оцінці діяльності компанії різними групами зацікавлених осіб. Максимальна величина СРІ дорівнює 5,0; середнє значення для США та Канади – 3,8. Як правило, індекси окремих компаній не розголошуються	Регіональний індекс, який застосовується компаніями США та Канади
Social Index by Danish Ministry of Social Affairs; Індекс Соціального	Індекс визначає для внутрішніх та зовнішніх груп зацікавлених осіб рейтинг компанії з пріоритетом кадрової політики, рівня здійснення соціальних програм та подолання дискримінації на робочому місці	Регіональний індекс, який застосовується компаніями Данії, розроблений Міністерством соціальної політики Данії
Bloomberg ESG (environmental, social and governance) 3000 global index; Екологічний, соціальний та управлінський глобальний індекс	Визначає рейтинг 3000 великих публічних компаній світу в частині ведення ними соціальної та екологічної політики. Містить 72 соціальних та екологічних показники. Аналізуються 11 галузей економіки за чотирма рівнями доходів суб'єктів господарювання	Українські компанії мають можливість застосовувати даний індекс за умови відповідної форми власності та ведення ними екологічної та соціальної політики.
Environmental Sustainability Index (ESI); Індекс екологічної стійкості	Визначає екологічну стійкість підприємства в частині збереження природних ресурсів, динаміки рівня забруднення навколишнього середовища, екологічну політику управління у цілому	У список даного індексу входять компанії міжнародного значення, які активно долучаються до вирішення екологічних проблем та збереження природних ресурсів

Джерело: сформовано авторами

Додаток Е

## Хронологія розвитку органічного руху в Україні, 1997-2017 рр.

Роки	Заходи щодо розвитку
1997 р.	Договір між урядами України та Швейцарії щодо технічної та фінансової співпраці (фінансова підтримка: Державний секретаріат Швейцарії з економічних питань (ДСШЕП). В рамках цього договору стала можливою розробка проектів технічної допомоги, зокрема, щодо розвитку органічного сільського господарства в Україні
2002 р.	Заснування Асоціації учасників біовиробництва «БЮЛан Україна». Організація створена з метою захисту інтересів виробників органічної продукції. Пріоритетними напрямками асоціація вважає створення мережі органічних виробників в Україні, формування внутрішнього ринку органічної продукції, розробку законодавства та нормативно-правової бази для органічного виробництва в Україні
2003 р.	За підтримки Офісу Радника з питань сільського господарства та природи Посольства Королівства Нідерландів в Україні було створено телевізійний публіцистичний фільм про органічне землеробство «Гам де закінчується місто» Зелене досьє
2005 р.	1. Початок фази І проекту «Розвиток органічного ринку в Україні» (2005-2011 рр.), що фінансувався Державним секретаріатом Швейцарії з економічних питань (SECO) та впроваджувався Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія). Ціль проекту – посилити конкурентоспроможність українського органічного харчового сектору. 2. Створено Федерацію органічного руху України. Організація ставить за мету всебічну пропаганду цінностей та світогляду, притаманних прибічникам світового органічного руху, підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва з одночасним розвитком безпечних для природи та людини технологій, сприяння розвитку органічного руху в Україні
2007 р.	1. Створено перший український акредитований сертифікаційний орган Органік стандарт, який проводить сертифікацію органічного виробництва за стандартами ЄС в Україні та Білорусі та є лідером галузі органічної сертифікації в цих країнах. «Органік стандарт» включено до офіційного переліку сертифікаційних органів, визнаних у Європейському Союзі та Швейцарії. Відтак, компанія надає своїм клієнтам в Україні та Білорусі можливість здійснювати експорт органічної продукції в країни ЄС за спрощеною схемою. 2. 2007 – на полицях багатьох великих супермаркетів («МегаМаркет», «Білла», «Метро», «Вест Лайн», «Чумацький шлях», «Фуришет Гурман», «Шереметьєв», «Край», «Кантрі Лайф») з'явилася перша органічна продукція українського виробництва

Продовження додатку Е

2008 р.	Відкриття в Києві першого спеціалізованого органічного магазину «Нагур Бутік»
2009 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вперше представлено на 20-й Міжнародній виставці органічного виробництва BioFach у Нюрнберзі (Німеччина) продукцію українського виробника.</li> <li>2. Організовано Перший Всеукраїнський Ярмарок органічних продуктів у Львові. Ярмарок став традиційним</li> </ol>
2010 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Почалося наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження власної переробки органічної сировини. Зокрема, це крупи, соки, сиропи, повидло, сухофрукти, мед, м'ясні та молочні вироби.</li> <li>2. ЮНЕП у співпраці з урядами, національними та міжнародними організаціями, які працюють у сфері сільського господарства, виробництва продуктів харчування та економічного розвитку, розпочав субрегіональну ініціативу з оглядового дослідження «зеленої економіки». Вірменія, Молдова та Україна були першими країнами в субрегіоні, де проведено національні проекти з метою розроблення оглядового дослідження. Дослідження містять пакет пропозицій щодо політичних реформ, інвестицій та заходів з побудови потенціалу для сприяння переходу до зеленої економіки. Окрім проведення дослідження, ініціатива передбачає подальшу роботу, спрямовану на перехід до зеленої економіки, зокрема консультації для переходу до зеленої економіки та її популяризацію</li> </ol>
2011 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. На сайті «Органік стандарт» опубліковано перший перелік засобів захисту рослин та добрив, дозволених в органічному виробництві в Україні, відповідно до Стандартів Європейського Союзу.</li> <li>2. Верховна Рада України ухвалила Закон «Про органічне виробництво». Документом визначаються правові, економічні, соціальні та організаційні основи ведення органічного сільського господарства, вимоги щодо вирощування, виробництва, перероблення, сертифікації, етикетування, перевезення, зберігання та реалізації органічної продукції та сировини. Згідно з документом, виробництво має вважатися органічним лише після отримання відповідного сертифікату на виробництво органічної продукції, яка відповідає вимогам цього закону.</li> <li>3. Початок проекту технічної допомоги «Агроінвест». Метою проекту є сприяння розвитку сільського господарства України та підвищення конкурентоспроможності агробізнесу незалежно від організаційно-правової форми та масштабів виробництва. Одним з головних завдань Проекту USAID «Агроінвест» є підтримка стабільної, орієнтованої на ринок аграрної політики, яка сприятиме сталому розвитку і зростанню сільського господарства України та збільшенню інвестицій у цю галузь. Відповідно до поставлених завдань, Проект активно підтримує розвиток органічного землеробства в Україні</li> </ol>
2012 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Початок роботи першого органічного кейтерингу Органік Ера.</li> <li>2. Початок пілотного проекту з підтримки органічного сектору сільського господарства, Німецьким Товариством Міжнародного Співробітництва (GIZ). Мета проекту – підвищення обізнаності населення щодо переваг споживання органічної продукції, розширення кола зацікавлених фермерів, що займаються органічним землеробством та виробляють органічні продукти споживання, шляхом проведення інформаційних, навчальних та промоційних заходів</li> </ol>

Продовження додатку Е

2013 р.	Створення спілки виробників сертифікованих органічних продуктів «Органічна Україна». Діяльність спрямована на консолідацію українських сертифікованих виробників органічної продукції для розвитку органічного ринку в Україні, формуванні широкого асортименту якісних місцевих продуктів харчування для повного задоволення попиту населення
2014 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Набрання чинності Законом України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини». Водночас, ще не прийняті українські стандарти органічного виробництва, не затверджені правила сертифікації продукції та акредитації сертифікаційних органів тощо. Тому українські виробники і надалі проходять сертифікацію згідно з нормативними актами інших країн.</li> <li>2. Внесення доповнення в Підтримку та розвиток органічного виробництва до Комплексної програми підтримки та розвитку агропромислового комплексу Львівської області на 2013–2015 рр.</li> <li>3. Представлення першого українського павільйону на виставці БіоФач (BioFach) – найбільшій виставці органічних товарів у світі.</li> <li>4. Україна посіла 20-те місце у світі за обсягами виробництва органічних продуктів харчування</li> </ol>
2015 р.	Визнано пріоритетним напрямом розвитку органічного ринку агропромислового сектору України – включено в Єдину комплексну стратегію розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 рр.
2016 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розпочато два Німецько-українські проекти співробітництва «Консультування України в питаннях аграрної торгівлі – в рамках Повної та Всеохоплюючої Угоди про вільну торгівлю (ПВУВТ) між ЄС та Україною» та «Німецько-українська співпраця в галузі органічного сільського господарства», які впроваджуються АФС/ІАК, підтримуються Федеральним міністерством продовольства та сільського господарства Німеччини (BMEL).</li> <li>2. Офіційно презентовано Державний логотип України для маркування органічних продуктів</li> </ol>
2017 р.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створено Громадську спілку «Український Органічний Кластер».</li> <li>2. Вперше Національний павільйон України на виставці БіоФач підтримано Міністерством аграрної політики та продовольства України, а органічний сектор України представлено на рівні заступника Міністра.</li> <li>3. Дотримання та впровадження основних принципів належного екологічного врядування (НЄВ) відповідно до Люксембурзької угоди.</li> </ol>

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [106]

Навчальне видання

**Сіренко** Наталя Миколаївна  
**Лункіна** Тетяна Іванівна  
**Бурковська** Алла Валентинівна

## **Соціальна відповідальність**

Навчальний посібник

Формат 60x84 1/16 Ум. друк. арк. 13,5  
Тираж 300 прим. Зам. № \_\_\_\_  
Надруковано у видавничому відділі  
Миколаївського національного аграрного університету.  
54020 м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 490 від 20.02.2013 р  
Адреса сайту: [mnau.edu.ua](http://mnau.edu.ua)