

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ
З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»
ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОС «МАГІСТР»**

Вінниця – 2023

Методичні рекомендації до виконання практичних робіт з дисципліни «Соціальна відповідальність» для здобувачів вищої освіти ОС «Магістр» освітніх програм «Менеджмент організацій та адміністрування» (спеціальність 073 Менеджмент) та «Соціальне підприємництво» (спеціальність 232 Соціальне забезпечення). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 25 с.

Укладач:

Якімова Н. С., д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

Рецензенти:

Савченко М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса

Трегубов О. С., к.е.н., доцент, завідувач кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність» містить два змістовні модулі, теми дисципліни та практичні завдання

*Рекомендовано до друку вченою радою економічного факультету
Донецького національного університету імені Василя Стуса
(протокол № 1 від «29» серпня 2023 р.)*

© Якімова Н.С., 2023 рік

© ДонНУ імені Василя Стуса, 2023 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВА СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА, ЛЮДИНИ.....	5
Тема 1. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності.....	5
Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства	8
Тема 3. Соціальна відповідальність на корпоративному рівні	10
ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	13
Тема 4. Організаційно-управлінський аспект соціальної відповідальності....	13
Тема 5. Екологічна компонента соціальної відповідальності	16
Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності	19
Тема 7. Ефективність соціальної відповідальності та методи її оцінки. моніторинг корпоративної соціальної відповідальності	21
Тема 8. Сучасні тенденції та стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні	23
ЛІТЕРАТУРА.....	24

ВСТУП

У сучасних умовах соціальна відповідальність є не тільки основою суспільного розвитку, конкурентною перевагою підприємства, а й ресурсом особистісного зростання людини. Саме тому формування та розвиток соціально відповідальної поведінки персоналу обумовлене не тільки запитом суспільства та суспільними потребами, а й соціальними та економічними перевагами, що отримує конкретний індивід в стратегічній перспективі. Втім, рішення про формування певної моделі соціально відповідальної поведінки персоналу, формує певні виклики не тільки перед кожним індивідом, але й висуває перед менеджментом підприємства нові завдання, де одним з ключових слід вважати трансляцію соціальної відповідальності від менеджменту до персоналу.

У відповідь на виклики сьогодення було розроблено освітній компонент «Соціальна відповідальність». Мета вивчення навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність» полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти фундаментальних знань з теорії та практики соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики, етики бізнесу й прав людини в контексті концепції сталого розвитку, а також у отриманні здобувачами вищої освіти відповідних професійних компетенцій, що забезпечують формування і реалізацію соціально відповідальної політики держави та суб'єктів господарювання. Вивчення дисципліни дозволить сформувати навички щодо створення ефективної взаємодії роботодавців зі співробітниками на засадах соціальної відповідальності; визначати напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності; здійснювати моніторинг соціальної відповідальності; оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності; розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності.

Здобувачі отримують базові знання щодо особливостей соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку, визначення місця соціальної відповідальності в діяльності підприємства, узагальнення нормативно-правових засад розвитку соціальної відповідальності, розуміння моделей корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури, визначення критеріїв, показників та методики оцінювання соціальної відповідальності, особливостей прояву соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні набути таких результатів навчання: знати сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності; знати особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку; володіти нормативно-правовими засадами розвитку соціальної відповідальності; визначати моделі корпоративної соціальної відповідальності; знати критерії, показники та методику оцінювання соціальної відповідальності; оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВА СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА, ЛЮДИНИ

ТЕМА 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Основні питання

1. Місце соціальної відповідальності у сучасному суспільстві.
2. Відмінності між поняттями «соціальна політика», «соціальна відповідальність» та «соціальне підприємництво».
3. Еволюція поглядів на соціальну відповідальність.
4. Теоретико-методологічні підходи щодо формування поняття «відповідальність» та похідного від нього – «соціальна відповідальність». Сутність поняття «соціальна відповідальність».
5. Види та моделі соціальної відповідальності.

Практичні завдання

Завдання 1. Зробити порівняльний аналіз понять «соціальна політика», «соціальна відповідальність» та «соціальне підприємництво».

Характеристики	Соціальне підприємництво	Соціальна відповідальність	Соціальна політика
Мета			
Інструменти			
Суб'єкти			
Об'єкти			
Принципи			
Види, форми			
...*			

* доповнити власними критеріями (характеристиками)

Завдання 2. Написати есе на тему: «Чи існують в Україні передумови для розвитку соціальної відповідальності?». Обсяг – до 1 сторінки.

Завдання 3. На прикладі конкретних ситуацій, визначити, яку з національних моделей соціальної відповідальності використовують у зазначених банках:

1) Прикладом втілення даної моделі соціально відповідальної поведінки компанії може бути соціальна політика деяких банків, що функціонують на території України.

Наприклад, Uni Credit Bank розглядає соціальну відповідальність саме як спонсорську та філантропічну, певна частина прибутку спрямовується на спонсорство та меценатство. Об'єктом окремої уваги банку є діти, молодь, учасники та інваліди війни, освіта, охорона здоров'я та спорт.

Що стосується Райффайзен Банку Аваль, то сприймаючи КСВ як комплексне поняття, керівництво української дочірньої компанії все ж особливу увагу приділяє саме філантропії, про що свідчить інформація представлена на сайті банку. Основний акцент у благодійній діяльності банку – це підтримка дитячих закладів для сиріт та дітей із проблемних сімей, а також дитячих лікувальних закладів. Крім того, банк активно підтримує проекти, спрямовані на розвиток культури та духовності українців.

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

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

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

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

До внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності належать: управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів; охорона здоров'я працівників та безпека праці; додаткове медичне та соціальне страхування співробітників; недержавне пенсійне забезпечення працівників; стабільність заробітної плати; надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях.

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

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

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

Воно має базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому. Ще у 1956 р. у документах групи «Донкай», зокрема в Декларації «Відповідальності керівників бізнесу перед суспільством», корпорацію проголошено громадською організацією. На менеджерів покладался обов'язок стежити за підтримкою рівноваги між акціонерами і робочими, постачальниками та споживачами. Також декларувалося соціальне призначення і соціальна відповідальність організації в рамках усього суспільства.

Завдання 4. Визначити основні напрями соціальної відповідальності ЗВО (перед студентами, викладачами, суспільством, підприємствами; а також у зворотному напрямку) та відповідно заповнити таблицю.

ЗВО – це важливий соціальний інститут, в якому створюються суспільні блага (освітні послуги) і нормативи, зразки поведінки, взаємин в колективі і із зовнішнім середовищем – із зацікавленими сторонами (зовнішніми партнерами, клієнтами, органами влади тощо).

Напрями соціальної відповідальності ЗВО

Відповідальність перед:	Напрями соціальної відповідальності	
	<i>ЗВО</i>	<i>здобувачів вищої освіти</i>
- ЗВО		
- здобувачами		
- викладачами		
- підприємствами		
- суспільством		
Відповідальність перед:	Напрями соціальної відповідальності	
	<i>викладачів</i>	<i>підприємств</i>
- ЗВО		
- здобувачами		
- викладачами		
- підприємствами		
- суспільством (у т.ч. органи влади)		

ТЕМА 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА

Основні питання

1. Соціальна відповідальність людини та суспільства.
2. Соціальна відповідальність як складова феномену особистої соціально відповідальної поведінки. Форми прояву соціальної відповідальності особи.
3. Соціальна відповідальність інститутів громадянського суспільства.
4. Соціальна держава як суб'єкт соціальної відповідальності.
5. Поняття «соціальна держава». Принципи соціальної держави. Основні функції соціальної держави.

Практичні завдання

Завдання 1. Зробити порівняльний аналіз рівнів соціальної відповідальності (держави, людини і суспільства) у вигляді таблиці:

Характеристики	Соціальна відповідальність держави	Соціальна відповідальність суспільства	Соціальна відповідальність людини
Мета			
Інструментарій			
Суб'єкти			
...*			

* доповнити власними критеріями (характеристиками) – не менше 4, тобто таблиця має містити не менше 8 строк разом із заголовком. Наводьте, будь ласка, розгорнуті відповіді у клітинках, що вміщують зміст критерію для кожного рівня соціальної відповідальності.

Завдання 2. Знайти 2-3 громадські організації Вінниці (можна регіону) та коротко описати їх діяльність (3-5 речень).

Завдання 3. Дискусія на тему: «Чи можуть співіснувати «людина економічна» та «людина соціальна»? Чи можливий їх симбіоз?».

Завдання 4. Написати на 1 сторінку власні роздуми та пропозиції на тему: «Яку політику необхідно провадити нашій державі, щоб ефективно виконувати свої соціальні функції? На що б Ви зацентували свою увагу?»

Завдання 5. На основі аналізу Проєкту Концепції соціальної держави України дати відповідь на наступні питання у вигляді есе:

1. Чи можна стверджувати, що Україна сьогодні – це соціальна держава?
2. Якщо ні, то які першочергові кроки необхідно зробити, щоб покращити ситуацію, що склалася?

Завдання 6. Лікар компанії стала помічати зростаюче число випадків захворювання емфіземою легень у робітників, які працюють на підприємстві. Вона повідомляє про це керівництву. Їй пропонують реєструвати подібні випадків, але не повідомляти про це громадськість. Із збільшенням кількості захворювань, вона доходить висновку про наявність зв'язку між застарілою вентиляційною системою та числом хворих. Вона доводить до відома про це керівництво фірми, і їй знову пропонують продовжувати спостереження, але не проводити аналізів і нічого нікому не говорити, щоб не стривожити робітників.

Запитання:

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

Завдання 7. Активна участь у політичному та соціальному житті

Ви – директор великого приватного підприємства країні, де при владі знаходиться партія, що набрала, більшість голосів на попередніх парламентських та місцевих виборах. Загалом у країні передбачено демократичне волевиявлення громадян шляхом голосування. Але владна партія втратила авторитет і зараз не має підтримки населення. Наближаються наступні вибори. Один з мажоритарних співвласників підприємства є членом партії влади і бере активну участь у політичному та соціальному житті. Він звернувся до вас із вимогою забезпечити «правильний результат» голосування представників вашого підприємства на виборах.

Виберіть відповідь і обґрунтуйте її

- a) Забезпечити «правильний результат» голосування шляхом проведення відповідного інструктажу працівників під особисту відповідальність керівників підрозділів;
- b) Встановити систему матеріальної мотивації працівників до голосування за партію влади;
- c) Намагатиметися знайти протидію з боку інших співвласників підприємства, але у разі невдачі погодитися зі співвласником та забезпечити «правильний результат»;
- d) Чітко заявите співвласнику, що відмовляєтеся впливати на волевиявлення працівників підприємства та намагатиметися привернути суспільну увагу до цього факту політичного тиску.

ТЕМА 3. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НА КОРПОРАТИВНОМУ РІВНІ

Основні питання

1. Корпоративна соціальна відповідальність як система. Тракткування поняття «корпоративна соціальна відповідальність».
2. Аргументи за і проти проведення компанією політики соціальної відповідальності.
3. Типи корпоративної соціальної відповідальності згідно з моделлю А. Керролла. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності. Трисферна модель корпоративної соціальної відповідальності.
4. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. Американська модель КСВ. Європейська модель (континентальна) КСВ. Британська модель КСВ.
5. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Практичні завдання

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

	За	Проти
Концепція «корпоративного егоїзму»		
Концепція «корпоративного альтруїзму»		
Концепція «розумного егоїзму»		

Завдання 2. Проаналізувати та порівняти основні (американську, азійську та європейську) моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Конкретизувати особливості їх застосування в Україні: перспективи та обмеження.

Завдання 3. Заповнити таблицю «Основні заходи, що може проводити підприємство в рамках корпоративної соціальної відповідальності». Необхідно наповнити заходами кожен із запропонованих програм: «Соціальний пакет», «Розвиток персоналу» та «Меценатство та спонсорство». Потрібно запропонувати назву заходу, розкрити його зміст, строки виконання (щомісяця, щокварталу, раз на рік, тощо), бюджет (скільки коштів доцільно запланувати на цей захід, ці кошти буде надавати підприємство чи на якісь запропоновані благодійні заходи будуть збирати кошти, тощо) та відповідальних виконавців (керівник, заступник, бухгалтерія, відділ кадрів, тощо).

	Зміст заходу	Строк виконання	Бюджет, грн.	Відповідальні виконавці
1. Програма «Соціальний пакет»				
1.1.				
1.2.				
1.3.				
1.4.				
2. Програма «Розвиток персоналу»				
2.1.				
2.2.				
2.3.				
3. Програма «Меценатство та спонсорство»				
3.1.				
3.2.				
3.3.				

Завдання 4. Розв’язання кейсу

Уявіть що ви займаєте посаду старшого віце-президента з маркетингу та продажів у провідній міжнародній тютюновій корпорації X, продукція якої продається в близько 180 країнах світу. Сьогодні зранку ваш секретар доповідає Вам про те, що у СМІ набирає обертів інформаційна кампанія, метою є засудження (далі цитата) «безвідповідального ставлення корпорації X до життя та здоров’я споживачів тютюнової продукції та використання інструментів КСО для просування власних інтересів». Секретар також інформує Вас про отримання запрошення від телевізійного каналу Bloomberg Television на інтерв’ю (що буде транслюватися у прайм-тайм у багатьох країнах світу) з метою висловлення позиції корпорації X у відповідь на розгорнуту кампанію. Напишіть текст вашого виступу на телебаченні із зазначенням конкретних заходів (не менше 5) щодо зниження рівня суспільного невдоволення діяльністю корпорації. Майте на увазі, що на попередній раді директорів було прийнято одностайне рішення про

недопущення скорочення обсягів випуску тютюнової продукції, яке Ви змінити не можете.

Завдання 5. Виграш тендеру

Ви працюєте у фармацевтичній компанії, яка нещодавно виграла тендер на постачання медикаментів до певних лікарень. Через пару місяців, не здійснивши жодного продажу лікарням, ви звертаєтесь до відповідального фахівця з охорони здоров'я. Фахівець відповідає, що насправді йому подобаються ваші ліки, але конкурент платить особисто йому 5% відпускної ціни на свою продукцію, що хоч трохи компенсує низьку зарплатню. Ви знаєте, що за результатами використання ваших препаратів, деякі з них дійсно найкращі на ринку і можуть суттєво поліпшити якість життя хворих.

Виберіть відповідь і обґрунтуйте її

а) Запропонуєте фахівцю 6% від відпускної ціни на ваші ліки, якщо він просуватиме ваші препарати замість препаратів конкурентів. Таким чином ви зробите послугу пацієнтам;

б) Ви не будете платити йому за жодних умов, оскільки вважаєте це «відкатом». Будете погрожувати йому втратою роботи, доки він не погодиться просувати ліки вашої компанії;

в) Поскаржитесь вищому владному керівництву, оскільки маєте легальний контракт на постачання ліків, який вони повинні поважати;

г) Замість того, щоб платити «відкат», запросите цього фахівця на важливу конференцію в екзотичному куточку світу, заплатите йому за презентацію на підтримку ваших продуктів, яку він зробить на цій конференції.

Завдання 6. Ви прийняли на роботу молодого талановитого юриста, який щойно закінчив юридичну академію, він чудово виконує роботу. Він провів уже кілька консультацій, і клієнти дуже задоволені. Разом із тим, він різкий і невічливий у спілкуванні з іншими працівниками, особливо з обслуговуючим персоналом. Ви щодня отримуєте такого роду сигнали, а сьогодні надійшла письмова заява від вашого секретаря з приводу його брутальності.

Запитання:

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

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Основні питання

1. Стандарти у сфері соціальної відповідальності. Причини розробки міжнародних принципів соціальної відповідальності.
2. Соціальна звітність як один із найважливіших проявів діяльності бізнесу у галузі соціальної відповідальності.
3. Міжнародні стандарти соціальної звітності.
4. Інституціональне забезпечення соціальної відповідальності.
5. Нормативно-правові інструменти регулювання соціальної відповідальності в сфері зайнятості.

Практичні завдання

Завдання 1. Подумайте, яким чином розрізняються прояви соціальної відповідальності з боку таких організацій: металургійного заводу, комерційного банку, лікарні й мережі продовольчих супермаркетів.

Відповіді на питання

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

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

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

Виділити характерні риси соціальної відповідальності кожної з організацій.

Завдання 2. Проаналізувати соціальну відповідальність підприємства України та зробити висновки за такими питаннями:

1. Прояв корпоративної соціальної відповідальності підприємства в чотирьох сферах:

- 1) ділова практика щодо власного персоналу;
- 2) впровадження та поширення чесних ділових стосунків на ринку;
- 3) розбудова позитивних відносин підприємства з громадою;
- 4) заходи, що стосуються навколишнього середовища.

2. Отримання підприємством певних переваг від впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності (формування позитивного іміджу організації; підвищення інтересу інвесторів; поліпшення взаємовідносин із громадськістю та місцевою владою; підвищення мотивації та продуктивності працівників; збільшення обсягів продажу та ринкової частки; зменшення операційних витрат і т. д.).

3. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності бізнесу підприємства.

4. Можливі напрями вдосконалення системи СВ.

Рекомендовані для розгляду компанії: ДТЕК, КиївСтар, Ernst and Young, Оболонь та інші на вибір здобувача.

Завдання 3. «Бритіш Американ Тобакко Україна»: діалог компанії з державою та суспільством

«Бритіш Американ Тобакко Україна» входить до складу Групи «Бритіш Американ Тобакко». У компаніях групи працюють понад 56 000 людей. Спільне підприємство «Бритіш Американ Тобакко» з Прилуцькою тютюновою фабрикою було створено у 1993 році. Сукупні інвестиції у модернізацію фабрики та розвиток компанії становлять понад 125 мільйонів доларів США. Близько 1000 людей працюють на Прилуцькій тютюновій фабриці, у київському офісі та торгових офісах у регіонах України. Веб-сайт: www.bat.ua

Мета компанії – стати лідером і брати активну участь у розвитку прогресивного ділового середовища, яке сприятиме загальному добробуту.

Проблема:

«Бритіш Американ Тобакко Україна» завжди була відкрита для спілкування з усіма заінтересованими сторонами та підтримувала діалог з різними організаціями та соціальними групами у процесі щоденної діяльності. Однак такому діалогу бракувало стратегічного підходу, оскільки він був сфокусований на повсякденних питаннях. Тому постало питання звітності у форматі діалогу з метою залучити до обговорення питань, що асоціюються з діяльністю тютюнової галузі, незалежно від ставлення до неї; різні сторони, чий знання та досвід можуть бути корисними у вирішенні зазначених питань; видати звіт, який би прозоро представляв точки зору компанії та описував її соціальні й благодійні проекти.

Рішення:

Основною рушійною силою процесу звітності став відділ корпоративних зв'язків, але були залучені представники й інших відділів – співробітники відділів маркетингу марок, торгового маркетингу, фінансів, управління персоналом, юридичного, охорони праці, виробництва брали активну участь в організації та проведенні діалогів. Компанія використовувала досвід інших компаній Групи «Бритіш Американ Тобакко».

Процес соціальної звітності розпочався у 2006 році з дослідження заінтересованих сторін, визначення тем для розгляду: роль компанії у житті місцевої громади, боротьба з виробництвом фальсифікованої тютюнової продукції та нелегальним обігом сигарет, маркетинг тютюнових виробів і запобігання курінню серед неповнолітніх, куріння в громадських місцях. Попри це, представники окремих організацій, що займаються питаннями охорони здоров'я, відмовилися від участі у зустрічах.

Було проведено 6 круглих столів та 5 персональних зустрічей у Києві, Прилуках і Чернігові, а також 6 консультацій із споживачами, запрошеними з

урахуванням віку, статі й географії проживання для представлення генеральної сукупності споживачів. Усього у діалогах взяли участь 129 осіб (з них 48 споживачів), які представляли 31 організацію. У лютому 2008 року було опубліковано та представлено громадськості соціальний звіт.

Результати:

«Бритіш Американ Тобакко Україна» стала першою організацією в Україні, яка провела процес соціальної звітності у форматі діалогів, і все ще залишається єдиною компанією свого сектору в Україні, яка видала соціальний звіт. Це дало компанії змогу покращити процес прийняття рішень за рахунок глибшого розуміння очікувань суспільства. Діалоги виявилися ефективною платформою для отримання відгуків від стейкхолдерів та надання їм прозорого звіту про діяльність компанії.

З 2007 року «Бритіш Американ Тобакко Україна» почала втілювати у життя свої зобов'язання, надані під час діалогу із заінтересованими сторонами.

Чимало ініціатив, виконання яких почалося після діалогів, довели свою життєздатність і потрібність та тривають і досі, наприклад, фінансова та експертна допомога компанії Прилуцькому Центру підтримки підприємництва та співпраця з еколого-освітнім центром Ічнянського національного природного парку «Бритіш Американ Тобакко Україна» отримала численні позитивні відгуки щодо діалогового формату соціальної звітності від багатьох важливих заінтересованих сторін, особливо від представників місцевої та регіональної влади, місцевої громади та торговельних партнерів.

Питання

1. Як компанія «Бритіш Американ Тобакко Україна» проводила діалог зі стейкхолдерами?

2. На Ваш погляд, чому компанія заснувала діалог зі стейкхолдерами під час підготовки не фінансового звіту?

3. Опишіть прояви стандарту АА 1000 в практиці компанії «Бритіш Американ Тобакко Україна».

4. Дайте поради «Бритіш Американ Тобакко Україна»: що компанія може поліпшити у своїх практиках роботи зі стейкхолдерами.

ТЕМА 5. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Основні питання

1. Теоретичні підходи до визначення сутності екологічної відповідальності. Міжнародні ініціативи із навколишнього середовища.
2. Концепція сталого розвитку. Стратегія екологічно маркетингу. Концепція екологічної відповідальності.
3. Функції та рівні екологічної відповідальності. Міжнародний і український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності.
4. Екологічна відповідальність бізнесу як вияв соціальної відповідальності. Критерії визначення екологічно відповідальної компанії.
5. Екологічний менеджмент як інструмент реалізації соціальної відповідальності. Міжнародний стандарт ISO 14000.
6. Індивідуальна екологічна відповідальність. Напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності.

Практичні завдання

Завдання 1. Виконати аналіз екологічної складової соціальних звітів будь-якої з компаній (компанії – на вибір).

При аналізі екологічного аспекту соціального звіту потрібно відповісти на наступні питання:

1. Чи відображено у звіті роботу компанії з постійного контролю та аналізу впливу виробництва на навколишнє середовище?
2. Чи проводяться заходи з раціонального використання енергії?
3. Чи розробляє компанія заходи, направлені на зменшення негативного впливу на довкілля та охорону навколишнього природного середовища?
4. Чи утилізує компанія відходи?
5. Чи проводяться в компанії заходи з виховання у персоналу відповідального відношення до довкілля?
6. Чи наведені дані щодо витрат компанії на охорону навколишнього природного середовища?
7. Чи запроваджена концепція Зеленого офісу?

Завдання 2. Компанія «Тетра Пак» дбає про корисне

Компанія «Тетра Пак», створена у 1951 році у Швеції, контролює половину світового ринку картонної упаковки рідких та пастоподібних харчових продуктів, працюючи на більше ніж 165 ринках світу і маючи понад 21000 співробітників. Компанія виступає за використання відновлювальних ресурсів та бережливе ставлення до навколишнього середовища. В Україні компанія представлена з 1989 року. На підприємстві нині працює 204 працівники, вони і виготовляють українським споживачам у середньому 866 мільйонів упаковок на рік (приблизно по 18 на кожного мешканця країни). Веб-сайт: www.tetrapak.com.

«Тетра Пак» дбає про корисне – це дієвий девіз, який використовується по всьому ланцюжку доданої цінності – від заготівлі сировини до кінцевого

споживача й суспільства в цілому.

Проблема:

Нині під сміттєзвалищами України знаходиться приблизно 130 тисяч га землі (приблизно стільки території займають Карпатські гори). В основному це промислові відходи, але побутових теж чимало (30%). Особливо гостро проблему ліквідації сміття відчувають великі міста. Атмосферні опади, вимиваючи з масиву відкритого звалища токсичні речовини, утворюють фільтрат. Ця рідка токсична субстанція забруднює підземні та поверхневі води, ґрунт. Пил і дим над звалищем забруднюють повітря. Все це призводить до отруєння довкілля – основної складової якості життя людей.

Рішення:

Промислові відходи і відходи споживчої упаковки (які містять, між іншим, цінні компоненти) не повинні потрапляти на полігони. Усвідомлюючи це, компанія «Тетра Пак Україна» підтримує програми впровадження та популяризації в країні системи роздільного збору відходів: розміщення в окремі контейнери ресурсоцінних відходів (картонна упаковка, скло, папір, пластик) та інше (харчові відходи та відходи упаковки із харчовими залишками), що дасть змогу вирішити «сміттєве питання». Також компанія «Тетра Пак Україна» ініціювала програму повного циклу переробки картонної упаковки.

В Україні є лише чотири заводи із сортування вторинної сировини, особливо гостро проблему ліквідації сміття відчувають великі міста. Саме у великих населених пунктах концентрується понад 3% відходів від загальної кількості сміття. Так, у Києві щороку утворюється понад 800 тисяч тонн сміття, яке потрапляє на сміттєві полігони або спалюється. Експерти переконують, що за таких умов ресурсу сміттєсховищ столиці вистачить на три-чотири роки. А що далі?

Генеральний директор компанії «Тетра Пак Україна» Урош Кепиш: «Я захоплююся спортивним бігом і зазвичай підчас пробіжок на природі помічаю кимсь викинуті використані упаковки від напоїв. З одного боку приємно – так багато споживають на картонній упаковці. З іншого – прикро, що цінні ресурси валяються під ногами».

Результати:

Упаковка компанії «Тетра Пак» на 75% складається з високоякісної целюлози (картону), а на 25% - з тонкого прошарку плівки та алюмінію (фольги). Система роздільного збору відходів - найбільш розповсюджена схема поводження з відходами у 25-ти країнах світу (США, Японія, Бразилія, країни Європейського континенту). Досвід інших країн свідчить, що відповідна інформаційно-просвітницька робота серед населення дає позитивні результати. Лише 20% відходів у світі підлягають переробці, в той час як продукцію компанії «Тетра Пак» на основі її нових технологій може бути повністю перероблено. Компанія відповідально ставиться до кожного життєвого циклу упаковки від її народження (постійне відновлення деревини, що використовується для виробництва картону для упаковки) до перетворення на вторинні ресурси.

Для запровадження системи сортування й переробки відходів компанія

обрала два шляхи: перший – це популяризація серед верств споживачів системи роздільного збирання відходів; другий – забезпечення процесу переробки вторинної сировини виробничими потужностями.

«Подбаймо про корисне разом!» - під таким гаслом компанія «Тетра Пак Україна» провела конкурс для журналістів національних та регіональних ЗМІ з метою сприяння популяризації ідеї захисту навколишнього середовища.

Після того як на паперових комбінатах розпочався процес переробки картонної упаковки, компанія «Тетра Пак Україна» ініціювала переговори зі своїми ключовими замовниками щодо переробки промислових відходів комбінованого пакувального матеріалу. Першими підтримали ініціативу компанії «Тетра Пак Україна» два сокових виробника, виробничі потужності яких розташовані в Одеській області. Зараз для цих компаній процес сортування упаковки – повністю невід’ємна частина виробничого процесу, а раніше ці відходи потрапляли на сміттєзвалища. Пізніше ініціативу підхопила компанія-виробник молока та молочних продуктів у Вінницькій області.

Питання

1. Опишіть цінності компанії «Тетра Пак Україна».
2. Як компанія «Тетра Пак Україна» реалізує свої цінності у діяльності.
3. Підготуйте сутнісні характеристики соціальної відповідальності як засадничої стратегії корпоративного управління в компанії на основі прикладу компанії «Тетра Пак Україна».
4. Опишіть соціальну відповідальність головних акціонерів компанії.
5. Огляньте не фінансові ризики для компанії у контексті розвитку соціальної відповідальності і міри їх уникнення.

Завдання 3. Небезпечні хімікати

Ви працюєте у виробничому відділі та щойно отримали пропозицію щодо того, як зменшити кількість небезпечних хімікатів у виробничій лінії вашого основного продукту. Пропозиція доречна як ніколи – останнім часом місцева громада та групи клієнтів наполегливо вимагають від вас зменшити частку цих хімікатів у виробництві. На жаль, новий виробничий процес потребує матеріалів, які не виготовляються поблизу, і ви будете змушені замовляти їх за кордоном. Водночас ваша компанія дала обіцянку зменшити викиди в атмосферу вуглецю – іншої шкідливої речовини.

Виберіть відповідь і обґрунтуйте її

- a) Відкладете цю пропозицію, оскільки немає сенсу зменшити один вид шкідливого впливу на довкілля заради збільшення іншого;
- b) Відкладете впровадження цієї пропозиції до того, як зможете купувати необхідні матеріали у місцевих виробників. Працюватимете з виробниками у вашій країні над проектом створення необхідних матеріалів;
- c) Приймете пропозицію, оскільки використання вами небезпечного хімікату є публічним фактом, а збільшення впливу на довкілля шляхом викидів вуглецю на даний момент можна виправдати;
- d) Приймете пропозицію та компенсуєте збільшення викидів вуглецю від доставки матеріалів замовленням квот на його викид.

ТЕМА 6. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Основні питання

1. Соціальне партнерство як засіб формування соціально відповідальної поведінки.
2. Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності системи соціального партнерства.
3. Розвиток соціального партнерства в Україні. Моделі соціального партнерства.
4. Регулювання відносин у сфері праці на принципах соціального партнерства та соціально відповідальної поведінки.
5. Проблеми соціального партнерства в Україні. Напрями вдосконалення системи соціального партнерства в Україні.

Практичні завдання

Завдання 1. Виконати аналіз трудової складової соціальних звітів на прикладі будь-якого підприємства України.

При аналізі трудового аспекту соціального звіту потрібно відповісти на наступні питання:

1. Чи має керівництво зворотній зв'язок з працівниками?
2. Чи передбачені нагороди, заохочення за дотримання принципів Етичного Кодексу компанії?
3. Яка гендерна політика компанії?
4. Які вікові категорії працюючих?
5. Чи підтримує компанія зв'язок з колишніми працівниками компанії?
6. Чи існує у компанії система навчання працівників та їх професійної кар'єри?
7. Охарактеризувати систему заробітної плати та матеріальних виплат.
8. Чи існує нематеріальне стимулювання працівників?
9. Життя працівників за межами компанії.

Рекомендовані для розгляду компанії: ДТЕК, КСМ, КиївСтар, Ernst and Young, Оболонь.

Завдання 2. У співробітника приватного підприємства (фірма, що займається торгівлею комп'ютерів) захворів близький родич. На лікування потрібна велика сума грошей. Він зміг зібрати тільки половину. Решту суми він попросив у підприємства. Якщо фірма виконає прохання співробітника, то це може призвести до зниження доходів і конкурентоспроможності даного підприємства.

Дана ситуація зачіпає інтереси всіх членів підприємства. З одного боку, співробітники фірми, жертвуючи своїми інтересами, вирішать дати необхідну суму робітнику фірми, проявлять милосердне ставлення до близького. З іншого боку, в подальшому це може викликати ряд проблем:

1. У складну ситуацію може потрапити інший співробітник цієї фірми. За принципом справедливого ставлення до кожного члена спільноти необхідно

подібну ситуацію вирішувати подібним чином, що не може продовжуватися до безкінечності.

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

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

Умови вирішення даної проблеми:

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

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

Завдання:

1. Сформулювати можливі варіанти вирішення проблеми. Обґрунтуйте відповідь.

Завдання 3. Закупівля для компанії

Ви займаєтесь закупівлями для великої компанії. Один з основних постачальників компанії запрошує Вас на захід своєї фірми. Він оплачує дводенну мандрівку, включно з авіаквитками, проживанням і харчуванням для Вас та Вашої дружини. Вам потрібен відпочинок – ви не були у відпустці протягом останнього року через великий обсяг роботи. Контракт із цим постачальником закінчується наступного місяця і ви відповідаєте за його поновлення.

Виберіть відповідь і обґрунтуйте її

а) Дасте свою згоду, а після повернення зареєструєте цю мандрівку у реєстрі подарунків, таким чином дотримаєтесь прозорості;

б) Дасте свою згоду та попросите вашого колегу провести переговори з відновлення контракт від вашого імені;

с) Дасте свою згоду, але повідомите, що не можете обговорювати робочі питання під час цієї мандрівки;

д) Відмовитися – це неприйнятно.

ТЕМА 7. ЕФЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ. МОНІТОРИНГ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Основні питання

1. Соціальний облік та аудит, аналіз нефінансової звітності як інструменти оцінки ефективності соціальної відповідальності.
2. Термін «соціальна звітність». Базові індикатори соціального звіту. Порівняльна характеристика фінансової і соціальної звітності.
3. Регламент або керівництво щодо звітності в галузі стійкого розвитку, розроблений Глобальною ініціативою зі звітності (GRI).
4. Структура показників діяльності як провідного складника соціальної (нефінансової) звітності. Принципи якості соціальної звітності.
5. Алгоритм моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. Параметри моніторингу соціальної відповідальності.
6. Необхідність та напрями становлення в Україні моніторингу соціальної відповідальності. Розроблення бази власних стандартів.

Практичні завдання

Завдання 1. Розробити форму нефінансового звіту для підприємств машинобудування або металургії, поліграфії або будівельної галузі (на вибір студента), використовуючи кількісні показники результативності підприємства за трьома напрямками (економіка, екологія, соціальна політика). В рамках кожного напрямку необхідно запропонувати по 5 показників.

Завдання 2. Сформуйте структуру соціального звіту, виходячи з положень міжнародних стандартів.

Завдання 3. Проведіть аналіз вітчизняної нормативно-правової бази соціальної звітності та соціального аудиту. Окресліть першочергові завдання щодо її розвитку.

Завдання 4. Розробіть теоретико-прикладний сценарій моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.

Завдання 5. Моніторинг соціальної відповідальності підприємства

Загальна процедура моніторингу охоплює декілька етапів:

Етап 1. Для виконання завдання здобувач обирає компанію, за якою він володітиме достатньої кількістю інформації для виконання індивідуального завдання за наведеним нижче планом (обрати компанію можна з наведеного переліку або за власним вибором здобувача).

Етап 2. Підготовка в програмі «Microsoft Power Point» презентації (5-10 слайдів) за наступним планом.

План індивідуального завдання

1. Визначення відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.

2. Відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.

3. Екологічна компонента соціальної відповідальності підприємства.

4. Оцінка ефективності соціальної відповідальності підприємства.

5. Надання пропозицій підвищення соціальної відповідальності на підприємстві.

Етап 3. Підготовка доповіді (тези).

Кожен слайд повинен мати назву та нумерацію відповідно до плану. Доповідь повинна бути не більше 5 хвилин.

Орієнтовний перелік компаній для виконання завдання.

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. BMW | 22.Nestle |
| 2. Adidas | 23.Nike |
| 3. Apple | 24.Nissan Motors |
| 4. Asus | 25.Nokia |
| 5. AVON | 26.NorthFace |
| 6. Bayer Group | 27.Opel |
| 7. Boeing | 28.Procter&Gamble |
| 8. Bosch | 29.Roshen |
| 9. BurgerKing | 30.Samsung |
| 10.Canon | 31.Sony |
| 11.Christian Dior | 32.Toyota |
| 12.Coca-Cola | 33.Unilever |
| 13.Ford | 34.Volkswagen |
| 14.Google | 35.Volvo Group |
| 15.Heinz | 36.Whirlpool |
| 16.Honda | 37.Київстар |
| 17.IKEA | 38.Метинвест |
| 18.Levi's | 39.МЕТРО |
| 19.McDonald's | 40.Vodafone |
| 20.Microsoft | 41.Henkel |
| 21.Mitsubishi | 42.Приватбанк |

ТЕМА 8. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Основні питання

1. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Терміни і поняття, що використовуються у Концепції.
2. Зовнішній контекст розвитку соціальної відповідальності в Україні.
3. Складові розвитку соціальної відповідальності в Україні. Організаційні та нормативні умови розвитку соціальної відповідальності.
4. Розвиток можливостей та компетенцій бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації соціальної відповідальності.
5. Підвищення обізнаності щодо соціальної відповідальності серед різних груп заінтересованих осіб.

Практичні завдання

Завдання 1. Ознайомтесь з Концепцією реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>). Проаналізувати, на якому рівні наразі знаходяться показники, які передбачається досягти у результаті реалізації Концепції?

Завдання 2. Запропонуйте 7-8 заходів для підвищення обізнаності щодо соціальної відповідальності серед різних груп заінтересованих осіб.

Завдання 3. З'ясуйте основні соціальні проблеми в районі, де ви мешкаєте. Розробіть рекомендації органам влади щодо активізації комунітарної соціальної відповідальності на цій території.

Завдання 4. Оцініть ступінь соціальної відповідальності добре відомого вам підприємства (наприклад, того, де ви проходили практику, або того, де працюють ваші батьки). Визначте основні заходи щодо активізації соціальної відповідальності для бізнес-структури та профспілкової організації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бесараб С. О., Кошель А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність як сучасна форма ведення бізнесу. *Стратегія економічного розвитку України*. 2019. Вип. 45. С. 14-25.
2. Грицьков Є. В. Корпоративна соціальна відповідальність будівельних підприємств: визначення, оцінка та особливості реалізації: монографія; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: Панов А. М., 2021. 211 с.
3. Зибарева О., Воронюк Т. Потенціал соціальної відповідальності підприємства в системі управління його конкурентоспроможністю. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2022. Вип. 1. С. 104-122.
4. Іпполітова І. Я., Ревенко О. В. Соціальна відповідальність бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 176-181.
5. Корпоративна соціально-екологічна відповідальність та партнерство стейкхолдерів задля сталого розвитку: монографія / І. О. Макаренко та ін.; за заг. ред. І. О. Макаренко; Сум. держ. ун-т. Суми: Сум. держ. ун-т, 2020. 259 с.
6. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2021. Vol. 3, No. 2. С. 56-64.
7. Кузьмін О., Станасюк Н., Пасінович І., Пирог О., Чернобай Л. Основи корпоративної соціальної відповідальності: стратегії та ділові практики. Київ: Кондор, 2021. 244 с.
8. Курбет М. А. Звітність про соціальну відповідальність підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2022. № 6. С. 18-23.
9. Курінько Р. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: проблеми прийняття та становлення. *Грані*. 2020. Т. 23, № 12. С. 38-46.
10. Магиляс Ю. Соціально відповідальний бізнес в умовах цифрової трансформації суспільства. *Аспекти публічного управління*. 2022. Т. 10, № 6. С. 55-60.
11. Миськів Г. В., Пасінович І. І. Сталий розвиток і соціальна відповідальність в умовах війни в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Проблеми економіки та управління. 2023. Т. 7, № 1. С. 21-36.
12. Міжнародна організація праці. URL: <http://www.ilo.org>.
13. Міністерство соціальної політики України. URL: <http://www.mlsp.gov.ua>.
14. Настанови щодо соціальної відповідальності. ДСТУ ISO 26000:2019 (ISO 26000:2010, IDT). Національний стандарт України. Чинний від 2021-10-01. Київ: УкрНДНЦ, 2021. X, 130 с.
15. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.

16. Панюк Т. П., Богуш Л. А. Роль та значення соціальної відповідальності для реалізації концепції сталого розвитку. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2021. № 5. С. 83-89.
17. Пушкар М. С., Голінач Л. І. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика: монографія. Тернопіль: Карт-бланш, 2018. 214 с.
18. Ровенська В. В., Кошова В. Ю., Вержбицький М. І. Корпоративна соціальна відповідальність як складник стратегії розвитку бізнесу на вітчизняних підприємствах. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 5(1). С. 117-122.
19. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_11_78.
20. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / Сіренко Н. М., Лункіна Т. І., Бурковська А. В.; Миколаїв. нац. аграр. ун-т. Миколаїв: МНАУ, 2021. 215 с.
21. Соціальна відповідальність: підручник / В. М. Тарасевич та ін.; за наук. ред. В. М. Тарасевича, О. В. Золотарьової; Нац. металург. акад. України. Дніпро: Економіка, 2019. 203 с.
22. Соціальне підприємництво в Україні. URL: <https://socialbusiness.in.ua/>.
23. Ткачук С. В., Стахурська С. А., Стахурський В. О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як запорука успішного підприємництва в усіх сферах діяльності. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 11. С. 109-119.
24. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.
25. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». URL: <http://csr-ukraine.org/>.
26. Якимова Н. С., Шаульська Л. В. Напрями підвищення конкурентоспроможності молоді в контексті забезпечення ефективності державної соціальної політики. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки»*. 2018. №1. С. 119–127.
27. Якимова Н.С. Світова практика функціонування систем страхування по безробіттю в умовах трансформації поведінкових моделей суб'єктів ринку праці. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6.1–2 (56). С. 125–131.
28. Якимова Н.С., Марценюк О.В. Дослідження факторів впливу на поведінкові моделі роботодавців в умовах формування сприятливого середовища для ведення бізнесу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. № 2 (25). URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/25_2020/51.pdf.