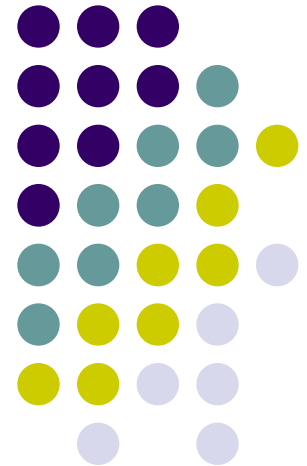


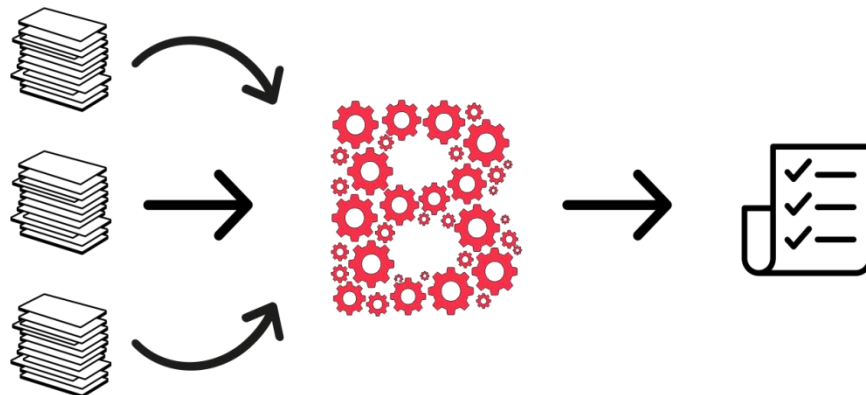
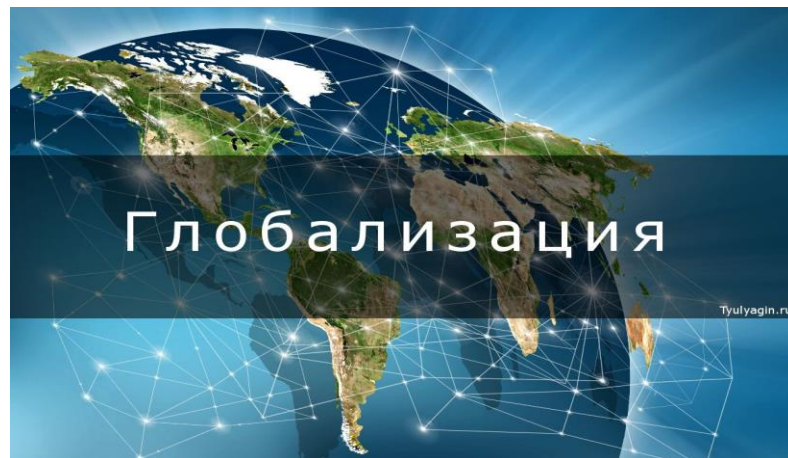
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ.



Викладач: Кусик Наталія Львівна, к.е.н., доцент

Глобалізація та глобалістика

- **Глобалізація** — процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації.
- **Інтеграція** (лат. *integrum* — ціле; *integratio* — відновлення, поповнення) — згуртування, об'єднання політичних, економічних, державних та громадських структур в рамках регіону, держави, світу.
- **Уніфікація** (лат. *unus* — один, *facio* — роблю; об'єдную) — приведення до одноманітності, до єдиної форми або системи.



Загальні ознаки глобальних проблем



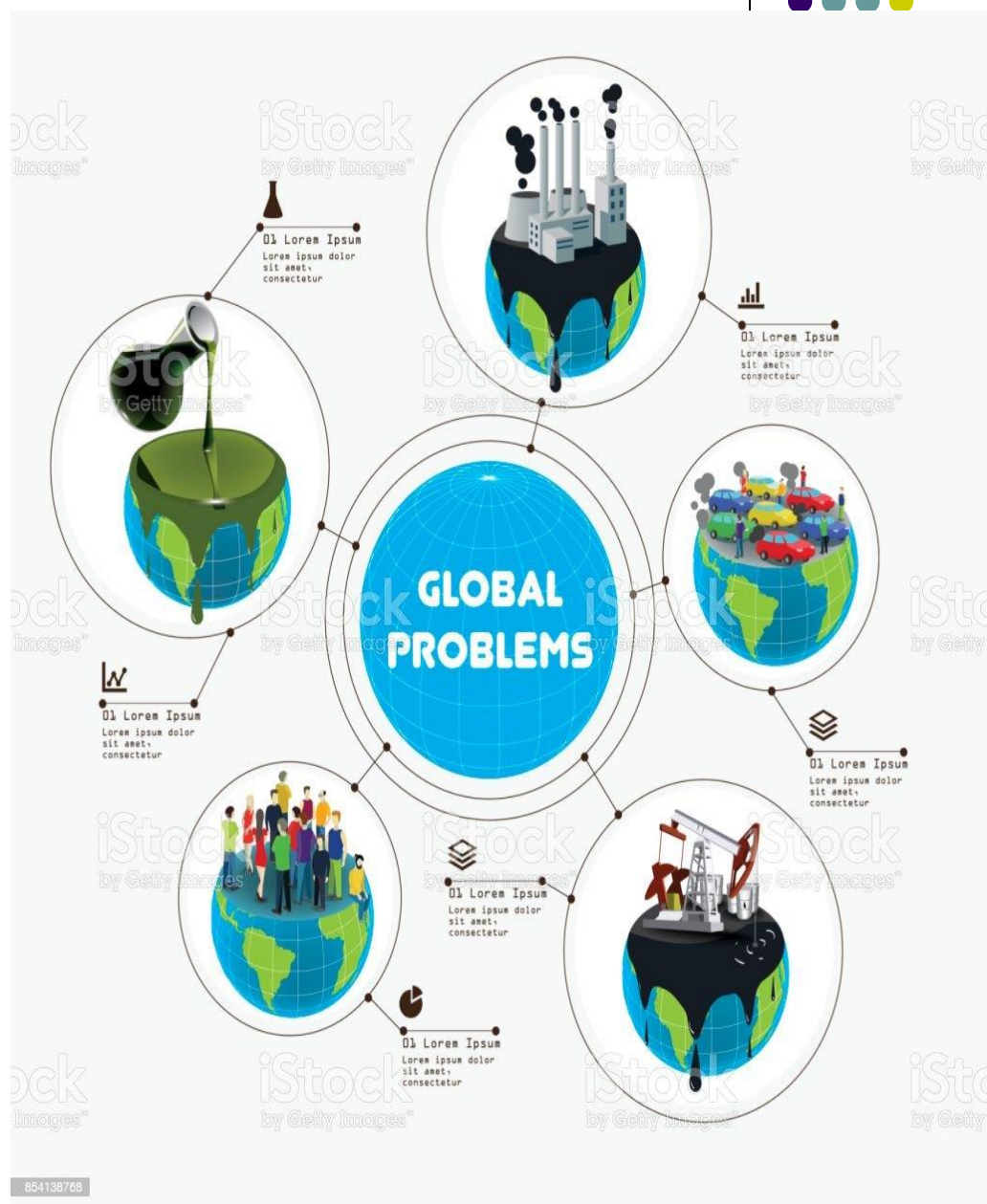
- Носять загальносвітовий характер, торкаються інтересів і долі всього людства.
- Погрожують людству серйозним регресом в умовах життя та подальшого розвитку продуктивних сил
- Потребують термінового і невідкладного рішення
- Взаємопов'язані між собою
- Вимагають для свого вирішення спільних дій усієї світової спільноти



Глобальні проблеми сучасності: основні групи



- соціально-політичні проблеми
- соціально-економічні проблеми:
 - проблема економічної відсталості
 - демографічна проблема
 - продовольча проблема
- соціально-екологічні проблеми
- соціально-гуманітарні проблеми



Римський клуб - міжнародна неурядова організація

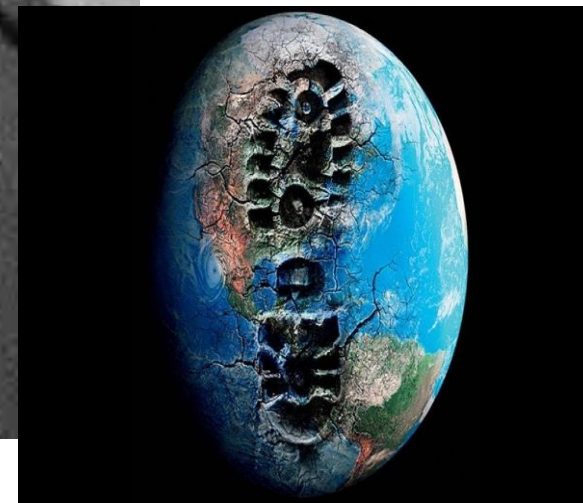
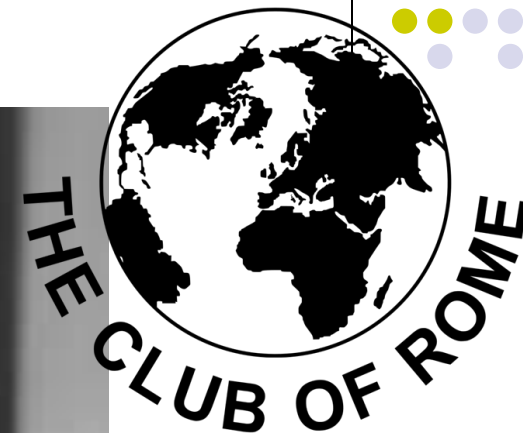


Засновник Римського клубу – Ауреліо Печчеї

А. Печчеї (1908 – 1984)

італійський вчений, економіст, бізнесмен, громадський діяч, дослідник глобальних моделей розвитку людства, автор книг та документів по глобальній проблематиці та концепції сталого розвитку.

А. Печчеї був віце-президентом компанії «Olivetti», членом адміністративної ради компанії «Фіат».



А. Печчеї: «Світ з людиною в главі все ще може досягнути спільного світлого майбутнього. Для того, щоб воно наступило, нам необхідно припинити піддавати нашу планету деградації».

Римський клуб –

розпочав свою діяльність з 1968 року з зустрічі в Академії Деї Лінчеї у Римі

- Штаб - квартира - у Парижі
- Юридично зареєстрований – у Швейцарії
- Мета Римського клубу - осмислення проблем сучасного світу в їхній сукупності, підготовка рекомендацій урядам, ознайомлення світової громадськості з глобальними проблемами
- Об'єднує понад 100 відомих вчених, громадських діячів та представників ділових кіл країн Європи, Азії та Америки, а також деяких країн Африки, що розвиваються, що беруть участь у клубі тільки як приватні особи
- Римський клуб не має статуту, чіткої структури, адміністративного штату, фіксованого бюджету, друкованих органів.
- Основне джерело фінансування - пожертвування великих монополістичних об'єднань та фондів



Сучасний світ живе в умовах гострих соціальних проблем

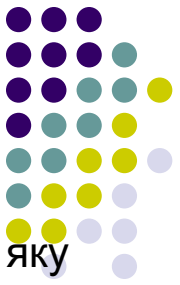


Ключова роль та участь бізнесу у вирішенні задач соціально-економічного розвитку створює: стабільність та сталість у суспільстві ... ЩО ...



... робить сам бізнес стабільним

Соціальні та моральні обов'язки бізнесу: чотири рівня відповідальності ділової організації



- **Рівень економічної відповідальності** – обов'язкова базова відповідальність, яку компанія та її керівництво несуть перед власниками. Полягає в тому, щоби приносити прибуток.
- **Рівень правової (юридичної) відповідальності** – дотримання закону як обов'язок будь-якої компанії. Порушення тягне за собою санкції з боку держави та її силових структур.
- **Рівень моральної (етичної) відповідальності** - узгодження моральних принципів нашого суспільства та самої компанії.
- **Рівень соціальної (філантропічної) відповідальності** - сприяння покращенню добробуту та підвищенню якості життя суспільства. Вершина піраміди відповідальності. Не регулюється формальними чи неформальними відносинами. Це – бажаний рівень відповідальності, який виправдовує соціальне існування підприємства.



Історична довідка

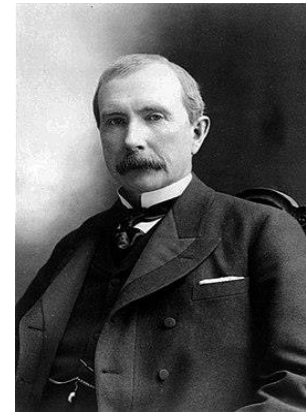
Явище - соціальна відповідальність бізнесу



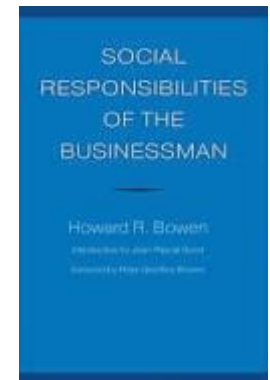
Ендрю Карнегі (США) – мультимільйонер (виробництво сталі), благодійник, філантроп. Заробив за своє життя \$400 млн. (\$130 млрд. у перерахунку на сьогодні), з них \$350. млн. роздав на благодійність (\$114 млрд. у перерахунку на сьогодні) або близько 88% від усіх зароблених коштів.



Джон Рокфеллер (США) - мультимільйонер, благодійник, філантроп. Сформував велику імперію благодійних організацій: університет Чикаго, Коледж Спелмана, Університет Рокфеллера, Музей сучасного мистецтва, монастирі, Фонд Рокфеллера.



Хоуард Боуен (США) - фундаментальна праця на тему соціальної відповідальності – книга «Соціальна відповідальність бізнесмена». Показав, наскільки бізнесу вигідна участь у соціальних програмах та які економічні вигоди від цього отримує суспільство.



Європа

Поняття соціальної відповідальності бізнесу

- **Бізнес - цивільна особа**, яка повинна дотримуватися законів, норм суспільного життя
- **Бізнес - виробник**, який повинен виробляти безпечні надійні товари, встановлювати справедливі ціни
- **Бізнес - роботодавець**, повинен піклуватися про матеріальне становище працівників, недопущення їх дискримінації
- **Бізнес - суб'єкт управління ресурсами**, повинен ефективно використовувати ресурси та займатися тими територіями, на яких розташоване підприємство
- **Бізнес - об'єкт інвестування**, повинен захищати інтереси інвесторів та давати правдиву інформацію про своє становище
- **Бізнес - конкурент**, не повинен брати участь у нечесній конкуренції та необґрунтованому обмеженні конкуренції
- **Бізнес - учасник соціального розвитку**, повинен стимулювати та підтримувати інновації та визнавати відповідальність за вплив на якість життя оточуючих



Соціальна відповідальність бізнесу



- **Соціальна відповідальність бізнесу** — це відповідальність тих, хто приймає бізнес – рішення, перед тими, на кого прямо чи опосередковано ці рішення впливають
- **Соціальна відповідальність бізнесу** — це не правило, а етичний принцип, який має враховуватися під час ухвалення рішення



Соціальна відповідальність бізнесу - набір характеристик:

- ✓ добровільний вибір компанії в умовах зростаючої конкуренції та зниження довіри до бізнесу виходить за межі зобов'язань, визначених бізнесу законодавством, щодо сплати податків, створення робочих місць та генерації прибутку
- ✓ включає всіх членів місцевої спільноти: бізнес, ЗМІ, владу, некомерційні організації, населення, інвесторів
- ✓ не спосіб вирішити проблеми суспільства за рахунок бізнесу, а спосіб брати участь у розвитку того середовища, в якому бізнес працює
- ✓ підхід до сталого розвитку із прямим (як правило, довгостроковим) впливом на фінансові показники компанії

Соціальна відповідальність бізнесу



Аргументи на користь соціальної відповідальності:

- **Створюються сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи.** Соціальні дії бізнесу покращують життя місцевого співтовариства чи усувають необхідність державної участі. У довгостроковій перспективі – це може стимулювати зростання прибутку, оскільки у споживачів, постачальників та спільноти формується привабливіший імідж компанії
- **Зміна потреб та очікувань.** Пов'язані із бізнесом соціальні очікування змінилися. Щоб зменшити розрив між новими очікуваннями та реальним відгуком бізнесу, його залучення до вирішення соціальних проблем стає і очікуваним, і необхідним.
- **Наявність ресурсів надання допомоги у вирішенні соціальних проблем.**
- **Моральне зобов'язання поводитися соціально відповідально.** Бізнес – член суспільства. Подібно до індивідуальних членів суспільства, бізнес повинен діяти соціально відповідальним чином і сприяти зміцненню моральних основ суспільства.

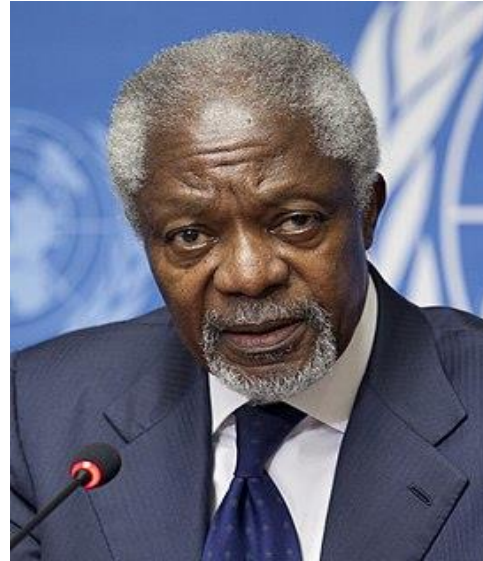
Аргументи проти соціальної відповідальності:

- **Порушення принципу максимізації прибутку.** Напрямок частини ресурсів на соціальні потреби знижує вплив принципу максимізації прибутку. Бізнес веде себе переважно соціально відповідально лише економічному рівні, залишаючи вирішення соціальних проблем державним організаціям і службам, благодійним інститутам тощо.
- **Витрати соціальну відповідальність.** Кошти, створені задля соціальні потреби, для бізнесу є затратами. У результаті ці витрати переносяться на споживачів за допомогою підвищення цін.
- **Недостатній рівень звітності перед суспільством.** Ринкова система добре контролює економічні показники бізнесу та погано – його соціальну відповідальність. Доки суспільство не розробить порядок прямої соціальної відповідальності, бізнес не братиме участі в соціальних діях, за які він не вважає себе відповідальним.
- **Нестача вміння вирішувати соціальні проблеми.** Персонал будь-якої компанії найкраще підготовлений до діяльності у сфері економіки, ринку та техніки. Він позбавлений досвіду, що дозволяє вирішувати проблеми соціального характеру.

Корпоративна соціальна відповідальність

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)

Всесвітній економічний форум в Давосі в 1999 році, доклад Генерального секретаря ООН Кофі Аннана «Розробка керівних принципів відносно ролі соціальної відповідальності приватного сектора»



WORLD
ECONOMIC
FORUM



Концепція КСВ

(Corporate Social Responsibility – CSR):

становлення



- **Перший етап (60-ті - середина 70-х років ХХ століття)** характеризується розквітом філантропії та благодійності. Ділова та соціальна активність у той період були розмежовані. Допомога виділялася переважно у натуральній та грошовій формі на основі особистих симпатій керівника.
- **Другий етап (середина 70-х - початок 80-х років ХХ століття)** характеризується становленням стратегічної філантропії. У цей час бізнес починає пов'язувати вирішення соціальних проблем із стратегічними цілями корпорації.
- **Третій етап (кінець 80-х ХХ століття)** характеризується розвитком практики здійснення соціальних інвестицій. Зусилля комерційного, некомерційного та державного секторів у цей період починають об'єднуватись для вирішення конкретних соціальних проблем.

Концепції КСВ: основні інтерпретації



Перша концепція КСВ (класична, традиційна – теорія корпоративного «егоїзму»

- єдина відповідальність бізнесу - збільшення прибутку для своїх акціонерів, сформована М. Фрідманом у статті "Соціальна відповідальність бізнесу - робити гроші".

Друга концепція КСВ - теорія корпоративного «альтруїзму»

- основна ідея полягає в тому, що бізнес повинен не тільки дбати про зростання прибутку, але й робити все можливе для вирішення суспільних проблем, підвищення якості життя громадян та спільноти, а також охорони навколишнього середовища, сформовану Комітетом економічного розвитку.

Третя концепція КСВ – теорія «розумного

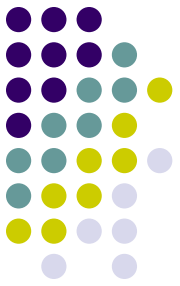
егоїзму» (enlightened self - interest - усвідомлений власний інтерес) - будується на тому, що СББ - не просто «хороший бізнес», а витрати на соціальні та благодійні програми скорочують поточний прибуток, але в довгостроковій перспективі вони дають сприятливе соціальне оточення і, отже, стійкість прибутку.

Інтегрований підхід КСВ

благодійна та соціальна активність компаній стала концентруватися навколо будь-якої певної галузі, яка була безпосередньо пов'язана з основним напрямом діяльності компанії (соціально значущі напрямки діяльності – Socially Anchored Competences).

Глобальний договір (пакт) ООН

(Global Compact, 2000) <http://www.unglobalcompact.org>



ГД ООН – масштабний міжнародний рух, одна із найбільших у світі добровільних ініціатив у сфері КСВ, волонтерська ініціатива, покликана об'єднати соціально відповідальні компанії для обміну досвідом у реалізації різних програм.



United Nations
Global Compact

Глобальный договор ООН сегодня

>9,500

Бизнес компаний, следующих 10 принципам Глобального договора ООН



69% руководителей вовлечено

>3,000

не-бизнес участников

>70

локальных сетей в 163 странах

28%

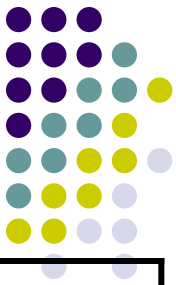
Fortune 500

66 млн. чел.

работает в компаниях-участниках ГД ООН

ГД ООН - основа для представників ділових кіл, які бажають співвіднести свою діяльність і стратегії з 10 принципами, що отримали загальне визнання. Приєднання до договору означає, що компанія вибудовує свій бізнес з урахуванням основних принципів, роблячи їх частиною своєї корпоративної стратегії та культури. Таким чином, компанія декларує свою соціальну спрямованість.

Десять базових принципів соціально відповідальної компанії: 4 групи

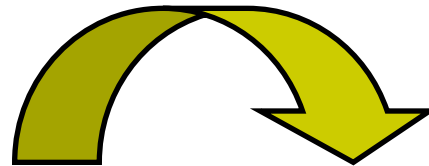


1. Права людини	<p><u>Принцип 1:</u> Ділові кола повинні підтримувати та поважати захист проголошених на міжнародному рівні прав людини</p> <p><u>Принцип 2:</u> Ділові кола не повинні бути причетні до порушень прав людини</p>
2. Трудові відносини	<p><u>Принцип 3:</u> Ділові кола повинні підтримувати свободу об'єднання та реальне визнання права на укладення колективних договорів</p> <p><u>Принцип 4:</u> Ділові кола повинні виступати за ліквідацію всіх форм примусової та обов'язкової праці</p> <p><u>Принцип 5:</u> Ділові кола повинні виступати за повне викорінення дитячої праці</p> <p><u>Принцип 6:</u> Ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері праці та зайнятості</p>
3. Навколишнє середовище	<p><u>Принцип 7:</u> Ділові кола повинні підтримувати підхід до екологічних питань, заснований на принципі обережності</p> <p><u>Принцип 8:</u> Ділові кола повинні вживати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища</p> <p><u>Принцип 9:</u> Ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій</p>
4. Протидія корупції	<p><u>Принцип 10:</u> Ділові кола повинні протистояти всім формам корупції, включаючи вимагання і хабарництво</p>

Український бізнес та КСВ

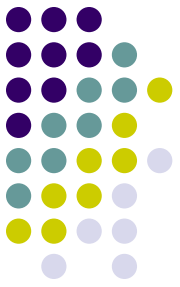


- ✓ **Перші українські компанії:** UMC («МТС»), «Київстар», «Макдональдс Україна», «Ніссан Мотор Україна», «Оболонь», «Сименс Україна», «Системи швидкого харчування», «Тетра Пак», «ТНК - ВР» в Україні, «Укрсоцбанк», «Фокстрот», «ХХІ Вік», «Ейвон Косметікс Юкрейн», «Ернст & Янг», Intel Microelectronics, Leo Burnett Ukraine, «Євроіндекс» та інші.
- ✓ **Особливість:** міжнародні компанії, непромислові компанії, орієнтовані на масового споживача та мають велику кількість клієнтів.



приносячи користь суспільству, компанія завойовує нових споживачів та активно розвивається

КСВ як система управління ризиками у рамках довгострокової стратегії розвитку бізнесу: практичні приклади



- **Компанія «Avon» – програма «Разом проти раку молочної залози»** – відома, довгострокова соціальна маркетингова кампанія. Починаючи з 1993 р., лише у США було зібрано понад \$55 млн. від продажу продукції із символічною рожевою стрічкою. У світі сума відрахувань перевищила \$300 млн.
- **Компанія «Макдональдс» – проведення Всесвітнього дня допомоги дітям.** Кожен відвідувач ресторанів «Макдональдс» може придбати паперову «долоньку», брелоки та браслети. В Україні, в середньому, під час однієї щорічної акції збирається близько 900 – 100 тис. грн., які спрямовуються на закупівлю необхідного обладнання для надання невідкладної допомоги дитячим лікарням у всіх областях України.



КСВ як система управління ризиками у рамках довгострокової стратегії розвитку бізнесу: практичні приклади

Міжнародна авіакомпанія British Airways - підтримка Дитячого фонду ООН.

Пропозиція пасажиром під час рейсів жертвувати іноземні монети та банкноти – **програма «Change for good» (Дрібниця заради добра).**

За вісім років компанія збрала понад \$31 млн. Кошти спрямовуються на підтримку благодійних проектів у понад 50 країнах світу, у т.ч. та в Україна. Наприклад, на підтримку та лікування ВІЛ-інфікованих дітей в Україні було спрямовано \$560 тис.



thank you gracias شكرا merci danke



BRITISH AIRWAYS

Change for Good

Changing children's lives

unicef

thank you gracias Obrigada merci danke

Your loose change, no matter how small, really does add up. With your support, Change for Good has transformed the lives of children around the world. So if you have CURRENCY left over from your travels, please place it in this envelope and let UNICEF make it work for children.

35p	can buy medication for 5 children suffering from diarrhoeal dehydration
57p	buys medication to prevent a pregnant mother passing HIV to her unborn child in Haiti
£1.70	buys a 60-day ration of food for one malnourished child in Ethiopia

You can donate any currency at British Airways Travel Shops. See our websites for details

Photo: UNICEF/HQ04-0637/Giacomo Pinazzi
This envelope has been made from 75% recycled paper

How we're making your money work:

- Bangladesh - £500,000 to help fund basic education for urban working children
- SE Asia - over £800,000 was raised for the tsunami emergency relief appeal
- Angola - £220,000 for water and sanitation projects

www.ba.com
www.unicef.org.uk
Reg charity no 1072612

UNICEF will apply your donation to help children both directly and via its partner organisations across the world

Please put your donation, in any currency, in this envelope and hand it to a member of the cabin crew

КСВ як система управління ризиками у рамках довгострокової стратегії розвитку бізнесу: практичні приклади



В основі практики КСВ лежать такі принципи:

- **благодійність** - надання матеріальних засобів та ресурсів для вирішення певних соціальних проблем
- **благодійний маркетинг** – надання вже обумовленої частки прибутку від продажу на благодійні акції
- **соціальний корпоративний маркетинг** – внутрішньо-корпоративні зміни, спрямовані на вирішення соціальних проблем
- **волонтерський рух** - спрямований на надання допомоги або вирішення проблем як на рівні суспільства в цілому, так і на рівні конкретних територіальних громад
- **соціально відповідальні принципи ведення бізнесу** - побудова корпоративної стратегії розвитку компанії, що ґрунтується на соціальних пріоритетах



Особливість у веденні КСВ

Представництвами міжнародних іноземних підприємств в Україні

Найчастіше КСВ має досить обмежений фокус (наприклад, лише сфера освіти, здоровий спосіб життя чи охорона природи) відповідно до внутрішньої політики та розпоряджень із штаб-квартири.

Вітчизняними підприємствами

КСВ має децю епізодичний характер і частіш за все представлена окремими акціями благодійного характеру

Достаточно ли выполнять требования законодательства и платить налоги?



З урахуванням відповідності законодавству та нормативним актам, КСВ зазвичай включає ті, що виходять за межі, встановлені законодавством зобов'язання та заходи у наступних областях:



- корпоративне управління та корпоративна етика
- охорона здоров'я та охорона праці
- охорона навколишнього середовища
- права людини (включаючи основні трудові права)
- управління людськими ресурсами
- взаємодія з суспільством, розвиток та інвестування
- корпоративна благодійність та волонтерство
- задоволення вимог споживача та відданість принципу чесної конкуренції
- боротьба з хабарництвом та заходи щодо боротьби з корупцією
- звітність, прозорість та інформування про діяльність
- відносини з постачальниками як у національному, так і в міжнародному ланцюжку поставок



Дякую за увагу!

