

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Кафедра Обліку і фінансів

Ю.Л.Татаринцева, І.А. Юр'єва

Текст лекцій з курсу «Соціальна відповідальність бізнесу та бізнес-соціальний аналіз»

Затверджено
редакційно-видавничою
радою університету
протокол № 1 від 15.02.2024 р.

ХАРКІВ
НТУ «ХПІ» 2024

Текст лекцій з дисципліни “Соціальна відповідальність бізнесу та бізнес-соціальний аналіз” /Уклад. Ю.Л.Татаринцева, І.А. Юр’єва, – Харків: НТУ “ХПІ”, 2024. – 99 с. – Укр. мовою.

Укладачі: Татаринцева Юлія Леонидівна, Юр’єва Ірина Анатоліївна,

Опорний конспект включає основні питання, пов'язані з теорією соціальної відповідальності бізнесу, з точки зору застосування принципів соціального управління на різних рівнях. Навчальна дисципліна є однією з основних нормативних у блоці гуманітарної та соціально-економічної підготовки, які викладаються магістрам на п'ятому курсі. Вона призначена для формування у студентів теоретичних знань про соціальну відповідальність бізнесу, соціальні системи, організаційні рівні соціальної відповідальності, типи, структури та закономірності функціонування корпоративної соціальної відповідальності. Дисципліна містить два блоки змістовних модулів: теоретичні засади соціальної відповідальності бізнесу, регулювання та управління формуванням концепції бізнес-соціального аналізу..

УДК 340 Г85

Рецензент д.е.н., проф. Міщенко В.А.

Навчальне видання

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА БІЗНЕС-СОЦІАЛЬНОГО АНАЛІЗУ	6
1.1 Сутність поняття «соціальна відповідальність» та «бізнес-соціальний аналіз».....	6
1.2 Система соціальної відповідальності.....	9
1.3 Рівні соціальної відповідальності.....	10
1.4 Моделі соціальної відповідальності та бізнес-соціального аналізу.....	12
1.5 Методологія бізнес-соціального аналізу.....	15
Контрольні запитання	16
Список рекомендованої літератури.....	17
2. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА	18
2.1 Характеристика державних соціальних стандартів та гарантій.....	18
2.2 Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000)	19
2.3 Підходи до регулювання соціальною відповідальністю на мікро та макрорівні.....	20
2.4 Моделі взаємодії людини в рамках соціальної відповідальності.....	21
2.5 Державне регулювання відносин соціальної відповідальності.....	23
Список рекомендованої літератури	24
3.ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	27
3.1 Сутність та специфіка корпоративної соціальної відповідальності.....	27
3.2 Специфіка внутрішньої корпоративної стратегії.....	29
3.3Характеристика зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.....	32
3.4 Поняття корпоративної політики участі в житті суспільства.....	36
4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ ІЗ ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	40

4.1	Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності.....	40
4.2	Формування соціальної відповідальності персоналу підприємств.....	41
4.3	Сучасний стан і характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності	42
4.4	Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями.....	45
5.	МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-СОЦІАЛЬНОГО АНАЛІЗУ.....	47
5.1	Поняття бізнес-соціального аналізу.....	47
5.2	Сутність і цілі бізнес-соціального аналізу.....	54
5.3	Основні етапи бізнес-соціального аналізу.....	55
6.	МЕТОДИ БІЗНЕС-СОЦІАЛЬНОГО АНАЛІЗУ.....	55
6.1	Методи збору даних у бізнес-соціальному аналізі.....	55
6.2	Методи аналізу даних у бізнес-соціальному аналізі	61
7.	АНАЛІЗ ВПЛИВУ БІЗНЕСУ НА СУСПІЛЬСТВО.....	65
7.1	Методи аналізу впливу бізнесу на суспільство.....	65
7.2	Соціальні наслідки діяльності бізнесу.	66
8.	ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕС АНАЛІЗУ	
8.1	Приклади застосування соціального бізнес аналізу.....	75
8.2	Перспективи розвитку соціального бізнес аналізу.....	92
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93

ВСТУП

Останнім часом в Україні спостерігається ускладнення суспільних відносин, особливо пов'язаних з мінливим навколишнім середовищем, погіршенням економічного становища, нестабільністю зовнішньої ситуації, а також ускладненням процесів вирішення цих проблем карантинними обмеженнями тому традиційний підхід до вирішення соціальних проблем уже не спрацьовує. З огляду на це, виникає необхідність у новітньому адаптивному інструментарію різного рівня соціальної політики із застосуванням бізнес-соціального аналізу. Теоретична частина дисципліни включає уявлення про соціально відповідальні аспекти бізнесу та бізнес-соціального аналізу, їх сутність і природу, організаційну та функціональну структуру і основні підходи до побудови моделей соціальної відповідальності, загальне уявлення про соціальне управління організацією як соціальною системою. В теоретичній частині детально розглядаються еволюція понять, визначення, проблеми створення соціально відповідального бізнесу, ефективного бізнес соціального аналізу та забезпечення їх належного функціонування і розвитку згідно з визначеними цілями та обраною стратегією їх досягнення. Істотне місце у змісті навчальної дисципліни посідають питання організації соціальної відповідальності бізнесу, рівнів соціальної відповідальності, вітчизняних та закордонних моделей бізнес-соціального аналізу, їх відповідності міжнародним стандартам .

В основі теорії соціальної відповідальності бізнесу лежить теорія систем. Система - це ціле, створене із частин і елементів для цілеспрямованої діяльності. Іноді систему визначають як сукупність взаємозалежних діючих елементів. Ознаками системи є безліч складових її елементів, єдність головної мети для всіх елементів, наявність зв'язків між ними, цілісність і єдність елементів, наявність структури та ієрархічності, відносна самостійність і наявність управління цими елементами. Соціальне підприємництво найповніше відповідає постулатам сталої економіки та принципам соціальної відповідальності. Тому його застосування в сучасних умовах господарювання на теренах України є необхідним, доцільним та актуальним.

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА БІЗНЕС-СОЦІАЛЬНОГО АНАЛІЗУ

1.1 Сутність поняття «соціальна відповідальність» та «бізнес-соціальний аналіз»

Наведемо перелік термінології соціальної відповідальності:

Соціальна відповідальність - свідоме відношення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп.

Соціальна відповідальність - відносини між особистістю і соціальною групою, суспільством, які базуються на усвідомленому виконанні ними взаємних зобов'язань і своїх обов'язків, що впливають із нормативних актів, що регулюють соціальні відносини, а також із традицій.

Соціальна відповідальність - принцип, який повинен полягати в основі бізнесу для забезпечення благополуччя суспільства, а не тільки для максимізації прибутків.

Соціальна відповідальність - (social responsibility). Зобов'язання перед родиною, друзями і суспільством у цілому.

Соціальна відповідальність бізнесу - соціальна відповідальність бізнесу відповідальність суб'єктів бізнесу за дотримання норм і правил, неявно певних або невизначених законодавством (в області етики, екології, доброчинності і т.і.)

Відповідальність - форма саморегуляції особистості, яка виражається в усвідомленні себе причиною вчинків і їх наслідків і в усвідомленні і контролі своєї здатності виступати причиною змін (або протидії змінам).

Бізнес-соціальний аналіз - це набір завдань і методів, використовуваних у роботі для встановлення і подальшої підтримки взаємозв'язків між стейкхолдерами, регламентними документами і операційною діяльністю соціально орієнтованої організації. Бізнес –соціальний аналіз пропонує

рішення, які дозволяють організації досягти її бізнес соціальних цілей.

Бізнес- соціальний аналіз містить у собі розуміння того, як організації, які впроваджують соціальні проекти функціонують для досягнення своїх результатів, визначає можливості організацій для забезпечення продуктами і послугами зовнішніх стейкхолдерів. Це містить у собі визначення організаційних соціальних цілей, які пов'язані зі специфічними об'єктами, що визначають курс розвитку і дії організацій, які необхідно прийняти для досягнення цих цілей. Бізнес –соціальний аналіз визначає наскільки варіативними або універсальними повинні бути організаційні соціальні одиниці та стейкхолдери, які взаємодіють із соціальною організацією "усередині" і "зовні".

Бізнес- соціальний аналіз може бути застосований, щоб зрозуміти поточний стан організації або послужити як основа для наступної ідентифікації потреб бізнесу. У більшості випадків, однак, бізнес- соціальний аналіз виконується для визначення й перевірки рішень, які відповідають не тільки бізнес потребам, а й завданням або цілям соціально орієнтованої організації.

Феномен і значення соціального бізнесу в сучасному світі все більше привертає уваги науковців, політиків та суб'єктів господарювання всіх рівнів. Сутність та умови здійснення соціального підприємництва досліджено у працях закордонних і вітчизняних учених і характеризуються плюралізмом підходів. Так, сутність і значення соціального підприємництва досліджували С. Алворд, Б. Дрейтон, Т. Лайонс, Дж. Кікал, Г. Діз (G. Dees). Зазначимо, що не має єдиного підходу до визначення категорії «соціальне підприємництва». Умови та перспективи розвитку соціального підприємництва в різних країнах світу досліджували С. Захра, Х. Роухаузер, Н. Бхейв, Д. Нойбаум, Дж. Гейтон (S. Zahra, H. Rawhouser, N. Bhawe, D. Neubaum, J. Hayton) [3], М. Річардсон (M. Richardson), Ч-Ч. Хуанг, Б. Доннер (Ch.-Ch. Huang, B. Donner), Кудлай та інші. Серед науковців України, які досліджували соціальне підприємство та його особливості в національній економіці, слід відмітити З. Галушку, О. Кіреєва. У їхніх працях розкриваються різні особливості становлення соціального

підприємництва в Україні. Дослідженням теми соціального підприємництва займалися також такі українські науковці: А. Свинчук, А. Корнецький, М. Гончарова, В. Смаль, В. та ін. Мета статті полягає в дослідженні ролі соціального підприємництва в розвитку соціально-економічних відносин України, визначенні проблем його розвитку та окресленні шляхів їх подолання.

Наведемо історію розвитку концепції соціальної відповідальності у формах. Перша форма — колективна відповідальність у первісному суспільстві, що мала примітивний характер і була наслідком потреби людей у самозбереженні як родової сутності. Колективна відповідальність породжує сім'ю, рід, клан, плем'я.

Друга форма — етнічно-класова відповідальність у доіндустріальних суспільствах, в період розподілу праці, виникнення і розвитку приватної власності та держави. Етнічно-класова відповідальність породжує таку форму організації суспільства, як народність.

Третя форма — національно-класова відповідальність в індустріальних суспільствах.

Характеризується розширенням відповідальних зв'язків, чому сприяло створення світового капіталістичного ринку. Породжує нову форму організації суспільства — націю.

Четверта форма — загальнонаціональна відповідальність в умовах постіндустріального суспільства, яка удосконалюється на власній основі та приймає всезагальний характер взаємовідповідальності всіх суб'єктів діяльності в масштабах суспільства. Створюється в інтересах збереження цілісності соціальної системи та забезпечення умов для прогресивного розвитку всього суспільства і кожної людини.

П'ята форма — загальнолюдська відповідальність в умовах подальшого розвитку цивілізації.

В якості загального фактору соціальної самоорганізації відповідальні зв'язки та залежності створюють структуру суспільства за вертикаллю

(суспільство — соціальна спільність — особистість) і за горизонталлю (екологія, економіка, політика, право, мораль, естетика, релігія).

1.2 Система соціальної відповідальності

Під системою соціальної відповідальності розуміють сукупність функцій та повноважень, які необхідні для здійснення управлінського впливу, у тому числі і соціального. Система соціального управління повинна будуватися з врахуванням таких основних принципів:

— функціональної інтеграції - соціальне управління не може бути ефективним, якщо воно спиратиметься тільки на розв'язування оперативних та тактичних завдань; необхідно увесь менеджмент підприємства, усі його функції орієнтувати на соціальну відповідальність, а в разі виникнення ознак кризового стану - їх локалізацію;

— професіоналізму, що передбачає наявність спеціальної підготовки осіб, які приймають на собі відповідальність за дієвість соціального управління, опанування певних знань та навичок для безпосереднього проведення або управління цією роботою;

— відповідальності за наслідки рішень, що приймаються, саме в цій функціональній підсистемі управління необхідна розвинута та збалансована система відповідальності за наслідки реалізації соціальної програми, насамперед фінансові;

— оптимального співвідношення централізму та децентралізму в прийнятті відповідних рішень, максимальне залучення персоналу підприємства, яке опинилося в кризовому стані, до розробки та впровадження соціальних заходів.

Система соціальної відповідальності являє собою сукупність дій держави, організації, підприємців, особистості, що впливають на якість життя членів суспільства.

Для того щоб визначити площину охоплення своєї соціальної відповідальності, виявити проблеми та установити свої пріоритети, організації слід розглянути основні аспекти системи соціальної відповідальності:

Системі соціальної відповідальності притаманні:

- організаційне управління;
- права людини;
- трудові практики;
- навколишнє середовище;
- сумлінні ділові практики;
- проблеми, пов'язані зі споживачами;
- участь в [житті] співтовариств і їх розвиток.

1.3 Рівні соціальної відповідальності

Залежно від мотивації та зв'язку заходів соціальної відповідальності з економічними результатами діяльності підприємства можна узагальнено виділити основні рівні заглиблення організації в соціально відповідальні процеси. При цьому більш високий рівень характеризується більшим обсягом зобов'язань, що приймає підприємство. Перший рівень – базовий. Він містить у собі початкові передумови для подальшого формування соціально відповідальної поведінки. На цьому етапі головним принципом є повне виконання компанією усіх зобов'язань у рамках вимог сформульованих законодавством. Рівні соціального забезпечення (соціальний захист) — це рівень державних, місцевих, організаційних, як системи суспільно-економічних заходів, спрямованих на матеріальне забезпечення населення від соціальних ризиків (хвороба, інвалідність, старість, втрата годувальника, безробіття, нещасний випадок на виробництві тощо).

Другий рівень соціальної відповідальності у якості головного пріоритету передбачає проведення заходів соціальної відповідальності, що позитивно відобразяться на економічних результатах підприємства. Цей рівень передбачає забезпечення персоналу компанії не тільки належними умовами праці, але і адекватними умовами існування. При цьому зберігаються зобов'язання попереднього рівня і додаються зобов'язання, які включають забезпечення співробітників підприємства певним набором соціальних

послуг та пільг. Реалізація соціальних ініціатив на цій стадії проходить за двома напрямками:

- ініціативи, які спрямовані на розвиток потенціалу персоналу підприємства, підвищення професійних якостей та кваліфікації, підвищення охорони праці, турбота про здоров'я робітників;

- більш широкі ініціативи, пов'язані з покращенням житлових умов робітників, пенсійні програми, заходи спрямовані на піклування про сім'ї співробітників компанії, розвиток об'єктів соціальної сфери. Також другий рівень соціальної відповідальності включає зовнішні аспекти діяльності підприємства. Третій рівень соціальної відповідальності передбачає заходи, економічна вигода від яких не є очевидною, а саме такі суспільно значущі форми соціальної активності, як підтримка історичних пам'яток, культурних та спортивних заходів. Залежно від того, наскільки системно підприємство займається соціальними заходами, і залежно від глибини зв'язку між соціальними ініціативами та основними бізнес-процесами компанії, можна виділити два підходи до соціальної діяльності: благодійний та комерційний. При благодійному підході переважають філантропічні заходи, в ході виконання яких компанія виділяє частину прибутку на корисні для суспільства ініціативи, проте ці заходи не обов'язково мають безпосередній зв'язок з основними бізнес-процесами.

Відповідно до комерційного підходу, соціальна діяльність підприємства пов'язується з досягненнями її бізнес-цілей. Усі соціальні заходи, які фінансуються компанією, повинні мати відношення до основної діяльності фірми. Відповідно до цього обираються такі напрямки соціальної діяльності: освіта та охорона здоров'я співробітників, покращення екологічної безпеки виробництва, розвиток інфраструктури території присутності і т.і. Цей підхід поступово стає популярним серед великих промислових підприємств, які намагаються сформулювати довгострокові цілі і стратегії розвитку. Особливістю комерційного підходу є обов'язковий перегляд всієї діяльності компанії з метою встановлення відповідності усіх процесів принципам

соціальної відповідальності, а також розробка механізмів контролю за результативністю соціальних заходів

1.4 Моделі соціальної відповідальності та бізнес-соціального аналізу

Існує декілька національних моделей соціальної відповідальності, кожна з яких відповідає національним традиціям, напрямкам розвитку економіки, стилям управління, суспільно-економічному укладу, особливостям функціонування громадських інститутів та правовим нормам конкретних країн. Розглянемо основні національні моделі соціальної відповідальності. Основною особливістю американської моделі є значна ініціатива бізнес-спільноти, відносно слабке регулювання з боку держави і другорядна роль громадських організацій. Американський уряд переносить рішення великої кількості соціальних проблем на місцевий рівень. У таких умовах місцева влада вимушена активно взаємодіяти з місцевим бізнесом. У США розповсюджена практика використання корпоративних фондів, за допомогою яких вирішуються соціальні проблеми по визначених напрямках. Основними напрямками соціальної діяльності є пенсійні, освітні, медичні програми. Соціальні ініціативи знаходять підтримку з боку держави у вигляді податкових пільг. Дана модель соціальної відповідальності передбачає свободу підприємств у визначенні рівня залучення до вирішення соціальних проблем. Разом з цим використовуються законодавчо закріплені механізми, що стимулюють підприємства і дозволяють зменшити державне втручання. Таким чином можна окреслити специфічні риси цієї моделі :

- має місце добровільний характер участі бізнесу у вирішенні соціальних проблем;
- втручання держави відбувається шляхом заохочення соціально відповідальної діяльності;
- соціальна діяльність компанії має чітко окреслені напрями;
- пріоритетом є вирішення соціальних проблем на рівні місцевої громади та окремого регіону;

— компанії контролюють цільове використання витрачених коштів та очікують на конкретні результати заходів.

Головна риса європейської моделі соціальної відповідальності полягає у значному державному регулюванні. Компанії не займаються самостійним вирішенням соціальних проблем, а активно взаємодіють з державними органами, некомерційними організаціями та іншими громадськими інститутами.

Основні особливості цієї моделі такі:

— спостерігається високий рівень інтеграції соціальної діяльності у загальну стратегію розвитку компанії;

— держава виступає у ролі інституту, який визначає правила поведінки і слідує за їх виконанням;

— існує високий рівень уваги з боку громадськості;

— має місце проведення економічного обґрунтування соціальних заходів і контроль за їх ефективністю;

— благодійні заходи не є поширеними, що обумовлено високим рівнем податків, відсутністю пільг та інших стимулів.

Основним фактором розвитку японської моделі соціальної активності є культурні традиції країни. Соціальна відповідальність пов'язана з колективною взаємодією всередині підприємства та діловою взаємодією між корпораціями. Характерними особливостями японської моделі є:

— значний вплив держави, яка довгий час приймала участь у стратегічному плануванні розвитку промисловості;

— поширеність соціально-побутових ініціатив, що спрямовані на задоволення потреб працівників;

— забезпечення соціально-побутових благ на колективній основі;

— розповсюдження серед компаній практики володіння об'єктами соціальної інфраструктури.

Існує низка інших національних моделей, зокрема скандинавська, німецька, британська. Однак визначальним фактором формування

національної моделі є ступінь участі держави в процесах соціалізації бізнесової діяльності, а отже можна виділити три типи моделей соціальної відповідальності:

— модель активного втручання держави, характеристикою якої є надання соціальних благ на загальній основі та урахуванням інтересів усіх сторін (західноєвропейські країни);

— модель обмеженого втручання держави у вирішення соціальних проблем, що характеризується другорядним впливом уряду, при цьому основна роль відводиться компаніям (Японія);

— модель реактивного втручання держави, що характеризується мінімальною участю владних інститутів у вирішенні соціальних питань (США). Функції держави полягають у мінімальних правових вимогах і системі стимулів. Активне втручання можливе як реакція на неспроможність економічної системи до вирішення окремих питань.

Базовим правовим документом, який регламентує права та обов'язки держави і громадянина, є Конституція України. Вона визначає нашу країну суверенною і незалежною, демократичною, соціальною та правовою державою (ст. 1), а людину, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпеку – найвищою соціальною цінністю. Підкреслюється також, що держава відповідає перед людиною за свою діяльність, а утвердження і забезпечення прав та свобод людини є головним її обов'язком (ст. 3).

Важливим для розуміння ролі соціальної відповідальності в управлінській діяльності, що має сприяти всебічним процесам модернізації в Україні, є аналіз основних стратегічних і програмних документів, які регламентують ці процеси сьогодні. На глобальному рівні соціальна відповідальність окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації завдяки міжнародним домовленостям щодо запровадження сталого розвитку (м. Ріо-де-Жанейро, 1992 р., м. Йоганнесбург, 2002 р., м. Ріо-де-Жанейро, 2012 р.). Разом з тим світова спільнота розробила систему стандартів та рекомендацій, реалізація яких

сприяє запровадженню сталого розвитку, а саме: стандарт ISO 14000 в галузі систем екологічного менеджменту, GRI – рекомендації щодо звітності в галузі сталого розвитку, міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, ISO 9001:2000 тощо. Сталий розвиток визначено ООН як основний напрям розвитку цивілізації на XXI століття, а Україна має зайняти активну позицію для започаткування процесу змін, що забезпечить перехід до сталого розвитку держави.

1.5 Методологія бізнес-соціального аналізу

Аналіз національних моделей розвитку соціального підприємництва та особливостей його нормативно-правового регулювання дозволяє зробити висновок, що для ефективного розвитку в Україні соціального підприємництва доцільно впровадити наступні положення: врахування такого показника, як соціальна користь (Великобританія); введення «соціальних консультантів», експертів (Великобританія, Канада); законодавче врегулювання юридичних зобов'язань уряду будувати партнерські відносини з некомерційним сектором (Австрія, Бельгія, Великобританія, Іспанія); створення рад соціальних підприємств (Канада); делегування повноважень державного управління (Ірландія); встановлення процедур щодо здійснення певних проектів і відповідальності за корупційні дії (США, Словенія); децентралізації системи соціального забезпечення (Італія) тощо. Бізнес-соціальний аналіз може бути застосований, щоб зрозуміти поточний стан соціальних аспектів організації або послужити основою для наступної ідентифікації соціальних потреб бізнесу. У більшості випадків, бізнес –соціальний аналіз виконується для визначення і перевірки рішень, які відповідають соціальним бізнес потребам, завданням або цілям.

Бізнес - соціальні аналітики повинні (на законодавчому рівні даного документа :)) аналізувати та синтезувати інформацію, представлену більшим числом людей, які взаємодіють із соціальним бізнесом (клієнти, співробітники, іт-робітники,- професіонали і керівники). Бізнес- соціальний аналітик відповідає

за виявлення актуальних потреб зацікавлених сторін (реальні потреби необхідно відокремлювати від тих бажань, які вони висловлюють). У багатьох випадках, бізнес-соціальний аналітик також буде працювати для полегшення комунікацій між підрозділами однієї організації. Особливо, бізнес-соціальні аналітики дуже часто відіграють центральну роль в узгодженні соціальних потреб бізнес-підрозділів для можливостей, наданими інформаційними технологіями, тим самим вони можуть служити в якості "перекладачів" між групами фахівців цієї організації. В Україні можливі наступні підходи до розуміння практики соціального підприємництва: соціальне підприємництво як спосіб соціальної підтримки певних груп населення; соціальне підприємництво як механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємництва; соціальне підприємництво як альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем; соціальне підприємництво як соціально орієнтований бізнес.

Контрольні запитання

1. Дайте визначення сутності понять «соціальна відповідальність» та «бізнес-соціальний аналіз».
2. Охарактеризуйте систему соціальної відповідальності.
3. Охарактеризуйте складові елементи моделей соціальної відповідальності.
4. Охарактеризуйте рівні соціальної відповідальності.
5. Охарактеризуйте методологію діяльності бізнес-соціального аналітика.

Список рекомендованої літератури

1. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ - 2020. Державний університет телекомунікацій, - С.. 222
2. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З. Галушка // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка.

Серія «Економіка». Київ – 2013. – Вип. 148. – С. 16-17.

3. Гриньова В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / В. М.Гриньова, Г. Ю. Шульга. – К.: Знання, 2017. – 310 с.

4. Social Enterprise Solutions for 21st Century Challenges. The UK Model of Social Enterprise and Experience // Publications of the Ministry of Employment and the Economy. – 2010. – [Електроннийресурс]. – Режимдоступу: http://tem.fi/files/26789/TEM_25_2010_netti.pdf.

5. Впровадження інструментів бізнес-планування як механізму забезпечення економічної безпеки підприємства Дослідження та оптимізація економічних процесів в готельно-ресторанному бізнесі: кол. монографія / Т. С. Шовкопляс [та ін.] ; [ред.: Н. В. Якименко-Терещенко, Є. М. Строков] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – 100 с.

2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА

2.1 Характеристика державних соціальних стандартів та гарантій

Процес формування соціальних стандартів та створення системи соціальних стандартів, гарантій та нормативів розпочався в державі із прийняттям Закону України “Про прожитковий мінімум” (1999 р.) та Закону України “Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії” (2000р.).

У Законі України “Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії” дається визначення понять „державні соціальні стандарти”, „державні соціальні гарантії”, „прожитковий мінімум”, „соціальні норми і нормативи”, „нормативи витрат”. Принципами формування державних соціальних стандартів і нормативів є: забезпечення визначених Конституцією України соціальних прав та державних соціальних гарантій достатнього життєвого рівня для кожного; законодавче встановлення найважливіших державних соціальних стандартів і нормативів; диференційований за соціально-демографічними

ознаками підхід до визначення нормативів; наукове обґрунтування норм споживання та забезпечення та ін.

У зазначеному законі державні соціальні стандарти визначені як „встановлені законами, іншими нормативно-правовими актами соціальні норми і нормативи або їх комплекс, на базі яких визначаються рівні основних соціальних гарантій”. Закон також стверджує, що базовим державним соціальним стандартом є прожитковий мінімум, встановлений законом, на основі якого визначаються державні соціальні гарантії та стандарти у сфері доходів населення, житлово-комунального, побутового, соціально-культурного обслуговування, охорони здоров'я та освіти.

Прожитковий мінімум, в свою чергу, в законі визначено як „вартісну величину достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості”.

Соціальні стандарти встановлюються і гарантуються державою. Саме вона зобов'язана забезпечити всім громадянам достатній життєвий рівень. Це зазначено в ст. 48 Конституції: „кожен має право на достатній життєвий рівень для себе і своєї сім'ї, що включає достатнє харчування, одяг, житло”.

2.2 Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000)

Це - уніфікований стандарт визначає вимоги щодо соціального захисту, які дають можливість компанії:

— розробляти, підтримувати і запроваджувати політику і методи управління питаннями, які компанія може контролювати або на які вона може впливати;

— демонструвати зацікавленим сторонам, що її політика, методи і дії відповідають вимогам даного стандарту.

Вимоги даного стандарту є універсальними щодо географічного місцезнаходження, галузі промисловості та розміру компанії.

Компанія повинна дотримуватися національного законодавства і інших законів, що застосовуються, а також виконувати інші вимоги, стосовно яких вона бере на себе зобов'язання, а також даний стандарт.

Компанія також повинна поважати принципи наступних міжнародних документів:

Конвенції МОП 29 (993_136) і 105 (993_013) (примусова праця);

Конвенція МОП 87 (993_125) (свобода об'єднань);

Конвенція МОП 98 (993_004) (право на колективний договір);

Конвенції МОП 100 і 111 (993_161) (рівна оплата чоловікам і жінкам за рівноцінну роботу; дискримінація);

Конвенція МОП 135 (993_186) (представники працівників);

Конвенція МОП 138 і Рекомендація 146 (993_054) (мінімальний вік);

Конвенція МОП 155(993_050) і Рекомендація 164 (993_151) (охорона праці);

Конвенція МОП 159 (993_065) (професійна реабілітація та зайнятість інвалідів);

Конвенція МОП 177 (993_327) (надомна праця);

Конвенція МОП 182 (найгірші форми дитячої праці) (993_166);

Всесвітня Декларація з прав людини (995_015);

Конвенція ООН про права дитини (995_021);

Конвенція ООН про усунення всіх форм дискримінації жінок (995_207).

Компанія повинна встановлювати, документувати, підтримувати і поширювати серед персоналу і інших зацікавлених сторін політику і методи сприяння здобуттю освіти дітьми відповідно до Рекомендації МОП 146 (993_077) та молодими працівниками, які підпадають під місцеве законодавство про обов'язкову освіту або відвідують школу.

2.3 Підходи до регулювання соціальною відповідальністю на мікро та макрорівні

На рубежі 80- 90-х років минулого століття в менеджменті сформувався концептуальний напрямок, що одержав назва Школа організаційної культури. Вихідною посилкою даного наукового напрямку є наступна теза: підвищення загальної технічної, освітньої культури персоналу, культури міжособистісних відносин приносить більш високий виробничий ефект, ніж будь-які окремі вузькопрофільні інвестиції. У загальному виді сутність даного наукового напрямку зводиться до того, щоб розкріпачити особистість і через її ініціативність забезпечити подальший розвиток економіки країни, але при цьому зберегти її соціальну орієнтацію в максимально можливій мірі.

У соціальному менеджменті:

- висококваліфікована команда менеджерів використовує кризу для перекладу фірми в нову, більш високу економічну якість (оптимізує структуру, переатестовує і переставляє кадри та ін.);

- висококваліфіковані інвестори укрупнюють свої пакети акцій і поліпшують керованість фондами;

- висококваліфікований технічний персонал здійснює реконструкцію виробництва і освоєння нової (нетрадиційної) продукції.

У цілому, концептуальний напрямок організаційної культури являє собою симбіоз наступних трьох найбільш виражені тенденцій у сучасному менеджменті:

- демократизація (посилення демократичних початків у управлінні);
- технологізація (посилення уваги до технічного рівня виробництва);
- інтернаціоналізація (додання керуванню міжнародного характеру, вирівнювання національних відмінностей у менеджменті).

За багатовікову історію людство виробило три принципово різні інструменти управління: ієрархія, ринок, культура. Стосовно до соціального менеджменту кожний з них має наступні специфічні форми. Ієрархія використовується для найбільш швидкого проходження управлінських дій від

верху до низу в найбільш гострих кризових ситуаціях і є основною формою соціального управління.

Конкурентно-ринкові важелі соціального управління базуються на рівноправних горизонтальних відносинах власності для економічного примусу суб'єктів внутрішнього й ділового середовища до реалізації рішень із соціальної відповідальності. Управління, що базується на культурі організації, являє собою вищий щабель соціального менеджменту. Воно опирається на розроблювальні, що й визнаються організацією цінності, традиції й пріоритети, які примушують кожного члена колективу діяти так і не інакше, а саме до ініціативних (творчим) діям по технологічному рості організації, виробничо-економічному прогресу (у тому числі соціальної відповідальності й подальшому розвитку). Саме в такому управлінні в найбільше інтелектуалізованому виді знаходять застосування класичні концепції соціального менеджменту.

2.4 Моделі взаємодії людини в рамках соціальної відповідальності

Кожна людина має своє уявлення про особисту соціальну відповідальність, яка визначається її цінностями, настановами, сформованими завдяки родині, суспільству, державі, освіті, діяльності тощо та вилились у певну соціальну поведінку. Відповідальність за себе та свої дії посіла перше місце через розуміння її впливу на інші складові прояву соціальної відповідальності людини – за роботу, близьких, суспільство та людство – це відповідальність перед Богом, відповідальність за кожне життя, природу, майбутнє покоління, свою країну, моральний образ, дані обіцянки, а також внутрішні переконання та цінності людини. Прояви соціальної відповідальності людини: постійний особистісний розвиток; високий професіоналізм, якості працівника; готовність брати на себе відповідальність за свою сім'ю, розвиток міста (села), регіону, країни; адекватна поведінка, не завдання шкоди, допомога слабким, милосердя; бажання відрізнитися, формування позитивного особистісного іміджу; діяльність, яка відповідає вимогам суспільства і відповідним чином

оцінюється самою особистістю; поведінка, яка не завдає шкоди здоров'ю людей та природі, не сприяє скороченню життя; екологічній відповідальності, розумний егоїзм.

Соціальна відповідальність виступає соціальним механізмом контролю, який складається з таких структурних елементів: архаїчний елемент, який включає менталітет, традиції, звичаї, норми; соціальний елемент, який включає зовнішні норми, правила, закони; світоглядний елемент, що складається з цінностей, настанов, моральних принципів та переконань.

2.5 Чинники ініціювання і становлення соціальної відповідальності особистості та суспільства

Соціальна відповідальність має складну ієрархічну структуру. Провідна роль у цій ієрархії належить саме особистісному рівню – людині як головному суб'єкту конкретної діяльності. Проте має бути соціально відповідальним не тільки індивід, а і інші суб'єкти – групи, спільноти, організації, класи, держава тощо. Вибудовується ієрархія відповідальності: перший рівень – індивідуальний, другий – більш високий – суспільний (груповий, колективний). Побудована ієрархія вказує на структурні елементи соціальної відповідальності як системного об'єкта (індивід – родина – суспільство), їх взаємозалежність, самодостатність, непідмінність як на індивідуальному, так і на колективному рівнях. Реальна (внутрішня) соціальна відповідальність особистості є первинною, провідною компонентою цього феномену, адже лише реальна соціальна відповідальність як явище світоглядного характеру, основу якого становлять високі морально-духовні якості, може забезпечити соціальну стабільність. Тому сутність феномену соціальної відповідальності полягає у поєднанні мотивації, норм, настанов внутрішнього походження (як природжених, так і набутих), доповнених зовнішніми (суспільними) настановами, сприйнятими особистістю. Основне функціональне призначення системи соціальної відповідальності – продукувати вчинки і поведінку згідно із соціально значущими цінностями, принципами, нормами, що відповідають

інтересам, ідеалам, завданням суспільства і потребам саморозвитку особистості, тому не матеріальне, а духовно-моральне підґрунтя, засноване на внутрішній культурі людини, цінностях, виступає сутнісною ознакою соціальної відповідальності.

Зовнішні фактори колективної відповідальності, соціального регулювання – це, по-перше, стратегії поведінки, вчинки перших осіб держави, звітність, прозорість дій на всіх рівнях управління; по-друге, культура виховання в сім'ї, школі, ВНЗ, спрямована на соціально відповідальну поведінку; по-третє, правова регламентація стимулювання та підтримки соціально відповідальної поведінки та її реалізація, а також упевненість у своєму майбутньому та майбутньому своєї родини.

Чинники, які зумовлюють втілення соціальної відповідальності: постійна загроза покарання, державний примус; економічні вигоди соціально відповідальної поведінки; постійна відповідальна поведінка перших осіб держави, прозорість дій на всіх рівнях управління, звітність; культивування яскравих прикладів соціально відповідальної поведінки в ЗМІ, кінофільмах, книгах, інтернеті тощо; зростання довіри, переоцінка цінностей; популяризація суттєвих переваг від соціально відповідальної поведінки (високий імідж та повага до людини, пільгові податки бізнесу, репутація з подальшими позитивними результатами виборів для влади); абсолютний захист прав приватної власності та громадських демократичних свобод; розуміння значущості соціальної відповідальності людини.

2.6 Державне регулювання відносин соціальної відповідальності

Серед десяти загроз національної безпеки, спричинених безвідповідальністю держави, визначили п'ять найбільш вагомих. Як на глобальному, так і на національному рівнях на перше місце серед загроз людству та українському суспільству виходить високий рівень бідності та низький рівень якості життя (60,1%). Це найголовніший показник оцінки

ефективності державного управління та соціальної відповідальності держави в межах країни, а відповідно до міжнародних зобов'язань щодо досягнення

Стимулюють соціальну відповідальність держави структури громадянського суспільства. Вони через різні форми взаємодії з державою представляють інтереси людини. Але, за оцінками, позитивний вплив громадських організацій на соціальну відповідальність особистості експерти оцінили як невисокі в межах 15,9%, а профспілок – 10,7%.

Соціальну відповідальність визначено як чинник запровадження сталого розвитку при виявленні основних перешкод, які заважають виконанню міжнародних зобов'язань України щодо сталого розвитку, що практично стовідсотково є причиною недосконалого безвідповідального державного управління.

Контрольні питання

1. Яким чином ситуаційний підхід проявляється в аспекті соціальної відповідальності?
2. Які рекомендації концепції соціальної відповідальності стосовно до соціального управління?
3. У чому специфіка проявів школи людських відносин і поведінки з погляду соціальної відповідальності?
4. Чим привабливі методи кількісної школи у соціальному менеджменті?
5. Як відбиваються в соціальному управлінні організацією (фірмою) положення школи організаційної культури?
6. Які прояви в соціальному менеджменті процесуального підходу?
7. Обрисуйте модель організації (фірми) майбутнього як самопідтримуючої системи подолання негативних соціальних явищ і процесів у поступальному розвитку й удосконалюванні соціальної відповідальності.
8. Охарактеризуйте нормативне забезпечення соціальної відповідальності
9. Характеристика державних соціальних стандартів та гарантій
10. Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000)

11. Чим характеризується соціальна відповідальність?
12. Обґрунтуванням пріоритетів та переваг прояву соціальної відповідальності людини
13. Що впливає на рохвиток соціальної відповідальності ?
14. Фактори впливу на формування соціально відповідальної поведінки в українському суспільстві
15. Спектр вільних відповідей експертів щодо проявів соціальної відповідальності людини
16. Оцінка пріоритетних дій для перетворення соціальної відповідальності на норму життя українського суспільства
17. Оцінка експертами найсильніших спонукальних мотивів для ініціювання та розвитку соціальної відповідальності в Україні
18. Оцінка основних перешкод у становленні соціальної відповідальності держави в Україні
19. Соціальна відповідальність на регіональному та місцевому рівнях

Література

1. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08>. (дата звернення: 16.01.2023).
2. Про колективні договори і угоди: Закон України зі змінами від 27.12.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3356-12> (дата звернення: 12.01.2023).
3. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А. М. Колот [та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
4. Амоша О. Соціальна відповідальність в контексті розвитку людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство. Ки їв – 2015. – № 2. – С. 122-127.
5. Матюха М.М. Економіка праці та соціально-трудова відносини: навч. посіб. [для дистанц. навч.] / М.М. Матюха – К.: Універ-т, „Україна”, 2017. – 306

с.<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/42097>(*колективна монографія*)

7. Облік, аудит і оподаткування: теорія та практика: навчальний посібник для студентів спеціальностей 071 «Облік і оподаткування» / колектив авторів за заг. ред. проф. Давидюк Т. В. – Харків: НТУ «ХПІ», 2021. – 607 с. 1,74URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52695>.

3.ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

3.1 Сутність та специфіка корпоративної соціальної відповідальності(КСВ).

З точки зору Європейської Комісії КСВ має таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля. Багато фахівців ототожнюють поняття «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність».

Сутність КСВ (йдеться про власників капіталу та уповноважені ними органи, фізичних осіб-роботодавців) полягає, насамперед, у відносинах із персоналом підприємства, організації, установи шляхом дотримання трудових і соціально-економічних прав працівників та врахування їх інтересів, встановлення додаткових соціальних пільг та гарантій, зокрема включаючи окремі бонуси і для членів сімей працівників, у формуванні соціально прийнятних цін на продукцію та послуги, що надаються населенню, а не тільки у тому, яку разову благодійну допомогу надано територіальній громаді, соціальній установі чи окремій фізичній особі, що нерідко супроводжується гучним піаром у ЗМІ.

Соціальна відповідальність бізнесу - 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.

— 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.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Соціальна відповідальність — це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — активна позиція компанії, що полягає в постійній взаємодії із суспільством та розв'язанні соціальних проблем. Вона проявляється у відповідальному ставленні компанії до свого продукту та послуг, до споживачів, працівників і партнерів. КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично, сприяти економічному розвитку та покращувати якість життя суспільства. Бідність, гендерна нерівність, безробіття, експлуатація дитячої праці, дискримінація, расизм, пандемія, екологічні катастрофи — соціальні проблеми, до розв'язання яких можуть долучатися компанії. Проте йдеться не лише про грошову допомогу: бізнеси можуть інвестувати в різні проєкти, надавати інформаційну підтримку ініціативам, забезпечувати певним обладнанням тих, хто не може собі цього дозволити, тощо. Часто КСВ плутають з благодійністю, але це не одне й те саме. У благодійності донором може бути фізична особа чи організація, що спрямовує ресурси певній установі чи особі. При цьому звітність необов'язкова й не очікується вигоди. У КСВ донором є компанія, що на постійній основі

спрямовує ресурси на вирішення певного питання. У такому разі завжди має бути звітність про витрати, а вигода закладена у сталу бізнес-модель.

СВБ є добровільною діяльністю компаній приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

Основними характеристиками СВБ є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію організації, компанії; системність; користь для всіх заінтересованих сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, громади тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Соціальна відповідальність не обмежується благодійністю.

Соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності: організаційне управління; права людини; трудові відносини; етична операційна діяльність; захист навколишнього середовища; захист прав споживачів; розвиток місцевих громад і співпраця з ними

Формування системи КСВ можна представити як чергування низки послідовних етапів (рівнів) КСВ: стадія оборони, базова стадія розвитку КСВ, функціональна стадія розвитку КСВ, стратегічна стадія розвитку КСВ, громадянська стадія розвитку КСВ. Деякі експерти першою виділяють стадію оборони, коли компанія не визнає своєї відповідальності та заперечує провину за негативний вплив на стан навколишнього середовища та суспільство. Неухильне дотримання закону – фундаментальний принцип КСВ, тому перш за все компанія, яка прагне до соціальної відповідальності, повинна проаналізувати свою діяльність та привести її в повну відповідність з законодавством. Це так званий базовий правовий рівень КСВ.

3.2 Специфіка внутрішньої корпоративної стратегії

У якості внутрішніх факторів соціальних процесів підприємства виступають такі особливості функціонування підприємства:

1 Технічні аспекти діяльності підприємства, що обумовлені технологічними процесами виробництва і безпосередньо впливають на організацію виробництва, структуру та зміст трудових операцій. Зміна цих чинників впливає на соціальні процеси через зміну характеру праці, трудових функцій та навичок, кваліфікації, формування нових контактів між працівниками.

2 Економічні аспекти функціонування організації, що впливають на економічні результати підприємства і характеризують ефективність його діяльності. Від економічних показників залежить можливість фінансування. Організація повинна розробляти стратегії та управляти ними у наступних трьох напрямках: внутрішні ресурси фірми; бізнес-середовище, в якому функціонує організація; спроможність організації створювати додаткову вартість.

3 Соціальні аспекти діяльності компанії, що пов'язані із взаємодією людей всередині колективу з метою досягнення цілей підприємства, і які визначаються наявністю закладів соціальної сфери підприємства та принципами їхньої діяльності.

Чинники впливу на внутрішню сферу корпоративного управління

Внутрішні елементи системи корпоративного управління залежать від:

1 Наявності ефективних норм та процедур взаємовідносин власників та їх впливу на менеджмент підприємства. господарського товариства і не суперечать законодавчо визначеним нормам.

2 Особливостей об'єктів регулювання. Так, у невеликих господарських товариствах, наприклад товариствах з обмеженою відповідальністю, де оптимальною є наявність лише кількох власників, системи корпоративного управління значно відрізняються від системи управління акціонерних товариств

з великою кількістю власників.

Основна задача корпоративної стратегії – визначення напрямку розвитку, що відрізняється від інших фірм, з урахуванням існуючих ресурсів, навичок, умінь та обмежень зовнішнього середовища. Іноді корпоративну стратегію організації називають загальною або портфельною.

Ділова, або бізнес-стратегія – це стратегія забезпечення довгострокових конкурентних переваг окремої стратегічної бізнес-одиниці.

Відповідно до такого розуміння до заходів внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести діяльність організації, здійснювану в наступних напрямках:

- заходу соціального захисту співробітників організації;
- розвитку людського капіталу організації;
- виявлення і врахування інтересів працівників організації при прийнятті важливих управлінських рішень;
- проведення соціальної відповідальної реструктуризації.

До першого напрямку - заходам соціального захисту співробітників організації - можна віднести наступні конкретні її види:

- ліквідацію всілякої дискримінації при найманні на роботу, оплаті роботи, кар'єрному просуванні;
- заходи щодо забезпечення захисту життя і здоров'я працівників, а також надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях;
- підтримка гідної заробітної плати - стабільної і при цьому соціальнозначимої.

Другий напрямок - розвиток людського капіталу організації - відбувається через навчальні програми і програми підготовки та підвищення кваліфікації, що підвищує конкурентоспроможність працівників, знижує залежність від одного роботодавця, зменшує навантаження на державний бюджет у випадку втрати працівником свого місця.

Третій напрямок КСО - система взаємодії із працівниками як основними стейкхолдерами будь-якої компанії. Цей напрямок включає виявлення і

врахування інтересів співробітників при прийнятті важливих управлінських рішень.

Четвертий напрямок -соціальне відповідальна реструктуризація. Це напрямок соціальних програм компанії, яке покликано забезпечити проведення реструктуризації соціально відповідальним образом.

У рамках кожного напрямку конкретна організація розробляє й здійснює свій комплекс заходів, створюючи велику кількість внутрішніх видів КСО, застосовуваних на практиці.

3.3 Характеристика зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності

Зовнішні фактори розвитку соціальної відповідальності – це сукупність умов соціальної активності організації, визначальним критерієм для яких є те, що окрема організація не має можливості самостійно впливати на них, а здатна лише їх враховувати при плануванні своєї діяльності. Також доцільно розподіляти зовнішні фактори на ті, що формуються на місцевому рівні (фактори пов'язані з територією присутності), та ті, що визначаються особливостями держави (фактори макрорівня).

Спочатку зупинимося на зовнішніх факторах, пов'язаних з територією існування. До місцевих економічних факторів соціального розвитку належать: наявність необхідних ресурсів (сировинних, трудових, інформаційних) для виробництва продукції; ступінь інтегрованості компанії у підприємницьке оточення (конкуренти, постачальники, клієнти, банківські установи); наявність інфраструктури. Географічні фактори впливають на спосіб життя робітників підприємства, особливості побуту, працездатність. З цим типом факторів тісно пов'язана перелік об'єктів соціальної інфраструктури, структура та обсяг споживацького кошика, особливості дозвілля.

Зовнішня КСВ не регулюється чинним законодавством, відбувається на основі існуючих в країні традицій.

- природоохорона діяльність та ресурсозбереження – це програми здійснюються за ініціативою керівників для зменшення шкідливого впливу діяльності людини на довкілля;

- розвиток місцевої територіальної громади – програма, що реалізується на добровільних засадах і спрямована на виявлення вкладу у справи громади;

- добровільна ділова практика – це програми, що спричиняють утвердженню чесних ділових стосунків між постачальниками, бізнес-партнерами і клієнтами компанії

- готовність компанії брати участь у виході з кризових ситуацій

- випуск якісної продукції

Технологія PEST – аналізу

Перелік факторів дальнього зовнішнього середовища досить великий, проте науковцями запропоновано виокремлення чотирьох ключових напрямів, аналіз яких отримав назву PEST – аналіз (від англ. political-legal – політико-правові, economic – економічні, sociocultural – соціокультурні, technological forces – технологічні фактори).

Політичне середовище. Політична стабільність держави є одним з ключових факторів, що дозволяють знизити ризики розвитку підприємства у межах обраної ним стратегії. Для підприємства при розробці стратегії важливо розуміти сталість та узгодженість (відсутність протиріч) законодавчої бази з питань економічної діяльності.

Економічне середовище. В умовах ринкової економіки аналіз економічного середовища включає прогнози змін економіки, що виражені в показниках інфляції, державної політики в області податків та кредитування, рівня зайнятості населення, циклів ділової активності, грошового обігу та ін.

Соціокультурне середовище. При вивченні даного середовища аналізують:

– демографічні ознаки населення.

– розподіл доходів за групами населення.

– зміни в стилі життя, традиціях та устоях.

- рівень освіти населення.
- рівень споживання товарів та послуг, інше.

Технологічне середовище. У процесі аналізу виявляються науково-технічні тенденції, що характерні для галузі (можливості технологічних проривів, виникнення товарів з принципово новими характеристиками та ін.).

Іноді застосовуються і інші формати PEST-аналізу, наприклад, SLEPT-аналіз (додається правовий фактор) або STEEPLE-аналіз, відповідно до якого виокремлюють наступні прошарки аналізу: соціально-демографічний, технологічний, економічний, оточуюче середовище (природні фактори), політичний, правовий та етнічний фактори.

3.4 Сутність зовнішньої сфери корпоративного управління

Корпоративне управління забезпечується на рівні державних органів, які створюють норми і правила корпоративного контролю, відповідальність суб'єктів корпоративного бізнесу. Тому державні органи загальної та спеціальної компетенції є важливим зовнішнім елементом системи корпоративного управління. Другим зовнішнім елементом корпоративного регулювання є механізми ринкового контролю. Для власників важливим наслідком корпоративного управління є отримання частини прибутку, підвищення курсової ціни акцій корпорації. Тому в системі корпоративного управління значну роль відіграють ринки продукції, а також фінансові ринки. Третім елементом зовнішнього корпоративного управління є громадські організації, засоби масової інформації, які впливають на корпоративну стратегію й тактику. Існує досить розвинена система захисту інвесторів-акціонерів, яка крім державних органів представлена громадськими організаціями, що здійснюють певний нагляд за розвитком корпоративного сектору, впливають на прийняття рішень, особливо через засоби масової інформації.

Внутрішнє середовище організації - комплекс змінних параметрів, які характеризують ситуативний стан організації, формуються та контролюються

керівництвом або виникають під впливом зовнішнього середовища, процесів усередині організації і вимагають відповідних дій керівництва. Будь яка організація є системою, утвореною певною кількістю внутрішніх змінних елементів. Межі системи залежать від набору елементів, від нього залежить і склад змінних внутрішнього середовища організації. Основні змінні в самій організації, які потребують уваги керівництва, це мета, структура, задачі, технологія та люди. Основною метою роботи більшості організацій є отримання прибутку. Прибуток це ключовий показник організації. Виділяють три основних типи орієнтації організації на прибуток:

- її максимізацію;
- отримання «задовільного» прибутку, тобто суть складається в тому, що при плануванні прибутку вона вважається «задовільною», якщо буде враховуватися ступінь ризику;
- мінімізацію прибутку. Цей варіант позначає максимізацію мінімуму очікуваних доходів поряд з мінімізацією максимуму втрат.

У неприбуткових організаціях замість максимізації доходу зріст норми прибутку виражений в інших показниках:

- задоволення споживача або користувача послуг;
- позиція на ринку, часто пов'язана з бажанням ринкового лідерства;
- умови добробуту працюючих і розвиток хороших відносин серед персоналу;
- публічна відповідальність та імідж організації;
- технічна ефективність, високий рівень продуктивності праці, надання особливої уваги науковим дослідженням і розробкам;
- мінімізація витрат виробництва і т.і.

Структура організації відображає виділення окремих підрозділів, які склалися в організації, зв'язки між цими підрозділами та об'єднання підрозділів в одне ціле. Структура організації - це логічні співвідносини рівнів управління та функціональних областей, що побудовані в такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягти цілей організації. Однією з основних концепцій,

що має відношення до структури є спеціалізований розподіл праці. У більшості сучасних організацій розподіл праці зовсім не означає випадковий розподіл робіт між наявними людьми. Характерною особливістю є спеціалізований розподіл праці - закріплення даної роботи за спеціалістами, тобто тими, хто здатен виконати її краще за всіх з точки зору організації як єдиного цілого. Наприклад, розподіл праці між експертами по маркетингу, фінансам та виробництву. Задача - це запропонована робота, серія робіт або частина роботи, що повинна бути виконана заздалегідь установленим способом у заздалегідь обговорений термін. Технологія як чинник внутрішнього середовища має набагато більше значення, чим багато хто думають. Технологія має на увазі стандартизацію та механізацію. Тобто використання стандартних деталей може істотно полегшити процес виробництва та ремонту. Люди є основою будь-якої організації. Без людей немає організації. Люди в організації створюють її продукт, вони формують культуру організації, її внутрішній клімат, від них залежить те, чим є організація. Можна виділити п'ять груп функціональних процесів, які охоплюють діяльність будь-якої організації, і які є об'єктом керування з боку менеджера. Даними функціональними групами процесів є наступні:

- виробництво;
- маркетинг;
- фінанси;
- робота з кадрами;
- екаунтінг (облік та аналіз господарської діяльності).

3.5 Поняття корпоративної політики участі в житті суспільства

Економічний діалог має ґрунтуватися на трьох базових принципах, які мали б бути відкрито декларовані та документально закріплені всіма його сторонами:

1. Бізнес має бути законослухняним та соціально відповідальним.

2. Соціальний діалог має враховувати необхідність створення сприятливих умов для функціонування бізнесу.

3. Держава має бути гарантом стабільних та прозорих умов, в яких працює та отримує прибуток бізнес.

Задля організації та впровадження дієвого та результативного діалогу та створення партнерських відносин державою має бути здійснено низку системних кроків, а саме:

- нормативно-правове врегулювання механізму контролю з боку об'єднань підприємців та громадських об'єднань над розробкою, прийняттям та виконанням рішень органів державної влади усіх рівнів;

- створення нормативно-правової бази для дії механізму цивілізованого лобіювання бізнесом власних інтересів;

- формування механізмів надання максимально повної інформації про стан справ в національній економіці, на внутрішніх ринках, забезпечення прозорості відповідних регулюючих і контролюючих органів державного апарату управління для громадських інститутів;

- забезпечення рівних умов діяльності на ринку для всіх представників вітчизняного бізнесу та іноземних компаній, надання рівних можливостей доступу до заохочувальних інструментів державної економічної політики;

- системне здійснення активної конкурентної політики, спрямованої на формування конкурентного середовища, сприятливого для розвитку;

- забезпечення захисту внутрішнього ринку від припливу недоброякісної, небезпечної імпортової продукції, використання цінового демпінгу тощо;

- здійснення промислової політики, яка передбачає підтримку вітчизняного бізнесу в міжнародно прийнятних формах, активний розвиток державою виробничої і соціальної інфраструктури;

- визначення прозорої стратегії реформування податкової системи з метою поетапного зниження фіскального навантаження, переходу до моделі оподаткування, спрямованої на заохочення економічно ефективного бізнесу, інноваційно та соціально орієнтованого розвитку;

- забезпечення гарантій недоторканності власності для власників підприємств, які ефективно працюють в економіко-правовому полі держави, завершення реформування судової системи з метою покращення захисту від порушень діючого законодавства з боку як держави, так і суб'єктів підприємництва;

- підвищення якості державних послуг, насамперед - у регуляторній сфері, спрощення регуляторних механізмів, суттєве скорочення термінів реєстрації бізнесу та приведення відповідних вимог до рівня, що відповідають міжнародній практиці, перенесення на державу більшої частини трансакційних видатків у відносинах бізнесу і державних органів;

- встановлення суворого контролю за виконанням антикорупційних програм і рішень в усіх ланках державного апарату, створення надійного організаційно-правового, фінансового забезпечення діяльності правоохоронних органів і судів, проведення всеохопної ревізії нормативно-правових актів міністерств, відомств, органів місцевої влади на предмет їх відповідності Конституції України та антикорупційним законам України;

- впровадження механізмів відповідальності посадових осіб органів державної влади за наслідки їхніх рішень та дій в економічній сфері, невинуватене втручання в діяльність бізнесу та приватних осіб;

- надання політико-правової підтримки українським підприємствам на зовнішніх ринках, сприяння формуванню позитивного іміджу українських компаній за кордоном, просуванню експорту, пошуку торгових партнерів, заохочення розвитку прикордонних економічних відносин.

Визначення СВБ з Зеленої книги Європейського союзу (2001 рік): СВБ означає “інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі”

Для бізнесу задля соціальної відповідальності СВБ означає “досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища”.

Для реалізації СВБ важливо як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними структурами тощо)

СВБ не виникла раптом, вона повільно еволюціонувала в часі та стала частиною щоденного словника лише в останнє десятиріччя, особливо в Північній Америці та Західній Європі. Деякі дослідники стверджують, що ідея корпоративної соціальної відповідальності набула популярності у 1950-ті роки та з роками поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими і потужнішими.

Контрольні питання

1. Сутність та специфіка корпоративної соціальної відповідальності
2. Специфіка внутрішньої корпоративної стратегії.
3. Характеристика зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.
4. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності.
5. Визначення КСВ
6. Формування системи КСВ
7. Основні функції корпоративної соціальної відповідальності
8. Рівні застосування КСВ
9. Види і форми внутрішньої соціальної відповідальності
10. Задачі корпоративної стратегії
11. Ділові бізнес-стратегії
12. Система внутрішнього середовища організації
13. Визначення внутрішнього середовища

Література

1. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.

2. Правдюк Н.Л. Соціальні аспекти бухгалтерського обліку. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №12. С. 91-101.
3. Г.Гіл, Чарлз В. П. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальний ринк: Пер. з англ. — К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2016. — С.856
4. Организационное поведение. учебник для вузов. А.Н.Сулин, С.Д. Резник, Под ред. проф. А.Н.Сулина. — Киев. Вектор Бук, 2016.— С. 308
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність: Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
6. Герет Т. М., Клоноскі Р. Дж. Етика бізнесу: Пер. з англ. — Київ.: Основи, 2017. — С.214
7. Мулик Т.О. Інтегрована звітність підприємства: стан та перспективи розвитку. Ефективна економіка: електронне фахове видання. 2019. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/61.pdf.

4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ ІЗ ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

4.1 Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності

Механізм регулювання трудових відносин є способом організації діяльності суб'єктів трудових відносин, спрямованим на впорядкування їхнього функціонування з урахуванням компоненти відповідальності. Запропонований механізм регулювання соціально-трудових відносин дозволяє визначити, по-перше, особливості взаємодії основних учасників соціально-трудових відносин через реалізацію їхніх інтересів; по-друге, інститути, що впливають на реалізацію інтересів; принципи, на основі яких відбувається взаємодія; по-третє, інструменти регулювання соціально-трудових відносин; по-четверте, систему показників, що характеризують реалізацію інтересів.

Для впровадження механізму регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності запропоновано такі інструменти: на

державному рівні – соціально-економічні програми, спрямовані на регулювання зайнятості, соціального захисту працівників, основ оплати праці, розвиток науки і освіти, розширення купівельної спроможності населення; на рівні роботодавців – програми формування оплати праці найманих працівників, розвитку персоналу, мотивування саморозвитку персоналу, соціальні пакети і соціальні програми, спрямовані на підвищення відповідальності найманих працівників.

4.2 Формування соціальної відповідальності персоналу підприємств

Найбільш популярні чотири аспекти соціальної діяльності бізнесу: 1) відносини бізнесу з місцевими громадами; 2) трудові відносини з працівниками; 3) вплив на навколишнє середовище; 4) управління соціальними процесами у колективі як елемент корпоративного управління. У кожному аспекті існують свої практики соціальної відповідальності, найважливішими з яких вважаються відносини з акціонерами, практики, пов'язані із забезпеченням економічного зростання, з упровадженням інновацій, соціально етичним маркетингом, проведенням спеціальних акцій і заходів, присвячених соціальній відповідальності бізнесу. З погляду самих підприємців, основними соціальними заходами мають бути: впровадження соціальних програм поліпшення умов праці, навчання/ розвиток персоналу, застосування у політиці компанії етичного ставлення до споживачів, участь у регіональних програмах соціального розвитку тощо. Найпопулярнішим аспектом соціальної відповідальності виступає благодійна діяльність і участь у реалізації регіональних соціальних програм. Огляд національних особливостей соціалізації бізнесу в Україні дає можливість зробити такі висновки:

1. Соціальна відповідальність бізнесу виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих підприємств, які прагнуть знайти своє місце в конкурентному середовищі, свого споживача, зацікавити до співпраці національних і зарубіжних партнерів, висококваліфікованих спеціалістів.

2. Практики соціальної відповідальності бізнесу не приживаються, якщо вони нав'язані міжнародними стандартами, законодавством чи будь-якими суспільними структурами. Їх ефективність тим вища, чим конкретніша спрямованість і більш наглядний соціальний результат.

3. Потреба суспільства у тих чи інших формах соціальної відповідальності бізнесу складається під впливом національного менталітету,

На вибір форм соціалізації бізнесу впливають різноманітні фактори: соціально-економічний стан країни; наявність історичної та культурної спадщини, досвіду соціалізації бізнесу; менталітет населення, регіональні та місцеві особливості соціального розвитку, моральні переконання представників бізнесу; тиск з боку громадськості; державні вимоги; прибутковість бізнесу.

4.3 Сучасний стан и характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності

Сучасна теорія підприємницької діяльності передбачає не лише ефективну організацію праці, але і соціально відповідальні дії. Носіями і виразниками ділової етики є фахівці «продуктивного типу», діяльність яких тісно пов'язана з етично орієнтованим способом життя. Проблема втілення етичних засад у господарську діяльність – одна з найскладніших у соціально-економічній теорії. У низці робіт українських теоретиків висвітлено моральні аспекти господарської діяльності в умовах становлення ринкової трансформації. Принципово новим для бізнесової етики є вимоги уважного ставлення до позавиробничих складових морального клімату в колективі співробітників («соціальне розширення мандату підприємця»). Ця особливість у бізнес-етиці кореспондує такі тенденції соціального життя, як гуманізація, демократизація, солідаризм, корпоративізм. Будь-яка підприємницька діяльність нерозривно пов'язана з ризиками різного гатунку. Якісною відмінністю є процеси їх запобігання, врегулювання, що сьогодні залежать не лише від професійності сторін, але і від дотримання ними принципів соціальної відповідальності. Соціалізація менеджменту в умовах кризових процесів

виявляється у переході від концепції тотального управління якістю до системи антикризового менеджменту, до соціально орієнтованої концепції управління. Серед домінуючих у світовій практиці трьохмоделей управління – англо-американської, японської та німецької (європейської) – в умовах глобальної фінансово економічної кризи пріоритет належить німецькій і японській з їх орієнтацією і врахуванням системи соціальних цінностей, соціальної взаємодії і довіри, соціокультурних відмінностей. Соціальна відповідальність бізнесу – 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 з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Як правило, соціальна активність компаній проявляється в тих регіонах, де вони ведуть свою економічну діяльність, що повністю відповідає уявленню громадськості про відповідальність бізнесу перед населенням. Зокрема, 74% українських споживачів вважають, що бізнес повинен розв'язувати соціальні проблеми у своєму місті та регіоні, 6% - у національному масштабі, лише 9% - у міжнародному.

1. Територіальна громада - середовище життєдіяльності працівників компанії. Переважна більшість працівників (якщо не всі) компанії живуть, відпочивають, навчаються, спілкуються, користуються послугами на території громади, тобто взаємодіють із середовищем життєдіяльності громади.

2. Громадська думка і засоби масової інформації, що її формують, мають незаперечний вплив на діяльність компанії. Громадська думка - це сукупність уявлень, оцінок і суджень, що їх поділяє більшість чи принаймні значна частина населення стосовно проблем, подій чи фактів дійсності в конкретній соціальній ситуації.

3. Місцева влада як невід'ємний елемент громади. Сьогодні в усьому світі спостерігаються різкі зміни в соціальному, економічному та політичному середовищах, а також вплив цих змін на діяльність і спосіб управління соціально-економічним розвитком територіальних громад.

4. Некомерційні та неурядові організації, що працюють на одній території з компанією, можуть бути її союзниками або опонентами. Громадські організації можуть ініціювати і проводити громадські обговорення щодо негативного впливу діяльності компанії на екологію чи інфраструктуру міста, тим самим формуючи негативний імідж компанії.

5. Споживачі продукції компанії чи її клієнти можуть становити значну частину тієї ж територіальної громади, в якій відбувається діяльність компанії. Це важлива причина перейматися «проблемами територій».

6. Репутація компанії в територіальній громаді. Соціальна залученість компаній до реалізації соціальних проектів на місцевому рівні - основне джерело формування її репутації і один із найсерйозніших приводів для висвітлення її діяльності в засобах масової інформації.

Партнерство з громадами і представниками інших секторів дозволяє їм досягти цілей, що було б неможливим, якби вони працювали самотужки. Зокрема:

- повернення суспільної уваги до компанії, можливість продемонструвати високий рівень соціальної відповідальності перед громадою і зміцнити репутацію;

- поліпшення стосунків із місцевою владою, забезпечення її лояльності при розподілі контрактів на державні закупівлі, отримання преференцій у формі пільгового землевідведення, надання дозволів на будівництво;

- налагодження позитивних взаємовідносин із недержавними громадськими організаціями, які функціонують у громаді, і засобами масової інформації;

- знайомство з реальними і потенційними споживачами, потенційними працівниками; успішний рекрутинг (Підбір персонала) і утримання персоналу;

- розвиток горизонтальних зв'язків на підприємстві, формування команди і зміцнення корпоративного духу;

- залучення персоналу до розвитку справ не лише в компанії, а й у громаді, стимулювання пошуку творчих рішень;

— поліпшення якості життя місцевої громади і вирішення її соціальних проблем.

4.4 Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями

Євроінтеграційна політика, трансформація сучасних ЗМІ та історичні демократичні традиції зумовлюють діяльність численних неурядових організацій (НУО) Європейського регіону, з якими співпрацюють громадські організації України. Напрями цієї співпраці: захист прав людини на свободу слова та незалежність і плюралізм ЗМІ, захист професійної діяльності журналістів, права на доступ до інформації за європейськими стандартами, права на розвиток суспільного радіомовлення і телебачення, права на вільний і недискримінаційний доступ до мережі Інтернет тощо.

Аналіз політичної співпраці НУО з міжнародними організаціями та урядовими установами України дає можливість зробити теоретичні та практичні висновки про фактичну і потенційну роль НУО в демократизації політичних інститутів держави, про ефективність впливу НУО на прийняття політичних рішень, виконання ними місії представництва інтересів широкої громадськості. НУО мають стати експертами нормотворчої процедури, спостерігачами парламентських слухань та ініціаторами судових розглядів з приводу порушень прав і свобод людини.

Зважаючи на характер і мету діяльності НУО України, можна запропонувати компаративну класифікацію міжнародних та національних інституцій:

Міжнародні НУО з інформації та комунікації

1. Міжнародні організації загальної компетенції — це Міжнародна федерація з інформації та документації, Спілка міжнародних асоціацій, Міжнародна асоціація "інформація задля розвитку", Інститут інформаційного суспільства, Міжнародна спілка досліджень комунікації, Європейський центр парламентських досліджень і документації, Міжнародний інститут комунікацій тощо.

2. Міжнародні організації спеціальної компетенції мають на меті розв'язання проблем у сфері міжнародних відносин за окремими напрямками міжнародної комунікації, забезпечення діалогу за віссю "державна влада — приватний сектор", об'єднання фахівців для розробки професійних стандартів, організацію широких представницьких контактів НУО на міжнародній арені.

Міжнародні організації спеціальної компетенції, у свою чергу, поділяють на:

правозахисні (організації свободи слова, прав людини і боротьби з цензурою, зокрема Організація 19-ї статті — Міжнародний центр боротьби з цензурою);

медійні (спеціалізовані організації зі співпраці в галузі мас-медіа):

— журналістські — Міжнародна федерація журналістів, Європейський союз асоціацій наукових журналістів, Європейський інститут медіа, Європейська асоціація підготовки журналістів;

— організації телерадіомовлення — Європейська асоціація комерційного телебачення, Європейська телерадіомовна спілка, Європейська рада комерційного телебачення;

— організації друкованої преси та реклами — Жіноча публіцистична служба, Союз преси країн ЄС, Спілка асоціацій редакторів газет, Європейський рекламний тріумвірат, Європейська асоціація рекламних агентств;

— організації суспільного телерадіомовлення та інформаційні агентства — BBC, "Канал 4", "Шведське радіо", ТВ3, ARD, RTL+, НУР/УНР;

— організації інформаційних та комунікаційних послуг (кабельного, супутникового, електрозв'язку, мульти-медіа, мережевого та інтернет-зв'язку)

Контрольні питання

1 Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності

2 Формування соціальної відповідальності персоналу підприємств

3 Аналіз сучасних соціально-трудових відносин на засадах соціальної відповідальності.

4. Вирішення найважливіших завдань соціально-економічного реформування в Україні на ринкових засадах

5. Як характеризується соціально-трудова сфера

6. Охарактеризувати концепції трудових ресурсів Історичні аспекти залучення і розвитку громад: від патронату до соціальних інвестицій.

7. Сучасний стан и характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності

8. Вплив громади на роботу компаній і відповідальність компаній перед населенням.

9. Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями.

ЛЕКЦІЯ 5. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕС АНАЛІЗУ

5.1 Поняття соціального бізнес аналізу

5.2 Сутність і мети соціального бізнес аналізу.

5.3 Основні етапи соціального бізнес аналізу.

5.1. Поняття соціального бізнес аналізу

Соціальний бізнес аналіз - це процес збору, аналізу й інтерпретації інформації про соціальну відповідальність бізнесу. Він використовується для вивчення того, як бізнес впливає на суспільство, і для оцінки ефективності соціальної відповідальності бізнесу.

Поняття соціального бізнес аналізу з'явилося наприкінці ХХ століття у зв'язку з розвитком концепції соціальної відповідальності бізнесу. У цей час бізнес став усвідомлювати свою відповідальність за вплив на суспільство й навколишнє середовище. У результаті з'явилася необхідність в інструментах, що дозволяють вивчати цей вплив і оцінювати ефективність соціальної відповідальності бізнесу.

Джерела соціального бізнес аналізу можна знайти в різних дисциплінах, включаючи економіку, соціологію, менеджмент і інші. В економіці дослідження в області соціальної відповідальності бізнесу почалися в 1960- х роках. У соціології дослідження в області соціальної відповідальності бізнесу почалися в 1970- х роках. У менеджменті дослідження в області соціальної відповідальності бізнесу почалися в 1980- х роках.

На початку 1990- х років термін "соціальний бізнес аналіз" став використовуватися для позначення процесу збору, аналізу й інтерпретації інформації про соціальну відповідальність бізнесу. У цей час з'явилися перші дослідження, присвячені соціальному бізнес аналізу.

В 2000- х роках соціальний бізнес аналіз став розбудовуватися швидкими темпами. Це було пов'язане з ростом інтересу до соціальної відповідальності бізнесу з боку бізнесу, громадськості й уряду. У цей час з'явилися нові методи соціального бізнес аналізу, а також нові дослідження в цій області.

У цей час соціальний бізнес аналіз є визнаним інструментом для вивчення соціальної відповідальності бізнесу. Він використовується бізнесом, громадськими організаціями, урядами й іншими зацікавленими сторонами.

Основні етапи розвитку поняття соціального бізнес аналізу

Розвиток поняття соціального бізнес аналізу можна розділити на наступні етапи:

- 1970-і роки: початок досліджень в області соціальної відповідальності бізнесу в різних дисциплінах.
- 1990-і роки: поява терміна "соціальний бізнес аналіз" і перші дослідження в цій області.
- 2000-і роки: швидкий ріст інтересу до соціального бізнес аналізу й розвиток нових методів і досліджень у цій області.

Сучасні тенденції розвитку поняття соціального бізнес аналізу

У цей час розвиток поняття соціального бізнес аналізу характеризується наступними тенденціями:

- Розширення сфери застосування соціального бізнес аналізу. Соціальний бізнес аналіз використовується не тільки для оцінки соціальної відповідальності бізнесу, але й для вивчення інших аспектів діяльності бізнесу, що впливають на суспільство.

- Розвиток нових методів соціального бізнес аналізу. Нові методи соціального бізнес аналізу дозволяють більш глибоко й всебічно вивчати соціальні наслідки діяльності бізнесу.

- Удосконалювання методології соціального бізнес аналізу. Методологія соціального бізнес аналізу продовжує розбудовуватися, щоб зробити її більш ефективною й надійною.

Поняття соціального бізнес аналізу є відносно новим, але воно швидко розбудовується. Соціальний бізнес аналіз є важливим інструментом для вивчення соціальної відповідальності бізнесу й оцінки її ефективності.

Актуальність вивчення теми соціального бізнес аналізу обумовлена наступними факторами:

- Ріст значимості соціальної відповідальності бізнесу. У сучасному суспільстві бізнес усе більше усвідомлює свою відповідальність за вплив на суспільство й навколишнє середовище. У результаті росте попит на інструменти, що дозволяють вивчати цей вплив і оцінювати ефективність соціальної відповідальності бізнесу.

- Зміни в суспільстві й економіці. Сучасні суспільства стають усе більш складними й взаємозалежними. Це приводить до росту соціальних проблем, які вимагають розв'язку з боку бізнесу. Соціальний бізнес аналіз може допомогти бізнесу зрозуміти ці проблеми й знайти ефективні способи їх розв'язку.

- Підвищення поінформованості громадськості про соціальну відповідальність бізнесу. Громадськість усе більше цікавиться соціальною відповідальністю бізнесу. Це приводить до росту попиту на інформацію про соціальну відповідальність бізнесу і її оцінці. Соціальний бізнес аналіз може допомогти задовольнити цей попит і підвищити поінформованість громадськості про соціальну відповідальність бізнесу.

Конкретні приклади актуальності вивчення теми соціального бізнес аналізу:

- Бізнес може використовувати соціальний бізнес аналіз для оцінки ефективності своїх програм соціальної відповідальності. Наприклад, бізнес може використовувати соціальний бізнес аналіз для оцінки того, наскільки його програми соціальної відповідальності сприяють підвищенню рівня життя працівників, зниженню негативного впливу на навколишнє середовище або розвитку місцевого співтовариства.

- Уряд може використовувати соціальний бізнес аналіз для оцінки ефективності своєї політики в області соціальної відповідальності бізнесу. Наприклад, уряд може використовувати соціальний бізнес аналіз для оцінки того, наскільки його політика сприяє підвищенню рівня соціальної відповідальності бізнесу в цілому або в конкретних галузях економіки.

- Громадські організації можуть використовувати соціальний бізнес аналіз для моніторингу соціальної відповідальності бізнесу. Наприклад, громадські організації можуть використовувати соціальний бізнес аналіз для виявлення порушень соціальної відповідальності бізнесу або для оцінки ефективності програм соціальної відповідальності бізнесу.

У цілому, вивчення теми соціального бізнес аналізу є актуальним і затребуваним напрямком досліджень. Соціальний бізнес аналіз є важливим інструментом для вивчення соціальної відповідальності бізнесу й оцінки її ефективності.

Основні відомі роботи й автори по соціальному бізнес аналізу:

- Книга "Social and Environmental Accounting: A Critical Perspective" (1991) авторів Роберта Леви й Девіда Хэнсона. Ця книга є однією з перших робіт, присвячених соціальному бізнес аналізу. Вона розглядає соціальний бізнес аналіз у критичному контексті й пропонує нові підходи до його проведення.

- Книга "Social Accounting for Sustainability" (2002) авторів Девіда Хэнсона й Пітера Смита. Ця книга присвячена застосуванню соціального бізнес аналізу для оцінки сталого розвитку. Вона розглядає різні аспекти сталого розвитку й

пропонує методи соціального бізнес аналізу, які можуть бути використані для його оцінки.

- Книга "Social and Environmental Reporting: Accounting for Sustainability" (2012) авторів Девіда Хэнсона й Пітера Смита. Ця книга є оновленим виданням книги "Social Accounting for Sustainability". Вона відбиває останні тенденції в області соціального бізнес аналізу й пропонує нові підходи до його проведення.

Інші відомі автори, що працюють в області соціального бізнес аналізу:

- Джон Бернетт (John E. Burritt)
- Дебра Девіс (Debra L. Davis)
- Кирби Дюваль (Kirby Duvall)
- Стивен Эрлих (Steven R. Ehrlich)
- Кристал Грін (Crystal L. Green)
- Роберт Леви (Robert A. Levi)
- Майкл Марч (Michael J. March)
- Джон Мур (John Moore)
- Роберт Портер (Michael E. Porter)
- Пітер Смит (Peter A. Smith)
- Кейт Уолтер (Kate Walter)

Основні напрямки досліджень в області соціального бізнес аналізу:

- Розвиток нових методів соціального бізнес аналізу. Дослідники працюють над розробкою нових методів соціального бізнес аналізу, які дозволяють більш глибоко й всебічно вивчати соціальні наслідки діяльності бізнесу.

- Удосконалювання методології соціального бізнес аналізу. Дослідники працюють над удосконалюванням методології соціального бізнес аналізу, щоб зробити її більш ефективною й надійною.

- Розширення сфери застосування соціального бізнес аналізу. Дослідники працюють над розширенням сфери застосування соціального бізнес аналізу, щоб використовувати його для вивчення інших аспектів діяльності бізнесу, що впливають на суспільство.

Соціальний бізнес аналіз є областю, що динамічно розбудовується, досліджень. Дослідники працюють над вирішенням різних проблем, пов'язаних із соціальним бізнес аналізом, і продовжують розробляти нові методи й підходи до його проведення.

Найвідомішою концепцією по соціальній бізнес аналітику є концепція зацікавлених сторін. Ця концепція була розроблена Робертом Леви й Девідом Хэнсоном в 1991 році. Згідно із цією концепцією, бізнес повинен урахувати інтереси всіх зацікавлених сторін при прийнятті розв'язків і здійсненні своєї діяльності.

Концепція зацікавлених сторін має важливе значення для соціального бізнес аналізу, оскільки вона дозволяє розглядати соціальні наслідки діяльності бізнесу з погляду різних зацікавлених сторін. Це дозволяє більш точно й всебічно оцінити вплив бізнесу на суспільство.

Концепція зацікавлених сторін була широко прийнята в області соціального бізнес аналізу. Вона використовується як основу для багатьох методів і підходів до соціального бізнес аналізу.

От деякі інші відомі концепції по соціальній бізнес аналітику:

- Концепція сталого розвитку. Ця концепція розглядає бізнес як частина суспільства й навколишнього середовища. Згідно із цією концепцією, бізнес повинен прагнути до сталого розвитку, який забезпечує благополуччя суспільства й навколишнього середовища в довгостроковій перспективі.

- Концепція корпоративної соціальної відповідальності. Ця концепція розглядає бізнес як соціально відповідального суб'єкта. Згідно із цією концепцією, бізнес повинен вносити вклад у розвиток суспільства й навколишнього середовища.

- Концепція многостей факторів. Ця концепція розглядає соціальні наслідки діяльності бізнесу як результат взаємодії різних факторів, включаючи управлінські розв'язки, технології, культуру й інші.

Ці концепції не є взаємовиключними. Вони можуть використовуватися разом для більш глибокого розуміння соціальних наслідків діяльності бізнесу.

От один з можливих практичних прикладів використання концепції зацікавлених сторін у соціальному бізнес аналізі:

Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Компанія може використовувати концепцію зацікавлених сторін для розгляду цього питання з погляду різних зацікавлених сторін, включаючи:

- Споживачі: Споживачі можуть бути зацікавлені в тому, щоб компанія робила екологічно чисту продукцію.

- Співробітники: Співробітники можуть бути зацікавлені в тому, щоб компанія опікувалася про навколишнє середовище, оскільки це може вплинути на їхнє здоров'я й безпека.

- Інвестори: Інвестори можуть бути зацікавлені в тому, щоб компанія опікувалася про навколишнє середовище, оскільки це може вплинути на її репутацію й фінансові результати.

- Уряд: Уряд може бути зацікавлене в тому, щоб компанія опікувалася про навколишнє середовище, оскільки це може вплинути на якість повітря й води.

Компанія може використовувати різні методи для збору інформації від цих зацікавлених сторін, включаючи опитування, інтерв'ю й фокуса-групи. На основі зібраної інформації компанія може оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище з погляду різних зацікавлених сторін.

От ще один приклад:

Компанія, що займається видобутком корисних копалин, прагне оцінити вплив своєї діяльності на місцеві співтовариства. Компанія може використовувати концепцію зацікавлених сторін для розгляду цього питання з погляду різних зацікавлених сторін, включаючи:

- Місцеві жителі: Місцеві жителі можуть бути зацікавлені в тому, щоб компанія створювала робочі місця й надавала соціальні послуги місцевому співтовариству.

- Уряд: Уряд може бути зацікавлене в тому, щоб компанія опікувалася про місцеві співтовариства, оскільки це може вплинути на соціальну стабільність.

- Некомерційні організації: Некомерційні організації можуть бути зацікавлені в тому, щоб компанія опікувалася про місцеві співтовариства, оскільки це може вплинути на їхню роботу.

Компанія може використовувати різні методи для збору інформації від цих зацікавлених сторін, включаючи опитування, інтерв'ю й фокуса-групи. На основі зібраної інформації компанія може оцінити вплив своєї діяльності на місцеві співтовариства з погляду різних зацікавлених сторін.

Концепція зацікавлених сторін може бути використана для вивчення соціальних наслідків діяльності бізнесу в різних областях, включаючи навколишнє середовище, працівників, споживачів, місцеві співтовариства й інші

5.2. Сутність і мети соціального бізнес аналізу.

Соціальний бізнес аналіз має наступні основні характеристики:

- Він спрямований на вивчення соціальних аспектів діяльності бізнесу. Ці аспекти містять у собі вплив бізнесу на навколишнє середовище, працівників, споживачів, місцеві співтовариства й інші зацікавлені сторони.

- Він використовує різні методи збору й аналізу даних. Ці методи містять у собі опитування, інтерв'ю, аналіз документів, спостереження й інші.

- Він спрямований на виявлення й оцінку соціальних наслідків діяльності бізнесу. Ці наслідки можуть бути позитивними або негативними.

Мети соціального бізнес аналізу

Соціальний бізнес аналіз може переслідувати наступні цілі:

- Оцінка соціальної відповідальності бізнесу. Соціальний бізнес аналіз може допомогти оцінити, наскільки бізнес відповідає принципам соціальної відповідальності.

- Підвищення поінформованості про соціальну відповідальність бізнесу. Соціальний бізнес аналіз може допомогти підвищити поінформованість громадськості про соціальну відповідальність бізнесу.

- Розробка рекомендацій для бізнесу. Соціальний бізнес аналіз може допомогти бізнесу розробити більш ефективні програми соціальної відповідальності.

5.3 Основні етапи соціального бізнес аналізу

Соціальний бізнес аналіз звичайно містить у собі наступні етапи:

- Визначення цілей і завдань аналізу. На цьому етапі необхідно визначити, що саме буде вивчатися в ході аналізу, і які цілі він буде переслідувати.
- Збір даних. На цьому етапі необхідно зібрати інформацію про соціальну відповідальність бізнесу.
- Аналіз даних. На цьому етапі необхідно проаналізувати зібрані дані й виявити соціальні наслідки діяльності бізнесу.
- Інтерпретація результатів. На цьому етапі необхідно інтерпретувати результати аналізу й зробити висновки.

Висновок

Соціальний бізнес аналіз є важливим інструментом для вивчення соціальної відповідальності бізнесу. Він може допомогти бізнесу підвищити свою соціальну відповідальність і поліпшити свій вплив на суспільство.

ЛЕКЦІЯ 6.МЕТОДИ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕС АНАЛІЗУ

6.1 Методи збору даних у соціальному бізнес аналізі.

6.2 Методи аналізу даних у соціальному бізнес аналізі.

6.1 Методи збору даних у соціальному бізнес аналізі.

Методи збору даних у соціальному бізнес аналізі можна розділити на дві основні категорії: кількісні і якісні.

Кількісні методи засновані на зборі даних у кількісній формі, яка може бути оброблена за допомогою статистичних методів. До кількісних методів збору даних у соціальному бізнес аналізі ставляться:

• Опитування: опитування є одним з найпоширеніших методів збору кількісних даних у соціальному бізнес аналізі. Вони дозволяють зібрати інформацію від великої кількості людей за відносно короткий проміжок часу.

Приклад опитування, яке може бути використаний для проведення соціального бізнес аналізу:

Тема опитування: Вплив діяльності компанії на навколишнє середовище

Ціль опитування: Оцінка рівня поінформованості споживачів про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище

Цільова аудиторія: Споживачі компанії

Метод збору даних: Опитування

Формат опитування: Онлайн- Опитування

Питання опитування:

- Як часто ви купуєте продукцію компанії?
- Як багато ви знаєте про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище?
- Як ви оцінюєте зусилля компанії по зниженню негативного впливу на навколишнє середовище?
- Які зміни в діяльності компанії ви прагли б бачити, щоб вона стала більш екологічною?

Це опитування містить у собі питання, які дозволяють оцінити рівень поінформованості споживачів про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище, а також їх відношення до цих питань.

От ще один приклад опитування:

Тема опитування: Вплив діяльності компанії на місцеві співтовариства

Ціль опитування: Оцінка рівня задоволеності місцевих жителів діяльністю компанії

Цільова аудиторія: Місцеві жителі, що проживають у районі діяльності компанії

Метод збору даних: Опитування

Формат опитування: Опитування вдома

Питання опитування:

- Як довго ви проживаєте в цьому районі?
- Як часто ви взаємодієте з компанією?
- Як ви оцінюєте вплив діяльності компанії на місцеві співтовариства?
- Які зміни в діяльності компанії ви прагли б бачити, щоб вона стала більш корисною для місцевих співтовариств?

Це опитування містить у собі питання, які дозволяють оцінити рівень задоволеності місцевих жителів діяльністю компанії, а також їх пропозиції по поліпшенню діяльності компанії.

При складанні опитування для соціального бізнес аналізу необхідно враховувати наступні фактори:

- **Мети опитування:** Опитування повинен бути спрямований на досягнення конкретних цілей соціального бізнес аналізу.

- **Цільова аудиторія:** Опитування повинен бути адаптований до цільової аудиторії.

- **Метод збору даних:** Метод збору даних повинен бути обраний відповідно до цілями й цільовою аудиторією опитування.

- **Питання опитування:** Питання опитування повинні бути чіткими, зрозумілими й актуальними для цільової аудиторії.

Опитування є ефективним методом збору кількісних даних у соціальному бізнес аналізі. Він дозволяє одержати інформацію від великої кількості людей за відносно короткий проміжок часу.

- **Аналіз даних:** аналіз даних може використовуватися для одержання інформації з різних джерел, включаючи фінансові дані, дані про продажі, дані про кадровий склад і інші.

Приклад аналізу даних, який може бути використаний для проведення соціального бізнес аналізу:

Тема аналізу: Вплив діяльності компанії на навколишнє середовище

Ціль аналізу: Оцінка рівня поінформованості споживачів про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище

Дані: Дані опитування, проведеного серед споживачів компанії

Метод аналізу: Аналіз описової статистики

Результати аналізу:

- Більш 70% опитаних споживачів інформовані про те, що діяльність компанії може негативно впливати на навколишнє середовище.

- Близько 60% опитаних споживачів вважають, що зусилля компанії по зниженню негативного впливу на навколишнє середовище недостатні.

- Найбільш важливими для споживачів екологічними аспектами діяльності компанії є скорочення викидів шкідливих речовин і використання поновлюваних джерел енергії

Дані результати аналізу дозволяють зробити висновок про те, що споживачі в цілому інформовані про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище й вважають, що компанія може робити більше для зниження негативного впливу на навколишнє середовище.

От ще один приклад аналізу даних:

Тема аналізу: Вплив діяльності компанії на місцеві співтовариства

Ціль аналізу: Оцінка рівня задоволеності місцевих жителів діяльністю компанії

Дані: Дані опитування, проведеного серед місцевих жителів, що проживають у районі діяльності компанії

Метод аналізу: Аналіз контенту

Результати аналізу:

- Більшість опитаних місцевих жителів задоволені діяльністю компанії.

- Основними факторами задоволеності є створення робочих місць, надання соціальних послуг і участь у розвитку місцевого співтовариства.

- Деякі місцеві жителі вважають, що компанія може робити більше для підтримки місцевих підприємств і малого бізнесу.

Дані результати аналізу дозволяють зробити висновок про те, що діяльність компанії в цілому позитивно впливає на місцеві співтовариства.

Аналіз даних є важливим етапом соціального бізнес аналізу. Він дозволяє виявити закономірності й тенденції в даних, а також оцінити статистичну значимість отриманих результатів.

- Дослідження тимчасових рядів: дослідження тимчасових рядів дозволяє відслідковувати зміни соціальних показників у часі.

приклад дослідження тимчасових рядів, яке може бути використане для проведення соціального бізнес аналізу:

Тема дослідження: Вплив діяльності компанії на рівень безробіття в регіоні

Ціль дослідження: Оцінка впливу діяльності компанії на рівень безробіття в регіоні

Дані: Дані про рівень безробіття в регіоні, зібрані за кілька років

Метод дослідження: Аналіз тимчасових рядів

Результати дослідження:

- Аналіз тимчасових рядів показав, що рівень безробіття в регіоні має тенденцію до зниження.

- Зниження рівня безробіття почалося через кілька років після початку діяльності компанії в регіоні.

- Модель лінійної регресії показала, що діяльність компанії вплинула на рівень безробіття в регіоні.

Дані результати дослідження дозволяють зробити висновок про те, що діяльність компанії сприяла зниженню рівня безробіття в регіоні.

От ще один приклад дослідження тимчасових рядів:

Тема дослідження: Вплив діяльності компанії на рівень злочинності в місті

Ціль дослідження: Оцінка впливу діяльності компанії на рівень злочинності в місті

Дані: Дані про рівень злочинності в місті, зібрані за кілька років

Метод дослідження: Аналіз тимчасових рядів

Результати дослідження:

- Аналіз тимчасових рядів показав, що рівень злочинності в місті має тенденцію до зниження.

- Зниження рівня злочинності почалося через кілька років після початку діяльності компанії в місті.

- Модель логістичної регресії показала, що діяльність компанії вплинула на рівень злочинності в місті.

Дані результати дослідження дозволяють зробити висновок про те, що діяльність компанії сприяла зниженню рівня злочинності в місті.

Дослідження тимчасових рядів є ефективним методом аналізу соціальних показників, які мають тенденцію до змін у часі.

Якісні методи засновані на зборі даних у якісній формі, яка не може бути оброблена за допомогою статистичних методів. До якісних методів збору даних у соціальному бізнес аналізі ставляться:

- Інтерв'ю: інтерв'ю дозволяють зібрати докладну інформацію від окремих осіб або груп.

- Фокус- Групи: фокус- групи дозволяють зібрати інформацію від невеликої групи людей, які обговорюють певну тему.

- Спостереження: спостереження дозволяє збирати інформацію про поведінку людей у природніх умовах.

- Кейс-Стади: кейс- стади дозволяє докладно вивчити один або кілька випадків.

Вибір методу збору даних залежить від цілей соціального бізнес аналізу, а також від типу інформації, яка необхідна.

От кілька прикладів використання різних методів збору даних у соціальному бізнес аналізі:

- Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Компанія може використовувати кількісні методи, такі як опитування споживачів і аналіз даних про викиди шкідливих речовин.

- Компанія, що займається видобутком корисних копалин, прагне оцінити вплив своєї діяльності на місцеві співтовариства. Компанія може використовувати якісні методи, такі як інтерв'ю з місцевими жителями й спостереження за їхнім повсякденним життям.

Важливо відзначити, що в соціальному бізнес аналізі часто використовуються змішані методи, які комбінують кількісні і якісні методи. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

6.2 Методи аналізу даних у соціальному бізнес аналізі.

Методи аналізу даних у соціальному бізнес аналізі можна розділити на дві основні категорії: статистичні методи і якісні методи.

Статистичні методи використовуються для обробки кількісних даних. Вони дозволяють виявити закономірності й тенденції в даних, а також оцінити статистичну значимість отриманих результатів. До статистичних методів аналізу даних у соціальному бізнес аналізі ставляться:

- Описова статистика: описова статистика дозволяє узагальнити дані й виявити основні тенденції.

Описова статистика - це набір методів, які використовуються для узагальнення даних і виявлення основних тенденцій. Вона є важливим етапом соціального бізнес аналізу, оскільки дозволяє одержати виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

Приклад використання описової статистики в соціальному бізнес аналізі:

Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Для цього компанія проводить опитування споживачів, щоб довідатися, чи інформовані вони про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище.

Результати опитування показують, що:

- 75% опитаних споживачів інформовані про те, що діяльність компанії може негативно впливати на навколишнє середовище.

- 60% опитаних споживачів вважають, що зусилля компанії по зниженню негативного впливу на навколишнє середовище недостатні.

- Найбільш важливими для споживачів екологічними аспектами діяльності компанії є скорочення викидів шкідливих речовин і використання поновлюваних джерел енергії.

Ці результати дозволяють зробити висновок про те, що споживачі в цілому інформовані про вплив діяльності компанії на навколишнє середовище й вважають, що компанія може робити більше для зниження негативного впливу на навколишнє середовище.

Основні заходи описової статистики:

- Заходу центральної тенденції:

- Середнє значення (арифметичне середнє)
- Медіана
- Мода

- Заходу розсіювання:

- Розмах
- Дисперсія
- Стандартне відхилення

- Квантили:

- Квартили
- Децили
- Процентили

Приклади використання заходів описової статистики в соціальному бізнес аналізі:

- Середнє значення:

- Середнє значення заробітної плати працівників компанії
- Середнє значення рівня утвору працівників компанії

- Середнє значення рівня задоволеності споживачів продукцією компанії
- Медіана:
 - Медіана заробітної плати працівників компанії
 - Медіана рівня утвору працівників компанії
 - Медіана рівня задоволеності споживачів продукцією компанії
- Мода:
 - Мода професії працівників компанії
 - Мода рівня утвору працівників компанії
 - Мода рівня задоволеності споживачів продукцією компанії
- Розмах:
 - Розмах заробітної плати працівників компанії
 - Розмах рівня утвору працівників компанії
 - Розмах рівня задоволеності споживачів продукцією компанії
- Дисперсія:
 - Дисперсія заробітної плати працівників компанії
 - Дисперсія рівня утвору працівників компанії
 - Дисперсія рівня задоволеності споживачів продукцією компанії
- Стандартне відхилення:
 - Стандартне відхилення заробітної плати працівників компанії
 - Стандартне відхилення рівня утвору працівників компанії
 - Стандартне відхилення рівня задоволеності споживачів продукцією компанії
- Квантили:
 - Перший квартиль заробітної плати працівників компанії
 - Другий квартиль заробітної плати працівників компанії
 - Третій квартиль заробітної плати працівників компанії
- Перший дециль заробітної плати працівників компанії
- П'ятий дециль заробітної плати працівників компанії
- Дев'ятий дециль заробітної плати працівників компанії

- Перший процентиль заробітної плати працівників компанії
- Дев'яносто дев'ятий процентиль заробітної плати працівників компанії

Обмеження описової статистики:

- Описова статистика не дозволяє робити висновки про причинно-наслідкові зв'язки.
- Описова статистика може бути неінформативною, якщо дані є неповними або неточними.

Висновок:

Описова статистика є важливим інструментом соціального бізнес аналізу. Вона дозволяє одержати виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу, але не дозволяє робити висновки про причинно-наслідкові зв'язки.

- Аналіз кореляції: аналіз кореляції дозволяє оцінити взаємозв'язок між різними змінними.

- Аналіз регресії: аналіз регресії дозволяє оцінити вплив однієї або декількох змінних на іншу змінну.

- Аналіз дисперсійного аналізу: аналіз дисперсійного аналізу дозволяє оцінити відмінності між декількома групами.

- Аналіз тимчасових рядів: аналіз тимчасових рядів дозволяє відслідковувати зміни соціальних показників у часі.

Якісні методи використовуються для аналізу якісних даних. Вони дозволяють виявити значеннєві закономірності в даних і зрозуміти крапку

зору різних зацікавлених сторін. До якісних методів аналізу даних у соціальному бізнес аналізі ставляться:

- Кодування: кодування дозволяє структурувати дані й виявити основні теми й ідеї.

- Аналіз контенту: аналіз контенту дозволяє кількісно оцінити частоту згадування різних тем у даних.

- Теорія обґрунтування: теорія обґрунтування дозволяє зрозуміти, як люди роблять висновки й ухвалюють рішення.

- Аналіз дискурсу: аналіз дискурсу дозволяє зрозуміти, як люди використовують мову для вираження своїх думок і почуттів.

Вибір методу аналізу даних залежить від цілей соціального бізнес аналізу, а також від типу даних, які необхідно проаналізувати.

От кілька прикладів використання різних методів аналізу даних у соціальному бізнес аналізі:

- Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Компанія може використовувати статистичні методи, такі як аналіз кореляції між викидами шкідливих речовин і рівнем захворюваності населення.

- Компанія, що займається видобутком корисних копалин, прагне оцінити вплив своєї діяльності на місцеві співтовариства. Компанія може використовувати якісні методи, такі як аналіз контенту інтерв'ю з місцевими жителями.

Важливо відзначити, що в соціальному бізнес аналізі часто використовуються змішані методи, які комбінують статистичні і якісні методи. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

ЛЕКЦІЯ 7 АНАЛІЗ ВПЛИВУ БІЗНЕСУ НА СУСПІЛЬСТВО

7.1 Методи аналізу впливу бізнесу на суспільство.

7.2 Соціальні наслідки діяльності бізнесу.

7.1 Методи аналізу впливу бізнесу на суспільство.

Бізнес є невід'ємною частиною суспільства. Він впливає на всі аспекти життя суспільства, від економіки до екології. Тому важливо розуміти, як бізнес впливає на суспільство, які позитивні й негативні наслідки його діяльності.

Актуальність аналізу впливу бізнесу на суспільство

Актуальність аналізу впливу бізнесу на суспільство обумовлена наступними факторами:

- Ріст ролі бізнесу в суспільстві. Бізнес відіграє усе більш важливу роль у суспільстві. Він створює робочі місця, забезпечує економічний ріст, вносить вклад у розвиток суспільства.

- Збільшення масштабів діяльності бізнесу. Бізнес став більш глобальним. Він впливає на все більшу кількість людей і територій.

- Зростаюча заклопотаність суспільства питаннями сталого розвитку. Суспільство вимагає від бізнесу відповідальної поведінки й поваги до навколишнього середовища.

Мети аналізу впливу бізнесу на суспільство

Мети аналізу впливу бізнесу на суспільство можна розділити на дві основні категорії:

- Інформаційні цілі. Аналіз впливу бізнесу на суспільство дозволяє одержати інформацію про соціальні наслідки діяльності бізнесу. Ця інформація може бути використана для прийняття розв'язків про розвиток бізнесу, для розробки політики, спрямованої на підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

- Мети керування. Аналіз впливу бізнесу на суспільство дозволяє виявити проблемні області в діяльності бізнесу й розробити заходу для їхнього усунення. Це сприяє підвищенню ефективності діяльності бізнесу й зниженню його негативного впливу на суспільство.

Бізнес є невід'ємною частиною суспільства. Він впливає на всі аспекти життя суспільства, від економіки до екології. Тому важливо розуміти, як бізнес впливає на суспільство, які позитивні й негативні наслідки його діяльності.

7.2 Методи аналізу впливу бізнесу на суспільство

Для аналізу впливу бізнесу на суспільство використовуються різні методи, у тому числі:

- Дослідження літератури й документів. Цей метод дозволяє одержати інформацію про діяльність бізнесу і її наслідках.

- Опитування й інтерв'ю. Ці методи дозволяють одержати інформацію від зацікавлених сторін, таких як споживачі, працівники, місцеві жителі.

- Аналіз даних. Цей метод дозволяє виявити закономірності й тенденції в даних про діяльність бізнесу і її наслідках.

Дослідження літератури й документів - це метод аналізу впливу бізнесу на суспільство, який дозволяє одержати інформацію про діяльність бізнесу і її наслідках. Цей метод заснований на вивченні різних джерел інформації, таких як:

- Звіти компаній. Звіти компаній містять інформацію про діяльність компанії, її фінансових результатах, стратегії розвитку й соціальних ініціативах.

- Статті в ЗМІ. Статті в ЗМІ можуть містити інформацію про діяльність компанії, її відносинах із зацікавленими сторонами і її внеску в суспільство.

- Наукові статті. Наукові статті можуть містити результати досліджень, присвячених впливу бізнесу на суспільство.

- Урядові документи. Урядові документи можуть містити інформацію про політика, спрямовану на підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

Приклади використання дослідження літератури й документів в аналізі впливу бізнесу на суспільство:

- Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Для цього компанія проводить дослідження літератури й документів, присвячених екологічним наслідкам діяльності електротехнічної промисловості. У ході дослідження компанія вивчає звіти компаній, статті в ЗМІ, наукові статті й урядові документи. На підставі результатів дослідження компанія одержує виставу про те, як діяльність компанії впливає на навколишнє середовище.

- Компанія, що надає послуги мобільного зв'язку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на місцеві співтовариства. Для цього компанія проводить дослідження літератури й документів, присвячених соціальним наслідкам діяльності телекомунікаційної галузі. У ході дослідження компанія вивчає звіти

компаній, статті в ЗМІ, наукові статті й урядові документи. На підставі результатів дослідження компанія одержує виставу про те, як діяльність компанії впливає на місцеві співтовариства.

Переваги й недоліки дослідження літератури й документів

Переваги:

- Цей метод дозволяє одержати інформацію про діяльність бізнесу і її наслідках з різних джерел.

- Цей метод щодо недорогої й простій у реалізації.

Недоліки:

- Цей метод може бути трудомістким, якщо необхідно вивчити велику кількість джерел інформації.

- Цей метод може бути неефективний, якщо інформація в джерелах інформації є неповною або неточною.

Висновок

Дослідження літератури й документів є важливим методом аналізу впливу бізнесу на суспільство. Цей метод дозволяє одержати інформацію про діяльність бізнесу і її наслідках з різних джерел. Однак цей метод може бути трудомістким і неефективним, якщо необхідно вивчити велику кількість джерел інформації.

Опитування й інтерв'ю - це методи аналізу впливу бізнесу на суспільство, які дозволяють одержати інформацію від зацікавлених сторін, таких як споживачі, працівники, місцеві жителі.

Опитування - це метод одержання інформації від групи людей шляхом постановки заздалегідь підготовлених питань. Опитування можуть проводитися у формі анкетування, телефонного опитування або онлайн-опроса.

Інтерв'ю - це метод одержання інформації від однієї людини шляхом бесіди з ним. Інтерв'ю можуть проводитися у формі особистого інтерв'ю, телефонного інтерв'ю або відеоінтерв'ю.

Приклади використання опитувань і інтерв'ю в аналізі впливу бізнесу на суспільство:

- Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити рівень задоволеності споживачів своєю продукцією. Для цього компанія проводить опитування споживачів, у якому запитує їх про якість продукції, ціні, сервісі й інших факторах. На підставі результатів опитування компанія одержує виставу про те, як споживачі оцінюють її продукцію.

- Компанія, що надає послуги мобільного зв'язку, прагне оцінити рівень задоволеності працівників своїми умовами праці. Для цього компанія проводить інтерв'ю із працівниками, у яких запитує їх про зарплату, графік роботи, професійних перспективах і інших факторах. На підставі результатів інтерв'ю компанія одержує виставу про те, як працівники оцінюють умови праці в компанії.

Компанія, що будує новий завод, прагне оцінити рівень підтримки місцевих жителів будівництва заводу. Для цього компанія проводить опитування місцевих жителів, у якому запитує їх про свої очікування від будівництва заводу, про можливі ризики й перевагах будівництва заводу. На підставі результатів опитування компанія ухвалює рішення щодо будівництва заводу.

Переваги й недоліки опитувань і інтерв'ю

Переваги:

- Ці методи дозволяють одержати інформацію з перших рук від зацікавлених сторін.

- Ці методи дозволяють одержати інформацію про суб'єктивні оцінки й думках зацікавлених сторін.

Недоліки:

Ці методи можуть бути трудомісткими й дорогими, якщо необхідно опитати велику кількість людей.

Ці методи можуть бути неефективні, якщо зацікавлені сторони неохоче діляться інформацією.

Висновок

Опитування й інтерв'ю є важливими методами аналізу впливу бізнесу на суспільство. Ці методи дозволяють одержати інформацію з перших рук від зацікавлених сторін, що може бути особливо важливо для оцінки суб'єктивних оцінок і думок зацікавлених сторін. Однак ці методи можуть бути трудомісткими й дорогими, тому важливо ретельно продумати їхній дизайн і реалізацію.

Аналіз даних - це метод аналізу впливу бізнесу на суспільство, який дозволяє виявити закономірності й тенденції в даних про діяльність бізнесу і її наслідках.

Дані для аналізу можуть бути отримані з різних джерел, таких як:

- Звіти компаній. Звіти компаній можуть містити інформацію про фінансові результати, стратегію розвитку, соціальних ініціативах компанії.

- Статистичні дані. Статистичні дані можуть містити інформацію про чисельність населення, рівні безробіття, рівні злочинності й інших соціальних показниках.

- Дані соціальних мереж. Дані соціальних мереж можуть містити інформацію про думки й настрої людей, пов'язаних з діяльністю бізнесу.

Приклади використання аналізу даних в аналізі впливу бізнесу на суспільство:

- Компанія, що робить електроніку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Для цього компанія аналізує дані про викиди шкідливих речовин, використанні енергії й води компанією. На підставі результатів аналізу компанія одержує виставу про тих, як діяльність компанії впливає на навколишнє середовище.

- Компанія, що надає послуги мобільного зв'язку, прагне оцінити вплив своєї діяльності на місцеві співтовариства. Для цього компанія аналізує дані про чисельність населення в районах діяльності компанії, рівні безробіття в цих районах і рівні злочинності в цих районах. На підставі результатів аналізу компанія одержує виставу про тих, як діяльність компанії впливає на місцеві співтовариства.

Переваги й недоліки аналізу даних

Переваги:

- Цей метод дозволяє аналізувати більші обсяги даних.
- Цей метод дозволяє виявляти закономірності й тенденції, які не можуть бути виявлені за допомогою інших методів.

Недоліки:

- Цей метод може бути технічно складним і дорогим.
- Цей метод може бути неефективний, якщо дані є неповними або неточними.

Висновок

Аналіз даних є важливим методом аналізу впливу бізнесу на суспільство. Цей метод дозволяє виявляти закономірності й тенденції в даних про діяльність бізнесу і її наслідках. Однак цей метод може бути технічно складним і дорогим, тому важливо ретельно продумати його дизайн і реалізацію.

Приклади конкретних методів аналізу даних, які можуть бути використані в аналізі впливу бізнесу на суспільство:

- Описова статистика - це набір методів, які використовуються для узагальнення даних і виявлення основних тенденцій.
- Інструментальний аналіз - це метод аналізу даних, який використовується для перевірки статистичних гіпотез про взаємозв'язок між змінними.
- Кластерний аналіз - це метод аналізу даних, який використовується для виявлення груп об'єктів, які схожі один на одного по деяких ознаках.
- Регресійний аналіз - це метод аналізу даних, який використовується для прогнозування значень однієї змінної на основі значень інших змінних.
- Аналіз тимчасових рядів - це метод аналізу даних, який використовується для вивчення змін у даних у часі.

Вибір конкретного методу аналізу даних залежить від цілей аналізу й характеру даних.

2 Соціальні наслідки діяльності бізнесу.

Бізнес є невід'ємною частиною суспільства. Він впливає на всі аспекти життя суспільства, від економіки до екології. Тому важливо розуміти, як бізнес впливає на суспільство, які позитивні й негативні наслідки його діяльності.

Актуальність аналізу соціальних наслідків діяльності бізнесу обумовлена наступними факторами:

- Ріст ролі бізнесу в суспільстві. Бізнес відіграє усе більш важливу роль у суспільстві. Він створює робочі місця, забезпечує економічний ріст, вносить вклад у розвиток суспільства.

- Збільшення масштабів діяльності бізнесу. Бізнес став більш глобальним. Він впливає на все більшу кількість людей і територій.

- Зростаюча заклопотаність суспільства питаннями сталого розвитку. Суспільство вимагає від бізнесу відповідальної поведінки й поваги до навколишнього середовища.

Позитивні соціальні наслідки діяльності бізнесу:

- Створення робочих місць. Бізнес створює робочі місця, що сприяє зниженню рівня безробіття й підвищенню рівня життя населення.

- Економічний ріст. Бізнес сприяє економічному росту, що приводить до підвищення рівня добробуту населення.

- Розвиток технологій. Бізнес сприяє розвитку технологій, що приводить до підвищення якості життя населення.

- Соціальні ініціативи. Бізнес може брати участь у соціальних ініціативах, спрямованих на підвищення рівня життя населення, наприклад, у наданні соціальних послуг, підтримці утвору й культури.

Негативні соціальні наслідки діяльності бізнесу:

- Нерівність. Бізнес може сприяти росту нерівності в суспільстві, якщо не вживає заходів по захисту прав працівників і споживачів.

- Екологічні проблеми. Бізнес може впливати на навколишнє середовище, наприклад, за рахунок викидів шкідливих речовин, забруднення води й землі.

- Соціальні проблеми. Бізнес може сприяти виникненню соціальних проблем, наприклад, безробіття, злочинності, наркоманії.

Аналіз соціальних наслідків діяльності бізнесу дозволяє:

- Оцінити внесок бізнесу в розвиток суспільства.
- Виявити проблемні області в діяльності бізнесу.
- Розробити заходу щодо підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз соціальних наслідків діяльності бізнесу є важливим завданням, яке дозволяє одержувати інформацію про соціальні наслідки діяльності бізнесу й ухвалювати рішення, спрямовані на підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

Позитивні соціальні наслідки:

- Створення робочих місць:

Обудівництво нового заводу з виробництва автомобілів у місті може створити тисячі робочих місць для жителів міста.

Відкриття нового магазину одягу в сільській місцевості може створити робочі місця для місцевих жителів і підвищити рівень доходів у регіоні.

- Економічний ріст:

- Розвиток туристичної інфраструктури в регіоні може привести до збільшення інвестицій і створенню нових робочих місць.

- Впровадження нових технологій у виробництво може підвищити ефективність виробництва й привести до зниження цін на товари й послуги.

- Розвиток технологій:

- Розробка нових ліків може врятувати життя людей і поліпшити якість їх життя.

- Розробка нових технологій в області поновлюваної енергії може допомогти розв'язати проблему зміни клімату.

- Соціальна відповідальність бізнесу:

- Добродійна діяльність компанії може допомогти нужденним людям або організаціям.

- Спонсорство культурних заходів може сприяти розвитку культури й мистецтва.

- Волонтерська діяльність співробітників компанії може допомогти вирішувати соціальні проблеми в суспільстві.

Негативні соціальні наслідки:

• Забруднення навколишнього середовища:

- Виробництво цементу є одним із самих забруднюючих виробництв.

- Спалювання вугілля для виробництва електроенергії приводить до викидів парникових газів, які сприяють зміні клімату.

• Нерівність:

- Створення робочих місць із низкою заробітною платою й поганими умовами праці може сприяти росту нерівності в суспільстві.

- Концентрація багатства в руках невеликого числа людей може привести до зниження рівня життя більшості населення.

• Споживання ресурсів:

- Видобуток нафти й газу приводить до виснаження природних ресурсів.

- Виробництво товарів із пластику приводить до забруднення навколишнього середовища.

• Ризикові технології:

- Розробка й впровадження нових технологій, таких як генна інженерія, може привести до непередбачених наслідків.

От кілька конкретних прикладів впливу бізнесу на навколишнє середовище:

• Забруднення повітря:

- Фабрики й заводи викидають в атмосферу шкідливі речовини, такі як оксиди азоту, оксиди сірки й сажеві частки. Ці речовини можуть привести до погіршення якості повітря, респіраторним захворюванням і навіть смерті.

- Транспорт є одним з основних джерел забруднення повітря в містах. Вихлопні гази автомобілів містять оксиди азоту, оксиди сірки, вугарний газ і інші шкідливі речовини.

• Забруднення води:

- Фабрики й заводи скидають у ріки й озера забруднені стічні води. Ці води можуть містити токсичні речовини, які можуть завдати шкоди водним організмам і людям.

- Сільське господарство є одним з основних джерел забруднення води. Використання пестицидів і добрив може привести до забруднення ґрунтових вод і рік.

• Забруднення ґрунту:

- Відходи виробництва й споживання можуть привести до забруднення ґрунту. Ці відходи можуть містити токсичні речовини, які можуть завдати шкоди рослинам і тваринам.

• Зміна клімату:

- Спалювання викопного палива, такого як вугілля, нафта й газ, приводить до викидів парникових газів, які сприяють зміні клімату. Зміна клімату може привести до підвищення рівня моря, більш екстремальним погодним явищам і іншим негативним наслідкам.

Важливо розуміти, що соціальні наслідки діяльності бізнесу можуть бути як позитивними, так і негативними. Бізнес може вносити вклад у розвиток суспільства, але він також може впливати на навколишнє середовище й суспільство. Важливо, щоб бізнес усвідомлював свої соціальні наслідки й вживав заходів по їхнім зниженню.

ЛЕКЦІЯ 8. ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕС АНАЛІЗУ

8.1 Приклади застосування соціального бізнес аналізу.

8.2 Перспективи розвитку соціального бізнес аналізу

8.1 Приклади застосування соціального бізнес аналізу.

Практика бізнес аналізу залежно від країни може різнитися по наступних факторах:

- Рівень економічного розвитку країни. У країнах з високим рівнем економічного розвитку бізнес-аналіз більш розвинений і використовується більш широко. У країнах з низьким рівнем економічного розвитку бізнес-аналіз може бути менш розвинений і використовуватися меншою мірою .

- Культурні особливості країни. Культурні особливості можуть впливати на практику бізнесу-аналізу. Наприклад, у деяких культурах може бути більш важливим установа особистих відносин із клієнтами й зацікавленими сторонами, чому в інших культурах.

- Законодавство країни. Законодавство країни може регулювати практику бізнесу-аналізу. Наприклад, у деяких країнах може бути обов'язковим проведення аналізу ризиків перед прийняттям важливих розв'язків.

От кілька прикладів того, як практика бізнес-аналізу може різнитися залежно від країни:

- У США бізнес-аналіз є добре розвинутою дисципліною. Багато компаній у США використовують бізнес-аналіз для підвищення ефективності й прийняття обґрунтованих розв'язків.

- У Китаї бізнес-аналіз також стає все більш популярним. Однак у Китаї бізнес-аналіз може бути більш орієнтований на виконання завдань, чому на вирішення проблем.

- В Індії бізнес-аналіз може бути більш орієнтований на використання кількісних методів, чому в інших країнах.

От кілька конкретних прикладів того, як культурні особливості можуть впливати на практику бізнес-аналізу:

- У Японії бізнес-аналіз може бути більш орієнтований на довгострокове планування, чому в інших країнах.

- У Бразилії бізнес-аналіз може бути більш орієнтований на встановлення особистих відносин із клієнтами й зацікавленими сторонами, чому в інших країнах.

- У Німеччині бізнес-аналіз може бути більш орієнтований на дотримання правил і положень, чому в інших країнах.

От кілька конкретних прикладів того, як законодавство країни може регулювати практику бізнес-аналізу:

- У Європі існує ряд законів, що регулюють захист даних. Ці закони вимагають від компаній проведення аналізу ризиків для захисту конфіденційності даних клієнтів.

- В Австралії існує закон, що вимагає від компаній проведення аналізу ризиків для запобігання корупції.

- В Індії існує закон, що вимагає від компаній проведення аналізу ризиків для запобігання забруднення навколишнього середовища.

У цілому, практика бізнес-аналізу залежно від країни може різнитися по різних факторах. Важливо враховувати ці фактори при проведенні бізнес-аналізу в різних країнах.

Американська модель застосування соціального бізнес-аналізу відрізняється від європейської моделі наступними основними особливостями:

- Фінансова ефективність від підприємницької діяльності ставиться на перше місце, а її соціальний ефект - на друге. У США існує більш сильний тиск із боку інвесторів на бізнес, щоб він був фінансово успішним. У результаті компанії в США більшою мірою орієнтовані на максимізацію прибутку, чому на досягнення соціальних цілей.

- Соціальний бізнес-аналіз використовується в основному для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство. У США соціальний бізнес-аналіз використовується в основному для того, щоб компанії могли відповідати вимогам законодавства й нормативним актам, а також щоб мінімізувати ризики для бізнесу.

- Соціальний бізнес-аналіз є більш орієнтованим на кількісні методи. У США соціальний бізнес-аналіз часто обмежується тільки кількісними методами, такими як аналіз даних, моделювання й прогнозування. Це дозволяє одержати більш точні й об'єктивні результати.

От кілька конкретних прикладів відмінностей між європейської й американської моделями застосування соціального бізнес аналізу:

- У США компанії більшою мірою використовують соціальний бізнес аналіз для дотримання вимог законодавства й нормативних актів. Наприклад, компанія Nike використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення дотримання прав працівників на своїх фабриках.

- У США компанії більшою мірою використовують соціальний бізнес аналіз для мінімізації ризиків для бізнесу. Наприклад, компанія ExxonMobil використовує соціальний бізнес аналіз для оцінки впливу своїх операцій на навколишнє середовище.

- У США компанії меншою мірою використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем. Наприклад, компанія Apple використовує соціальний бізнес аналіз для оцінки впливу своєї продукції на навколишнє середовище, але не для вирішення конкретних соціальних проблем.

У цілому, американська модель застосування соціального бізнес аналізу є більш орієнтованою на фінансову ефективність і більш орієнтованої на кількісні методи, чому європейська модель.

Європейська модель застосування соціального бізнес аналізу відрізняється від американської моделі наступними основними особливостями:

- Соціальний ефект від підприємницької діяльності ставиться на перше місце, а її фінансова ефективність - на друге. У Європі існує більш сильний суспільний тиск на бізнес, щоб він був соціально відповідальним. У результаті компанії в Європі більшою мірою орієнтовані на досягнення соціальних цілей, чому на максимізацію прибутку.

- Соціальний бізнес аналіз використовується для розв'язку широкого кола соціальних проблем. У Європі соціальний бізнес аналіз використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття й зміна клімату.

- Соціальний бізнес аналіз є більш комплексним і всеосяжним. У Європі соціальний бізнес аналіз не обмежується тільки кількісними методами. Він також містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю, фокус- групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

От кілька конкретних прикладів відмінностей між європейської й американської моделями застосування соціального бізнес аналізу:

- У Європі компанії більшою мірою використовують соціальний бізнес аналіз для оцінки впливу своєї діяльності на навколишню

середовище. Наприклад, компанія Nestlé використовує соціальний бізнес аналіз для оцінки впливу своєї продукції на здоров'я людей і стан навколишнього середовища.

- У Європі компанії більшою мірою використовують соціальний бізнес аналіз для забезпечення соціальної відповідальності своєї діяльності. Наприклад, компанія Н&М використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення дотримання прав працівників на своїх фабриках.

- У Європі компанії більшою мірою використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем у країнах, де вони працюють. Наприклад, компанія Unilever використовує соціальний бізнес аналіз для поліпшення доступу до чистої води, утвору й охороні здоров'я в Африці.

У цілому, європейська модель застосування соціального бізнес аналізу є більш орієнтованою на вирішення соціальних проблем і більш комплексної, чому американська модель.

Приклад 1:

Компанія Nestlé, один з найбільших виробників продуктів харчування у світі, використовує соціальний бізнес- аналіз для оцінки впливу своєї діяльності на навколишнє середовище й суспільство. Компанія проводить дослідження, щоб зрозуміти, як її продукція впливає на здоров'я людей, стан навколишнього

середовища й соціальні умови в регіонах, де вона працює. На основі цих досліджень компанія розробляє заходи щодо зниження негативного впливу своєї діяльності.

Наприклад, компанія Nestlé знизила зміст цукру у своїх продуктах харчування, щоб знизити ризик розвитку захворювань, пов'язаних зі споживанням цукру. Компанія також інвестувала в поновлювані джерела енергії, щоб скоротити викиди парникових газів.

Приклад 2:

Компанія H&M, один з найбільших виробників одягу у світі, використовує соціальний бізнес-аналіз для забезпечення соціальної відповідальності своєї діяльності. Компанія співробітничала з неурядовими організаціями, щоб забезпечити дотримання прав працівників на своїх фабриках. Компанія також закуповує матеріали й сировину в постачальників, які дотримують принципів сталого розвитку.

Наприклад, компанія H&M установила кодекс поведінки для своїх постачальників, у якому визначені вимоги до дотримання прав працівників. Компанія також проводить регулярні перевірки своїх постачальників, щоб переконатися в дотриманні кодексу поведінки.

Приклад 3:

Компанія Unilever, один з найбільших виробників споживчих товарів у світі, використовує соціальний бізнес-аналіз для вирішення соціальних проблем у країнах, де вона працює. Компанія співробітничала з місцевими співтовариствами, щоб поліпшити доступ до чистої води, утвору й охорони здоров'я.

Наприклад, компанія Unilever побудувала більш 1000 колодязів в Африці, щоб забезпечити доступ до чистої води для місцевих жителів. Компанія також фінансує програми утвору й охорони здоров'я в країнах, де вона працює.

Ці приклади показують, що соціальний бізнес-аналіз використовується в Європі для вирішення різних соціальних проблем. Соціальний бізнес-аналіз допомагає компаніям оцінювати вплив своєї діяльності на навколишнє

середовище й суспільство, а також розробляти заходу щодо зниження негативного впливу й підвищенню соціальної відповідальності.

Скандинавська модель застосування соціального бізнес аналізу має ряд особливостей, які відрізняють її від інших моделей.

- Соціальна відповідальність бізнесу є ключовим принципом скандинавської моделі. У Скандинавії існує високий рівень

довіри до бізнесу, і очікується, що бізнес буде вносити свій внесок у розвиток суспільства. У результаті компанії в Скандинавії більшою мірою орієнтовані на досягнення соціальних цілей, чому на максимізацію прибутку.

- Соціальний бізнес аналіз використовується для розв'язку широкого кола соціальних проблем. У Скандинавії соціальний бізнес аналіз використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття й зміна клімату.

- Соціальний бізнес аналіз є більш комплексним і всеосяжним. У Скандинавії соціальний бізнес аналіз не обмежується тільки кількісними методами. Він також містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю, фокус-групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

От кілька конкретних прикладів використання соціального бізнес аналізу в Скандинавії:

- **Компанія ІКЕА використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення дотримання прав працівників на своїх фабриках. Компанія також співробітничает з місцевими співтовариствами для поліпшення умов життя в регіонах, де вона працює.

- **Компанія Nokia використовує соціальний бізнес аналіз для розробки нових технологій, які можуть сприяти сталому розвитку. Наприклад, компанія розробляє технології поновлюваної енергії й технології, які можуть допомогти скоротити споживання ресурсів.

- **Компанія Ericsson використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем у країнах , що розвивати. Компанія фінансує програми утвору й охорони здоров'я в країнах, де вона працює.

У цілому, скандинавська модель застосування соціального бізнес аналізу є більш орієнтованою на вирішення соціальних проблем і більш комплексної, чому інші моделі. Компанія ІКЕА використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення дотримання прав працівників на своїх фабриках. Компанія розробила кодекс поведінки для своїх постачальників, у якому визначені вимоги до дотримання прав працівників. Компанія також проводить регулярні перевірки своїх постачальників, щоб переконатися в дотриманні кодексу поведінки.

У рамках соціального бізнес аналізу компанія ІКЕА проводить дослідження, щоб зрозуміти, як умови праці на її фабриках впливають на здоров'я й благополуччя працівників. Компанія також проводить опитування працівників, щоб одержати їхній зворотний зв'язок.

На основі результатів цих досліджень компанія ІКЕА розробляє заходи щодо поліпшення умов праці на своїх фабриках. Наприклад, компанія ІКЕА побільшала мінімальну заробітну плату для працівників на своїх фабриках, поліпшила умови праці й безпеки, а також надала працівникам більше можливостей для навчання й розвитку.

У результаті цих заходів компанія ІКЕА добила значного поліпшення умов праці на своїх фабриках. Наприклад, показник задоволеності працівників роботою компанії ІКЕА виріс на 20% за останні п'ять років.

Цей приклад показує, як скандинавська модель застосування соціального бізнес аналізу може бути використана для поліпшення умов праці працівників.

Азіатська модель бізнес- аналізу має ряд особливостей, які відрізняють її від інших моделей. Ці особливості обумовлені історичними, культурними й економічними факторами.

Однією з основних особливостей азіатської моделі бізнес-аналізу є її орієнтація на вирішення соціальних проблем. В азіатських країнах існує високий рівень соціальної нерівності й бідності. У результаті компанії в Азії більшою мірою орієнтовані на вирішення соціальних проблем, чому на максимізацію прибутку.

Іншою особливістю азіатської моделі бізнес-аналізу є її орієнтація на широке коло соціальних проблем. В Азії соціальний бізнес аналіз використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття й зміна клімату.

Третьою особливістю азіатської моделі бізнес-аналізу є її орієнтація на якісні методи. В Азії соціальний бізнес аналіз часто містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю, фокус-групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

От деякі конкретні приклади особливостей азіатської моделі бізнес-аналізу:

- У Японії компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем бідності й нерівності. Наприклад, компанія Sony фінансує програми утвору й охорони здоров'я для дітей з малозабезпечених родин.

- У Китаї компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем екології. Наприклад, компанія Tencent інвестувала в проекти поновлюваної енергії й енергоефективності.

- В Індії компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Наприклад, компанія Infosys створила програму навчання й працевлаштування для молоді з малозабезпечених родин.

Звичайно, це лише деякі приклади того, як азіатська модель бізнес-аналізу використовується в різних країнах регіону. У кожній країні азіатського регіону існують свої особливості застосування соціального бізнес аналізу.

У цілому, азіатська модель бізнес-аналізу є більш орієнтованою на вирішення соціальних проблем і більш комплексною, чому інші моделі. Вона

дозволяє компаніям в Азії внести свій внесок у розвиток суспільства й зробити мир краще.

****Компанія Alibaba, один з найбільших Інтернет-компаній у світі, використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем у Китаї. Компанія співробітничает з місцевими співтовариствами для поліпшення доступу до утвору, охорони здоров'я й іншим соціальним послугам.**

У рамках соціального бізнес аналізу компанія Alibaba проводить дослідження, щоб зрозуміти, які соціальні проблеми найбільш актуальні в Китаї. Компанія також проводить опитування населення, щоб одержати їхній зворотний зв'язок.

На основі результатів цих досліджень компанія Alibaba розробляє програми й проекти, спрямовані на вирішення соціальних проблем. Наприклад, компанія Alibaba фінансує будівництво шкіл і лікарень у сільських районах Китаю. Компанія також надає гранти місцевим неурядовим організаціям, які працюють над вирішенням соціальних проблем.

У результаті цих зусиль компанія Alibaba добилася значного поліпшення життя людей у Китаї. Наприклад, кількість дітей, що відвідують школу в сільських районах Китаю, виросло на 10% за останні п'ять років.

Цей приклад показує, як азіатська модель застосування соціального бізнес аналізу може бути використана для вирішення соціальних проблем у країнах , що розвивати.

От ще один конкретний приклад:

****Компанія Samsung, один з найбільших виробників електроніки у світі, використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення сталого розвитку. Компанія розробила кодекс поведінки для своїх постачальників, у якому визначені вимоги до дотримання принципів сталого розвитку. Компанія також проводить регулярні перевірки своїх постачальників, щоб переконатися в дотриманні кодексу поведінки.**

У рамках соціального бізнес аналізу компанія Samsung проводить дослідження, щоб зрозуміти, як її діяльність впливає на навколишнє середовище й суспільство. Компанія також проводить опитування співробітників і клієнтів, щоб одержати їхній зворотний зв'язок.

На основі результатів цих досліджень компанія Samsung розробляє заходи щодо зниження негативного впливу своєї діяльності. Наприклад, компанія Samsung знизила викиди парникових газів на своїх заводах, а також побільшала використання поновлюваних джерел енергії.

У результаті цих заходів компанія Samsung добилася значного зниження негативного впливу своєї діяльності. Наприклад, компанія Samsung скоротила викиди парникових газів на 15% за останні п'ять років.

Цей приклад показує, як азіатська модель застосування соціального бізнес аналізу може бути використана для забезпечення сталого розвитку.

У цілому, азіатська модель застосування соціального бізнес аналізу має ряд особливостей, які відрізняють її від інших моделей.

- В азіатських країнах існує високий рівень соціальної нерівності й бідності. У результаті компанії в Азії більшою мірою орієнтовані на вирішення соціальних проблем, чому на максимізацію прибутку.

- Соціальний бізнес аналіз використовується для розв'язку широкого кола соціальних проблем. В Азії соціальний бізнес аналіз використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття й зміна клімату.

- Соціальний бізнес аналіз є більш орієнтованим на якісні методи. В Азії соціальний бізнес аналіз часто містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю, фокус- групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

Звичайно, це лише деякі приклади того, як соціальний бізнес аналіз використовується в Азії. У кожній країні азіатського регіону існують свої особливості застосування соціального бізнес аналізу.

Китайська модель соціального бізнес аналізу має ряд особливостей, які відрізняють її від інших моделей. Ці особливості обумовлені історичними, культурними й економічними факторами.

Однією з основних особливостей китайської моделі соціального бізнес аналізу є її орієнтація на вирішення соціальних проблем. Китай є країною, що розвивалися з високим рівнем соціальної нерівності й бідності. У результаті компанії в Китаї більшою мірою орієнтовані на вирішення соціальних проблем, чому на максимізацію прибутку.

Іншою особливістю китайської моделі соціального бізнес аналізу є її орієнтація на широке коло соціальних проблем. Китайська модель соціального бізнес аналізу використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття, зміна клімату, а також питання навколишнього середовища й охорони здоров'я.

Третьою особливістю китайської моделі соціального бізнес аналізу є її орієнтація на якісні методи. Китайська модель соціального бізнес аналізу часто містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю, фокус- групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

От деякі конкретні приклади особливостей китайської моделі соціального бізнес аналізу:

- Китайські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем бідності й нерівності. Наприклад, компанія Alibaba фінансує програми утвору й охорони здоров'я для дітей з малозабезпечених родин.

- Китайські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем екології. Наприклад, компанія Tencent інвестувала в проекти поновлюваної енергії й енергоефективності.

- Китайські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Наприклад, компанія Huawei створила програму навчання й працевлаштування для молоді з малозабезпечених родин.

Звичайно, це лише деякі приклади того, як китайська модель соціального бізнес аналізу використовується в Китаї. У кожній країні азійського регіону існують свої особливості застосування соціального бізнес аналізу.

У цілому, китайська модель соціального бізнес аналізу є більш орієнтованою на вирішення соціальних проблем і більш комплексної, чому інші моделі. Вона дозволяє китайським компаніям внести свій внесок у розвиток суспільства й зробити мир краще.

От кілька конкретних прикладів використання китайської моделі соціального бізнес аналізу:

- Компанія Alibaba використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем у Китаї. Компанія співробітничав з місцевими співтовариствами для поліпшення доступу до утвору, охорони здоров'я й іншим соціальним послугам.

- Компанія Tencent використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення сталого розвитку. Компанія розробила кодекс поведінки для своїх постачальників, у якому визначені вимоги до дотримання принципів сталого розвитку. Компанія також проводить регулярні перевірки своїх постачальників, щоб переконатися в дотриманні кодексу поведінки.

- Компанія Huawei використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Компанія створила програму навчання й працевлаштування для молоді з малозабезпечених родин.

Ці приклади показують, як китайська модель соціального бізнес аналізу може бути використана для вирішення соціальних проблем у країнах , що розвивати.

Індійська модель соціального бізнес аналізу має ряд особливостей, які відрізняють її від інших моделей. Ці особливості обумовлені історичними, культурними й економічними факторами.

Однією з основних особливостей індійської моделі соціального бізнес аналізу є її орієнтація на вирішення соціальних проблем. Індію є країною, що розвивалися з високим рівнем бідності, нерівності й безробіття. У результаті компанії в Індії більшою мірою орієнтовані на вирішення соціальних проблем, чому на максимізацію прибутку.

Іншою особливістю індійської моделі соціального бізнес аналізу є її орієнтація на широке коло соціальних проблем. Індійська модель соціального бізнес аналізу використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття, зміна клімату, а також питання навколишнього середовища й охорони здоров'я. Третьою особливістю індійської моделі соціального бізнес аналізу є її орієнтація на якісні методи. Індійська модель соціального бізнес аналізу часто містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю, фокус- групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

От деякі конкретні приклади особливостей індійської моделі соціального бізнес аналізу:

- Індійські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем бідності й нерівності. Наприклад, компанія Infosys створила програму навчання й працевлаштування для молоді з малозабезпечених родин.

- Індійські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем екології. Наприклад, компанія Tata Motors інвестувала в проекти поновлюваної енергії й енергоефективності.

- Індійські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Наприклад, компанія Reliance Industries створила програму навчання й працевлаштування для людей з обмеженими можливостями.

Звичайно, це лише приклади того, як індійська модель соціального бізнес аналізу використовується в Індії. У кожній країні азіатського регіону існують свої особливості застосування соціального бізнес аналізу.

У цілому, індійська модель соціального бізнес аналізу є більш орієнтованою на вирішення соціальних проблем і більш комплексної, чому інші моделі. Вона дозволяє індійським компаніям внести свій внесок у розвиток суспільства й зробити мир краще.

От кілька конкретних прикладів використання індійської моделі соціального бізнес аналізу:

- Компанія Infosys використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем в Індії. Компанія співробітничает з місцевими співтовариствами для поліпшення доступу до утвору, охорони здоров'я й іншим соціальним послугам.

- Компанія Tata Motors використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення сталого розвитку. Компанія розробила кодекс поведінки для своїх постачальників, у якому визначені вимоги до дотримання принципів сталого розвитку. Компанія також проводить регулярні перевірки своїх постачальників, щоб переконатися в дотриманні кодексу поведінки.

- Компанія Reliance Industries використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Компанія створила програму навчання й працевлаштування для людей з обмеженими можливостями.

Ці приклади показують, як індійська модель соціального бізнес аналізу може бути використана для вирішення соціальних проблем у країнах , що розвивати.

Особливості індійської моделі соціального бізнес аналізу:

- Орієнтація на вирішення соціальних проблем
- Орієнтація на широке коло соціальних проблем
- Орієнтація на якісні методи

Приклади використання індійської моделі соціального бізнес аналізу:

- Компанія Infosys використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем в Індії. Компанія співробітничав з місцевими співтовариствами для поліпшення доступу до утвору, охорони здоров'я й іншим соціальним послугам.

- Компанія Tata Motors використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення сталого розвитку. Компанія розробила кодекс поведінки для своїх постачальників, у якому визначені вимоги до дотримання принципів сталого розвитку. Компанія також проводить регулярні перевірки своїх постачальників, щоб переконатися в дотриманні кодексу поведінки.

- Компанія Reliance Industries використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Компанія створила програму навчання й працевлаштування для людей з обмеженими можливостями.

Модель соціального бізнес аналізу африканських держав має ряд особливостей, які відрізняють її від інших моделей. Ці особливості обумовлені історичними, культурними й економічними факторами.

Однією з основних особливостей моделі соціального бізнес аналізу африканських держав є її орієнтація на вирішення соціальних проблем. Африка є континентом з високим рівнем бідності, нерівності й безробіття. У результаті компанії в Африці більшою мірою орієнтовані на вирішення соціальних проблем, чому на максимізацію прибутку.

Іншою особливістю моделі соціального бізнес аналізу африканських держав є її орієнтація на широке коло соціальних проблем. Модель соціального бізнес аналізу африканських держав використовується не тільки для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище й суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як бідність, нерівність, безробіття, зміна клімату, а також питання навколишнього середовища й охорони здоров'я.

Третьою особливістю моделі соціального бізнес аналізу африканських держав є її орієнтація на якісні методи. Модель соціального бізнес аналізу африканських держав часто містить у собі якісні методи, такі як інтерв'ю,

фокус- групи й аналіз документів. Це дозволяє одержати більш повну виставу про соціальні наслідки діяльності бізнесу.

От деякі конкретні приклади особливостей моделі соціального бізнес аналізу африканських держав:

- Африканські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем бідності й нерівності. Наприклад, компанія M-pesa створила програму мікрофінансування для жінок- підприємців у Кенії.

- Африканські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем екології. Наприклад, компанія Safaricom інвестувала в проекти поновлюваної енергії й енергоефективності в Кенії.

- Африканські компанії часто використовують соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Наприклад, компанія Nestlé створила програму навчання й працевлаштування для молоді в Нігерії.

Звичайно, це лише приклади того, як модель соціального бізнес аналізу використовується в Африці. У кожній країні Африки існують свої особливості застосування соціального бізнес аналізу.

У цілому, модель соціального бізнес аналізу африканських держав є більш орієнтованою на вирішення соціальних проблем і більш комплексної, чому інші моделі. Вона дозволяє африканським компаніям внести свій внесок у розвиток суспільства й зробити мир краще.

От кілька конкретних прикладів використання моделі соціального бізнес аналізу африканських держав:

- Компанія M-pesa використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення соціальних проблем в Африці. Компанія розробила програму мікрофінансування для жінок- підприємців у Кенії. Ця програма допомогла тисячам жінок почати свій власний бізнес і поліпшити своє фінансове становище.

- Компанія Safaricom використовує соціальний бізнес аналіз для забезпечення сталого розвитку. Компанія інвестувала в проекти поновлюваної

енергії й енергоефективності в Кенії. Ці інвестиції допомогли знизити викиди парникових газів і поліпшити якість повітря в країні.

- Компанія Nestlé використовує соціальний бізнес аналіз для вирішення проблем зайнятості. Компанія створила програму навчання й працевлаштування для молоді в Нігерії. Ця програма допомогла тисячам молодих людей одержати необхідні навички й знайти роботу.

Ці приклади показують, як модель соціального бізнес аналізу може бути використана для вирішення соціальних проблем в Африці.

8.2 Перспективи розвитку соціального бізнес аналізу

Перспективи розвитку соціального бізнес аналізу пов'язані з декількома факторами, у тому числі:

- Ріст уваги до соціальної відповідальності бізнесу. В останні роки усе більше компаній визнають свою соціальну відповідальність і прагнуть внести свій внесок у розвиток суспільства. Це приводить до росту попиту на послуги соціального бізнес аналізу.

- Збільшення масштабів і складності соціальних проблем. У світі існує безліч соціальних проблем, які вимагають розв'язку. Ці проблеми стають усе більш масштабними й складними, що вимагає більш ефективних методів їх розв'язку. Соціальний бізнес аналіз може допомогти компаніям знайти вирішення цих проблем.

- Розвиток нових технологій. Нові технології, такі як штучний інтелект і машинне навчання, можуть допомогти поліпшити точність і ефективність соціального бізнес аналізу.

На основі цих факторів можна виділити наступні перспективи розвитку соціального бізнес аналізу:

- Розширення використання соціального бізнес аналізу компаніями. У майбутньому усе більше компаній будуть використовувати соціальний бізнес аналіз для оцінки свого впливу на суспільство й для розробки заходів щодо підвищення соціальної відповідальності.

- Удосконалювання методів соціального бізнес аналізу. Нові технології й дослідження дозволять поліпшити точність і ефективність соціального бізнес аналізу.

- Розширення сфери застосування соціального бізнес аналізу. Соціальний бізнес аналіз може бути використаний не тільки для оцінки впливу бізнесу на суспільство, але й для вирішення конкретних соціальних проблем.

Конкретні напрямки розвитку соціального бізнес аналізу можуть містити в собі:

- Розробку нових методів оцінки соціального впливу бізнесу. Ці методи повинні бути більш точними й урахувувати широке коло соціальних наслідків діяльності бізнесу.

- Розробку нових інструментів і технологій для соціального бізнес аналізу. Ці інструменти й технології повинні бути більш доступними й простими у використанні.

- Розширення співробітництва між бізнесом, урядом і неурядовими організаціями. Таке співробітництво дозволить об'єднати зусилля для вирішення соціальних проблем за допомогою соціального бізнес аналізу.

Соціальний бізнес аналіз має потенціал стати потужним інструментом для вирішення соціальних проблем і для створення більш стійкого й слухного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці / І. Новак // Україна: аспекти праці. Київ – 2017. – № 2. – С. 6-12.
2. Руденко О.В., Кондратюк О. М. Екологічна та облікова політики в управлінні промисловим підприємством. Ефективна економіка. 2019. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7108>.
3. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.
4. Мулик Т.О. Інтегрована звітність підприємства: стан та перспективи розвитку. Ефективна економіка: електронне фахове видання. 2019. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/61.pdf.
5. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчально-методичний комплекс дисципліни включає:

1. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування», затверджений та введений у дію наказом МОН України № 958 від 10.07.2019 року.
2. Робоча програма навчальної дисципліни.
3. Силабус навчальної дисципліни.
4. Конспект лекцій з дисципліни — Соціальна відповідальність // Уклад. І.А. Юр'єва. – Харків: НТУ —ХПІ, 2023. – 38 с. – Укр. мовою
5. Дидактичні матеріали до практичних занять та самостійної роботи студентів.
6. Пакети завдань для поточного та підсумкового контролю знань та ін.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова:

1 Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.

2 Гриньова В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / В. М.Гриньова, Г. Ю. Шульга. – К.: Знання, 2017. – 310 с.

3 Балуєва О. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / О. В. Балуєва, О. В. Боднарук. – Маріуполь: ДонДУУ, 2017. – 284 с.

4 Олійник О.О. Соціальна відповідальність Навч.посіб.- Рівне:НУВПГ,2017р.- 222с.

5 Загальні напрямки досліджень питань соціально-трудових відносин в організації/ Дослідження та оптимізація економічних процесів в готельно-ресторанному бізнесі : кол. монографія / За ред. Н.В. Якименко-Терещенко, Є.М. Строкова. – Харків : НТУ «ХП», 2019. – 100 с. : іл. http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/dotoep.pdf(*колективна монографія*)

6 Єсінова Н.І. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. –/ Н.І. Єсінова. – К.:Кондор, 2017. – 432 с.

7Впровадження інструментів бізнес-планування як механізму забезпечення економічної безпеки підприємства Дослідження та оптимізація економічних процесів в готельно-ресторанному бізнесі : кол. монографія / Т. С. Шовкопляс [та ін.] ; [ред.: Н. В. Якименко-Терещенко, Є. М. Строков] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХП", 2019. – 100 с.

8 Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. М. Колот [та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.

9 Матюха М.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб.[для дистанц. навч.] / М.М. Матюха – К.:Універ-т,,Україна”, 2017. – 306 с.

<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/42097>(колективна монографія)

10 Облік, аудит і оподаткування: теорія та практика : навчальний посібник для студентів спеціальностей 071 «Облік і оподаткування» / колектив авторів за заг. ред. проф. Давидюк Т. В. – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – 607 с. 1,74URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52695>.

Допоміжна :

11 Юр'єва І.А. Класифікація соціально-трудових відносин та соціальне партнерство на підприємстві / Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (Економічні науки)– Х. : НТУ «ХПІ», 2020. – № 3 . – С. 36-39– Бібліогр.: 9 назв. – ISSN . 2519-4461 – <http://journals.uran.ua/index.php/2519-4461>

12 Юр'єва І.А. Трудові ресурси підприємства: визначення та основні поняття/Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. — № 37 — (1313).— С.157http://library.kpi.kharkov.ua/files/Vestniki/2018_37.pdf

13 Юр'єва І.А., Бегунов А.І., Голеніщева Т.Ю. Аналіз соціально відповідальної поведінки та трудових відносин на підприємстві/ Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (Економічні науки)– Х. : НТУ «ХПІ», 2017. – № 29 (1200). – С. 9–13 – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN . 2079-0767

14 І. А. Юр'єва, В.А.Вакулук, М.О.Пархоменко Бізнес-Етика трудових відносин на підприємстві як напрямок психології управління// Вісник НТУ «ХПІ». Серія: *Економічні науки* – Х. : НТУ «ХПІ», 2017. – № 46 (1267). – С.9.– 14– Бібліогр.: 9 назв. – ISSN . 2519-4461

15 І. А. Юр'єваМоделювання взаємозумовлених трудових відносин на підприємстві Інноваційно-інвестиційне забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України : кол. монографія / ред. О. В. Манойленко. – Харків: НТУ "ХПІ", 2017. – Розд. 4. – С. 126-

132. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/32368>

16 Юр'єва І.А., Бегунов А.І. Шляхи впровадження системи соціальної відповідальності. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Харків 2017 Microcad 2017:), НТУ „ХПІ” Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези 17-19 травня 2017р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – 353 с.

<http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI->

17 Юр'єва І.А., Мартіросян Н.А. Впровадження елементів соціальної відповідальності як складової забезпечення економічної безпеки підприємств/Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції “Інновації в обліково-аналітичному забезпеченні та управлінні фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання – міждисциплінарний підхід». :ХНАМГ, 15-16 листопада 2018.

<https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/issue/view/32>

18 Юр'єва І.А. Впровадження принципів соціально-трудових відносин на підприємстві Збірник тез доповідей XXVII міжнародної науково – практичної конференції, «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» «MicroCAD-2019» (17-19 травня 2019 р., м. Харків) . – Харків : НТУ «ХПІ», 2019 р. С. 379

<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41414>

19 Юр'єва І.А. Система соціального партнерства на підприємстві Збірник тез доповідей XXVII міжнародної науково – практичної конференції, «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» «MicroCAD-2019» (17-19 травня 2019 р., м. Харків) . – Харків : НТУ «ХПІ», 2019 р. С. 379 <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41414>

20 Юр'єва І.А. Основи раціональної праці на підприємстві Щорічна (IX) міжнародна Internet - конференція студентів та молодих вчених [«Стратегії Інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність. Форвард-2019], (Харків 27 грудня 2019 р.). – Харків : НТУ «ХПІ». – 2019 р– С -163 –С.46-49.

21 Юр'єва І.А. Дослідження факторів формування соціально-трудових відносин Труди XIV Міжнародній науково-практичній конференції [«Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум – 2019»], (Харків 5 – 7 грудня 2019 р.). – Харків : НТУ «ХПІ». – 2019 р. – С -163 – 2019 р.- С.68-70

22 Юр'єва І.А. Теоретичні основи соціального партнерства сучасного підприємства Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2020 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2020. Т. 1 : Труди XVI-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум-2020» 2-4 грудня 2020 р. – 2020. С. 182–184 <http://web.kpi.kharkov.ua/eaiu/optimum-2020-ru/>

23 Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

24 Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.me.gov.ua>

25 Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.minfm.gov.ua>

26 Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

27 Офіційний сайт Міжнародної організації праці в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org.ua/>

28 Международный HR-стандарт SA 80001997 «Социальная ответственность» / HR-Portal / Сообщество HR-менеджеров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hrportal.ru/article/mezhdunarodnyi-hrstandart-sa-80001997sotsialnaya>.

29.Ініціативи соціальної відповідальності 2017 «Майкрософт Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.microsoft.com/ukraine>.

30 Корпоративная социальная ответственность. Общие понятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://un.by/print/ru/undp/gcompact/res/csr.html>.

31 Соціальна відповідальність бізнесу. – Режим доступу: <http://knowledge.allbest.ru/economy/>.

32 Соціальна відповідальність бізнесу: Центр перспективних соціальних досліджень НАНУ. – Режим доступу: <http://cpsr.org.ua/index.php>.

33 Соціально відповідальний бізнес в Україні. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.

34 Бізнес і соціальна відповідальність. Повні уроки. – Режим доступу: <http://school.xvatit.com/index.php>.

Навчальне видання

Конспект лекцій

з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу та бізнес-соціальний аналіз»
для студентів другого (магістрського) рівня вищої освіти для спеціальностей
071 «Облік і оподаткування» та 072 «Фінанси, банківська справа, страхування
та фондовий ринок»

Укладачі ТАТАРИНЦЕВА Юлія Леонідівна
ЮР'ЄВА Ірина Анатоліївна

Роботу рекомендував до видання проф. Міщенко В.А.

В авторській редакції

План 2024 р., поз. 343

Підп. до друку 15.02.2024. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.
Riso-друк. Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 0,7.
Наклад 30 прим. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ «ХП».
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 5478 від 21.08.2017 р.
61002, Харків, вул. Кирпичова, 2
