



**CENTRE
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DEVELOPMENT**
Opportunities. Leading.

РАЗВИТИЕ КСО ЧЕРЕЗ ПРЕПОДАВАНИЕ В УНИВЕРСИТЕТАХ КИШИНЕВ, 30 ОКТЯБРЯ

МАРИНА САПРЫКИНА, ЦЕНТР РАЗВИТИЯ КСО

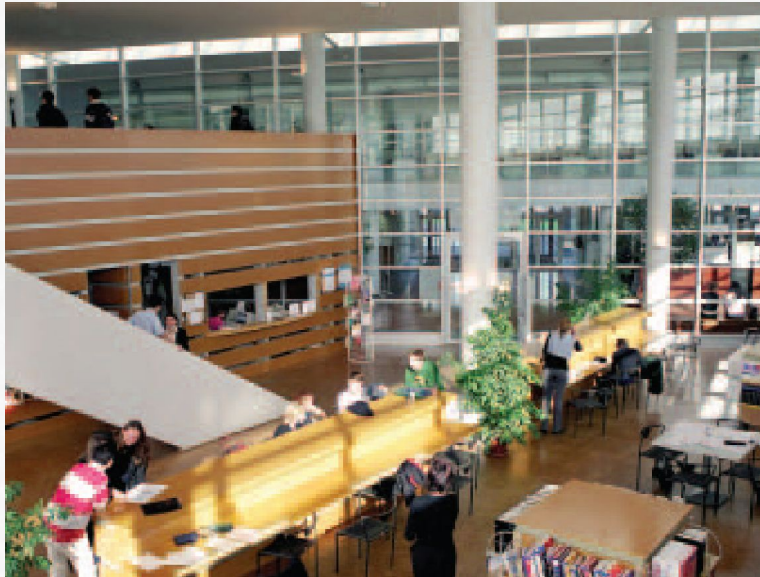
ЦЕЛИ ПРОЕКТА

- ВКЛЮЧЕНИЕ 2-4 ЧАСОВ ПРЕПОДАВАНИЯ КСО В ОБУЧАЮЩИЕ ДИСЦИПЛИНЫ “экономика предприятий”, “менеджмент предприятий”, “маркетинг”, которые преподаются в ВУЗах Украины;
- Разработка отдельной обучающей дисциплины “Социальная ответственность организации”
- Издание отдельного пособия по КСО



ПОЧЕМУ?

Поддержка идеи введения курса “Корпоративная социальная ответственность” в обучающие планы ВУЗов - 72% респондентов



- **Результаты исследования ЦЕНТРА “ISO 26000 – в регионы”, 2008**

АКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

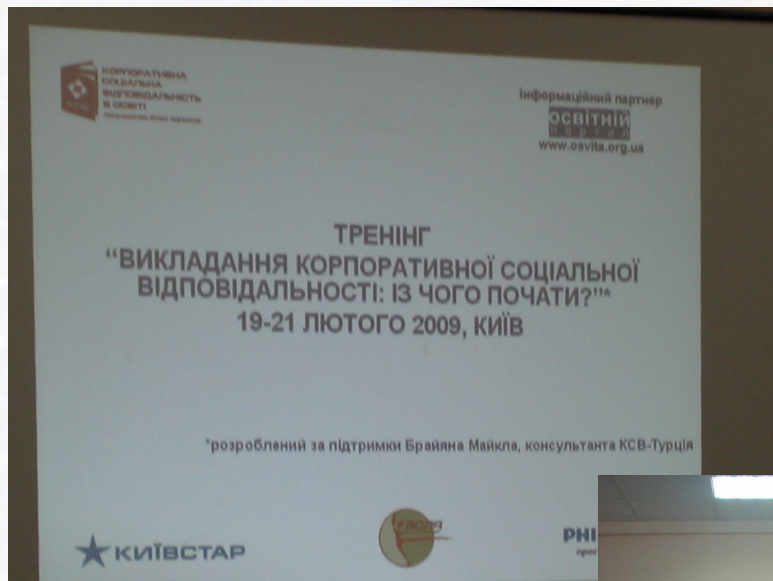


- Создание сети ВУЗов, которые готовы преподавать КСО
- Проведение тренинга по КСО для преподавателей для теоретического и практического знакомства с КСО
- Разработка программы и учебника
- Апробация программы
- Проведение мониторинга
- Разработка он-лайн портала для преподавателей и студентов по КСО
- Создание сети “Амбассадоры КСО”
- Создание международного правления Проекта (из представителей иностранных ВУЗов, где преподают КСО)

В СЕТЬ ВОШЛИ ВУЗа України

1. Запорізький національний університет, економічний факультет
2. Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи НБУ
3. Львівський Інститут менеджменту
4. Дніпропетровський національний університет ім. О.Гончара
5. Донецький державний університет управління
6. Донецький національний університет
7. Харківський національний економічний університет
8. Кіровоградський інститут регіонального управління та економіки
9. Одеський державний економічний університет
10. Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»
11. Черкаський національний університет
12. Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля
13. Тернопільський національний економічний університет
14. Тернопільський національний педагогічний університет ім. Володимира Гнатюка університет
15. Таврійський національний університет ім. В.І.Вернадського
16. ДВНЗ «Київський національний економічний університет» ім. Гетьмана
17. Національний університет «Києво-Могилянська Академія»
18. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка
19. Університет банківської справи НБУ
20. Національна академія державного управління при Президентіві України
21. Національний технічний університет України «КПІ»
22. Придніпровська державна академія будівництва і архітектури
23. Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана
24. Національний університет «Києво-Могилянська Академія»

Тренинг в Києве “Преподавание КСО в университете: с чего начать?”



Розробка плану визовних заходів за участю деканату: круглий стіл; вечорниці при свічках; конкурс екологічних проєктів;

- екскурсія на смітник; відвідання підприємств, екологічно-орієнтованих та соціально-відповідальних, ЖКГ, музеїв

Внесення змін у навчальні програми, плани, тематику дипломних і курсових робіт

Конкурс на самого соціально-відповідального викладача та студента під девізом «Здай лампочку – не здавай планету»

виготовлення разом із студентами табличок про економію води, світла

Нагородження кращих груп, кафедр

Повідомляти про енергозберігаючі продукти, Культура споживання енергоресурсів, Приклади реальної практики енергозбережень, розповсюдження презентації серед студентів, Розробка інвест-проєкту з енергозбереження в ВНЗ, Об'єднуватися в громади задля тиску на комунальні заклади, Участь у акції «Earth Hour», Проведення наради «Висвітлити питання про енергозберігаючі технології», Включити тему «Боротьба зі зміною клімату» в рамках викладання дисципліни «Екологічний менеджмент»

Магістерські дослідження

конкурс факультетів, конференція молодих вчених «Боротьба зі змінами клімату: вклад студентства», Розробка бізнес-плану з утилізації енергозберігаючих ламп та батарейок, Літня школа для студентів «Формування соціально-відповідального споживача», Електронна сторінка на сайті ВНЗу «Боротьба із змінами клімату», Форум з висвітлення наслідків діяльності підприємств на навколишнє середовище, Рейтинг підприємств регіону за результатами впливу на довкілля, Розповсюдження листівок і плакатів «Я за сталий розвиток»

Внутрішній рівень: навчання, просвіта; комунікація, конкурси, один день (година) без світу, толока, озеленення, система збереження

- підтримка позитивного морально-психологічного клімату, власний приклад, активізація СС,

зовнішній рівень: волонтерство; тренінги; участь у природоохор. проєкту

Разработка отдельного учебника

- 1. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ СВ (ІСТОРІЯ, ТЕОРІЇ, КОНЦЕПЦІЇ)**
- 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СВ: ДОСВІД РІЗНИХ КРАЇН.**
- 3. ТЕРМІНОЛОГІЯ СВ.**
- 4. СВ ЯК ЗАСАДНИЧА СТРАТЕГІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ І ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.**

Сутність СВ як засадничої стратегії корпоративного управління в компанії.
Значення КСВ для удосконалення ефективного розвитку бізнесу, нефінансові ризики.

Підвищення ефективності діяльності з СВ через Раду директорів.

Корпоративний кодекс поведінки і конфлікти інтересів.

Роль КСВ-менеджера в компаніях: статус, основні функції, кваліфікація, типові обов'язки, професійні стандарти

Бізнес-кейс компанії: причини, які спонукали займатись СВ, як почало працювати, методи вдосконалення; стратегії і заходи корпоративного управління і роль СВ в них.

Разработка отдельного учебника

■ 5. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СВ

- Місце і роль міжнародних стандартів в процесі формування СВ. Міжнародні кодекси та стандарти корпоративної поведінки за класифікацією Петра Мазуркевича.
- *«Кодекси прагнення»* (“Рекомендації Організації з економічного співробітництва та розвитку щодо діяльності багатонаціональних корпорацій”; “Всесвітній Договір ООН” (UN Global Compact); “ Декларація МОП основних принципів та прав у світі праці”; ISO26000
- *Нормативи діяльності* (серія ISO 9000, 14000, 18000, кодекс “Соціальна відповідальність 8000”
- *Вимірники результативності діяльності* (Всесвітня Ініціатива Звітування; Стандарт перевірки звітності AA1000; бенчмаркінг)
- *Кейси по адаптивному використанню міжнародних кодексів і стандартів в процесі формування СВ вітчизняних підприємств.*

■ 6. СВ РІЗНИХ СОЦІАЛЬНИХ ГРУП (ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР, БІЗНЕС-СТРУКТУР, ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ, ПРОФСПІЛОК, АКАДЕМІЧНИХ УСТАНОВ, ОРГАНІЗАЦІЙ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ)

- **соціальна відповідальність держави** (телеологічна функція держави у сфері КСВ (забезпечення правового поля, ініціатива та контроль щодо соціальної відповідальності; держава як корпоративний союз (відповідальність щодо забезпечення громадян суспільними благами); соціальна діяльність держави і сталий розвиток)
- **СВ бізнесу** (відповідальність перед партнерами, співвласниками, державою (дотримання законодавства та контрактів, партнерських угод тощо; відповідальність перед суспільством (безпека виробництва і його результатів для життя та здоров'я людей) і навколишнім середовищем; соціальні проекти та доброчинність)
- **СВ місцевих органів влади** (взаємодія з громадою та місцевими недержавними організаціями, взаємодія з бізнесом, взаємна відповідальність, спільні проекти, діяльність у галузі екологічної безпеки та охорони довкілля)
- **СВ освіти та наукових закладів** (соціальна відповідальність освіти (фаховість підготовки студентів, формування соціальних стандартів громадянської поведінки та економічної діяльності, організація соціальної роботи у НЗ), СВ науки (взаємодія з бізнесом – забезпечення науково-технічними розробками; взаємодія з урядом – економічне прогнозування та розробка стратегії), взаємодія освіти та науки в контексті КСВ)
- **СВ споживачів** (споживчий вибір як підтримка моделі соціально-відповідального бізнесу, культура споживання, активність споживачів та зворотній зв'язок з органами влади, бізнесом та місцевою владою)

Разработка отдельного учебника

▪ 7. МОДЕЛІ СВ.

- Поняття моделі СВ.
- Американська модель СВ.
- Європейські моделі СВ (скандинавська, англійська, іспанська, нової Європи)
- Японська модель СВ.
- латиноамериканська модель СВ.
- Становлення моделі СВ на теренах СНД.

▪ 8. ДІАЛОГ ІЗ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ І ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ.

- картування і планування діалогу із стейкхолдерами.
- консультації із стейкхолдерами.
- залучення стейкхолдерів на різних етапах впровадженн стратегії СВ.
- звітування перед стейкхолдерами, механізм зворотнього зв'язку.

▪ 9. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ І ЧЕСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ

- Правова відповідність, антикорупція та заходи проти хабарництва
- Підзвітність і прозорість.
- Етична поведінка.
- Визнання стейкхолдерів (зацікавлених сторін) та їхніх питань/зауважень.
- Відповідальне політичне залучення.
- Чесна конкуренція.
- Просування соціальної відповідальності через мережу постачальників
- Повага до прав власності

Разработка отдельного учебника

▪ **10. ПРАВА ЛЮДИНИ І ТРУДОВІ ПРАКТИКИ.**

- Права людини і трудові практики як предмет КСВ.
- Міжнародні, європейські і українські стандарти прав людини (Загальна декларація прав людини, Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права, Міжнародний пакт про громадянські і політичні права, Конвенція про права дитини)
- Досвід комерційних компаній України щодо протидії порушенню прав людини.
- Міжнародні, регіональні, українські стандарти праці і трудових відносин (Стандарти МОП, Європейська Соціальна Хартія, Право на зайнятість, Право працівників на свободу зібрань, колективні переговори і колективні договори, Право на безпечні умови праці, Право на гідну винагороду праці, Право на соціальний захист у сфері праці, Право на освіту, Право на відпочинок, заборона дискримінації, заборона примусової праці, заборона дитячої праці)
- Структура показників внутрішньої КСВ
- Кращі трудові практики КСВ в Україні

▪ **11. ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ.**

- Стан екології - глобальна проблема.
- Міжнародні ініціативи із навколишнього середовища (Декларації (Ріо-де-Жанейро, директиви, стандарти ISO 14001, 14000, Цілі розвитку тисячоліття).
- Законодавство України про охорону навколишнього середовища.
- Основні принципи і напрямки впровадження КСВ в сфері екології: зменшення забруднення навколишнього середовища, збалансоване використання ресурсів, зменшення негативних наслідків клімату і адаптація до них, захист і відновлення навколишнього середовища.
- Міжнародний і український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності.

Разработка отдельного учебника

▪ 12. СОЦІАЛЬНЕ-ВІДПОВІДАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ.

- Міжнародні ініціативи із захисту прав споживачів (Керівні директиви ООН по захисту споживачів),
- Законодавство України в сфері захисту прав споживачів
- Основні принципи і напрямки впровадження КСВ в сфері захисту прав споживачів: чесні практики маркетингу, інформування і укладання угод; захист здоров'я і безпеки споживачів; збалансоване споживання; обслуговування і підтримка споживачів і вирішення спорів; захист персональних даних і конфіденційності споживачів; доступ споживачів до необхідних послуг, просвітництво споживачів.
- Міжнародний і український досвід впровадження принципів соціальної відповідальності по відношенню до споживачів.
- бізнес-кейси Чи займається ваша фірма такими напрямками діяльності як формування стандартів якості життя, культури споживання?
- Які чинники стимуляції покупців використовуються вашою фірмою при рекламі своєї продукції?

▪ 13. ЗАЛУЧЕННЯ І РОЗВИТОК ГРОМАД

- Історіографічні аспекти залучення і розвитку громад. Етапи розвитку КСВ у регіоні:
- Становлення соціальної інфраструктури компаній під час розвитку їх діяльності у регіоні;
- Поступовий перехід від разової допомоги фізичних осіб та організацій до фінансування цілеспрямованих програм. Формування уявлення про КСВ у діловому середовищі та місцевому населенні.
- Інституціоналізація корпоративної філантропії, виокремлення корпоративних та приватних фондів, залучення некомерційних організацій до реалізації корпоративних програм, професіоналізація; активні дискусії з питань соціальної відповідальності, розвиток приватно-державного партнерства з громадою.
- Завоювання бізнесом довіри місцевого населення через дослідження проблем громад та їх врахування у стратегію компанії.
- Особливості розвитку соціальної відповідальності у регіонах України. Найбільш ефективні моделі співпраці у ланцюжку «компанія – місцева адміністрація – громада»: конкурсний відбір до вибору соціальних програм, сумісна робота адміністрації та фінансових підрозділів компанії над бюджетом муніципалітету тощо.
- Участь компаній у соціальному розвитку регіонів. Узгодженість дій з місцевою та регіональною владою, залучення у цей процес малого та середнього підприємництва.

Разработка отдельного учебника

▪ 14. СТРАТЕГІЇ СВ ТА ПРОЦЕДУРИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ.

- відношення характеристик компанії к практикам соціальної відповідальності.
- сфери впливу організації
- впровадження СВ в практики і процедуру компанії.
- обмін інформації із соціальної відповідальності.

▪ 15. ЗАГРОЗИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СВ ТА СПОСОБИ ЇХ ХЕДЖУВАННЯ

- *Загрози з реалізації стратегії соціальної відповідальності.* Ідентифікація загроз та їх класифікація. Кількісний та якісний аналіз загроз з реалізації стратегії соціальної відповідальності.
- *Державний та корпоративний рівні хеджування загроз з реалізації стратегії соціальної відповідальності.* Соціальні загрози та стратегія соціальної безпеки України.
- *Ризик-менеджмент КСВ.* Види ризиків з реалізації стратегії СВ підприємствами. Особливості управління ризиками діяльності соціально-відповідальної компанії. Напрями та методи регулювання ступеня ризику.
- *Кейси – ілюстрації загроз (проблем) з реалізації стратегії соціальної відповідальності.*

16. ІНДИКАТИВНА БАЗА СВ.

▪ 17. ЗВІТНІСТЬ ІЗ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (ІСТОРІЯ, тенденції, ризики)

▪ 18. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ (ГУДВІЛУ) СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОЇ КОМПАНІЇ

- Основні параметри та особливості оцінювання ділової репутації соціально-відповідальної компанії. Методика побудови перцепційної карти сукупної ділової репутації та результативних характеристик бізнесу.
- Методи визначення грошового потоку від використання переваг ділової репутації соціально відповідальної компанії.
- Методи оцінювання вартості ділової репутації підприємства (бухгалтерський метод; аналітичний метод оцінювання ділової репутації; оцінювання ділової репутації за допомогою показників ділової активності; метод чистих активів; метод надлишкових прибутків; метод дисконтування майбутніх прибутків; метод звільнення від роялті; метод мультиплікатора М; метод розрахунку вартості знака для товарів і послуг та фірмового найменування; інші).
- *Кейси - ілюстрації методів оцінювання ділової репутації (гудвілу) соціально-відповідальних компаній*

▪ 19. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОГРАМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

- моніторинг и оцінка.
- соціальний аудит.
- зворотній зв'язок від стейкхолдерів.
- комунікації з СВ.

Конкурс бизнес-кейсов по КСО

Генеральний партнер



Телекомунікаційний партнер



Партнер



Юридичний партнер



Всеукраїнський конкурс бізнес-кейсів з корпоративної соціальної відповідальності

30 червня 2009 р.
Київ, Radisson SAS Hotel



Офіційне відкриття

детальна інформація та реєстрація: (044) 558 77 32
case@csr-ukraine.org

Генеральний медіапартнер



Стратегічний медіапартнер



Офіційний медіапартнер



Інтернет-партнер



Головний медіапартнер



Інтернет-партнер



Правовий
медіапартнер



Діловий
телевізійний
партнер



перший діловий

Лінки:

- Контактні дані
- Новини проекту
- Активності проекту
- Матеріали тренінгів
- Кращі практики
- Публікації
- Форум
- Методики викладання
- Фото галерея
- Результати проекту
- БД рецензентів-екпертів
- Міжнародне правління Проекту
- (окремий вхід для студентів, викладачів, партнерів)

Спасибо!

МАРИНА САПРЫКИНА, ЦЕНТР РАЗВИТИЯ КСО

+38 050 685 04 31

ms@csr-ukraine.org

www.csr-ukraine.org