**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

**Кафедра соціології та політології**

**КОНТЕНТ ЛЕКЦІЙ**

**з навчальної дисципліни**

**«Соціальний аудит в організаціях»**

**Харків – 2020**

**Тема 1. Історична еволюція теорії та практики соціального аудиту**

1. Гносеологічні корені аудиту.
2. Місце соціального аудиту в системі соціальних наук.
3. Предмет вивчення дисципліни «Соціальний аудит та інспектування.
4. Зміст і структура дисципліни «Соціальний аудит та інспектування», їх відповідність потребам підготовки соціальних працівників.

Поняття «аудит» походить від латинського «audio», що означає «чути», «слухати». Можна стверджувати, що елементи фінансового аудиту виникли в європейських країнах ще в середні століття, коли облікові книги стали фігуривати в якості речового доказу в суді. З XXI століття у багатьох країнах був введений правовий контроль облікових книг і став використовуватися термін «аудитор» для позначення людей, які заються перевіркою облікових записів.

Виникнення аудиту, таким чином, пов'язане з поділом інтересів тих, хто безпосередньо займається управлінням організацією, і тих, хто вкладає гроші в її діяльність (власник, акціонери, інвестори).

Можна навести й деякі інші, більш розвинені визначення фінансового аудиту та понять, пов'язаних з ним. «Аудит - це підприємницька діяльність, що передбачає незалежність аудітора і добровільність його вибору клієнтом, рівноправність у взаємовідносинах з клієнтом, звіт перед ним. Аудит виступає як послуга, яку оплачує клієнт і яка виконується на основі громадянського права і господарських договорів. Вона спрямована на поліпшення фінансового стану клієнта, залучення пасивів (інвесторів, кредиторів), а також на надання консультаційної допомоги клієнту. видаючи офіційне аудиторський висновок, аудитор в першу чергу покликаний зміцнити довіру до звітності з боку користувачів. Після проведення робіт аудитори зобов'язані повідомляти свої висновки клієнтам. Вони повинні бути гранично ясними, щоб при їх використанні можна було досягти максимального економічного ефекту. Метою аудиту є висловлення думки про достовірність фінансової звітності аудіруємих осіб і відповідності порядку ведення бухгалтерського обліку законодавству. Під достовірністю розуміється ступінь точності даних фінансової звітності, яка дозволяє користувачеві цієї звітності на підставі її даних дати правильні висновки про результати діяльності, фінансовий та майновий стан аудіруемих осіб і приймати базуються на цих висновках управлінські рішення.

Економічний і соціальний прогрес здійснюється на основі усвідомлення взаємної вигоди, яку можуть з нього витягти власники, наймані працівники, клієнти та місцеве населення. Але для цього треба володіти інструментами, які дозволяють порівняти ті зміни, які відбуваються на підприємстві в зв'язку з його еволюцією. У финансовій сфері аудит вже став усталеною практикою. Аудит існує також і в області соціальних відносин, однак тут він повинен прийняти значно більших масштабів. Соціальний аудит здатний дати соціальним партнерам на підприємстві, органам влади, професіональним об'єднанням об'єктивну інформацію, сформовану внаслідок обстеження реального стану справ і вивірену компетентними і незалежними аудиторами. Ця інформація буде живити соціальний діалог і допоможе відповідальним особам прийняти більш вивірені рішення, стежити за їх реалізацією, усвідомити можливі труднощі, вчасно вжити необхідних заходів. Соціальний аудит дозволить також зміцнити довірливі стосунки між підприємствами і інвесторами, що є необхідною умовою для сталого розвитку партнерських відносин.

**Тема 2. Особливості соціального аудиту: зарубіжний досвід**

1. Соціальна відповідальність (СВ) як теоретична основа соціального аудиту.
2. Національні системи соціальних відносин та аудиту.
3. Вплив особливостей американської цивілізації на соціальний аудит (СА).
4. Характерні риси Французької моделі СА.
5. Особливості управління соціальними відносинами на японському підприємстві.
6. Система соціальних стандартів в Україні.

СВ не виникла раптом, вона повільно еволюціонувала в часі та стала частиною щоденного словника лише в останнє десятиріччя, особливо в Північній Америці та Західній Європі. Ідея корпоративної соціальної відповідальності виникла у 1950-ті роки та з роками поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими й потужнішими.

Фактори, що сприяють просуванню соціальної відповідальності бізнесу:

- нові занепокоєності й очікування громадян, споживачів, органів державної влади та інвесторів у контексті глобалізації й широкомасштабних індустріальних змін;

- соціальні критерії дедалі більше впливають на інвестиційні рішення окремих осіб та інституцій і як споживачів, і як інвесторів;

- зростаюче занепокоєння стосовно шкоди довкіллю, заподіяної економічною діяльністю;

- прозорість діяльності бізнесу, що стала можливою завдяки засобам масової інформації та сучасним інформаційним і комунікаційним технологіям.

Існує широке різноманіття концепцій СВБ, яке виникало по мірі того, як суспільство бачило нову роль бізнесу, а очікування суспільства на цей рахунок зростали. Деякі з цих концепцій продемонстровані нижче:

Концепція економічної відповідальності. Спочатку СВБ розуміли як економічну відповідальність фірми за здійснення ділових операцій та підтримування рентабельності, в той час, коли знаменита “невидима рука” ринку автоматично перетворює особисті інтереси у спільні. Як переконаного прибічника цієї теорії часто згадували МілтонаФрідмана (“Капіталізм і свобода”, 1962). Часто цитують його ідею про те, що “існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за умови, що він додержується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства”.

Концепція базової бізнес-стратегії передбачає, що бізнес не може процвітати, якщо суспільство, в якому він ведеться, функціонує невдало. «Корпоративна відповідальність» стосується заходів, які здійснюють підприємства для підтримання та розширення цього симбіотичного взаємозв’язку. Якщо дії як секторів бізнесу, так і суспільств успішні, то «підгонка» цих двох суб’єктів один до одного допомагає заохочувати атмосферу взаємної довіри та передбачуваності, яка сприяє веденню бізнесу та підвищує економічний, соціальний та екологічний добробут.

Концепція обов’язків. Керролл (1979) стверджує, що про корпорації слід судити не лише за їхнім економічним успіхом, але й за неекономічними критеріями. Щоб виконувати належну корпоративну громадянську роль, корпорація повинна виконувати наступні обов’язки.

Соціально відповідальна ділова практика в Україні походить від багатьох різних факторів. Деякі з них характерні для України, інші більш міжнародні; деякі – історичні за характером, інші – сучасні.

Філантропія та пожертвування на соціальні потреби досі сприймаються як найтиповіша форма СВБ-діяльності в Україні. У той же час існує практика, котра демонструє ширше залучення бізнесу до СВБ-діяльності на робочому місці, а також відносно покупців і постачальників. Отже, СВБ стає частиною соціального та бізнесового життя, переходячи від простіших до більш розвинених форм і концепцій.

**Тема 3. Аудит системи управління людськими ресурсами**

1. Основні завдання та напрями аудиту системи управління людськими ресурсами.
2. Аудит формування персоналу.
3. Оцінка якості планування персоналу в організації.
4. Критерії оцінки соціальної та економічної ефективності управління наймами персоналу.
5. Аудит організації та нормування праці.
6. Соціологічні показники в галузі організації та нормування праці в системі соціально-трудового аудиту.
7. Аудит системи управління розвитком персоналу.

Корпоративна соціальна відповідальність є досить складним феноменом, в ній виділяються **зовнішній та внутрішній виміри**.

Так, у трактуванні Європейської Комісії (поданої, наприклад, у Комюніке Європейської Комісії з КСВ 2002 р.) до **зовнішньої КСВ** належить:

1. співпраця з місцевими громадами;
2. взаємини з бізнес партнерами, постачальниками і споживачами (так званими групами впливу);
3. дотримання прав людини в бізнес діяльності;
4. глобальні екологічні проблеми.

**Внутрішній вимір КСВ** охоплює:

1) управління людськими ресурсами;

2) охорона здоров’я та безпека праці;

3) адаптація до змін;

4) управління впливами на довкілля та використання природних ресурсів.

Враховуючи особливості ведення бізнесу в Україні (важкий податковий тягар, втручання контролюючих органів у діяльність бізнесу тощо), тут досить складно впроваджувати КСВ, тому виникло поняття рівнів КСВ.

Виділяється 4 **рівні КСВ**:

1. Компанія виробляє якісний і безпечний продукт і сплачує податки, тобто працює в правовому полі.
2. 1+ компанія забезпечує соціальний пакет для працівників.
3. 1+2+ участь у доброчинних справах.
4. 1+2+3+ соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу і розвиток громади.

КСВ в компанії впроваджується через корпоративні соціальні ініціативи. Корпоративні соціальні ініціативи – це основні заходи, які здійснює компанія задля підтримки суспільно корисних справ та виконання зобов’язань щодо корпоративної соціальної відповідальності.

Гуру маркетингу Філіп Котлер визначає шість типів соціальних ініціатив, які можуть використовувати компанії:

1. Просування доброї справи.
2. Доброчинний маркетинг.
3. Корпоративний соціальний маркетинг.
4. Корпоративна філантропія.
5. Волонтерська робота на користь громади.
6. Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу.

**1) Просування доброї справи.** Компанія надає кошти, грошові та інші корпоративні ресурси, аби привернути увагу суспільства до певної соціальної проблеми або допомогти зібрати кошти, залучити учасників та волонтерів.

**Ключова стратегія –** стратегія переконливого спілкування з метою:

* Пробудити усвідомлення та занепокоєння соціальним питанням;
* Переконати людей дізнатися більше про проблему;
* Переконати людей пожертвувати свій час, гроші чи немонетарні ресурси на добру справу.

**Вигоди для компаній:**

* Можливість фігурувати в матеріалах з просування в ЗМІ;
* Вищій рівень задоволеності працівників;
* Налагодження міцних стосунків з місцевими громадами.

**Недоліки:**

* Помітність участі корпорації у компанії може нівелюватися;
* Більшість матеріалів з просування є недовговічними;
* Важко простежити обсяг інвестицій і прибутків від кампанії;
* Внаслідок розголосу до компанії звертаються по гроші інші НДО, які опікуються проблемою;
* Ініціатива вимагає більше часу і зусиль, ніж звичайні грошові пожертви;
* Компанії з просувань зазвичай легко скопіювати, що може зводити нанівець досягнення запланованих конкурентних переваг.

Вдаватися до такої ініціативи варто **за таких умов**:

* Коли компанія має легкий доступ до великої цільової аудиторії;
* Коли доброчинна справа може бути пов’язана і підтримана продукцією компанії;
* Коли персонал з ентузіазмом ставиться до справи;
* Коли компанія прагне обмежити свою участь інформуванням громадськості й пробудженням інтересу до питання;
* Коли є нагода спільно просувати бренд (приміром, разом з неприбутковою організацією), а не виступати одним з багатьох спонсорів.

**Ключові фактори успіху:**

* Ретельний вибір соціального питання, яке можна пов’язати з продукцією та цінностями компанії;
* Це має бути справа, над якою можна працювати протягом тривалого часу;
* Вона повинна цікавити клієнтів і цільову аудиторію, а також мати шанси на висвітлення в ЗМІ.

**2) Доброчинний маркетинг.**

Компанія зобов’язується робити внески чи відраховувати відсотки від обсягів продажу на доброчинну справу. Зазвичай ця ініціатива розрахована на певний час, певний продукт і певну благодійну справу.

Зв’язок з обсягом продажу продукції чи операціями є найбільш характерним для такої ініціативи. Це єдина ініціатива, де рівень корпоративних пожертв залежить від дій споживачів.

**Тема 4 Механізми реалізації соціального аудиту**

1. Процедура проведення СА.
2. Основні документи на проведення СА.
3. Права та обов’язки соціальних аудиторів.
4. Планування СА.
5. Підготовка основних документів для проведення СА.

Корпоративний соціальний маркетинг – це засоби, застосовуючи які компанія підтримує розробку та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до покращення громадського здоров’я та безпеки, захисту довкілля чи суспільного добробуту.

Корпоративні соціальні маркетингові кампанії зазвичай спрямовані на просування моделей поведінки, які сприяють вирішенню таких питань:

Охорона здоров’я (запобігання курінню, ВІЛ/СНІДу тощо).

Запобігання травматизму і смертності (безпека руху, поведінка на воді).

Охорона довкілля (раціональне використання водних ресурсів, енергозбереження, запобігання забрудненню довкілля побутовим сміттям).

Соціальна активність громадян (волонтерство, участь у виборах тощо).

Потенційні проблеми:

Зазвичай споживачі скептично ставляться до мотивів, з яких компанія просуває соціальну ініціативу.

Багато питань і ініціатив потребують спеціальних знань в галузі медицини, техніки, тощо.

Зміна поведінки не відбувається миттєво. До цього необхідно бути готовими, планувати декілька етапів компанії, розробляти проміжні індикатори, які будуть відображати зрушення в поведінці.

Розробка чи підтримка кампанії соціального маркетингу потребує більше зусиль, ніж просто дати кошти на доброчинність.

До соціально маркетингу слід вдаватися:

Коли головні завдання ініціативи відповідають корпоративним маркетинговим цілям і завданням;

Коли питання, вирішенням якого організація хоче зайнятися, несе в собі можливість зміни поведінки людей;

Коли кошти на підтримку ініціативи виділяються переважно з бюджету департаменту маркетингу, а відтак ця структура управляє ініціативою, яка інтегрується в систему маркетингових комунікацій;

Коли модель поведінки, яку намічено запровадити можна прив’язати до одного або декількох корпоративних продуктів, а потім інтегрувати їх в характеристики товару, політику ціноутворення, канали дистрибуції та промо заходи.

Корпоративна філантропія – це прямі пожертви, які компанія віддає доброчинній організації чи на добру справу, найчастіше у формі грошових грантів, внесків та/або послуг. Можливо, це найбільш традиційна з усіх корпоративних соціальних ініціатив.

Типові програми:

Грошові пожертви;

Грантові програми;

Фінансування стипендій;

Надання послуг;

Консультативна допомога;

Надання можливості користуватися приміщенням, обладнанням та каналами розповсюдження.

Обсяги філантропічних видатків можуть бути різними. Багато компаній визначають суму пожертв на основі прибутків попереднього року. За даними організації «Бізнес за соціальну відповідальність», середній показник видатків на філантропію становить від 0,7 % до 1,3% доходу корпорацій.

Потенційні проблеми:

Філантропія менш помітна, порівняно з просуванням доброчинної справи, корпоративним і соціальним маркетингом, невід’ємною частиною яких є комунікаційні засоби.

Багато людей вважають, що до філантропії не потрібно привертати увагу, щоб вона не перетворилася на «піарівськи штучки», з іншого боку, споживачі чекають від компаній філантропії і часто приймають рішення про покупку, пам’ятаючи про її доброчинність.

Щоб оцінити ефективність філантропічної діяльності, менеджерам необхідно отримати інформацію від неприбуткових організацій, які можуть не мати механізмів оцінки ефективності.

В компаніях, де не сформульовані чіткі цілі і правила філантропічної діяльності, менеджери змушені будуть витрачати чимало часу на узгодження обсягів і типів пожертв.

Волонтерська робота на користь громади – це ініціатива, суть якої полягає в тому, що корпорація підтримує і заохочує своїх працівників, партнерів по дистрибуцій ній мережі та/або франчайзі добровільно працювати для підтримки місцевих громадських організацій та доброчинних акцій. Працівники-волонтери можуть безплатно надавати свій досвід, таланти, ідеї або фізичну працю.

Типові програми:

 пропагування в межах компанії етичних цінностей, що заохочують працівників добровільно працювати на користь громади;

рекомендування працівникам конкретних добрих справ і доброчинних організацій та надання детальної інформації про те, як стати волонтером;

оплата часу, витраченого працівниками на волонтерські проекти;

організація груп волонтерів для підтримки конкретних доброчинних справ, які обрала компанія.

відзначення найкращих волонтерів.

Потенційні проблеми:

Волонтерська робота працівників може обійтися надто дорого для компанії;

Волонтерські зусилля окремих працівників можуть розпорошуватися на різноманітні справи і компанія не зможе реально вплинути на соціальні зміни;

Якщо зусилля робітників розпорошені по усьому світу, то вони не будуть пов’язуватися у громадській свідомості з компанією і брендом;

Складно відстежувати перебіг волонтерських проектів і їх результати;

Волонтерська робота – це індивідуальна справа, і якщо компанія прагне використати волонтерство для зміцнення бренду чи своєї репутації, це може ослабити ентузіазм працівників, навіть знизити окупність ресурсів, інвестованих компанією у волонтерський проект.

До волонтерської роботи слід долучатися, коли:

Волонтерська складова буде посилювати інші соціальні ініціативи компанії;

Група працівників виявляє інтерес до певної доброї справи, яка пов’язана з бізнесом і цілями громадської діяльності компанії;

Громада гостро потребує допомоги, яку їй можуть надати працівники компанії;

Авторитетна громадська організація звертається по допомогу з питань, які є цікавими для співробітників і пов’язані з бізнесом компанії;

Робота волонтерів допомагає виходити на нові ринки чи створювати нові продукти/послуги.

Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу – це вільний вибір, який робить корпорація, приймаючи бізнес-рішення або здійснюючи інвестиції, які підтримують соціальні ініціативи, спрямовані на підвищення добробуту громадян чи захист довкілля.

Типові соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу:

Проектування виробництва з урахуванням вимог безпеки та охорони довкілля;

Прийняття рішень щодо розміщення та будівництва заводів, розташування крамниць з урахування інтересів і потреб місцевої громади;

Модифікація технологічних процесів, що приводить, наприклад, до зменшення токсичних відходів;

Припинення випуску продуктів, що є шкідливими для здоров’я, хоча законом і не забороняються;

Вибір постачальників, які використовують екологічно безпечні технології;

Використання сировини і упаковки, що завдають мінімальної шкоди довкіллю;

Надання повної інформації про продукт, його складові і потенційні ризики, що виникають при його вживанні;

Розробка програм з охорони здоров’я працівників;

Звітування про діяльність компанії;

Запровадження особливих стандартів дитячого маркетингу, включно з відповідальною комунікаційною політикою і адекватною дистрибуцією;

Забезпечення доступу до продуктів та послуг для людей з особливими потребами;

Захист приватної інформації споживачів.

Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу слід запроваджувати, коли:

Компанія має фінансові стимули з боку уряду або регуляторних органів до запровадження бізнес-підходу, сприятливого для довкілля;

Нова практика дозволить зменшити експлуатаційні витрати, а також допоможе вирішенню соціальної проблеми;

Існуючий бізнес-підхід може вважатися таким, що породжує соціальну проблему;

Нова практика може стати фактором виокремлення бренду цільовою аудиторією;

Існує можливість створення альянсу, який зміцнює позиції бренду;

Новий підхід може покращити якість чи характеристики продукції;

Нові підходи зміцнюють зв’язки з постачальниками чи дистриб’юторами.

Підводячи підсумки, можна зазначити, що сучасний бізнес, навіть український, все більше усвідомлює той факт, що бути соціально відповідальним – це не тільки модно, а й прибутково, головне робити це щиро і в руслі основних бізнес інтересів компанії.

**Тема 6. Зміст соціального інспектування**

1. Поняття «соціального інспектування».
2. Діагностування складних життєвих обставин.
3. Фактори, що негативно впливають чи можуть вплинути на забезпечення життєдіяльності дитини в сім’ї.
4. Етапи, що включають зміст соціального інспектування.

Соціальне інспектування сімей з дітьми, які опинилися у складних життєвих обставинах, - це візит до сім'ї (з попередженням чи без нього) групи уповноважених осіб з метою ознайомлення зі станом справ у сім'ї, у першу чергу, – стану утримання, розвитку й виховання дітей (дитини).

Соціальне інспектування - це система заходів, спрямованих на виявлення, здійснення аналізу, нагляду за умовами життєдіяльності сімей, дітей та молоді, які перебувають у складних життєвих обставинах, моральним, фізичним і психічним станом дітей та молоді, оцінку їх потреб, контроль за дотриманням державних стандартів і нормативів у сфері соціальної роботи (Закон України "Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю" №2558-IIІ від 1 червня 2001 р.).

Метою соціального інспектування є облік, аналіз та оцінка потреб сімей і дітей, які перебувають у складних життєвих обставинах, контроль за умовами життєдіяльності, моральним, психічним і фізичним станом дітей, забезпечення захисту їх прав, свобод і законних інтересів.

Соціальне інспектування передбачає заходи, спрямовані на:

– з'ясування факту наявності складних життєвих обставин;

– виявлення причин, що призвели до виникнення складних життєвих обставин, які особи не можуть подолати самостійно;

– оцінку потреб та визначення необхідності у здійсненні соціального обслуговування осіб;

– з'ясування можливості та здатності осіб до самостійної життєдіяльності;

– у випадку реальної загрози життю і здоров'ю осіб, які не можуть захистити себе від насильства або жорстокого поводження, вжиття негайних заходів для їх усунення;

– забезпечення прав осіб на отримання своєчасної допомоги;

– контроль за дотриманням державних стандартів і нормативів у сфері соціальної роботи.

Соціальне інспектування передбачає відвідування осіб за місцем фактичного проживання; збір додаткової інформації про осіб щодо умов їх життєдіяльності, причин та факторів, які обумовили появу складних життєвих обставин, засобів та можливостей для їх подолання; аналіз потреб осіб, підготовка рекомендацій щодо здійснення подальшої роботи з ними.

Соціальне інспектування може здійснюватися для перевірки інформації про неблагополуччя в сім'ї з дітьми, носити плановий характер або здійснюватися для оцінювання сім'ї щодо можливого влаштування дитини-сироти або дитини, що залишилася без батьківської опіки. Метою соціального інспектування, яке здійснюється на етапі перевірки інформації щодо складних життєвих обставин сім'ї, є виявлення в життєдіяльності сімей причин, які призвели до матеріального, соціального та/або фізичного неблагополуччя, виникнення психологічних конфліктів між її членами, необхідно всебічно вивчити сім'ю, ознайомитися з умовами її проживання, проаналізувати її життєвий цикл, структуру, виконання нею основних функцій, характер взаємовідносин між її членами.

Відповідно до Порядку здійснення центрами соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді соціального інспектування сімей, дітей та молоді, які перебувають у складних життєвих обставинах (наказ Міністерства у справах сім'ї, молоді та спорту №1480 від 27 травня 2010 р.). Соціальне інспектування сімей, які опинилися у складних життєвих обставинах, здійснюється спеціалістами центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді із залученням представників служби у справах дітей, управлінь/відділів у справах сім'ї, молоді та спорту, управлінь/відділів освіти і науки, управлінь/відділів охорони здоров'я, інших закладів, які надають соціальні послуги, представників органів місцевого самоврядування, громадськості тощо.

**Тема 7. Види, методи та функції соціального інспектування**

1. Види соціального інспектування: планове, оперативне, моніторингове.
2. Методи соціального інспектування: вивчення документації, обстеження, спостереження, інтерв’ю, бесіда, анкетування.
3. Функції соціального інспектування: діагностична, попереджувально-профілактична, інформаційна, наглядово-контрольна, охоронно-захисна, комунікативна, координаційна.
4. Результати здійснення соціального інспектування.

Етапи соціального інспектування:

1) відвідування осіб за місцем фактичного проживання;

2) збір додаткової інформації про осіб щодо умов їх життєдіяльності, причин та факторів, які обумовили виникнення складних життєвих обставин, засобів та можливостей для їх подолання;

3) аналіз потреб осіб, підготовка рекомендацій щодо здійснення подальшої роботи з ними.

Формою збору інформації про сім'ю передусім є відвідання помешкання її проживання і бесіда з членами сім'ї. Використовуються такі методи діагностики: обстеження, спостереження, інтерв'ю, бесіда, анкетування, тестування.

Проте збір інформації соціальними працівниками про сім'ї, які опинились в складних життєвих обставинах, не обмежується спілкуванням лише з членами родини. Інформація може надходити і з інших джерел (зазвичай, служб в справах дітей, органів освіти, закладів охорони здоров'я, органів опіки і піклування, органів у справах сім'ї та молоді, значно рідше – громадських організацій, інших недержавних установ, окремих громадян) [3].

Результатом соціального інспектування є акт соціального інспектування. Акт складається із двох розділів: розділ І акту соціального інспектування заповнюється на етапі обстеження умов проживання сім'ї та з'ясування наявності складних життєвих обставин; розділ II акту заповнюється спеціалістом за результатами додаткової інформації, що надається іншими суб'єктами соціальної роботи.

В акті соціального інспектування сім'ї у складних життєвих обставинах фіксується така інформація:

– склад сім'ї, ступінь спорідненості;

– дата народження членів сім'ї;

– місце роботи або навчання членів сім'ї;

– характеристика місця проживання;

– соціальний статус родини;

– інформація щодо забезпечення захисту прав, свобод та законних інтересів дітей, будь-яких форм насильства в сім'ї;

– проблеми сім'ї: їх оцінка та причини виникнення;

– фактори що негативно впливають чи можуть впливати на життєдіяльність сім'ї;

– ставлення членів родини до взаємодії із спеціалістами щодо подолання складних життєвих обставин;

– висновки та рекомендації щодо подальшої роботи центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді з сім'єю;

– склад комісії (прізвище, ім'я по батькові та посада члена комісії);

• безпеки/небезпеки перебування дітей (дитини) в родині;

• необхідності вилучення дітей (дитини) із сім'ї й прийняття екстрених дій для їх (її) тимчасового влаштування;

• необхідності початку надання соціальних послуг з метою вирішення існуючих проблем;

• констатації наявності нормальних умов для розвитку та виховання дітей.

Акт соціального інспектування може бути підставою до прийняття рішення, що сім'я не потребує соціальної допомоги, отже вже не відноситься до категорії "сімей, які опинилися у складних життєвих обставинах" або ж потребує лише певних соціальних послуг, проте самостійно може подолати життєві складнощі.

Бувають випадки, коли життєві обставини родини у ході першого візиту у сім'ю неможливо оцінити, або ж члени родини відмовляються від співпраці, не пускають представників державних служб до житлового помешкання, виявляють опір або агресію. У такому разі спеціалісти центрів соціальних служб отримують інформацію про родину від соціального оточення або ж спеціалістів державних органів. Проте питання налагодження взаємодії із членами родини залишається не вирішеним і потребує подальшого формування довірливих стосунків уже у процесі соціального супроводу.

Результати соціального інспектування сім'ї залежать від рівня сімейних проблем та наявності ресурсів щодо їхнього вирішення і передбачають:

– здійснення соціального обслуговування, спрямованого на розв'язання проблем осіб, які перебувають у складних життєвих обставинах;

– винесення на розгляд дорадчого органу питання щодо залучення суб'єктів соціальної роботи з сім'ями, дітьми та молоддю, інших органів, юридичних або фізичних осіб до вирішення проблем сім'ї, здійснення соціального супроводу;

– взяття під соціальний супровід сім'ї, яка перебуває у складних життєвих обставинах, без винесення питання на розгляд дорадчого органу (у разі відповідної письмової відмови);

– завершення соціального обслуговування (у разі відсутності потреби у подальшій роботі);

– занесення або виведення інформації до/з загального банку даних сімей, які опинилися у складних життєвих обставинах.

Результатом соціального інспектування є знайомство представників державних органів та громадськості з реальним станом справ у сім'ї, яке дає підстави для формування висновків відносно напрямків подальшої роботи з нею.

**8. Порядок інспектування сімей, дітей та молоді, які опинились у складних життєвих обставинах**

1. Визначення поняття «оцінка потреб» особистості, що опинилася у складних життєвих обставинах.
2. Партнерство з дорослими членами сім’ї, родини.
3. Особливості проведення та документування експрес-оцінки.
4. Специфіка здійснення та оформлення початкової оцінки.

Згідно Закону України „Про соціальну роботу з сім’ями, дітьми та молоддю” соціальний супровід - це вид соціальної роботи, спрямованої на забезпечення оптимальних умов життєдіяльності сім’ї, дітей та молоді, шляхом надання необхідних соціальних послуг, допомоги та здійснення відповідних заходів.

Зміст соціальної послуги соціального супроводу

1. Основні дії та заходи, що становлять зміст соціальної послуги соціального супроводу сімей (осіб), які перебувають у складних життєвих обставинах, та орієнтовний час для їх виконання, що використовується при наданні соціальної послуги соціального супроводу, передбачають:

відвідування отримувача соціальної послуги за місцем його проживання (перебування);

оцінку потреб сім’ї (особи), яка перебуває у СЖО;

складання індивідуального плану соціального супроводу;

аналіз коригування плану соціального супроводу;

інформування щодо питань, пов’язаних з наданням інших послуг і соціальної допомоги.

бесіди з отримувачем соціальної послуги, членами його сім’ї, особами з найближчого оточення (очно, телефоном);

психологічну підтримку згідно з професійною компетенцією (організація психотерапевтичних груп, психологічна корекція);

організацію та проведення сімейних групових нарад, мережевих зустрічей; залучення отримувача послуги до участі у тренінгах, дискусіях, засіданнях за круглим столом, семінарах, лекціях та інших заходах;

допомогу отримувачу соціальної послуги в оформленні документів;

перенаправлення отримувача соціальної послуги до інших надавачів соціальних послуг, у тому числі для отримання спеціалізованих послуг;

організацію та забезпечення діяльності груп взаємодопомоги;

ведення документації.

2. У разі успішного виконання плану соціального супроводу надавач соціальної послуги проводить заходи щодо підготовки отримувача соціальної послуги до завершення її надання, спрямовані на підвищення його самостійності, відповідальності за власну життєдіяльність та посилення потенціалу найближчого оточення отримувача соціальної послуги щодо подолання СЖО.

3. Після завершення соціального супроводу надавач соціальної послуги відвідує сім’ю (особу) через два тижні та через місяць.

У процесі здійснення соціальної роботи з сім'ями, які опинилися в складних життєвих обставинах, доцільною видається така класифікація спеціальних методів: соціально-економічні, організаційні (адміністратив­ні), педагогічні, психологічні та соціологічні.

До соціально-економічних методів соціальної роботи належать всі іс­нуючі засоби, за допомогою яких соціальні працівники, інші спеціалісти здійснюють вплив на матеріальні, моральні, сімейні, національні та інші потреби й інтереси сім'ї, яка опинилася в складних життєвих обставинах. Це – натуральна та грошова допомога, моральне заохочення, встановлення пільг, здійснення патронажу, соціального супроводу, допомоги в побутово­му обслуговуванні.

Організаційні (адміністративні) методи розглядаються в управлінсько­му аспекті; їх реалізація можлива за умови наявності відповідних нормати­вно-правових документів. Це – регламентування (розробка та введення в дію організаційних положень – наказів, типових нормативів діяльності со­ціального працівника: наприклад, нормативи чисельності сімей із розрахун­ку на одного соціального працівника, нормативи часу обслуговування); інструктування (роз'яснення завдань, шляхів розв'язання проблем, нас­лідків неправильних дій членів сім'ї – консультування, інформування).

Дещо інший погляд на організаційні методи роботи мають 1. М. Грига та Т. В. Семигіна. Науковці відносять до них: сприяння працевлаштуван­ню; представлення інтересів клієнта на міжвідомчому рівні; контроль та інспектування [6].

Педагогічні методи. Це методи формування свідомості, спрямовані на формування певних понять, оцінок, світогляду (переконання, навіювання, приклад); методи організації діяльності, спрямовані на формування пози­тивного досвіду поведінки, дій та вчинків (доручення, соціальне навчання, закріплення позивного досвіду); методи стимулювання діяльності, наці­лені на стимулювання особистості до покращання чи зміни своєї поведінки, розвитку мотивації на соціально схвальну діяльність (позитивне підкріп­лення, змагання); методи самовиховання, що сприяють свідомій зміні лю­диною власної особистості (самооцінка, самоорганізація, самоконтроль, самокорекція).

Психологічні методи. Це – тестування, що дає змогу встановити рі­вень розвитку у членів сім'ї необхідних знань, умінь, навичок, особистісних характеристик; психодрама, під час якої використовується рольова гра, що дозволяє створити умови для вираження індивідом почуттів, що пов'язані з важливими для нього проблемами; соціограма, що спрямована на аналіз відносин між різними групами людей; ігрова терапія, що перед­бачає залучення, перш за все дітей, до різноманітних ігрових ситуацій (розрізняють діагностичні, корекційні, розвивальні та творчі ігри).

На корекцію міжособистісних стосунків між членами подружжя, бать­ками й дітьми спрямована сімейна психотерапія, у процесі якої робота соціального працівника передбачає пошук і усунення причин емоційних розладів у сім'ї.

Метод виливу на людину за допомогою різних видів художнього та ужиткового мистецтва (малювання, живопис, ліплення, різьба, випалюва­ння тощо) називається арт-терапія. Цей метод особливо ефективний, як­що в сім'ї є діти з функціональними обмеженнями. Групові заняття арт-терапією сприяють формуванню комунікативних навичок членів сім'ї.

Епістолярна терапія дозволяє здійснити корекцію міжособистісних стосунків між членами сім'ї (лист до батьків, лист до самого себе, лист у майбутнє).

Однією із цікавих психокорекційних технік є казкотерапія. Форми казкотерапії, які можна використовувати при роботі з сім'ями: аналіз відо­мих казок, створення казки "по колу від кожного", експромтне інсценува­ння казки, вигадування початку чи кінця казки, створення авторської казки кожним членом сім'ї тощо. Аналіз казок дозволяє соціальному працівнико­ві побачити причини життєвої кризи, оцінити рівень зрушень у реабілітації того чи іншого члена сім'ї та ін.

Великим потенціалом впливу на сім'ю, яка опинилися у складних жи­ттєвих обставинах, володіє соціально-психологічний тренінг як метод актив­ного навчання.

Соціологічні методи – це спостереження, опитування (традиційним ме­тодом є дистанційне (по телефону) чи очне інтерв'ю, анкетування, фокус-група), аналіз документів (різновидом цього методу є біографічний метод, що полягає у вивченні особистих документів людини – характеристик, що­денників, листів).

Розрізняють форми та методи індивідуальної, групової та масової ро­боти.

Основними формами індивідуальної роботи з членами сімей, які опи­нилися у складних життєвих обставинах, є: телефонні розмови, сімейні, індивідуальні візити в сім'ю: планові та без попереджень, зустрічі, інтерв’ювання, тестування, консультація, співбесіда, пере адресація, доручення. До найбільш розповсюджених групових форм належать: бесіда, дис­кусія, диспут, проведення тренінгів, робота групи взаємодопомоги та взаємопідтримки [7].

До масових можна віднести проведення свят (День матері, "Тато, мама, я – спортивна сім’я"), народні свята – Різдво, Новий рік, Дні здоров’я і т. ін.

Фахівець із соціальної роботи повинен володіти всіма необхідними формами та методами соціального супроводу сімей, які опинися у складних життєвих обставинах, оскільки це передбачається професійними вимогами до посади соціального працівника. Утім, треба зазначити, що оволодіння усім розмаїттям форм і методів потребує неабияких вольових зусиль та зосередженої сумлінної праці. Форми і методи соціального супроводу відносяться до фундаментальних тем соціальної роботи як науки та навчальної дисципліни, тому їх класифікація представляє для автора важливе методологічне значення. А від використання соціальними працівниками набутих на практиці умінь та навичок залежить життя та здоров’я людей, заради яких систематизуються та розробляються нові форми та методи соціальної роботи, зокрема з сім’єю, яка опинилася у складних життєвих обставинах.