

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

**СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО
ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У МЕНЕДЖМЕНТІ**
(назва навчальної дисципліни)

підготовки магістра
(назва освітнього ступеня)
денної (очної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти
спеціальності 073-Менеджмент
(шифр, назва спеціальності)
освітньо-професійних програм
«Менеджмент організацій і адміністрування»,
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»,
«Бізнес-адміністрування»,
«Логістика»

Укладач І. Г. Шавкун, д-р філос.н., професор кафедри ділової комунікації

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Запорізькому національному університеті практичне заняття – вид навчального заняття, на якому науково-педагогічний працівник організує детальний розгляд здобувачами вищої освіти окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом виконання здобувачем вищої освіти відповідно сформульованих завдань.

Основною дидактичною метою практичного заняття є розширення, поглиблення і деталізація наукових знань, отриманих здобувачами вищої освіти на лекціях та в процесі самостійної роботи, спрямоване на підвищення рівня засвоєння навчального матеріалу, прищеплення умінь та навичок, розвиток творчого та усного мовлення здобувачів вищої освіти.

Перелік тем практичних занять визначається робочою навчальною програмою дисципліни. Практичні заняття проводяться в аудиторіях або навчальних кабінетах з однією академічною (зведеною) групою.

Науково-педагогічний працівник, якому доручено проведення практичних занять, за узгодженням із лектором цієї навчальної дисципліни розробляє методичне забезпечення та завдання для виявлення ступеня сформованості необхідних умінь тощо.

Практичне заняття включає постановку загальної проблеми (завдання) науково-педагогічним працівником та її обговорення за участю здобувачів вищої освіти, розв'язання завдань з їх обговоренням, виконання контрольних завдань, проведення контролю знань, умінь та навичок, їх перевірку та оцінювання.

Бали, отримані здобувачем вищої освіти за окремі практичні заняття, враховуються при виставленні підсумкової оцінки з даної навчальної дисципліни.

2. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ

№ ЗМ	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	2	3	4
1	Соціальна відповідальність бізнесу: філософські, етичні та управлінські аспекти	2	
2	Атрибути і модуси соціальної відповідальності бізнесу	2	
3	Концепція менеджменту стейкхолдерів	2	1
4	Напрями соціальної відповідальності бізнесу в стратегічному розвитку організації	2	1
5	Соціальне партнерство в організації	2	
6	Організація діяльності з соціальної відповідальності бізнесу	2	1

7	Методи та процедури оцінювання ефективності програм соціальної відповідальності бізнесу	2	1
Разом		14	4

3. ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття 1.

Соціальна відповідальність бізнесу: філософські, етичні та управлінські аспекти

План

1. Соціокультурні і економічні умови виникнення і розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

2. Соціальна відповідальність як чинник реалізації концепції сталого розвитку компанії.

3. Базові концепції соціальної відповідальності бізнесу.

4. Сучасні концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Основні поняття:

відповідальність, бізнес, корпорація, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, мораль, етичний бізнес, сталий розвиток.

Контрольні питання

1. Чому свобода самоздійснення є основою людської відповідальності?

2. Що передбачає соціальна відповідальність?

3. Які є види соціальної відповідальності?

4. Що означає соціальна відповідальність бізнесу?

5. Чому корпоративна соціальна відповідальність має «добровільно-примусовий характер»?

6. Що виступає етичними засадами реалізації корпоративної соціальної відповідальності?

7. Які методи формують етичну основу менеджменту?

8. Що передбачає поняття «етичний бізнес»?

9. За якими рекомендаціями і принципами розробляється етичний кодекс компанії?

Виконайте практичні завдання 11, 14, 16, 17.

Практичне заняття 2.

Атрибути і модуси соціальної відповідальності бізнесу

План

1. Принципи, суб'єкти і об'єкти соціальної відповідальності бізнесу.

2. Основні характеристики і структура соціальної відповідальності бізнесу.

3. Моделі соціальної відповідальності бізнесу.

4. Соціальні програми бізнесу як форма соціальної відповідальності.

Основні поняття:

принципи, суб'єкти, об'єкти соціальної відповідальності бізнесу, структура соціальної відповідальності бізнесу, моделі соціальної відповідальності бізнесу, піраміда Керола, соціальна програма

Контрольні питання

1. На які принципи спирається концепція корпоративної соціальної відповідальності?
2. Хто виступає як суб'єкт корпоративної соціальної відповідальності?
3. Чому об'єкт соціальної відповідальності бізнесу має складну структуру?
4. Які характеристики визначають сутність відповідальності бізнесу?
5. Як виявляється багаторівневий характер соціальної відповідальності бізнесу?
6. Які є найпоширеніші підходи до тлумачення сутності соціальної відповідальності бізнесу в системі соціального розвитку?
7. У чому зміст сукупної соціальної відповідальності згідно піраміди Керолла?
8. Що передбачає відкрита і прихована моделі соціальної відповідальності бізнесу?
9. Що означає соціальні програми бізнесу як форма соціальної відповідальності?
10. У чому сутність принципів управління заінтересованими М. Кларксона?

Виконайте практичні завдання 5 7, 9, 10, 19.

Практичне заняття 3.

Концепція менеджменту стейкхолдерів

План

1. Сутність концепції менеджменту заінтересованих сторін.
2. Внутрішнє і зовнішнє середовище соціальної відповідальності бізнесу.
3. Типологія стейкхолдерів і форма взаємодії з організацією.
4. Матриця і моделі аналізу заінтересованих сторін соціальної відповідальності бізнесу.

Основні поняття:

концепція менеджменту заінтересованих сторін, внутрішнє і зовнішнє середовище соціальної відповідальності бізнесу, типологія стейкхолдерів, матриця аналізу заінтересованих сторін.

Контрольні питання

1. Що передбачає внутрішня і зовнішня соціальна відповідальність бізнесу?
2. У чому сутність концепції менеджменту заінтересованих сторін?
3. Дайте класифікацію видів стейкхолдерів.
4. Як визначаються стратегічні інтереси?
5. У яких формах відбувається взаємодія стейкхолдерів і компанії?

6. На які принципи спирається стандарт Стандарт AA 1000 SES взаємодії із заінтересованими сторонами

7. Охарактеризуйте матрицю заінтересованих сторін і рівнів соціальної відповідальності бізнесу.

8. На яких засадах побудовані модель відносин із стейкхолдерами - стратегія інформування?

9. У чому сутність стратегії реагування як моделі відносин із стейкхолдерами?

10. Яка мета і базові мотиви стратегії залучення як моделі відносин із стейкхолдерами?

11. У чому полягає зміст моделі аналізу заінтересованих сторін?

Виконайте практичні завдання 3, 18, 22, 23.

Практичне заняття 4.

Соціальна відповідальність бізнесу в системі управління організації.

План

1. Соціальна відповідальність бізнесу і стратегічне управління компанії (модель М. Портера і М. Креймера).

2. Виміри стратегічної соціальної відповідальності бізнесу (Л. Бурк і Д. Логздон).

3. Модель оцінки внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами діяльності корпорації (Х. Джонсон).

4. Соціальна корпоративна відповідальність в антикризовому управлінні.

Основні поняття:

внутрішня соціальна корпоративна відповідальність, зовнішня соціальна корпоративна відповідальність, реагуюча і стратегічна модель М. Портера і М. Креймера, виміри стратегічної соціальної відповідальності бізнесу Л. Бурка і Д. Логздона, модель оцінки внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами діяльності корпорації Х. Джонсона.

Контрольні питання

1. Опишіть напрями соціальної відповідальності бізнесу в стратегічному розвитку корпорації.

2. У яких ситуаціях доцільно застосовувати метод мозкового штурму?

3. У чому вбачає П. Дракер «нове розуміння» соціальної відповідальності бізнесу?

4. Чому М. Портер розглядає соціальну відповідальність бізнесу як чинники стратегічного менеджменту?

5. Порівняйте реагуючу і стратегічну моделі корпоративної соціальної відповідальності згідно М. Портера і М. Креймера.

6. Які виміри актуальні для стратегічної соціальної відповідальності бізнесу на думку Бурка і Логздона?

7. За якими критеріями формулюються оцінки діяльності корпорації внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами в моделі Джонсона?

8. Яка роль соціальної корпоративної відповідальності в антикризовому управлінні компанії?

Виконайте практичні завдання 8, 12, 15, 26.

Практичне заняття 5.

Соціальне партнерство в організації

План

1. Суть і функції соціального партнерства в організації.
2. Система регулювання соціально-трудових відносин у організації.
3. Колективний договір як основа соціального партнерства.
4. Світова практика соціального партнерства.

Основні поняття:

наукова та практична ефективність, прогнозування, принципи забезпечення ефективності дослідження, економічний ефект, оцінка економічних ефектів, дослідницький потенціал менеджменту, інтелектуальний потенціал менеджера, види економічних ефектів, основні джерела економічних ефектів.

Контрольні питання

1. Що таке соціальне партнерство?
2. У яких формах здійснюється соціальне партнерство між суб'єктами соціально-трудових відносин на рівні організації?
3. Що означає принцип трипартизму в регулюванні системи трудових відносин?
4. Як здійснюється правове регулювання системи трудових відносин в Україні?
5. На яких інших принципах ґрунтуються соціально-трудова відносини?
6. Чому колективний договір вважається основою соціального партнерства?
7. Яка роль профспілки та інших підрозділів компанії у формуванні корпоративної соціальної політики?
8. У чому важливість колективного договору, соціального пакету та інших форм соціальної підтримки персоналу?
9. Яка роль Міжнародної організації праці для підвищення соціальної відповідальності роботодавців?

Виконайте практичні завдання 1, 4, 6.

Практичне заняття 6.

Організація діяльності з соціальної відповідальності бізнесу

План

1. Процес менеджменту соціальної відповідальності бізнесу.

2. Інструменти менеджменту соціальної відповідальності бізнесу.
3. Стандарти системи менеджменту соціальної відповідальності бізнесу.
4. Внутрішня соціальна політика компанії і розвиток людського капіталу корпораціями.

Основні поняття:

процес менеджменту соціальної відповідальності бізнесу, інструменти менеджменту соціальної відповідальності бізнесу, стандарти системи менеджменту соціальної відповідальності бізнесу, внутрішня соціальна політика компанії.

Контрольні питання

1. Які національні стандарти є основою для розробки стандартів корпоративної соціальної відповідальності?
2. Який логічний взаємозв'язок міжнародних стандартів ISO 9004:2009 та ISO 26000:2010?
3. Які є найбільш поширені міжнародні інструменти регулювання корпоративної соціальної відповідальності?
4. Які основні суб'єкти регулювання СВБ в Україні та розроблювані ними стандарти корпоративної соціальної відповідальності?
5. Чому якість трудового життя є найважливішим об'єктом соціальної відповідальності підприємства?
6. Які заходи щодо соціальної політики впливають на розвиток людського та соціального капіталу корпорації?
7. Наскільки внутрішня СВБ залежить від етичного клімату в організації?

Виконайте практичні завдання 3, 13, 20, 21.

Практичне заняття 7

Методи та процедури оцінювання ефективності програм соціальної відповідальності бізнесу

План

1. Соціальні інвестиції: сутність і спрямованість.
2. Соціальноорієнтований маркетинг.
3. Верифікація та аудит соціальної звітності компаній.
4. Ефекти від соціальновідповідальної поведінки компанії.

Основні поняття:

соціальні інвестиції, соціально орієнтований маркетинг, соціальна звітність, верифікація соціальної звітності компаній, аудит соціальної звітності компаній, соціальний брендинг, спонсоринг, фандрайзинг.

Контрольні питання

1. Що розуміємо під «соціальним інвестуванням»?
2. Чому сьогодні соціальне інвестування стає життєвоважливим фактором конкуренції?
3. Які основні напрямки соціально відповідального інвестування?

4. Чим соціально відповідальний маркетинг відрізняється від класичного маркетингу?
5. Що означає соціальний брендинг?
6. Як оцінити ефективність соціальних інвестицій?
7. Як проводять верифікація та аудит соціальної звітності підприємств?
8. У чому виражаються ефекти соціально відповідального поведінки організацій?
9. Як соціальна відповідальність впливає фінансові результати підприємства?

Виконайте практичні завдання 24, 25, 27.

4. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

1. Уважно прочитайте «Рекомендації для компаній з проведення самооцінки організації діяльності компанії відповідно до принципів соціальної відповідальності на основі положень міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Посібник із соціальної відповідальності».

2. У мережі Інтернет виберіть будь-яку організацію з розділу 1: Стратегії, кодекси, політики, стандарти, концепції корпоративної відповідальності. Завантажте документ цієї організації. Виділіть основні пріоритети чи принципи діяльності компанії у сфері соціальної відповідальності бізнесу.

3. На сайті цієї компанії, в мережі Інтернет, у ЗМІ знайдіть практичні приклади реалізації цих пріоритетів (принципів).

4. Заповніть таблицю, оцініть якість реалізації заявлених принципів за кожним пунктом.

Завдання 2.

1. Охарактеризуйте теоретичні (зміст та еволюцію ідей) та практичні аспекти (AA1000 Stakeholders Engagement Standard) теорії стейкхолдерів.

2. Виберіть українську чи зарубіжну компанію з таких секторів: інформаційні технології, фінансовий сектор, легка промисловість, енергетична галузь тощо.

3. Виділіть та ранжуйте стейкхолдерів за рівнем важливості для компанії, виділіть можливі індикатори взаємин.

Завдання 3. «Соціальна звітність підприємницьких структур. Здатність знаходити організаційно-управлінські рішення та готовністю нести за них відповідальність з позицій соціальної значущості прийнятих рішень»

Більшість компаній вибудовує комунікацію із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами), прагнучи лише мінімізувати свої ризики. Такий підхід передбачає використання традиційних інструментів інформування та діалогу.

Великі міжнародні компанії розвивають практику взаємодії із зацікавленими сторонами, розширюють набір інструментів та використовують нові підходи. Дедалі частіше розглядають взаємодію як інструмент формування нових можливостей.

Такий підхід передбачає використання як традиційних інструментів інформування і діалогу, а й більше залучення зацікавлених груп у процеси прийняття рішень усередині компанії. Прикладами тут можуть бути створення зовнішніх консультативних рад, включення до ради директорів незалежних членів, реалізація соціальних або екологічних партнерських ініціатив з некомерційними організаціями.

Проведіть порівняльний аналіз двох підходів взаємодії зі стейкхолдерами організації. Який із них, на Вашу думку, найбільше підходить для використання в Україні? Свою думку обґрунтуйте.

Чи потрібна стейкхолдерам здатність знаходити організаційно-управлінські рішення та готовність нести за них відповідальність з позицій соціальної значущості прийнятих рішень?

Завдання 4. «Етапи та форми взаємодії владних та бізнес-структур. Здатність знаходити організаційно-управлінські рішення і готовністю нести них відповідальність з позицій соціальної значимості прийнятих рішень» Нині у разі надання спонсорської допомоги бюджетним організаціям охорони здоров'я, освіти, соціального забезпечення, культури та спорту підприємств застосовуються податкові пільги.

Але є думка, що податкове стимулювання бізнес-структур має бути передбачене при спонсоруванні будь-яких організацій (у 10 відповідно до передбаченого законодавством переліку цілей надання спонсорської допомоги).

Проведіть порівняльний аналіз підходів до податкового стимулювання спонсорства. Який із них, на Вашу думку, найбільше підходить для його застосування в Україні?

Свою думку обґрунтуйте. Чи впливає здатність знаходити організаційно-управлінські рішення та готовністю нести за них відповідальність з позицій соціальної значущості прийнятих рішень на успішність взаємодії владних структур та бізнесу?

Завдання 5. «Практика СВБ національних моделей корпоративної соціальної відповідальності розвинутих країн. Здатність знаходити організаційно-управлінські рішення та готовністю нести за них відповідальність з позицій соціальної значущості прийнятих рішень»

В даний час в американській системі корпоративної діяльності вироблено численні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці населення, зокрема через різні корпоративні фонди, що створюються з метою вирішення різноманітних соціальних проблем за рахунок бізнесу (оплата професійної освіти, пенсійних та страхових внесків для персоналу тощо). Соціально-відповідальна поведінка та благодійність компаній заохочуються відповідними податковими пільгами та податковими відрахуваннями, встановленими на законодавчому рівні. Однак регулювання соціально-трудова відносин більшою мірою відбувається на рівні компаній і значно меншою мірою – на рівні галузі, регіону чи держави.

У рамках Євросоюзу регулювання корпоративної соціальної відповідальності розглядається як один із форматів сприяння бізнесу, фактор руху регіону шляхом сталого розвитку. Європейський суд наголошує на тому, що верховенство прав людини є невід'ємною частиною загальних принципів права Союзу. Це бачення посилено прийняттям Маастрихтського договору, в якому зазначається, що цілі діяльності ЄС включають також сприяння «економічному та соціальному прогресу» при побудові «Союзу як простору свободи, безпеки та правосуддя». Норми, що розробляються, закріплюють тісний взаємозв'язок створення єдиного ринку з посиленням захисту прав людини: економічна ефективність повинна досягатися на основі принципів демократичної законності та соціальної справедливості.

Особливість європейської публічної політики полягає в тому, що вона спонукає активно реагувати на глобальні та локальні виклики сталого розвитку, що включає прозорість діяльності корпорацій, дотримання прав людини, енергоефективність. Інститути ЄС докладають зусиль, спрямованих на створення умов для ефективного та одноманітного застосування практик СВБ для досягнення таких суспільно значущих цілей, як зниження рівня бідності, працевлаштування людей з обмеженими можливостями, професійне навчання, покращення системи охорони здоров'я, запобігання забруднення довкілля, раціональне використання ресурсів.

У країнах Європи відзначається імперативний метод регулювання СВБ через прийняття наднаціональних актів Євросоюзу, а також регіональних норм і стандартів, тоді як американський підхід до правозастосування у сфері СВБ ґрунтується на принципах прецедентного права. У більшості країн Європи на локальному рівні закріплені обов'язкове медичне страхування, пенсійне забезпечення, природоохоронна діяльність підприємств.

Європейський бізнес розглядає державу як суб'єкт, який виконує прийняті правила та норми поведінки, на відміну від США, де будь-яке втручання держави розцінюється як порушення свободи бізнесу.

Проведіть порівняльний аналіз зазначених вище зарубіжних підходів до корпоративної соціальної відповідальності. Який з них, на Вашу думку, більшою мірою підходить для його застосування в Україні? Свою думку обґрунтуйте. Виявіть особливості організаційно-управлінських рішень та готовністю нести за них відповідальність з позицій соціальної значущості у розвинених країнах.

Завдання 6. «Вплив СВБ на імідж компанії. Здатність до взаємодій у ході службової діяльності відповідно до етичних вимог до службової поведінки»

Існує думка, що впровадження практик корпоративної соціальної відповідальності в діяльність підприємства безпосередньо залежить від розміру останнього. Наприклад, Європейська комісія у 2019 р. визнала, що для більшості компаній малого та середнього бізнесу, особливо мікропідприємств, корпоративна соціальна відповідальність залишається «неформальною та скоріше інтуїтивною», тоді як для великих підприємств вона є одним із аспектів розвитку.

Проте й інша думка: використання корпоративної соціальної відповідальності залежить від обсягу підприємств, а залежить від усвідомлення соціальної відповідальності менеджментом організації.

Порівняйте наведені вище думки. Яке з них, на Вашу думку, є найбільш обґрунтованим? Якої думки Ви дотримуєтеся і чому?

Яким чином здатність знаходити організаційно-управлінські рішення та готовністю нести за них відповідальність з позицій соціальної значущості прийнятих рішень впливає на імідж компанії?

Завдання 7. За одним із наведених нижче прикладів письмово проведіть оцінку проєктів СББ організації. Визначте тип концепції СББ, мети, стейкхолдерів, очікування. Дайте свій висновок про рівень досягнення очікувань стейкхолдерів.

1. Nike. Американські підлітки стали чинити злочини, щоб дістати грошей на кросівки Nike. Хоча сама компанія не була в цьому винна, Nike прийняла це лихо близько до серця і ініціювала партнерство з Boys Clubs of America (BCA). У ході їхньої спільної кампанії Nike жертвувала BCA по 1 тис. дол. за кожне очко, здобуте Майклом Джорданом у грі всіх зірок NBA. Гроші пішли на фінансування антикримінальних молодіжних програм у містах Америки.

2. Gillette. У пошуках нових шляхів просування лінії дезодорантів Natural Plus, компанія Gillette вступила в партнерство з Міжнародним фондом дикої природи (WWF). Компанія виділила WWF 100 тис. фунтів. Gillette запропонувала своїм покупцям допомогти справі захисту тварин. До кожної упаковки Natural Plus пропонувалася майка WWF, купуючи яку, покупець додавав WWF 1 фунт. Gillette зміцнила свою репутацію компанії, що піклується про екологію, до того ж домоглася небаченого зростання продажів нового продукту.

3. Procter&Gamble. У 1991 р. Procter&Gamble задумала привернути увагу до питань охорони навколишнього середовища, а разом і своєї продукції. З цією метою P&G потоваришувала з національною некомерційною організацією «Збережемо Америку прекрасною» (Keep America Beautiful, КАВ). Для початку було анонсовано програму, в рамках якої частина грошей від продажу окремих брендів P&G надходила КАВ. Щоб активізувати кампанію, Procter&Gamble за допомогою своїх регіональних менеджерів провела екологічний шопінг для покупців. Двом командам покупців пропонувалося протягом 3 хвилин знайти в магазині екологічно чисті товари (малася на увазі не тільки чистота самого продукту, а й відсутність негативного впливу на природу під час його виробництва). Частиною розваги стала ще одна гра - тим же командам потрібно було наповнити свої візки товарами, упаковка яких була виготовлена з перероблених матеріалів. Занепокоєним екологічними проблемами американцям гра сподобалася. Procter&Gamble збільшила продаж та зміцнила імідж корпоративного громадянина.

Завдання 8. Використовуючи наведений нижче список, необхідно сформулювати програму корпоративної соціальної відповідальності «Вашої» компанії. При цьому необхідно додати до програми СББ власні заходи. Для цього:

1. Виберіть найбільш підходящу Вам модель СББ.

2. Визначте конкретні заходи соціальної відповідальності у межах обраної моделі СВБ.

3. Визначте основні механізми реалізації запропонованих заходів.

4. Визначте критерії оцінки результативності заходів.

Приклад можливих заходів, що реалізуються в рамках програми СВБ.

1. Допомога працівникам у придбанні житла.

2. Програма додаткового безкоштовного медичного обслуговування працівників.

3. Додаткові виплати пенсіонерам, які відпрацювали для підприємства все життя.

4. Матеріальна допомога працівникам у зв'язку із смертю члена сім'ї.

5. Поліпшення умов праці.

6. Доставка працівників до місця роботи та назад за рахунок коштів підприємства.

7. Виплата премій.

8. Фінансова участь підприємства у проведенні міських свят.

9. Благоустрій заводської території.

10. Встановлення очисних споруд та утилізація відходів виробництва.

11. Суворе дотримання всіх вимог податкового законодавства.

**Важливо:* Для успішного виконання завдання слід скористатися великою кількістю прикладів практичних проєктів СВБ, що реалізуються як вітчизняними, так і зарубіжними компаніями. Разом з тим особливо заохочуються унікальні, запропоновані в результаті критичного осмислення корпоративних практик, проєкти, адаптовані до вітчизняних умов.

Завдання 9. За матеріалами періодичного друку та мережі Інтернет розгляньте програми корпоративної соціальної відповідальності в американських та європейських компаніях (на прикладі 3-5 компаній).

Зробіть висновок про подібності та відмінності з метою та результатами розглянутих програм.

Завдання 10. У країнах Європейського Союзу домінують чотири основні моделі корпоративної соціальної відповідальності: скандинавська (Данія, Швеція, Фінляндія), південноєвропейська (Італія, Іспанія, Греція, Португалія), континентальна або бісмарківська (Німеччина) та англосаксонська або модель Беверіджа (Велика Британія).

Знайдіть основні риси кожної з названих моделей і зробіть висновок про їх схожості та відмінності

Завдання 11.

1. Мілтон Фрідман стверджує: «В даний час лише небагато тенденцій у бізнес-середовищі можуть завдати настільки сильних збитків діяльності компанії, як реалізація стратегії соціальної відповідальності на шкоду інтересам акціонерів». Дайте два аргументи «за» та два аргументи «проти» такої позиції.

2. Вкажіть три конкретні напрями у реалізації соціально відповідальної поведінки сучасних компаній (так звані «триєдиний підсумок», або «потрійна лінія відповідальності»). Наведіть приклади можливих заходів, які проводяться соціально-відповідальні компанії по кожному з напрямків.

Завдання 12. Сформулюйте п'ять причин, з яких необхідно виявляти соціальну відповідальність бізнесу.

Визначте, які позитивні сторони соціально відповідальної поведінки з позицій компанії, суспільства та держави?

Існує три варіанти поведінки компанії в єдиному полі соціальної відповідальності: реактивний, проактивний, інтерактивний. На конкретних прикладах покажіть суттєву різницю між цими варіантами.

Завдання 13. Знайдіть приклади звітів вітчизняного бізнесу в галузі СВБ, розпишіть пріоритетні напрямки та критерії оцінки соціальної політики обраної компанії за пунктами.

Завдання 14. Знайдіть обговорення з проблем СВБ у ЗМІ (5-10 джерел), виявіть ключові з них.

Завдання 15. Складіть розгорнуту типологію корпоративної соціальної відповідальності з прикладами діяльності вітчизняних та зарубіжних компаній.

Завдання 16. Знайдіть приклади та проаналізуйте зміст етичних кодексів вітчизняних та зарубіжних компаній.

Завдання 17. За матеріалами періодичного друку наведіть приклади можливих порушень етики діяльності різних компаній.

Завдання 18. Етичний кодекс компанії Кока-Кола складається з п'яти розділів. Перший регулює виконання зобов'язань за бухгалтерськими рахунками та звітами компанії. У другому описано потенційні конфлікти, які можуть виникнути внаслідок зіткнення інтересів службовців компанії. Третій регулює взаємодії компанії з державними установами, офіційними особами, клієнтами та постачальниками. У четвертій частині регламентується участь службовця у діяльності політичних партій та інших підприємств. П'ятий розділ містить вказівки щодо реалізації правил кодексу. Вкажіть причину, через яку цей кодекс не можна вважати соціально-орієнтованим.

Завдання 19. Яка з наведених нижче компаній демонструє тип корпоративної культури, який у США назвали б «феодална культура корпорації»? Відповідь аргументуйте письмово.

а) Компанія А: працівники беруть активну участь в інвестиційній діяльності компанії, вони добре інформовані про фінансові справи та беруть участь в управлінні; при цьому юридичний захист прав працівників-акціонерів ігнорується, рівень їхньої відповідальності перед компанією дуже високий.

б) Компанія Б: керівництво чекає від своїх працівників повної віддачі, економічної активності та готовності йти на ризик заради швидкого зростання та підвищення конкурентоспроможності компанії; у своїй не приділяється належної уваги доходу працівника як акціонера;

в) Компанія В: працівники не беруть участі в інвестиційній діяльності компанії, керівництво самостійно визначає можливу частку власності працівника-акціонера у капіталі та суворо контролює його активність; досить вагома різниця у соціальних статусах між адміністрацією та персоналом;

г) Компанія Р: працівники утворюють велику колективну силу (на кшталт профспілки) і мають своїх представників у Раді директорів, цим беручи безпосередню участь у вирішенні найважливіших справ компанії;

д) Компанія Д: вести працівників безпосередньо залежить від економічних результатів діяльності підприємства міста і може бути видана як акцій, досить високий ризик її істотних коливань; у своїй інвесторська активність працівника-акціонера обмежена.

Завдання 20. Проаналізуйте подібність та відмінності зарубіжних моделей корпоративної соціальної відповідальності. Результати аналізу оформіть у таблицю, наступного виду (критерії порівняння та країни обираються студентом самостійно), наприклад:

Критерій порівняння	СШ А	Канад а	Німеччин а	Японі я	Кита й
Період формування					
Основні учасники					
Наявність та повнота соціальної звітності					

Зробіть висновок про сильні та слабкі сторони проаналізованих моделей СВБ.

Завдання 21. Проаналізуйте подібності та відмінності української та зарубіжних моделей корпоративної соціальної відповідальності. Результати аналізу оформіть у таблицю наступного виду (критерії порівняння та зарубіжні країни обираються студентом самостійно), наприклад:

Критерій порівняння	Україна	Зарубіжні моделі			
		Канада	Німеччина	і	Китай
Період формування					
Основні учасники					
Наявність та повнота соціальної звітності					

Зробіть висновок про те, які закордонні моделі СВБ істотно відрізняються від вітчизняної, а які, навпаки, близькі до неї?

Завдання 22. Використовуючи приклад конкретної компанії, назвіть основні групи заінтересованих сторін та їх очікування, а також визначіть пріоритети важливості очікувань заінтересованих сторін.

Завдання 23. Проаналізуйте загальний рівень впливу зацікавлених сторін на конкретну компанію. Виділіть рівень взаємної відповідальності компанії перед заінтересованими сторонами та заінтересованих сторін перед компанією.

При аналізі можна керуватися наступним планом:

- 1) Визначення ключових зацікавлених сторін;
- 2) Вплив компанії на зацікавлені сторони та зворотний вплив стейкхолдерів на компанію;
- 3) Характеристика рівня взаємної відповідальності підприємства перед зацікавленими сторонами та зацікавлених сторін перед компанією;
- 4) Характеристика рівня соціальної відповідальності та стимулів підвищення корпоративної соціальної відповідальності;
- 5) Ефективність взаємодії підприємства з кожною групою зацікавлених осіб.

Завдання 24.

1. Самостійно сформулюйте та проаналізуйте основні проблеми та складності розвитку соціальної відповідальності у регіоні вашого проживання (чітко, за пунктами). Наведіть приклади конкретних компаній, які використовують принципи соціальної відповідальності у регіоні.

2. Проведіть аналіз (за доступними джерелами) практики дій вітчизняних компаній у сфері соціальної відповідальності, яка надає економічний та соціальний вплив на благополуччя місцевих спільнот.

3. Чим визначаються регіональні соціальні стратегії? Чи може вибір стратегії визначатися розміром компанії, рівнем «укоріненості» у регіоні, соціально – економічним станом, відносинами з владою та ін. Поясніть свою відповідь прикладами.

Завдання 25.

1. Вивчіть характерні особливості спонсорства, меценатства, благодійної діяльності та венчурної філантропії, зведіть отриману інформацію до таблиці. Як висновок після таблиці вкажіть, який із інструментів соціальних програм є найбільш популярним, перспективним. Наведіть приклади.

2. На прикладі відомої широкому колу споживачів компанії «Макдональдс» проаналізуйте, які конкретні принципи корпоративної соціальної відповідальності (як внутрішні, і зовнішні) практикують вітчизняні представництва цієї компанії.

Завдання 26.

1. Використовуючи приклад конкретної компанії, назвіть основні групи заінтересованих сторін та їх очікування, а також визначіть пріоритети важливості очікувань заінтересованих сторін.

2. Визначте специфічні характеристики управління проектами з позицій різних зацікавлених сторін: інвестор, замовник, керівник та команда проекту, генконтрактор (генпідрядник), постачальник, регулюючі органи.

Завдання 27. Спробуйте уявити себе у ролі експерта. Візьміть за основу велику компанію, яка вже має досвід складання нефінансових звітів. Підготуйте початкові рекомендації щодо складання стандартизованого звіту на сьогоднішній день на основі запропонованих до вивчення стандартів. Необхідно врахувати: попередній досвід, соціально-економічний стан у регіоні, пріоритетні напрями соціальної політики.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Корпоративна соціальна відповідальність: Конспект лекцій : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; укладач: М.О. Чупріна. — Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. 138 с.
2. Гусева О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
3. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. Вінниця : ВНАУ, 2020. 228 с.
4. Основи корпоративної соціальної відповідальності: стратегії та ділові практики : навчальний посібник. / О.Є. Кузьмін, О.В. Пирог, Л.І. Чернобай, Н.С. Станасюк, І.І. Пасінович. — К. : Видавничий дім «Кондор», 2021. 244 с.
5. Шавкун І. Дибчинська Я. Соціальна відповідальність бізнесу : електронний підручник посібник для студентів напряму підготовки «Менеджмент» денної та заочної форм навчання. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/index.php?action=url/view&url_id=26203
6. Шавкун І. Г., Дибчинська Я. С. Соціальне партнерство та відповідальність у менеджменті: курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійних програм «Бізнес-адміністрування», «Менеджмент закладів освіти, культури та спорту», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент організацій і адміністрування», «Логістика». Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 119 с.

Додаткова:

1. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2015. 519 с.
2. Ковалевська А. В. Корпоративна соціальна відповідальність : навч. посібник / А. В. Ковалевська, Н. Л. Кусик – Харків : СІМ, 2014. – 528 с.
Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : посібник / М.А. Саприкіна, М.А. Саєнсус, Зінченко А.Г., О.М. Ляшенко, М.А. Саєнсус та ін. Київ : Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480 с.
3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2015. – 302 с.
4. Соціальна відповідальність суспільних інститутів: інноваційний та соціальногуманітарний аспект / [авт. кол.] ; за наук. ред. А. Я. Кузнецової, Л. К. Семів, З. Е. Скринник. Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 287 с.
5. Шавкун І. Дибчинська Я. Соціальна відповідальність бізнесу : навчальний посібник для студентів напряму підготовки «Менеджмент» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. 120 с. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/index.php?action=url/view&url_id=23458

Інтернет-сторінка, присвячена Глобальному Договору ООН.
URL: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/gd-oon-v-ukraini/>

Інтернет-сторінка, присвячена питанням розвитку СББ в Азії (CSR Asia).
URL: <http://www.csr-asia.com/index.php?linksid=9>

Інтернет-сторінка, що містить інформацію про Глобальну ініціативу щодозвітності (GRI).
URL: <https://www.globalreporting.org/>

Інтернет-сторінка, що містить інформацію про компанії-члени СББ Європа. URL:
<http://www.csreurope.org>

Інтернет-сторінка, що містить інформацію про Стандарт SA8000. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>

Офіційний сайт глобальної некомерційної організації Бізнес заради соціальної відповідальності. URL: <http://www.bsr.org>

Офіційний сайт Інституту Етики Бізнесу. URL: www.ibe.org.uk

Офіційний сайт Центру розвитку СББ в Україні. URL: <https://csr-ukraine.org/>

Всесвітня рада бізнесу із сталого розвитку (WBCSD): сайт. URL: <http://www.wbcsd.org>.

Глобальна ініціатива відповідального лідерства (Global Responsible Leadership Initiative – GRLI) URL: www.grli.org

Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000). URL: www.globalcompact.org.ua

Декларація Міжнародної організації праці основних принципів та прав у світі праці URL:
http://www.ilo.org/public/english/standards/declaration/declaration_ukranian.pdf

Європейська асоціація етики бізнеса (European Business Ethics Network – EBEN) URL:
www.eben-net.org

Офіційний сайт Секретаріату мережі Глобального договору в Україні. URL :
www.globalcompact.org.ua.

Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (СББ)».
Права. URL : <http://csr-ukraine.org>

International Centre for Corporate Social Responsibility (ICCSR) URL :
www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR