

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**СОЦІАЛЬНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ**

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів спеціальності
073 "Менеджмент"
другого (магістерського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2020**

УДК 658:338.246(07.034)

С69

Укладач М. І. Чепелюк

Затверджено на засіданні кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу.

Протокол № 1 від 23.08.2019 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Соціальна складова управління фінансово-економічною безпекою [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності 073 "Менеджмент" другого (магістерського) рівня / уклад. М. І. Чепелюк. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 34 с.

Подано тематику практичних занять, наведено практичні завдання за кожною темою навчальної дисципліни та методичні рекомендації щодо їхнього виконання. Запропоновано практичні завдання для контролю отриманих знань та набутих навичок.

Рекомендовано для студентів спеціальності 073 "Менеджмент" другого (магістерського) рівня.

УДК 658:338.246(07.034)

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2020

Вступ

Управління фінансово-економічної безпеки – це гарантія незалежності країни, умова стабільності й ефективної життєдіяльності суспільства, досягнення успіху. Це пояснюється тим, що економіка є однією з життєво важливих сторін діяльності суспільства, держави й особистості, та отже, поняття національної безпеки буде порожнім словом без оцінювання життєздатності економіки, її міцності при можливих зовнішніх і внутрішніх загрозах. Завдання соціальної складової полягає, насамперед, у формуванні умов, що забезпечують стабільний, динамічний розвиток соціальних відносин, збереження, зміцнення та збагачення буття, тобто захищеності якісного стану соціальних відносин, що забезпечують активний розвиток особистості, суспільства і держави.

Підвищення соціальної складової бізнесу – одне зі стратегічних завдань у сфері реалізації соціальної політики, розвитку механізмів приватно-державного партнерства, впровадження соціальних інвестицій у практиці роботи соціальної сфери. Ці механізми формують соціальний капітал компаній і сприяють їхньому сталому розвитку, підвищують інвестиційну цінність самого бізнесу. Від ефективності інвестицій в соціальну сферу залежить не тільки якість життя населення, а й ефективність реалізації соціальної політики.

Необхідною навчальною базою дисципліни є засвоєння знань з попередніх навчальних дисциплін "Соціологія", "Екологія", "Основи менеджменту", "Організаційна поведінка", "Економіка організацій", "Маркетинг", "Стратегічний менеджмент", "Управління змінами".

Метою заданої навчальної дисципліни є вивчення студентами теоретичних основ і набуття практичних навичок у поглибленому освоєнні засад управління фінансово-економічною безпекою через соціальні аспекти.

Об'єктом навчальної дисципліни є соціально важливі характеристики управління фінансово-економічною безпекою в сучасному суспільстві, його економічні, соціальні і екологічні наслідки.

Предметом навчальної дисципліни є базові принципи організації, механізми і способи управління фінансово-економічною безпекою в умовах сучасних інститутів по соціальним цілям.

У результаті вивчення цієї навчальної дисципліни, зокрема й виконання практичних завдань у студентів мають бути сформовані

компетентності, тобто здатності фахівця на належному рівні виконувати професійні завдання, а саме:

- застосовувати основні правила складання соціальної (нефінансової) звітності;

- застосовувати принципи соціальної відповідальності у практичній діяльності;

- сприяти впровадженню системи соціальної відповідальності в практику національного підприємництва;

- використовувати в діяльності підприємства інструменти управління соціальними програмами, які сприяють ефективній реалізації принципів соціальної відповідальності на засадах безпеки;

- обґрунтовувати найбільш сприятливі напрями здійснення соціально відповідальної діяльності підприємства на основі проведення оцінювання їхньої ефективності.

Користування методичними рекомендаціями до виконання практичних завдань сприяє набуттю студентами навичок складання програм аналізу, здійснення аналітичного оброблення інформації, розрахунку показників-характеристик діяльності підприємств і установ різних галузей виробництва та послуг, складання висновків і рекомендацій за результатами аналізу.

Отримання навичок виконання практичних завдань є запорукою успішного працевлаштування та виконання трудових функцій з закінчення навчального закладу, досягнення ними вміння читати звітність підприємств і складає ефективну основу для розвитку аналітичних здібностей.

Використання методичних рекомендацій до виконання практичних завдань сприяє підвищенню ефективності практичної підготовки студентів.

Змістовий модуль 1

Соціальна відповідальність і суспільство

Тема 1. Теоретичні основи поняття соціальної складової управління фінансово-економічною безпекою

Семінарське заняття 1

Мета – засвоєння теоретичних основ та розгляд основних понять соціальної складової управління фінансово-економічною безпекою (УФЕБ).

1.1. Поняття, сутність, термінологія, що описує соціальну складову бізнесу.

1.2. Соціальна політика, соціальні інвестиції, інвестиції в соціальну сферу, соціально-відповідальне інвестування, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність.

1.3. Корпоративне громадянство, соціальна діяльність і соціальна активність підприємств.

1.4. Венчурна філантропія.

Тематика доповідей

1. Відомі вчені та промисловці, які внесли вклад у формування концепції соціальної відповідальності.

2. Сутність соціальної відповідальності.

3. Поняття соціальної відповідальності у системі сталого розвитку.

4. Характеристика видів соціальної відповідальності.

5. Макро- та мікрорегулятори соціальної відповідальності.

6. Екологічний компонент соціальної відповідальності.

7. Соціальна відповідальність як елемент стратегічного управління підприємства.

8. Венчурна філантропія.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [7; 15; 17; 21; 35; 64; 88].

Практичне заняття 1

Мета – набуття навичок аналізу ключових понять соціальної відповідальності, їх відмінностей та сфер застосування.

Завдання 1.1

Дайте визначення понять і виділіть ключові слова, як це зображено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення понять і ключові слова

Поняття	Визначення	Ключові слова
Соціальна відповідальність	Соціальне явище, що є добровільним та свідомим виконанням, використанням і дотриманням суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами	Дотримання суспільних відносин, соціальних норм
Реальна відповідальність		
Моральна відповідальність		
Корпоративна відповідальність		
Правова (юридична) відповідальність		
Політична відповідальність		
Дисциплінарна відповідальність		
Релігійна відповідальність		
Потенційна відповідальність		
Global Reporting Initiative (GRI)		
Глобальний договір ООН		
Сталий розвиток		
Рівні соціальної відповідальності		

Завдання 1.2

Визначте відмінні ознаки юридичної, соціальної та економічної відповідальності та заповніть табл. 1.2.

Відмінні ознаки відповідальності

Юридична відповідальність	Соціальна відповідальність	Економічна відповідальність

Завдання 1.3

Знайдіть та проаналізуйте закони та нормативні акти, що регулюють соціальну відповідальність, її сутність, зміст, статус і роль в Україні, країнах ЄС та США. Складіть хронологічну таблицю.

Завдання 1.4

Серед представлених далі політичних заяв з проблем соціальної відповідальності корпорацій і бізнесу в глобальному світі необхідно обрати одне, з якою б ви повністю погодилися, та ту, з якою категорично не погодилися. Відповідь обґрунтуйте.

1. Найл Фіцджеральд, президент Unilever:

"Корпоративна соціальна відповідальність – це жорстке бізнес-рішення. Не тому що це приємна тема, і не тому, що люди змушують нас це робити, а тому, що це добре для нашого бізнесу".

2. Джерун ван дер Віяло, Комітет Керівників Директорів Royal Dutch Shell:

"На мій погляд, успішними компаніями майбутнього будуть ті, які інтегрують цінності бізнесу та особисті цінності працівників. Кращі працівники хочуть робити таку роботу, яка приносить користь суспільству і в тій компанії, чиї цінності вони поділяють, де їх діяльність враховується, і їхні погляди значимі."

3. Андерс Далвіг, президент ІКЕА:

"Недостатньо робити тільки те, що наказує закон. Ми маємо бути на передньому краї теми корпоративної соціальної відповідальності".

Методичні рекомендації до завдань теми 1**Завдання 1.1**

Визначення поняття – це логічна операція, за допомогою якої розкривається зміст поняття, тобто робиться перелік ознак, які в ньому мисляться.

Ключове слово – це слово в тексті, здатне в сукупності з іншими ключовими словами дати високорівневий опис змісту поняття, що визначається та виявити його основну тематику.

Завдання 1.2

Для визначення відмінних ознак юридичної, соціальної та економічної відповідальностей необхідно вибрати ознаки для аналізу, проаналізувати кожен з видів відповідальності відповідно до ознак і внести дані в таблицю. До таких ознак можна віднести, наприклад, форму відповідальності, норми регламентування, органи призначення.

Тема 2. Концепція соціальної складової: зарубіжний/вітчизняний досвід

Семінарське заняття 2

Мета – надання загальних уявлень про сутність основних концепцій соціальної складової, їх роль у формування СС.

2.1. Концепція "корпоративного егоїзму" (М. Фрідман), "компанія власників".

2.2. Концепція корпоративного альтруїзму, "компанія учасників".

2.3. Концепція "розумного егоїзму".

2.4. Життєздатність організації – концепція потрібної нижньої межі (Д. Елкінгтон).

2.5. Інтереси різних груп інтересів (стейкхолдерів) у формулюванні пріоритетів соціальної політики.

2.6. Ідеологія промислового патерналізму. Типологія режимів соціальної держави (Г. Еспінг-Андерсен).

Тематика доповідей

1. Японська модель формування соціальної відповідальності.
2. Коротка характеристика сутності концепцій "соціального дарвінізму" та "служіння".
3. Сутність концепції "корпоративного егоїзму".
4. Сутність концепції "корпоративного альтруїзму".
5. Сутність концепції "розумного егоїзму".
6. Характеристика основного документу ООН – Глобального договору.

7. Основні принципи соціально відповідальної діяльності, що є основою Глобального договору.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [6; 7; 10; 13; 22; 45; 84].

Практичне заняття 2

Мета – набуття навичок аналізу концепцій соціальної складової, аналіз українського та іноземного досвіду підприємств і їхньої соціально відповідальної діяльності.

Завдання 2.1

Зробіть порівняльний аналіз основних концепцій корпоративної соціальної відповідальності.

Завдання 2.2

Ознайомтеся зі статтею "Аргументи за і проти взяття бізнесом соціальної відповідальності" К. Девіса в мережі "Інтернет" та після її аналізу заповніть табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Аргументи "за" і "проти" проведення підприємством політики соціальної відповідальності

Аргументи "за" проведення політики соціальної відповідальності	Аргументи "проти" проведення політики соціальної відповідальності

Завдання 2.3

Опишіть позитивні та негативні аргументи соціальної відповідальності бізнесу на основі вивчених концепцій (корпоративного егоїзму, корпоративного альтруїзму, розумного егоїзму).

Продемонструйте власний погляд відносно ролі бізнесу в суспільстві та Україні.

Завдання 2.4

Відповідно до теорії М. Фрідмана "справа бізнесу – бізнес" бізнес має збільшувати доходи акціонерів. Якщо бізнес займається соціальними проблемами, то ухвалює погані рішення, сприяючи не до багатства, а бідності суспільства.

Сформулюйте свою думку з огляду на наведене висловлювання.

Завдання 2.5

Розподіліть стейкхолдерів за класифікацією І. Фассіна (стейквочери, стейккіпери, стейкхолдери):

- рада директорів;
- аудитори;
- працівники;
- клієнти;
- комісія безпеки життєдіяльності;
- суспільство;
- регіональна адміністрація;
- кредитори.

Завдання 2.6

А. Керолл запропонував аналізувати стейкхолдерів за допомогою матриці, наведеної в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Матриця зацікавлених сторін корпоративної соціальної відповідальності

Зацікавлені сторони	Рівень корпоративної соціальної відповідальності			
	Економічний	Правовий	Етичний	Філантропічний
Власники				
Споживачі				
Працівники				
Місцеве співтовариство				
Конкуренти				
Постачальники				
Групи активістів				
Суспільство загалом				

Заповніть табл. 2.2, розпишіть, який конкретно вплив мають зацікавлені сторони на компанію за рівнями, та вкажіть, які конкретно інтереси щодо компанії у цих стейкхолдерів.

Методичні рекомендації до завдань теми 2

Завдання 2.5

Фассін запропонував нову категоризацію, яка ґрунтується на раніше розглянутих групах стейкхолдерів – групах тиску і регуляторів. Він запропонував називати групи тиску стейквочерами, а сторони, що є регуляторами, – стейккіперами, скориставшись при цьому типологією Мітчелла і Вуда. Оскільки існують регулятори як певні групи людей, так і фактори, то щоб уникнути плутанини між просто регуляторами та регуляторами – зацікавленими сторонами вводиться термін "стейккеріери". Згідно з Фассінім, реальні стейкхолдери володіють легітимно закріпленим правом вимог. Влада та вплив між стейкхолдерами і компанією взаємні. Стейквочери та стейккіпери абсолютно незалежні від компанії. На них компанія надає мало впливу та не несе легітимної відповідальності перед ними. Але стейквочери мають значний вплив на компанію, стейккіпери несуть відповідальність перед зовнішнім середовищем за дії компанії.

Тема 3. Інструменти реалізації соціальної складової

Семінарське заняття 3

Мета – засвоєння теоретичних основ і розгляд основних інструментів реалізації соціальної складової УФЕБ.

- 3.1. Благодійність.
- 3.2. Соціально відповідальні програми.
- 3.3. Соціально відповідальний маркетинг (CRM і CSM).
- 3.4. Соціальне підприємництво.

Тематика доповідей

1. Сутність соціального партнерства в Україні.
2. Гранти та пільгові позики.
3. Благодійні фонди (приватні, корпоративні, сімейні).

4. Світова практика: форми соціальної відповідальності.
5. Підходи до формування соціального пакета для співробітників організації.
6. Волонтерство в Україні.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [1; 25; 27; 34; 38; 43; 44].

Практичне заняття 3

Мета – набуття навичок застосування основних інструментів реалізації соціальної складової УФЕБ.

Завдання 3.1

Розподіліть складові зовнішньої та внутрішньої стратегії соціальної відповідальності:

- кредити (гранти) на благодійні цілі;
- соціальні інвестиції;
- фінансова та матеріальна допомога;
- наукові та практичні розробки;
- стипендіальні програми;
- екологічна програма;
- робота в асоціаціях над законодавчими ініціативами;
- етичні та інші стандарти роботи;
- курси перекваліфікації працівників;
- кар'єрне зростання персоналу;
- партнерські проєкти з владою, навчальними установами;
- прозорість і конкретність у наданні звітності;
- волонтерська діяльність та діяльність громадських організацій;
- стимулювання робітників (премії, надбавки, компенсації);
- філантропія у формі підтримки соціально значущих подій;
- соціальні пакети.

Результати занесіть у табл. 3.1.

Елементи соціальної відповідальності бізнесу в реалізації корпоративної стратегії розвитку підприємства

Складові зовнішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності	Складові внутрішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності

Завдання 3.2

Соціальні програми великих світових корпорацій переважно розглядають за такими напрямками: екологічна відповідальність; відповідальність перед персоналом; пропаганда здорового способу життя; розвиток освіти, культури та масових комунікацій; пропаганда патріотизму, дружби народів, відповідальності громадян перед суспільством; соціальні програми для місцевої громади.

На прикладі конкретних ситуацій визначте, які з напрямів соціальної програми застосовують у зазначених підприємствах:

1. ПАТ "Фармак" – український виробник лікарських засобів європейського рівня. Продукція ПАТ "Фармак" експортується в 20 країн світу. В портфелі компанії 220 продуктових досьє. Щорічно компанія виводить на ринок до 20 нових препаратів. На підприємстві функціонують 19 виробничих ліній, що відповідають вимогам GMP. У компанії діє 5 новітніх лабораторій. Працюють більше 2 600 осіб.

До організації заходу була залучена компанія "Фармак", Шосткинська міська рада та ГО "Асоціація сімейного спорту України". Забіг було приурочено до дня міста.

Забіг був організований з використанням сучасних технологій: фото-старт, фотофініш, спеціальні чіпи для реєстрації дистанції та результату. До участі в забігу долучилися 300 бігунів, а близько 2 000 городян відвідали подію та вболівали за учасників. Саме вони отримали під час заходу розуміння того, що ПАТ "Фармак" підтримує політику відкритості, розуміючи, що саме здоров'я населення є однією з найбільших цінностей, необхідною умовою для соціально-економічного розвитку країни, досягнення європейських стандартів якості життя та благополуччя.

2. Syngenta – це провідна аграрна компанія, яка прагне підвищити рівень продовольчої безпеки в світі, надаючи можливість мільйонам сільгоспвиробників раціональніше використовувати наявні ресурси.

Аграрна галузь – одна з провідних і найстабільніших в українській економіці. Україна посідає перше місце на світовому ринку з виробництва соняшнику, соняшникової олії та її експорту, а на території країни знаходиться 28 % світового запасу чорноземів. Очевидно, що сучасний агробізнес – це перспективна та прибуткова діяльність. Однак застарілі стереотипи щодо непрестижності роботи в галузі даються взнаки.

Першим кроком у розвитку корпоративних проєктів соціально-освітнього спрямування компанії стала участь Syngenta в організованому центром "Розвиток КСВ" проєкті STEM, який передбачав популяризацію науково-технічних спеціальностей серед майбутніх випускників шкіл, зокрема за напрямками "Біологія", "Хімія" й "Агрономія".

За три роки функціонування проєкту (2014 – 2017 рр.) учні з різних шкіл міста Києва та області мали можливість відвідати центральний офіс компанії Syngenta і дізнатися більше про агрономію та суміжні навчальні дисципліни, затребувані в сучасному агробізнесі. Експерти Syngenta розповідали про перспективи роботи у міжнародній компанії, ділилися зі школярами власним досвідом і допомагали зорієнтуватися у різноманітні навчальних закладів.

Після завершення циклу лекції учням пропонувалася екскурсія до дослідницького центру Syngenta, де вони могли побачити та власноруч випробувати селекційну сільськогосподарську техніку й обладнання для підготовки, оброблення та зберігання насіння, відвідати дослідні ділянки.

3. ПАТ "Креді Агріколь Банк" – сучасний універсальний банк, власником якого є провідна фінансова група в Європі – Credit Agricole Group (Франція). Надійність і ділову репутацію "Креді Агріколь" в Україні підтверджують найвищі з можливих рейтинги Fitch, лідерські позиції в рейтингах стійкості банків, надійності банківських вкладів і найприбутковіших банків, а також 300 000 активних приватних клієнтів та 18 000 корпоративних клієнтів. У банку працює близько 2 300 людей.

"Креді Агріколь Банк" – лідер у сфері автокредитування. Кожен другий кредит на авто оформлюється саме у цьому банку. Але водночас автомобіль – це джерело забруднення довкілля. Тому в 2016 році розпочався проєкт "Дерево за автокредит". У парку ім. Т. Шевченка в Києві посадили 50 ялинок. Клієнти отримували особисте повідомлення про те, що від їхнього імені банк висадив дерева. Участь у проєкті взяли 25 співробітників банку, а також їхні діти. Бюджет проєкту: 2016 рік – 30 000 грн, 2017 – 50 000 грн.

Тема 4. Моделі корпоративної соціальної політики та відповідальності

Семінарське заняття 4

Мета – засвоєння теоретичних основ і розгляд основних моделей соціальної складової УФЕБ.

4.1. Огляд сучасних моделей корпоративної соціальної відповідальності в США, континентальній Європі, Великобританії та Україні й їхніх основних відмінностей один від одної.

4.2. Стратегічні напрями соціально відповідального інвестування в США.

4.3. Державне регулювання як особливість континентальної моделі корпоративної соціальної відповідальності.

4.4. Ознаки британської моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

4.5. Українська модель соціальної відповідальності (СВ).

Тематика доповідей

1. Специфіка американської моделі СВ.
2. Специфіка континентальної моделі СВ.
3. Дайте характеристику азійської моделі СВ.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [4; 5; 8; 13; 24; 27; 36].

Практичне заняття 4

Мета – набуття навичок порівняння й аналізу моделей КСВ.

Завдання 4.1

Зробіть порівняльний аналіз моделей КСВ у найбільших європейських країнах (Франції, Великобританії, Німеччини тощо).

Завдання 4.2

Проведіть порівняльний аналіз американської, європейської, азійської моделей соціальної відповідальності на основі самостійно сформованого переліку критеріїв (вибір критеріїв обґрунтуйте).

Завдання 4.3

Визначте специфіку африканської, латиноамериканської моделей КСВ, моделей країн БРІКС (Бразилії, Росії, Індії, Китаю).

Методичні рекомендації до теми 4

Завдання 4.1

Порівняльний аналіз моделей КСВ здійснюється після вибору ознак порівняння, таких як, наприклад:

- сфера застосування;
- правове регулювання;
- цільовий орієнтир;
- зв'язок суб'єкта господарювання з його соціальними проєктами;
- роль держави в регулюванні процесів КСВ;
- вид відповідальності;
- відносини з зацікавленими сторонами.

Змістовий модуль 2

Соціальна відповідальність і бізнес

Тема 5. Стандарти корпоративної соціальної відповідальності та рейтинги соціально-відповідальних компаній

Семінарське заняття 1

Мета – сформулювати уявлення про основні індикатори результативності КСВ, індекси та рейтинги КСВ, систему оцінювання корпоративної соціальної відповідальності.

5.1. Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності та їхня характеристика.

5.2. Рейтинги соціально відповідальних компаній.

5.3. Проблеми та перспективи розвитку КСВ в Україні.

Тематика доповідей

1. Міжнародні стандарти: стандарт ISO 14000; стандарт SA 8000; стандарт AA 1000; стандарт Саншайн; стандарт ISO 26000; стандарт GRI.
2. Індикатори, рейтинги та ренкінги як інструменти оцінювання КСВ.
3. Рейтинг соціально відповідальних компаній України журналу "Гвардія".
4. Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні зі сталого розвитку Центру розвитку КСВ.
5. Проблеми та перешкоди розвитку КСВ в Україні. Тенденції розвитку КСВ.
6. Переваги соціально відповідальних компаній.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [2; 4; 13; 23; 27; 81; 88].

Практичне заняття 5

Мета – набуття навичок застосування індикаторів результативності КСВ, індексів і рейтингів КСВ, систему оцінки корпоративної соціальної відповідальності.

Завдання 5.1

Зробіть порівняльний аналіз основних стандартів корпоративної соціальної відповідальності у вигляді таблиці.

Завдання 5.2

Назвіть основні методики оцінювання якості корпоративного управління підприємства та визначте їхні відмінності. Визначте розбіжності між основними рівнями КСВ, які отримують компанії в процесі оцінювання.

Завдання 5.3

Які фактори (заходи, дії та фактори) впливають на зміну позиції компанії у загальному рейтингу соціально відповідальних компаній?

Завдання 5.4

Опишіть основні етапи методики розрахунку Індексу прозорості та підзвітності компаній в Україні зі сталого розвитку.

Методичні рекомендації

Завдання 5.1

Порівняльний аналіз має спиратися на основні групи міжнародних документів у сфері СВ, а саме:

1. Міжнародні документи, що визначають загальні принципи та вимоги щодо діяльності підприємства у сфері СВ.
2. Міжнародні документи, що містять вимоги щодо управління підприємством і передбачають проведення сертифікації його діяльності.
3. Міжнародні документи щодо оцінювання рейтингу соціальної відповідальності.
4. Міжнародні документи, що визначають загальні вимоги щодо обліку та звітності.

Завдання 5.2

Сьогодні існує велика кількість методик оцінювання якості корпоративного управління підприємства, що використовують такий інструментарій:

- макроіндикатори (оцінювання рівня корпоративного управління в окремій державі);
- мікроіндикатори (оцінювання рівня корпоративного управління в окремій корпорації);
- рейтинги (інтерактивні та дистанційні);
- коефіцієнт корпоративного управління – CGQ;
- рейтинг корпоративного управління (DR) консалтингової фірми Deminor (Брюссель);
- рейтинг корпоративного управління інвестиційного банку Brunswick UBS Warburg;
- економетрична модель М. Гібсона;
- інтегральний індекс корпоративного управління Українського інституту розвитку фондового ринку (CGI);
- ренкінги – списки, в яких компанії ранжуються на основі одного зведеного показника.

Тема 6. Внутрішні та зовнішні соціальні інвестиції бізнесу

Семінарське заняття 6

Мета – сформулювати уявлення про роль держави в розвитку та підтримці соціальної складової.

6.1. Класифікація інвестицій: економічні, політичні, соціальні.

6.2. Соціальні інвестиції: поняття, сутність. Соціальні інвестиції як відображення соціально-економічного устрою.

6.3. Підходи та напрями визначення соціальних інвестицій у сучасній економічній науці та зарубіжній бізнес-практиці.

6.4. Фактори, що стимулюють і перешкоджають розвитку соціального інвестування в сучасних українських умовах.

Тематика доповідей

1. Корпоративна влада та соціальна політика в умовах глобалізації.
2. Соціальна звітність, соціальні баланси та регулятори – інтернет-присутність, соціальний кодекс корпорації. Рейтинги ділової репутації.
3. Міжнародні некомерційні організації та їхня взаємодія з міжнародними корпораціями в галузі соціальної політики.
4. Роль Міжнародної організації праці (МОП).
5. Міжнародні стандарти в сфері корпоративної соціальної політики.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [3; 8; 12; 15; 25; 30; 44].

Практичне заняття 6

Мета – набуття навичок оцінювання ефективності корпоративних соціальних програм великих компаній.

Завдання 6.1

Оцініть ефективність корпоративних соціальних програм великої української або зарубіжної компанії. Визначте цільову аудиторію організації та інструменти конструювання її позитивного образу.

Складіть письмовий звіт і презентацію. Обсяг звіту – 5 – 8 сторінок.

Методичні рекомендації

Завдання 6.1

Розрізняють такі види ефективності:

1) результативність = P / M – відношення отриманого результату до поставленої мети (ефективніша та діяльність, яка дозволяє досягти бажаних результатів);

2) економічність = P / B – відношення результатів до витрат ресурсів (ефективніша та діяльність, яка дозволяє отримати результат з меншими витратами);

3) доцільність = $M / П$ – відношення цілей до реальних соціальних проблем (ефективніша та діяльність, яка дозволяє вирішити реальні соціальні проблеми).

Тема 7. Досвід реалізації соціальних програм корпорацій і підприємств. Фандрейзинг

Семінарське заняття 7

Мета – сформулювати уявлення про реалізацію соціальних програм.

7.1. Соціальна політика підприємства: поняття і сутність. Соціальні програми як механізм реалізації соціальної політики підприємств і корпорацій.

7.2. Досвід реалізації соціальних програм зарубіжних корпорацій і підприємств.

7.3. Нефінансова звітність. Стандартні елементи звіту: стратегія і характеристика, економічна, екологічна та соціальна складові.

7.4. Поняття, сутність і цілі фандрейзингу. Цикл фандрейзингу.

7.5. Робота з фондами, робота з органами влади та місцевими громадами. Інструменти американського й українського фандрейзингу.

Тематика доповідей

1. Інститути оцінювання якості та ефективності.
2. Оцінювання зовнішніх і внутрішніх соціальних програм.

3. Бізнес-ефективність соціальних програм. Соціальна програма, соціальний проєкт. Критерії ефективності. Результати соціальних проєктів. Соціальний вплив проєкту.

4. Типи та форми оцінювання. Якісні та кількісні інструменти оцінювання.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до семінарського заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [2; 8; 14; 16; 20; 28; 42].

Практичне заняття 7

Мета – мати уявлення про інтегральне оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

Завдання 7.1

На прикладі будь-якого відомого підприємства розробіть бізнес-кейс за одним або декількома запропонованими далі компонентами соціальної складової. Для пошуку підприємства використовуйте мережу "Інтернет". За підсумками підготуйте звіт.

1. Соціальна відповідальність щодо працівників організації:
плани та програма підвищення зарплат і виплати премії;
заходи щодо підвищення безпеки праці;
наявність "соціального пакету" (медична страховка, безплатне харчування тощо);
програми розвитку персоналу (навчання, стажування, інше);
скорочення виробничого травматизму та професійної захворюваності в організаціях.

2. Сумлінна ділова практика. Етичне та відповідальне ставлення до постачальників, споживачів, партнерів по бізнесу:
наявність політики чесного ставлення до споживачів;
навчання свого персоналу етики поведінки з покупцями/партнерами;
вимога соціально відповідальної поведінки від постачальників, споживачів, партнерів по бізнесу;
сертифікація за міжнародними стандартами якості (ISO);
тренінги для покупців і бізнес-партнерів;
участь в активних комітетах бізнес-співтовариств (асоціацій);
регулярні дослідження лояльності (задоволеності) споживачів товарів і послуг до вашого бізнесу.

3. Програми філантропії. Благодійність. Спонсорська допомога: підтримка незахищених верств суспільства (люди з обмеженими можливостями, особи похилого віку тощо); підтримка дитячих будинків, реабілітаційних центрів, інтернатів; підтримка культури, мистецтва; навчання дітей і молоді, підтримка освітніх установ; підтримка спорту; програми у сфері охорони здоров'я; інституційна підтримка громадянського сектора (громадських організацій).

4. Програми взаємодії з місцевими громадами: регулярні дослідження (обстеження) спільноти (територія ведення бізнесу) на предмет оцінювання лояльності та відношення до вашого бізнесу;

реалізація програм розвитку підприємництва;
реалізація інфраструктурних проектів (дороги, будівництво та відновлення);

участь у суспільно значущих заходах спільноти.

5. Навколишнє середовище. Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження:

програми по чистоті прилеглих територій;
зменшення викидів у навколишнє середовище;
програми озеленення;
програми утилізації відходів;
впровадження енергоощадних технологій і дбайливе використання природних ресурсів;
сертифікація (ISO 14001).

6. Корпоративне управління, звітність:

наявність керівного органу (ради директорів, наглядової ради, акціонерів);

наявність письмової політики з корпоративного управління та/або соціальної відповідальності;

публікація річного фінансового звіту про діяльність компанії;
публікація річного соціального звіту з КСВ (на сайті компанії, у співробітників);

політика дотримання прав акціонерів.

Методичні рекомендації

Завдання 7.1

Шаблон для структурування соціальних програм і моделей соціального партнерства (бізнес-кейсу)

1. Загальна інформація.

Назва проекту

Час початку проекту / Час закінчення проекту

Основні заходи проекту

Бюджет проекту (KGS)

Географія проекту

2. Передумови.

Контекст. Яка була ситуація / які причини привели до розвитку ініціативи КСВ? Які фактори допомогли сформувати ініціативу КСВ?

Причини. Яка була причина? Який був інтерес компанії? Який був інтерес інших партнерів? Що компанія сподівалася отримати?

Цілеполягання. Під час розроблення соціально-відповідальних програм (ініціатив), їхнього наповнення, пріоритетів, сторін, що втягуються, чи враховували ви специфіку вашої бізнес-діяльності? Якщо так, то яким чином?

Хід розвитку. Як ініціатива була розвинена? Яка організація взяла на себе ініціативу? Було чи буде підписано угоду: контракт, протокол про наміри?

Компетентність / ресурси. Які ресурси й інший внесок здійснила компанія та інші партнери в рамках проекту / ініціативи КСВ?

Уроки. Які рекомендації можуть бути запропоновані іншим фірмам, які бажають розпочати CSR? Які політика та дії з боку влади могли б полегшити для інших компаній початок їхньої КСВ-діяльності?

3. Діяльність.

Основні заходи. У чому сутність і основні заходи ініціативи/проекту?

Ролі учасників. Які ролі/обов'язки кожного партнера або компанії? Які ролі інших організацій, які залучені в цю ініціативу?

Ресурси. Як ініціатива забезпечена (в фінансовому відношенні і нематеріальне)? До якої міри ресурси відновлювані та/або дійсно ініціатива життєздатна? На деякій стадії в майбутньому?

Управління. Як проектом керують (структура, персонал, комунікації)?

Прозорість і звітність. Які рішення ухвалено?

4. Досягнення.

Результати. Які основні досягнуті або очікувані результати? Як ви оцінюєте вплив результатів ваших соціально-відповідальних програм (поліпшення, погіршення, відсутність впливу) на ваші основні економічні показники вашої діяльності?

Переваги і вигода. Які прямі та непрямі переваги отримала компанія / інші учасники / населення / окремі групи? Під час розроблення соціально-відповідальних програм (ініціатив), їхнього наповнення, пріоритетів, чи враховували ви специфіку вашої бізнес-діяльності?

Плани на майбутнє. Які плани на майбутнє та перспективи цієї ініціативи або проєкту КСВ?

5. Проблеми і труднощі.

З якими основними труднощами зіткнулася ініціатива або проєкт СВ? Які проблеми вдалося подолати і як? Які проблеми залишилися невирішеними? Що треба було б зробити по-іншому?

Рекомендована література

1. Абрамов Р. Н. Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации / Р. Н. Абрамов // Журнал исследований социальной политики. Том 3. – 2005. – № 3. – С. 327–347.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – Санкт-Петербург : ПитерКом, 1999. – 416 с.
3. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / У. Баффетт. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 268 с.
4. Бегма Ю. К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю. К. Бегма, О. Ю. Вінніков, О. І. Редько. – Київ : 2006. – 129 с.
5. Белявська К. С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К. С. Белявська // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. – 2011. – № 1. – С. 228–234.
6. Бизнес и общество: выгодное партнерство / под общ. ред. А. А. Нецадина. – Москва : Вершина, 2006. – 256 с.
7. Благоев Ю. Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований / Ю. Е. Благоев // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 2. – С. 151–159. – Рецензия на книгу: Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth / J. E. Post, L. E. Preston, S. Sachs. – Stanford : Stanford University Press, 2002. – XIV, 320 p.
8. Благоев Ю. Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю. Е. Благоев // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 3. – С. 17–34.
9. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) / [О. В. Безпалько, Ю. М. Галустян, А. В. Гулевська-Черниш та ін.] ; за заг. ред. А. В. Гулевської-Черниш. – Київ : Книга плюс, 2008. – 120 с.
10. Блинов А. О. Предпринимательство на пороге третьего тысячелетия / А. О. Блинов, И. Н. Шапкин. – Москва : МАЭП, ИИК "Калита", 2000. – 152 с.
11. Бредгард Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий / Т. Бредгард // SPERO. – 2005. – № 2. – С. 50–70.

12. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України. – 2009. – № 7 (572). – С. 74–85.
13. Бутова Т. В. Власть и бизнес в современном обществе : монографія / Т. В. Бутова, М. В. Ерхова. – Москва : Маросейка, 2007. – 192 с.
14. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы / Х. Виссема. – Москва : Инфра-М, 1996. – 287 с.
15. Виханский О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1995. – 416 с.
16. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. – С. 25–36.
17. Галушка З. І. Соціальна відповідальність як функція держави у сучасній економіці: необхідність, межі, завдання / З. І. Галушка // Вісник НБУ. – 2008. – № 3. – С. 31–36.
18. Галушка З. І. Стратегічний менеджмент : навч.-метод. посіб. / З. І. Галушка, І. Ф. Комарницький. – Чернівці : Рута, 2006. – 248 с.
19. Герет Т. М. Етика бізнесу / Т. М. Герет, Р. Дж. Клоноскі ; пер. з англ. – Київ : Основи, 1997. – 214 с.
20. Герчикова Н. Й. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики / Н. Й. Герчикова. – Москва : Консалт-Банкир, 2002. – 574 с.
21. Гизатулин А. В. Корпоративное управление, социальная ответственность и финансовая эффективность компании / А. В. Гизатулин // Российский журнал менеджмента. – 2007. – Том 5, № 1. – С. 35–66.
22. Грицина Л. А. Вибір системи оцінки стану корпоративної соціальної відповідальності для машинобудівних підприємств Хмельницької області / Л. А. Грицина // Наука й економіка. – 2009. – № 1 (13). – С. 93–97.
23. Грішнова О. А. Екологічний вектор соціальної відповідальності / О. А. Грішнова, В. П. Думанська // Економіка и управление. – 2001. – № 3. – С. 32–41.
24. Гугніна Т. Етичні засади підприємництва / Т. Гугніна // Вісник Української академії державного управління при Президентіві України. – 1999. – № 3. – С. 7.

25. Дениелс Дж. Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / Дж. Д. Дениелс, Л. Х. Радеба ; пер. с англ. – Москва : Дело Лтд, 1994. – 784 с.
26. Дерлоу Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень / Д. Дерлоу ; пер. з англ. – Київ : Всесвіт, 2001. – 242 с.
27. Євтушевський В. А. Основи корпоративного управління : навч. посіб. / В. А. Євтушевський. – Київ : Знання-Прес. – 2002. – 317 с.
28. Жаліло Я. А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу / Я. А. Жаліло, І. М. Акімова, Д. В. Ляпін. – Київ : МСД, 2007. – 123 с.
29. Задохайло Д. В. Корпоративне управління : навч. посіб. / Д. В. Задохайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назарова. – Харків : Еспада, 2003. – 688 с.
30. Зайчук О. В. Теорія держави і права. Академічний курс : підручник / О. В. Зайчук, Н. М. Оніщенко. – Київ : Юрінком Інтер, 2006. – 688 с.
31. Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різни стейкхолдерів. Регіональний аспект / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – Київ : Фонд "Східна Європа", 2008. – 60 с.
32. Іщенко М. П. Людинознавча компетентність керівника, менеджера, спеціаліста : монографія / М. П. Іщенко, І. І. Руденко. – Черкаси : Відлуння-Плюс, 2003. – 200 с.
33. Казакевич Г. Социальная ответственность: новые требования к бизнесу в постиндустриальную эпоху / Г. Казакевич // Персонал. – 2002. – № 2. – С. 74–78.
34. Кер Дж. Р. Канадский поход к корпоративной социальной ответственности (КСО) / Дж. Р. Кер // Бизнес и общество. – 2004. – № 4–5 (23–24). – С. 28–30.
35. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / У. Кинг, Д. Клиланд. – Москва : Прогресс, 1982. – 400 с.
36. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / О. Кириченко, І. Кавас, А. Ятченко. – Київ : Фінансист, 2000. – 656 с.
37. Китчин Т. Корпоративная социальная ответственность: в фокусе бренд / Т. Китчин // Менеджмент сегодня. – 2003. – № 5. – С. 21–30.
38. Козаченко Г. В. Основи корпоративного управління : навч. посіб. / Г. В. Козаченко, А. Е. Воронкова, Е. Н. Коренєв. – Луганськ : Вид-во СНУ, 2001. – 480 с.
39. Коник Д. Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: Матеріали експертного дослідження / Д. Л. Коник, М. В. Олійник, Ю. О. Привалов ; НАН України; Ін-т соціології ; Фонд "Інтелектуальна перспектива" ;

Представництво Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) ; за ред. Ю. Саєнко. – Київ : Батискаф, 2002. – 72 с.

40. Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине / (коллектив авторов). – Киев : ТЭФ ОЛБИ, 2008. – 160 с.

41. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. – Москва : КНОРУС, 2008. – 504 с.

42. Костин А. В русле мировой тенденции – от благотворительности к социальной ответственности / А. В. Костин // Большой бизнес. – 2005. – № 3. – С.43–48.

43. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; пер. з англ. – Київ : Стандарт, 2005. – 302 с.

44. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2007. – 216 с.

45. Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях та відповідях / А. Куліш. – Київ : Поліграфсервіс, 2007. – 80 с.

46. Лаптева Л. Г. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность – новый фактор взаимодействия бизнеса и общества : сборник статей, лекций и выступлений / Л. Г. Лаптева. – Москва : ЗАО Финансовый издательский дом "Деловой экспресс", 2004. – 310 с.

47. Лебедева И. П. Японские корпорации: стратегия развития / И. П. Лебедева. – Москва : Экономика, 1995. – 166 с.

48. Либоракина М. Социально ответственный бизнес: Глобальные тенденции и опыт стран СНГ / М. Либоракина ; пер. с англ. – Москва : Фонд "Институт экономики города", 2001. – 114 с.

49. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе / Р. Д. Льюис. – Москва : Дело, 1999. – 440 с.

50. Майерер П. Культура бизнеса / П. Майерер // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 4. – С. 97–101.

51. Международный менеджмент : учеб. для вузов / под ред. С. Э. Пивоварова, Д. И. Баркана, Л. С. Тарасевича, А. И. Майзеля. – Санкт-Петербург: Питер, 2000. – 624 с.

52. Мельник С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. В. Мельник // Економіка та держава. – 2007. – № 5. – С. 72.
53. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – Москва : Дело, 2003. – 703 с.
54. Основы предпринимательского дела (Благородный бизнес) / под ред. Ю. М. Осипова. – Москва : Гуманитарное знание, 1992. – 432 с.
55. Осовська Г. В. Стратегічний менеджмент / Г. В. Осовська, О. Л. Фіщук, І. В. Жалінська. – Київ : Кондор, 2003. – 196 с.
56. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы / У. Оучи. – Москва : Экономика, 1984. – 184 с.
57. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова. – Київ : Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", 2015. – 180 с.
58. Панченко Є. М. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. / Є. М. Панченко. – Київ : КДЕУ, 1996. – 78 с.
59. Петроє О. М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики : [монографія] / О. М. Петроє. – Київ : Центр учбової літератури, 2008. – 152 с.
60. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. – Москва : Дело, 2000. – 280 с.
61. Пивоваров И. С. Стратегический менеджмент холдинга / И. С. Пивоваров. – Санкт-Петербург : Печатный двор, 1994. – 171 с.
62. Пивоваров С. Э. Международный менеджмент / С. Э. Пивоваров, Л. С. Тарасевич, А. И. Майзель. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 576 с.
63. Плоткін Я. Д. Виробничий менеджмент : навч. посіб. : збірник вправ / Я. Д. Плоткін, І. Н. Пащенко. – Львів: ДУ "Львівська політехніка", 1999. – 258 с.
64. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [кол. авт.] О. Лазоренко, Р. Колишко, С. Куш та ін. – Київ : ТОВ "Вид-во "Енергія", 2008. – 96 с.
65. Профессиональная ориентация, подготовка и оценка персонала / [сост. В. И. Яровой ; под ред. Г. В. Щекина]. – Киев : МАУП, 1995. – 120 с.
66. Радченко В. В. Международный менеджмент / В. В. Радченко. – Киев : МАУП, 2000. – 236 с.

67. Серван-Шрайбер Ж.-П. Ремесло предпринимателя / Ж.-П. Серван-Шрайбер ; пер. с франц. – Москва : Международные отношения, 1993. – 248 с.

68. Сиваева Т. Факторы формирования социальной ответственности бизнеса / Т. Сиваева. – Москва : Фонд "Институт экономики города", 2002. – 42 с.

69. Современный бизнес : учебник. В 2-х т. / Д. Д. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Д. В. Тилл ; пер. с англ. – Москва : Республика, 1995. – 479 с.

70. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця, А. І. Даниленка, М. Г. Жулинського та ін. – Київ : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.

71. Стонер Джеймс А. Ф. Вступ у бізнес / А. Ф. Стонер Джеймс, Г. Едвін Долан. – Київ : Вид. Європ. Ун-ту фін., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. – 752 с.

72. Теория государства и права : учебник для вузов / под ред. проф. В. М. Корельского, В. Д. Перевалова. – Москва : НОРМА, 2002. – 616 с.

73. Ткаченко Л. Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості / Л. Г. Ткаченко // Соціальна перспектива і регіональний розвиток : зб. наук. пр. – Запоріжжя : ЗНУ, 2006. – С. 64–70.

74. Управление и корпоративный контроль в акционерном обществе : практ. пособ. / под ред. Е. П. Губина. – Москва : Юристъ. – 1999. – 248 с.

75. Управление организацией : учебник / под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Соломатина. – Москва : ИНФРА, 1998. – 669 с.

76. Файдор М. Ответственность бизнеса / М. Файдор // Деловой. – 2008. – № 5. – С. 66–69.

77. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. – Москва : АСТ, 2006. – 730 с.

78. Хачатуров Р. Л. Юридическая ответственность / Р. Л. Хачатуров, Р. Г. Ягутян. – Тольятти : Междунар. академия бизнеса и банковского дела, 1995. – 200 с.

79. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – Київ : Академвидав, 2003. – 608 с.

Інформаційні ресурси

80. Баб'як О. С. Екологічне право України : навч. посіб. для ВНЗ / О. С. Баб'як, П. Д. Біленчук, Ю. О. Чирва [Електронний ресурс]. – Київ : Атіка, 2000. – 216 с. – Режим доступу : <http://radnuk.info/pidrychnuku/ekolog-pravo/43-babuak>.

81. Бадокина Е. А. Формирование корпоративной социальной ответственности и рост рыночной капитализации компаний [Электронный ресурс] / Е. А. Бадокина, Н. В. Кучерина // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского гос. ун-та. № ГР 0420700054. – 2007. – № 3. – Режим доступа : <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2007/2007-3/2007-3.htm>.

82. Бізнес і соціальна відповідальність. Повні уроки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://school.xvatit.com/index.php>.

83. Грицина Л. А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств [Електронний ресурс] / Л. А. Грицина ; Хмельницький національний університет. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm.

84. Дмитриева Е. Корпоративная социальная отчетность [Электронный ресурс] / Е. Дмитриева. – Режим доступа : http://www.dv-reclama.ru/?p_id=2836.

85. Добрые дела немецких предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://emigration.russie.ru/news/6/7065_1.html.

86. Думки та погляди населення України щодо соціальних інвестицій бізнесу в українську громаду: за даними Всеукр. конференції "Фонди громад в Україні: стан та перспективи розвитку" 14.03.2008 р. [Електронний ресурс] / Л. Паливода. – Режим доступу : <http://www.ufb.org.ua/library/321.html>.

87. Ініціативи соціальної відповідальності 2007 "Майкрософт Україна" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.microsoft.com/ukraine>.

88. Каптерев А. Смысл и выгоды социальной ответственности [Электронный ресурс] / А. Каптерев. – Режим доступа : <http://www.prompolit.ru/159672>.

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

90. Котлубинский А. Социальная ответственность бизнеса как форма социального партнерства [Электронный ресурс] / А. Котлубинский. – Режим доступа : <http://www.ossr.ru/social/prijects>.

91. Курбан А. Теория и практика социальной корпоративной ответственности [Электронный ресурс] / А. Курбан. – Режим доступа : <http://www.profil-ua.com/tomorrow/67/1446/>.

92. Ляховецкая Е. Социально-ответственный бизнес: за и против [Электронный ресурс] / Е. Ляховецкая. – Режим доступа : <http://consultant.berator.ru/article/71>.

93. Система стандартів екологічного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iso14000-iso14001-environmental-management.com/>.

94. Соціально відповідальний бізнес в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.

95. Соціальна відповідальність бізнесу: Центр перспективних соціальних досліджень НАНУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cpsr.org.ua/index.php>.

96. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://knowledge.allbest.ru/economy>.

Зміст

Вступ.....	3
Змістовий модуль 1. Соціальна відповідальність і суспільство	5
Тема 1. Теоретичні основи поняття соціальної складової управління фінансово-економічною безпекою	5
Тема 2. Концепція соціальної складової: зарубіжний / вітчизняний досвід	8
Тема 3. Інструменти реалізації соціальної складової	11
Тема 4. Моделі корпоративної соціальної політики та відповідальності	15
Змістовий модуль 2. Соціальна відповідальність і бізнес.....	16
Тема 5. Стандарти корпоративної соціальної відповідальності та рейтинги соціально-відповідальних компаній.....	16
Тема 6. Внутрішні та зовнішні соціальні інвестиції бізнесу.....	19
Тема 7. Досвід реалізації соціальних програм корпорацій і підприємств. Фандрейзинг	20
Рекомендована література.....	25
Інформаційні ресурси	31

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

СОЦІАЛЬНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів спеціальності
073 "Менеджмент"
другого (магістерського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач **Чепелюк** Маргарита Ігорівна

Відповідальний за видання *І. П. Отенко*

Редактор *А. С. Ширініна*

Коректор *В. Ю. Труш*

План 2020 р. Поз. № 18 ЕВ. Обсяг 34 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*