

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

СОЦІАЛЬНА СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Методичні рекомендації
до практичних завдань і самостійної роботи
студентів спеціальності
292 "Міжнародні економічні відносини"
другого (магістерського) рівня

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2021

УДК 339.9-029:316(07.034)

С69

Укладачі: М. І. Чепелюк
Н. О. Пархоменко
В. В. Іванієнко

Затверджено на засіданні кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу.

Протокол № 1 від 25.08.2020 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Соціальна складова міжнародного бізнесу [Електронний С69 ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань і самостійної роботи студентів спеціальності 292 "Міжнародні економічні відносини" другого (магістерського) рівня / уклад. М. І. Чепелюк, Н. О. Пархоменко, В. В. Іванієнко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 45 с.

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

Рекомендовано для студентів спеціальності 292 "Міжнародні економічні відносини" другого (магістерського) рівня.

УДК 339.9-029:316(07.034)

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2021

Вступ

Вивчення соціальної складової міжнародного бізнесу – це гарантія незалежності країни, умова стабільності й ефективною життєдіяльності суспільства, досягнення успіху в міжнародному середовищі. Це пояснюється тим, що економіка є однією з життєво важливих сторін діяльності суспільства, держави й особистості, а отже, поняття національної безпеки буде порожнім словом без оцінювання життєспроможності економіки, її міцності за умови можливих зовнішніх і внутрішніх загроз. Завдання соціальної складової полягає, перш за все, у формуванні умов, що забезпечують стабільний розвиток соціальних відносин, збереження, зміцнення і збагачення буття, тобто захищеності якісного стану соціальних відносин, що, відповідно, забезпечують прогресуючий розвиток особистості, суспільства і держави.

Підвищення соціальної складової бізнесу – одне зі стратегічних завдань в області реалізації соціальної політики, розвитку механізмів приватно-державного партнерства, впровадження соціальних інвестицій в практиці роботи соціальної сфери. Дані механізми формують соціальний капітал компаній і сприяють їх сталому розвитку, підвищують інвестиційну цінність самого бізнесу.

Мета навчальної дисципліни "Соціальна складова міжнародного бізнесу" полягає у теоретичному узагальненні методологічних підходів та формуванні практичних навичок і вмінь аналізу соціальної складової та розкритті сутності її сучасної концепції у міжнародному бізнесу.

Навчальна дисципліна "Соціальної складової міжнародного бізнесу" належить до базових навчальних дисциплін професійного циклу.

Предметом вивчення дисципліни є базові принципи організації і способи функціонування бізнесу в умовах сучасних інститутів, механізми управління підприємством (корпорацією) відповідно соціальних цілей.

Об'єктом вивчення виступають соціально важливі характеристики ведення бізнесу в сучасному суспільстві, його економічні, соціальні та екологічні наслідки.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент набуває системного уявлення про ведення бізнесу відповідно до принципів соціальної відповідальності, розуміє можливості використання інструментів соціально відповідального управління компанією, в тому числі у студентів

повинні 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 міжнародних підприємств;

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

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

Використання методичних рекомендацій до виконання практичних завдань та опрацювання питань з самостійної роботи сприяють набуттю студентом навичок складання програм аналізу, здійснення аналітичного оброблення інформації, розрахунку показників-характеристик соціальної 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 студентів та виконання трудових функцій після закінчення навчального закладу, досягнення вміння читати нефінансову звітність підприємств, що складає ефективну основу для розвитку аналітичних здібностей.

Використання методичних рекомендацій до виконання практичних завдань і самостійної роботи студентів сприяє підвищенню ефективності практичної підготовки студентів спеціальності 292 "Міжнародні економічні відносини" другого (магістерського) рівня.

Змістовий модуль 1

Соціальна відповідальність і суспільство

Тема 1. Теоретичні основи поняття соціальної складової міжнародного бізнесу (МБ)

Практичне заняття 1

Мета – засвоєння теоретичних основ та розгляд основних понять соціальної складової міжнародного бізнесу (МБ).

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

1.2. Соціальна політика, соціальні інвестиції, інвестиції в соціальну сферу, соціально відповідальне інвестування.

1.3. Соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне громадянство, соціальна діяльність та соціальна активність підприємств, венчурна філантропія.

Контрольні запитання

1. За якими етапами формувалася концепція соціальної відповідальності?

2. Які відомі вчені та промисловці зробили внесок у формування концепції соціальної відповідальності?

3. Які події вплинули на становлення концепції соціальної відповідальності в різні періоди часу?

4. Яким чином формувався екологічна компонента соціальної відповідальності?

5. Як соціальна відповідальність стала елементом стратегічного управління компаній?

6. Яким чином сьогодні концепція соціальної відповідальності є частиною корпоративної культури компаній?

7. Яким чином пов'язані між собою соціальна відповідальність та соціальна безпека?

8. Проаналізуйте спільні та відмінні ознаки правової та соціальної відповідальності. Зробіть висновки.

Тематика доповідей

1. Сутність соціальної відповідальності.

2. Поняття соціальної відповідальності у системі сталого розвитку.

3. Види соціальної відповідальності.
4. Макро- і мікрорегулятори соціальної відповідальності.
5. Екологічна компонента соціальної відповідальності.
6. Соціальна відповідальність як елемент стратегічного управління підприємства.
7. Венчурна філантропія.

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [4; 5; 8; 14; 18; 34; 35].

Практичне заняття 1

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

Практичне завдання 1.1

Дайте визначення понять та виокреміть ключові слова, як це зображено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Поняття	Визначення	Ключові слова
Соціальна відповідальність		
Реальна відповідальність		
Моральна відповідальність	Це зв'язок людини з суспільством , у результаті якого людина має нести відповідальність за будь-які свої вчинки . Вона відображається у суспільному осуді та соціальному відмежуванні від суб'єкта, що порушує чи ухиляється від виконання норми поведінки	Зв'язок з суспільством, відповідальність за вчинки, осуд, соціальне відмежування
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		

Практичне завдання 1.2

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

Таблиця 1.2

Відмінні ознаки юридичної та соціальної відповідальності

Юридична відповідальність	Соціальна відповідальність	Економічна відповідальність

Практичне завдання 1.3

Знайти та проаналізувати закони та нормативні акти, що регулюють соціальну відповідальність, її сутність, зміст, статус та роль в Україні, країнах ЄС та США.

Скласти хронологічну таблицю.

Практичне завдання 1.4

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

1. Н. 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:

"З моєї точки зору, 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, а їхні погляди значущі".

3. Андерс Далвіг, Президент ІКЕА:

"Недостатньо робити тільки те, що наказує закон. Ми повинні бути на передній межі теми корпоративної соціальної відповідальності".

Практичне завдання 1.5

Розподілитися на невеликі групи і в кожній групі колективно коротко виокремити всі фактори, які вплинули на розвитку концепції соціальної відповідальності.

Завдання для самостійної роботи 1.1

Підготувати доповіді за міжнародними організаціями і розповісти, який внесок вони зробили в формування концепції соціальної відповідальності, і як сьогодні їх діяльність впливає на розвиток суспільства:

- Всесвітній фонд дикої природи.
- Римський клуб.
- Пагвошській рух вчених.
- Грінпіс.
- Міжнародний союз охорони природи.
- ЮНЕСКО.
- Міжнародна організація праці.

Завдання для самостійної роботи 1.2

Письмово продовжити фразу: "Соціально відповідальна компанія, як правило, робить таке: ..."

Завдання для самостійної роботи 1.3

Написання есе на одну з тем:

Яку користь принесе реалізація концепції соціальної відповідальності для України?

Чи доцільно компаніям України сьогодні вибудовувати свою діяльність відповідно до концепції соціальної відповідальності?

Чи зіштовхувались ви з соціально відповідальними і соціально безвідповідальними компаніями? Розкажіть про свій досвід.

Методичні рекомендації до теми 1

Практичне завдання 1.1

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

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

Практичне завдання 1.2

Для визначення відмінних ознак юридичної, соціальної та економічної відповідальності необхідно обрати ознаки для аналізу, проаналізувати кожен з видів відповідальності відповідно до ознак та внести дані в таблицю. До таких ознак можна віднести, наприклад, форму відповідальності, якими нормами регламентується, якими органами призначається.

Завдання для самостійної роботи 1.3

Есе – це прозовий твір невеликого обсягу і вільної композиції, що виражає індивідуальні враження та міркування з конкретного приводу чи питання і явно не претендує на визначальне або вичерпне трактування предмета.

Тема 2. Концепція соціальної складової: зарубіжний та вітчизняний досвід

Практичне заняття 2

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

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

2.2. Концепція корпоративного альтруїзму, "компанія учасників".

2.3. Концепція "розумного егоїзму".

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

2.5. Інтереси різних груп (стейкхолдерів) у формулюванні пріоритетів корпоративної 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 документа ООН – Глобального договору.
7. Основні принципи соціально відповідальної діяльності, що є основою Глобального договору.

Контрольні запитання

1. У чому полягають відмінності рівневих, кругових і сферичних моделей соціальної складової?
2. Які рівні соціальної відповідальності виокремлюють у класичних теоріях соціальної складової?
3. Чим відрізняються соціальна відповідальність на екстранет-та інтранет-рівнях?
4. Які види відповідальності у стейкхолдерів, стейккіперів, стейквочерів?
5. У якій країні найбільш розвинені теорії соціальної відповідальності і чому?
6. Що становить являє концепція корпоративного громадянства?
7. Які основні положення теорії стейкхолдерів і як її можна використовувати в діяльності підприємства?
8. Чи можливо, на вашу думку, впровадження соціальної відповідальності підприємствами малого і середнього бізнесу в Україні?

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [5; 20; 28; 37; 90].

Практичне заняття 2

Мета – набуття навичок аналізу концепцій соціальної складової, аналіз українського та закордонного досвіду підприємств та їх соціально відповідальної діяльності.

Практичне завдання 2.1

Зробіть порівняльний аналіз основних концепцій корпоративної соціальної відповідальності.

Практичне завдання 2.2

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

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

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

Практичне завдання 2.3

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

Продемонструвати власну точку зору стосовно ролі бізнесу в суспільстві та Україні.

Практичне завдання 2.4

Відповідно до теорії М. Фрідмена "справа бізнесу – бізнес" бізнес повинен збільшувати доходи акціонерів. Якщо бізнес займається соціальними проблемами, то приймає погані рішення, прагнучи не до багатства, а до бідності суспільства.

Сформулюйте свою думку, виходячи з даного висловлювання.

Практичне завдання 2.5

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

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

Практичне завдання 2.6

А. Керолл запропонував аналізувати стейкхолдерів за допомогою матриці, наведеної в табл. 2.2. Заповнити цю таблицю, розписати, який

конкретно вплив мають зацікавлені сторони на компанію за рівнями, вказати, які конкретно інтереси щодо компанії у даних стейкхолдерів.

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 в цілому				

Завдання для самостійної роботи 2.1

Самостійно вивчіть 17 цілей сталого розвитку, що декларуються ООН, підготуйте повідомлення за кожною ціллю і зазначте, як ви особисто зможете посприяти їх досягненню.

Завдання для самостійної роботи 2.2

Описати існуючі аргументи "за" та "проти" соціальної відповідальності бізнесу на основі концепцій "корпоративного егоїзму", "корпоративного альтруїзму" та "розумного егоїзму". Сформувати та висловити особисту думку щодо проблеми належної ролі бізнесу в суспільстві.

Яким чином розрізняються прояви соціальної відповідальності з боку трьох організацій: металургійного заводу, лікарні й університету? Виокремити характерні риси соціальної відповідальності кожної з організацій.

Завдання для самостійної роботи 2.3

Визначити основні напрями соціальної відповідальності закладу вищої освіти (ЗВО) – перед студентами, викладачами, суспільством, підприємствами; а також у зворотному напрямі та відповідно заповнити табл. 2.3.

Напрями соціальної відповідальності ЗВО

Відповідальність перед	Напрями соціальної відповідальності	
	ЗВО	Студентів
ЗВО		
студентами		
викладачами		
підприємствами		
суспільством (у тому числі органи влади)		
Відповідальність перед	Напрями соціальної відповідальності	
	викладачів	Підприємств
ЗВО		
студентами		
викладачами		
підприємствами		
суспільством (у тому числі органи влади)		

Методичні рекомендації до теми 2

Практичне завдання 2.5

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

Завдання для самостійної роботи 2.3

Заклад вищої освіти (ЗВО) – це юридична особа, що реалізовує відповідно до ліцензії освітні програми вищої професійної освіти і традиційно є об'єктом вивчення різних наук: економічних, юридичних, соціологічних,

педагогічних та ін. Вищий навчальний заклад є важливішим соціальним інститутом, в якому створюються суспільні блага в якості освітніх послуг і нормативи, зразки поведінки, взаємини в колективі та із зовнішнім середовищем.

ЗВО володіє такими властивостями соціального інституту: стійкістю форми організації спільної діяльності людей, здатністю інтегруватися з соціально-політичною, ідеологічною і ціннісною структурою регіону, спрямованістю освітніх послуг ЗВО на обслуговування і розвиток людини, наявністю матеріальних засобів і умов, що забезпечує успішне здійснення соціальних функцій, є генератором соціальних норм поведінки, що здійснює соціальний контроль їх дотримання.

Для розуміння ролі ЗВО як соціально відповідального інституту необхідно розглянути функції, які він виконує через займане в суспільстві положення:

- відтворення суспільного інтелекту;
- підготовку висококваліфікованих кадрів – еліти суспільства;
- формування ринку праці;
- розвиток культури і норм поведінки;
- стабілізацію соціальних стосунків.

Тема 3. Інструменти реалізації соціальної складової

Практичне заняття 3

Мета – засвоєння теоретичних основ та розгляд основних інструментів реалізації соціальної складової міжнародного бізнесу (МБ).

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

Контрольні запитання

1. Які національні стандарти є основою розроблення стандартів корпоративної соціальної відповідальності?
2. Яка логічна взаємозв'язок міжнародних стандартів ISO 9004: 2009 і ISO 26000: 2010?
3. Яка організація є розробником Антикорупційної хартії українського бізнесу?
4. Які найпоширеніші міжнародні інструменти регулювання соціальної відповідальності?
5. Які основні суб'єкти регулювання соціальної відповідальності в Україні?

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [2; 16; 17; 24; 28; 34; 35].

Практичне заняття 3

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

Практичне завдання 3.1

Розподілити в табл. 3.1 складові зовнішньої та внутрішньої стратегії соціальної відповідальності:

- кредити (гранти) на благодійні цілі;
- соціальні інвестиції;
- фінансова і матеріальна допомога;
- наукові і 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 та конкретність у наданні звітності;
- волонтерська діяльність та діяльність громадських організацій;
- стимулювання робітників (премії, надбавки, компенсації);

філантропія у формі підтримки соціально значущих подій;
соціальні пакети.

Таблиця 3.1

Елементи соціальної відповідальності бізнесу в реалізації корпоративної стратегії розвитку підприємства

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

Практичне завдання 3.2

Соціальні програми великих світових корпорацій, як правило, 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 визначити, 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 продуктивних 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 тисяч 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 і прибуткова діяльність. Однак застарілі стереотипи щодо неprestижності 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" та "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 дисципліни, затребувані у сучасному агробізнесі. Експерти Syngenta розповідали про перспективи роботи у міжнародній компанії, ділилися зі школярами власним досвідом і допомагали зорієнтуватися у різноманітті навчальних закладів.

Після завершення циклу лекцій учням пропонувалася екскурсія до дослідницького центру Syngenta, де вони могли побачити і власноруч випробувати селекційну сільськогосподарську техніку й обладнання для підготовки, оброблення і 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 та ділову репутацію Креді Агріколь в Україні підтверджують найвищі з можливих рейтинги Fitch, лідерські позиції в рейтингах стійкості банків, надійності банківських вкладів та найприбутковіших банків, а також 300 тис. активних приватних клієнтів та 18 000 корпоративних клієнтів. У банку працює близько 2 300 осіб.

Креді Агріколь Банк – лідер у сфері автокредитування. Кожен другий кредит на авто оформлюється саме у цьому банку. Але в той же час автомобіль – це джерело забруднення довкілля. Тому в 2016 році розпочався

проект "Дерево за авто-кредит. У парку ім. Т. Шевченка у Києві посадили 50 ялинок. Клієнти отримували особисте повідомлення про те, що від їх імені банк висадив дерева. Участь у проекті взяли 25 співробітників банку, а також їх діти. Бюджет проекту: 2016 рік – 30 тис. грн, 2017 рік – 50 тис. грн.

4. "Ашан Рітейл" – це міжнародна компанія роздрібної торгівлі, представлена у 17 країнах напрямами гіпермаркетів, супермаркетів та магазинів біля дому. Перший магазин "Ашан" було відкрито у 1961 році у Франції. В Україні компанія існує з 2008 року та сьогодні налічує 20 гіпермаркетів у 9 містах, у яких працює близько 7 000 співробітників.

В Україні проживає приблизно 2 мільйонів людей з інвалідністю, працює з них, за офіційними даними Міністерства соціальної політики, не більше 677 тисяч. І якщо за статистикою наша країна відповідає європейському рівню, забезпечуючи робочими місцями третину з них, на практиці, на жаль, ситуація дещо інша: на підприємстві зазвичай працює не людина з інвалідністю, а її трудова книжка.

В "Ашан Рітейл" різноманіття сприймається як потужний інструмент для досягнення результатів, саме тому люди з порушенням слуху, ДЦП, психоневрологічними захворюваннями та іншими особливостями займають різні посади в секторі касових операцій, у торговельній залі, на виробництві, на прийманні та в офісі.

Метою даного проекту є не лише працевлаштування мінімум трьох людей із синдромом Дауна у кожному гіпермаркеті "Ашан" у Києві до 2021 року, але й демонстрація життєспроможності ідеї підтриманого працевлаштування для державних органів та громадського сектору.

5. З 1999 року міжнародна компанія DEC надає освітні послуги у сфері навчання за кордоном (агентство DEC education), вивчення англійської мови (дитячий табір DEC camp та мережа мовних шкіл DEC school), всебічного розвитку дитини (освітня лабораторія DEC lab та альтернативна школа повного дня DEC life school). Понад 15 000 студентів, 800 партнерів за кордоном, 200 працівників в 11 офісах у 3 країнах світу.

За останні 5 років DEC із невеликої сімейної компанії виросла до 6 окремих бізнесів. Таке стрімке зростання призвело до незлагодженості в роботі. Працівники різних компаній освітньої групи не комунікували між собою та не відчували себе частиною єдиного цілого. У DEC не було єдиної корпоративної культури, яка б давала працівникам чітке розуміння цінностей та візії майбутнього розвитку. Внаслідок цього команда, що раніше

працювала як єдиний організм, розподілилася на кілька груп та витрачала сили не на розвиток, а на конфлікти.

Результати двох досліджень консалтингової компанії HR Center, проведених в 2017 та 2018 роках, показали значне зниження основних показників за рік: рівень лояльності впав з 47 до 35 %; залученість співробітників знизилася з 46 до 38 %; довіра до лідерів зменшилася з 46 до 35 %; задоволення work-life balance впало з 30 до 22 %.

Внутрішньою кризою в компанії скористалися конкуренти, які почали агресивну маркетингову кампанію, а також відкрито переманювали співробітників DEC. Засновники поставили за мету налагодити взаємодію між 6 компаніями, забезпечити сталий розвиток команди та організації загалом, а також втілити соціальні проекти, які об'єднують співробітників, створять додаткову цінність DEC та матимуть позитивний вплив на суспільство.

Поетапне впровадження соціальної відповідальності було таким:

1. Щоб об'єднати всіх працівників навколо ідеї СВ, було проведено 4 лекції та воркшопи для топ-менеджменту, а згодом для всіх співробітників, за участі фахівців із Центру розвитку КСВ.

2. З метою налагодження внутрішньої комунікації працівників шести компаній було створено закриту Facebook-групу, де співробітники DEC діляться новинами і розповідають про свої досягнення. Також запущено щотижневий дайджест з новинами, пропозиціями та порадами, як бути більш соціально відповідальними щодня. Організовано премію DEC Best Employees Award, яка стала найбільш обговорюваною подією місяця.

3. Щоб підвищити лояльність працівників та вдоволення work-life balance запущено ініціативу "Додатковий вихідний", організовано безкоштовні заняття англійською мовою для дітей співробітників.

4. Щоб створити додаткову цінність компанії та позитивний вплив на суспільство, розроблено та реалізовано такі проекти КСВ: DEC і ECO. Для підвищення ефективності використання ресурсів проведено 7 еколекцій для співробітників. Розміщено понад 500 вивісок з екоінструкціями на всіх локаціях DEC. Установлено 95 боксів для сортування сміття в офісах та школах. Зібрано більше 1 000 кг сировини.

5. Разом із методистами DEC розроблено та запущено програму еконавчання англійською мовою для учнів. Кожен місяць діти вивчають основні принципи сталого розвитку і турботи про довкілля на прикладі однієї з 9 країн. До місяця Німеччини було розроблено настільну гру ECO

Germany. А про сміттєві острови в Японії дітям розповідав один з їхніх кумирів – співак і телеведучий Володимир Дантес.

6. Компанія "Небесна Криниця" займається виробництвом і доставкою бутильованої води з 2001 року. Компанія обслуговує понад 50 тисяч домогосподарств та 10 тисяч офісів в Україні. За останні роки компанія отримала нагороди "Фаворит успіху" і "Якість № 1". Є єдиним в Україні членом європейської асоціації бутильованих вод Watercoolers.

Суттєве збільшення ціни на артезіанську воду з доставкою через підвищення вартості паливно-мастильних речовин та собівартості продукції призвело до того, що багато сімей більше не можуть дозволити собі замовляти якісну воду з доставкою додому, змушені економити та переходити на альтернативні джерела питної води, які не завжди гарантують якість та безпечність продукту.

Компанія "Небесна Криниця" використовує оборотну тару з полікарбонату, який ще називають штучним склом. Використання одноразової тари повторно несе небезпеку захворювань, оскільки в пори пластику проникають бактерії, які неможливо видалити без високих температур та сильнодіючих хімічних засобів. Для полікарбонатної тари властива менша пористість та стійкість до температур.

Бутильована вода "Небесна Криниця" стала доступніша через відкриті пункти продажу питної води в спальних районах міста та поблизу транспортних розв'язок у малих архітектурних формах. Проєкт орієнтовано як на автомобілістів, так і на пішоходів. З точок також відбувається доставка води за допомогою екотранспорту – спеціально обладнаних велосипедів та тачок, що не забруднює довкілля та не завантажує дороги у пікові години.

Завдяки реалізації проєкту з'явилася можливість зменшити ціну на воду в 2 рази. У рамках пілотного проєкту протягом 2017 року відкрито 9 точок у Києві та планується подальший розвиток проєкту. Основна маса клієнтів мають дохід нижче середнього та не можуть дозволити собі замовляти доставку артезіанської води додому. А отже, компанія дала можливість споживати якісну артезіанську питну воду тим верствам населення, які до цього такої можливості не мали через фінансові причини.

Завдання для самостійної роботи 3.1

Сформуйте особистісний соціальний звіт.

Підготуйте виступ з позиції концепції соціальної відповідальності. Намагайтеся вказати витрачені вами ресурси (час, гроші, матеріали, працю тощо).

Як ви вважаєте, чи окупляться ваші вкладення у власний людський капітал?

Показники особистісного соціального звіту:

участь в спортивних заходах;

громадянська позиція;

благодійна діяльність;

утворення;

допомога близьким;

дотримання законів і безпеки оточуючих;

відповідальність за свої дії;

волонтерство;

участь в екологічних акціях (у тому числі в суботниках, прибиранні територій);

участь в діяльності гуртків, клубів, соціальних груп.

Методичні рекомендації до теми 3

Практичне завдання 3.2

Кожне підприємство під час формування стратегічних напрямів визначає елементи соціальної відповідальності, необхідні для реалізації своїх інтересів та інтересів зацікавлених груп учасників. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність та покращити результати фінансово-господарської діяльності. Подані у завданні стратегії слід дослідити та розподілити відповідно до зовнішнього та внутрішнього середовища.

Завдання для самостійної роботи 3.2

Для складання соціального звіту використовуйте такі показники: участь в екологічних акціях, гуртках, клубах за інтересами, соціальних групах, спортивних заходах, волонтерській діяльності, благодійності, вкажіть вашу громадянську позицію з різних питань (акцентуйте на соціальних та екологічних проблемах).

Як ви підвищуєте свою освіту і навіщо?

Чи займаєтеся або допомагаєте ви в поширенні освіти?

Яку допомогу ви надаєте близьким і друзям?

Як ви дотримуетесь законів, безпеки оточуючих, прав людини?

Висловіть, що ви плануєте зробити для поліпшення майбутнього з позиції КСВ.

Тема 4. Моделі корпоративної соціальної політики та відповідальності

Практичне заняття 4

Мета – засвоєння теоретичних основ та розгляд основних моделей соціальної складової МБ.

4.1. Огляд сучасних моделей корпоративної соціальної відповідальності в США, континентальній Європі, Великобританії та Україні та їх основних відмінностей одна 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 КСВ.

4.5. Українська модель соціальної відповідальності.

Тематика доповідей

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

Контрольні запитання

1. Що розуміється під соціальним інвестуванням?
2. Чому соціальне інвестування сьогодні стає життєво важливим фактором конкуренції?
3. Які основні напрями соціально відповідального інвестування?
4. Чим соціально відповідальний маркетинг відрізняється від класичного маркетингу?
5. Що таке соціальний брендинг?
6. Як оцінити ефективність соціальних інвестицій?

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [1; 10; 22; 27; 36; 91; 92].

Практичне заняття 4

Мета – набуття навичок порівняння та аналізу моделей КСВ.

Практичне завдання 4.1

Зробіть порівняльний аналіз моделей КСВ у найбільших Європейських країнах (Франції, Великобританії, Німеччини та ін.).

Практичне завдання 4.2

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

Практичне завдання 4.3

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

Практичне завдання 4.4

Ситуація: розподіліться на групи, кожна з груп представляє певну компанію з одним директором. Усі компанії взаємозалежні і є одним холдингом. Кожна компанія повинна обрати один пріоритетний напрям для корпоративної благодійності, підготувати докладну і обґрунтовану пропозицію.

Через 10 хвилин директори представляють свої благодійні програми. За підсумками наради буде визначено 1 – 2 програми, найбільш пріоритетні та доцільні для всього холдингу (головна мета даних програм – дотримати основну концепцію корпоративної соціальної відповідальності).

Завдання для самостійної роботи 4.1

Згадати найвідоміші соціально спрямовані маркетингові програми компаній, навести приклади.

Завдання для самостійної роботи 4.2

Прокоментувати, як компанія може використовувати інструменти маркетингу в контексті КСВ (з прикладами).

Методичні рекомендації до теми 4

Практичне завдання 4.1

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

- сфера застосування;
- правове регулювання;

цільовий орієнтир;
зв'язок суб'єкта господарювання із його соціальними проєктами;
роль держави в регулюванні процесів КСВ;
вид відповідальності;
відносини із зацікавленими сторонами.

Завдання для самостійної роботи 4.2

Інструменти маркетингу – це якість продукта, асортимент, ціна, репутація, доставка, реклама, послуги, упаковка.

Змістовий модуль 2

Соціальна відповідальність і бізнес

Тема 5. Соціальні інвестиції як невід'ємна частина економіки і соціального аспекту бізнесу

Практичне заняття 1

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

- 5.1. Класифікація інвестицій: економічні, політичні, соціальні.
- 5.2. Соціальні інвестиції: поняття, сутність.
- 5.3. Соціальні інвестиції як відображення соціально-економічного устрою.

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.

Контрольні запитання

1. Як проводять верифікацію та аудит соціальної звітності компаній?
2. У чому виражаються ефекти від соціально відповідальної поведінки компаній?
3. Як соціальна відповідальність впливає на фінансові результати компанії?
4. За допомогою яких індексів вимірюється залученість бізнесу у вирішення соціальних проблем?
5. У чому особливість фінансової віддачі від застосування концепції КСВ в Україні?

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [13; 14; 28; 31; 33; 92].

Практичне заняття 5

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

Практичне завдання 5.1

Зробіть порівняльний аналіз основних стандартів корпоративної соціальної відповідальності в таблиці.

Практичне завдання 5.2

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

Практичне завдання 5.3

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

Практичне завдання 5.4

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

Завдання для самостійної роботи 5.1

Знайдіть останню інформацію щодо індексу DJSI. Які компанії увійшли до рейтингу? Яка інформація публікується і за яким принципом?

Завдання для самостійної роботи 5.2

Підготувати і розібрати доповіді за такою тематикою:

некомерційні організації та КСВ;

ощадливе виробництво;

фандрайзинг;

краудфандинг;

фактори конкурентної переваги в системі корпоративної соціальної відповідальності;

освіта й інтелектуальний потенціал організації як чинники внутрішньої соціальної відповідальності;

підтримка освіти і науки як основа формування інтелектуального та інноваційного потенціалу;

підтримка охорони здоров'я як необхідність формування здорового способу життя і трудового потенціалу;

підтримка культури як джерело розвитку культурного потенціалу суспільства.

Методичні рекомендації

Практичне завдання 5.1

Порівняльний аналіз повинен спиратись 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 та передбачають проведення сертифікації його діяльності.

3. Міжнародні документи щодо оцінювання рейтингу соціальної відповідальності.

4. Міжнародні документи, що визначають загальні вимоги щодо обліку та звітності.

Практичне завдання 5.2

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

макроіндикатори (оцінювання рівня корпоративного управління в окремих державах);

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.

Завдання для самостійної роботи 5.1

Як відомо, найбільш поширеними і використовуваними в звітних, планових та інших цілях є такі показники оцінювання фінансових результатів компанії:

- 1) рентабельність капіталу;
- 2) рентабельність продажів;
- 3) дохід на активи;
- 4) зростання чистого прибутку;
- 5) зростання капіталізації компанії.

Для оцінювання КСВ використовуються індикатори, тобто показники, що виводяться з первинних даних, які зазвичай можна використовувати для інтерпретації змін, і що дозволяють робити висновки про стан або зміну економічної, соціальної або екологічної змінних. На практиці на основі різних показників розробляються і застосовуються індекси. Їх використання прийнятно в випадках, коли добре зрозумілі причинно-наслідкові зв'язки.

Найвідоміші індекси – DJSI, його європейський аналог – Доу-Джонс STOXX (Dow Jones STOXX Sustainability Index), індекс сталого розвитку SAM.

Укладачі індексів, як правило, вирішують проблему оцінювання таким чином: компанії заповнюють спеціальні щорічні бланки опитувань, які містять приблизно 50 показників: 60 % показників однакові для всіх компаній, а 40 % – розрізняються за секторами. Після розрахунків за цими показниками розподіляються місця компаній в світовому таблиці про ранги за "сталим розвитком": з розподілом за секторами (їх 59).

У 2005 році компаніями SAM і Price Waterhouse Coopers було проведено дослідження, в якому досліджувалася залежність зростання вільного грошового потоку і середньої вартість капіталу від соціально відповідальної поведінки. У дослідженні взяло участь приблизно 1 460 компаній. У результаті було виявлено, що прибутковість компаній, які відповідають критеріям сталого розвитку, вища середньої прибутковості у відповідній галузі (всього досліджено 60 галузей).

Єдиною організацією, яка проводила оцінювання соціальних інвестицій російських компаній, є Асоціація менеджерів Росії. Для розробленої даною асоціацією методикою використовувалося три різновиди кількісного індексу соціальних інвестицій. Але оскільки не піддавалася оцінювання ефективність соціальних інвестицій, то зв'язок між фінансовими показниками і соціальною відповідальністю компанії в результаті дослідження не було виявлено.

Основний підсумок даного дослідження зводився до того, що соціальні програми сприяють створенню іміджу та підвищенню репутації бізнесу і, таким чином, є довгостроковими вкладеннями в нематеріальні активи компанії. Проте, значущість і цього пілотного проєкту є безсумнівною. У цілому можна зробити такі висновки:

1) рано стверджувати про виявлений стійкий зв'язок між соціальною відповідальною поведінкою компанії і її фінансовими результатами; відсутні методики такого оцінювання, сфера її використання для компаній, що діють у різних країнах і сферах бізнесу;

2) стійка кореляція має місце в розвинених країнах, де налагоджений механізм оцінювання громадської діяльності компаній через різні громадські організації та де корупція знаходиться на порівняно низькому рівні, забезпечена досить прозора система прийняття рішень державними органами і видимим є зв'язок між відповідальною поведінкою і діяльністю двох інших учасників: держави і громадянського суспільства, тобто там, де склалася система регулювання суспільних відносин і суспільні відносини мають цивілізований характер;

3) механізм оцінювання діяльності корпорацій громадськими організаціями на сьогоднішній день відсутній, громадянське суспільство тільки формується.

Тема 6. Внутрішні і зовнішні соціальні інвестиції бізнесу

Практичне заняття 6

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

6.1. Підходи і напрями визначення соціальних інвестицій в сучасній економічній науці і закордонній бізнес-практиці.

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

6.3. Соціальні програми як механізм реалізації соціальної політики підприємств і корпорацій.

6.4. Досвід реалізації соціальних програм зарубіжних корпорацій і підприємств.

Тематика доповідей

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

Контрольні запитання

1. Яким чином проявляється сутність корпоративної соціальної відповідальності у контексті відносин роботодавців та працівників?
2. Сформулюйте та поясніть критерії, що дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне.
3. Виокремте рівні соціальної відповідальності бізнесу та дайте їм характеристику.
4. У чому проявляються основні напрями реалізації корпоративної соціальної політики?
5. Дайте характеристику основним міжнародним документам, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу в аспекті профільних організацій.
6. Розкрийте основні ідеї концепції гідної праці. Яким чином вони переплітаються з чинним законодавством України?
7. Порівняйте сутність понять корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства. Що спільного та що відмінного у цих поняттях? Яким чином вони співвідносяться між собою?

8. Охарактеризуйте основні проблеми, з якими зіштовхується впровадження концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні?

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [4; 9; 23; 30; 44; 91; 93].

Практичне заняття 6

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

Практичне завдання 6.1

Оцінити ефективність корпоративних соціальних програм великої української або закордонної компанії. Визначити цільову аудиторію організації та інструменти конструювання її позитивного образу.

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

Практичне завдання 6.2

Проблема. Комунікаційний ринок висуває високі вимоги до кваліфікації співробітників. Співробітники повинні постійно освоювати нові масиви інформації щодо мережевого обладнання, нових ІТ-платформ, програмних засобів. Також проблема освоєння великих масивів інформації актуальна для нових співробітників компанії.

Рішення. У 2009 році компанія відкрила корпоративний портал life:) case, який втілює систему дистанційного навчання (СДУ) або LMS (Learning Management System). Практика показує, що за допомогою системи дистанційного навчання можна скоротити витрати на навчання на 70 – 80 %.

Life:) case складався з: корпоративної бібліотеки, каталогу книг традиційної бібліотеки, навчального дистанційного контенту, тестування, анкетування, календаря внутрішніх тренінгів, інформації про дистанційне навчання. Life:) case також доступний для зовнішніх партнерів. Платформа оцінювалася щодо тестування і оцінювання персоналу.

Переваги:

навчання на робочому місці;

підтримка інтерактивного спілкування (віртуальні класи).

Щоб почати навчання – необхідний лише доступ до Інтернету.

Методичні рекомендації

Практичне 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. Фандрайзинг

Практичне заняття 7

Мета – сформулювати уявлення про реалізацію соціальних програм.

7.1. Соціальна політика підприємства: поняття і сутність.

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

7.3. Поняття, сутність і мета фандрайзингу. Цикл фандрайзингу.

7.4. Робота з фондами, робота з органами влади та місцевими громадами.

7.5. Інструменти американського й українського фандрайзингу.

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 і форми оцінювання. Якісні та кількісні інструменти оцінювання.

Контрольні запитання

1. Які складові належать до зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу? Дайте характеристику кожній з них.

2. Розкрийте сутність теорії розподілу соціальної відповідальності бізнесу СВБ за рівнями запропоновану Спіранським В. І. Яким чином рівні піраміди характеризують прояви зовнішньої соціальної відповідальності?

3. Яким чином проявляється відповідальність бізнесових структур щодо людини як потенційного або реального працівника?

4. Яким чином проявляється відповідальність перед людиною як споживачем?

5. Дайте характеристику способам реалізації потреб певних соціальних груп підприємством.

6. Назвіть новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії та дайте їм характеристику.

7. Розкрийте концепцію відповідального маркетингу.

8. У чому полягає різниця між відповідальним та соціально відповідальним маркетингом?

9. У чому полягає відповідальне управління ланцюгом постачання?

Методичні рекомендації щодо підготовки до заняття

Підготовку до практичного заняття слід здійснювати шляхом опрацювання літературних джерел [3; 6; 13; 17; 28; 42; 91].

Практичне заняття 7

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

Практичне завдання 7.1

На прикладі будь-якого відомого підприємства розробити бізнес-кейс за одним або декількома запропонованими далі компонентами соціальної складової. Для пошуку підприємства використовувати мережу Інтернет. За підсумками підготувати звіт.

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

2. Сумлінна ділова практика. Етичне і відповідальне ставлення до постачальників, споживачів, партнерів з бізнесу:

наявність політики чесного ставлення до споживачів;

навчання свого персоналу етиці поведінки з покупцями/партнерами;

вимога соціально відповідальної поведінки від постачальників, споживачів, партнерів з 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 бізнесу.

3. Програми філантропії. Благодійність. Спонсорська допомога:

підтримка незахищених верств суспільства (люди з обмеженими можливостями, особи похилого віку та ін.);

підтримка дитячих будинків, реабілітаційних центрів, інтернатів;

підтримка культури та мистецтва;

навчання дітей і молоді, підтримка освітніх установ;

підтримка спорту;

програми в сфері охорони здоров'я;

інституційна підтримка громадянського сектору (громадських організацій).

4. Програми взаємодії з місцевими громадами:

регулярні дослідження (обстеження) спільноти (територія ведення бізнесу) на предмет оцінювання лояльності і ставлення до бізнесу;

реалізація програм розвитку підприємництва;

реалізація інфраструктурних проєктів (дороги, будівництво та відновлення);

участь у суспільно значущих заходах спільноти.

5. Навколишнє середовище. Природоохоронна діяльність та ресурсозбереження:

програми з чистоти прилеглих територій;

зменшення викидів у навколишнє середовище;

програми озеленення;

програми утилізації відходів;

упровадження енергозберігаючих технологій та дбайливе використання природних ресурсів;

сертифікація (ISO 14001).

6. Корпоративне управління та звітність:
- наявність керівного органу (ради директорів, наглядової ради, акціонерів);
 - наявність письмової політики щодо корпоративного управління і/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.

Завдання для самостійної роботи 7.1

Розробити етичний кодекс для підприємства, спираючись на інформацію щодо основних етапів.

Методичні рекомендації

Практичне завдання 7.1

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

1. Загальна інформація.

Назва проєкту.

Час початку проєкту / час закінчення проєкту.

Основні заходи проєкту.

Бюджет проєкту (KGS).

Географія проєкту.

2. Передумови.

Контекст: яка була ситуація/які причини привели до розвитку ініціативи КСВ? Які чинники допомогли сформуванню ініціативи 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), їх наповнення, пріоритетів чи враховано специфіку 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 чи інший внесок здійснила компанія, інші партнери в рамках проєкту/ініціативи КСВ?

Уроки: які рекомендації можуть бути запропоновані іншим фірмам, які бажають розпочати КСВ? які політика і дії з боку влади могли б полегшити для інших компаній початок їх КСВ-діяльності?

3. Діяльність.

Основні заходи: у чому сутність і основні заходи ініціативи/проєкту?

Ролі учасників: які ролі/обов'язки кожного партнера або компанії? Які ролі інших організацій, що залучені до цієї ініціативи?

Ресурси: як ініціатива забезпечена (у матеріальному і не матеріальному аспектах)? До якої міри ресурси відновлювані і/або дійсно ініціатива життєспроможна? На якій стадії в майбутньому?

Управління: як проєктом керують (структура, персонал, комунікації)?

Прозорість і звітність: які рішення прийняті?

4. Досягнення.

Результати: які основні досягнуті або очікувані результати? Як ви оцінюєте вплив результатів соціально-відповідальних програм (поліпшення, погіршення, відсутність впливу) на основні економічні показники діяльності?

Переваги і вигода: які прямі і непрямі переваги отримала компанія інші учасники/населення/окремі групи? Під час розроблення соціально відповідальних програм (ініціатив), їх наповнення, пріоритетів чи враховувалась специфіка бізнес-діяльності?

Плани на майбутнє: які плани на майбутнє і перспективи цієї ініціативи або проєкту КСВ?

5. Проблеми і труднощі.

З якими основними труднощами зіткнулася ініціатива або проєкт КСВ? які проблеми вдалося подолати і як. Які проблеми залишилися невирішеними? Що треба було б зробити інакше?

Завдання для самостійної роботи 7.1

Корпоративний кодекс – це документ, у якому викладається ставлення власників та керівництва компанії до сучасних тенденцій і проблем у сфері корпоративного управління. Корпоративний кодекс фактично є формою втілення корпоративних норм, які, в свою чергу, є правилами поведінки, які встановлені в організації з метою регулювання взаємовідносин і спрямовані на досягнення цілей. Необхідність запровадження кодексів пов'язана з тим, що універсальних норм було недостатньо для регулювання людської поведінки у специфічних ситуаціях.

Етапи створення етичного кодексу:

1. Загальні положення (місія, бачення підприємства).

1.1. Особисті якості, які цінує та що очікує від працівників підприємство.

1.2. Обов'язки підприємства перед співробітниками.

2. Створення етичних нормативів.

2.1. Зовнішній вигляд співробітників.

2.2. Правила поведінки співробітників між собою.

2.3. Правила поведінки співробітників із клієнтами.

2.4. Правила дотримання графіка роботи.

3. Корпоративні свята, традиції.

4. Етапи кар'єрного зростання працівників.

Рекомендована література

1. Агеев В. С. Методика составления социально-психологической характеристики для аттестации кадров / В. С. Агеев, Т. Ю. Базаров, В. С. Скворцов. – Москва : Изд-во МГУ, 1986. – 12 с.

2. Об акционерных обществах : Закон Украины № 514-VI от 17.09.2008 г. // Информационно-аналитическая газета "Налоги и бухгалтерский учет". Будущее акционерных обществ. – 2008. – № 91 (1171). – С. 2–43.

3. Організація системи формування механізму інноваційного забезпечення економічної безпеки конкурентоздатного підприємства : монографія / В. М. Гончаров, Д. В. Солоха, В. Ю. Припотень, Я. В. Васильковська. – Донецьк : СПД Купріянова В. С., 2010. – 416 с.

4. Отенко І. П. Стратегічні пріоритети підприємства : монографія / І. П. Отенко. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2008. – 180 с.

5. Питання Національного антикорупційного комітету : Наказ Президента України № 890/2011 від 01.09.2011 р. // Офіційний вісник України. – 2011. – № 69. – С. 9.

6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо відповідальності за корупційні правопорушення : Закон України № 3207-VI від 07.04.2011 р. // Офіційний вісник України – 2011. – № 44. – С. 30.

7. Про загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій : Закон України № 1676-IV від 09.04.2004 р. // Урядовий кур'єр. – 2004. – № 85. – С. 10.
8. Про засади запобігання і протидії корупції : Закон України № 3206-VI від 07.04.2011 р. // Офіційний вісник України. – 2011. – № 44. – С. 9.
9. Про інноваційну діяльність : Закон України № 40-IV від 04.07.2002 р. // Урядовий кур'єр. – 2002. – № 143. – С. 10.
10. Про ратифікацію Конвенції Організації Об'єднаних Націй проти корупції : Закон України № 251-V від 18.10.2006 р. // Офіційний вісник України. – 2006. – № 44. – С. 10.
11. Про роботу підприємств машинобудування у Харківській області // Інформаційний бюлетень Головного управління статистики у Харківській області. – Харків, 2014. – 28 с.
12. Про утворення Національного антикорупційного комітету : Наказ Президента України №275/2010 від 26.02.2010 р. // Офіційний вісник Президента України від 27.02.2010 р. – 2010. – № 9. – С. 10.
13. Чепелюк М. І. Методи формування корпоративної культури в процесі реалізації організаційних змін / М. І. Чепелюк // Науковий Вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія : Економічна. – Львів : ЛьвДУВС, 2014. – Вип. 2. – С. 362–378.
14. Чепелюк М. І. Аналіз промислових підприємств східного регіону України (на прикладі Харківської області): проблеми і перспективи розвитку / М. І. Чепелюк, А. М. Баланович // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – 2015. – № 16 (5), Т. 1. – С. 27–36.
15. Чечетов М. В. Обґрунтування стратегії розвитку управлінських компетенцій підприємства / М. В. Чечетов, О. В. Денисюк // Проблеми економіки. – 2012. – № 1. – С. 41–46.
16. Чечетов М. Корпоративное управление в условиях экономической трансформации / М. Чечетов, О. Мендрул // Економіка України. – 2001. – № 4. – С. 10–18.
17. Швиданенко Г. О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства : монографія / Г. О. Швиданенко, О. І. Олексюк. – Київ : КНЕУ, 2002. – 192 с.
18. Шипуліна Ю. С. Організаційно-економічні передумови формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві / Ю. С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С. 100–113.

19. Широкова Г. В. Стратегическое предпринимательство: подходы к исследованию и российская практика / Г. В. Широкова, Л. С. Соколова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия "Менеджмент". – 2011. – № 3. – С. 32–59.
20. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории / О. Шпенглер ; пер. с нем. – Москва : Мысль, 1993. – 620 с.
21. Щедровицкий П. Г. Организационное проектирование в системе управленческой деятельности / П. Г. Щедровицкий // Системное управление – проблемы и решения. – Москва : Концепт, 1998. – Вып. 9. – С. 37–43.
22. Adams C. You are what you measure / C. Adams, Roberts Peter // Manufacturing Europe. – 1993. – P. 505.
23. Adizes I. Corporate Lifecycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It. Prentice Hall Inc. / I. Adizes. – New Jersey : Englewood Cliffs, 1988.
24. Adler N. Organizational Development in Multicultural Environment Journal of Applied Behavioural Science / N. Adler. – 1983. – Vol. 19. – No. 3.
25. Angle H. L. An Empirical assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness / H. L. Angle, J. L. Perry // Administrative Science Quarterly. – 1981. – Vol. 26. – P. 1–15.
26. Barnett R. J. Global Reach: The Power of the Multinational Corporation. / R. J. Barnett, R. E. Muller. – New-York : Simon and Schuster. – 1974.
27. Barnett W. Modeling internal organizational change / W. Barnett, G. Carroll // Annual Review of Sociology. – 1995. – Vol. 21, № 1. – P. 217–236.
28. Bartlett C. A. Managing Across Borders / C. A. Bartlett, S. Ghoshal. – Boston : Harvard Business School Press, 1989.
29. Bettis R. The dominant logic: retrospective and extension / R. Bettis, C. Prahalad // Strategic management journal. – 1995. – Vol. 16. № 1. – P. 5–14.
30. Burkart M. Large shareholders, monitoring, and the value of the firm / M. Burkart, D. Gromb, F. Panunzi // Quarterly Journal of Economics. – 1997. – № 112. – P. 693–728.
31. Burkart M. Performance Pay / M. Burkart, K. Raff // CEO Dismissal and the Dual Role of Takeovers. – 2010.
32. Burke W. W. Organization change: What we know, what we need to know / W. W. Burke // Journal of Management Inquiry. – 1995. – № 4. – P. 158–171.

33. Burke W. W. Organization Development: A Process of Learning and Changing / W. W. Burke. – 2nd ed. Reading. – MA : Addison-Wesley, 1992.
34. Burke W. W. Organization Development: A Process of Learning and Changing / W. W. Burke. – 2nd ed. Reading. – MA : Addison-Wesley Publishing Company, 1994.
35. Case Studies in Organizational Communication / Ed. Beverly Davenport Sypher. – New-York : The Guilford Press, 1990.
36. Daum J. H. Intangible Assets / J. H. Daum. – Bonn : Galileo Press GmbH, 2002. – P. 152–154.
37. Eisenhardt K. Dinamik Capabilities: What Are They? / K. Eisenhardt, J. Martin // Strategic Management Journal. – 2000. – Vol. 18. – P. 1107.
38. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach / R. E. Freeman. – Boston, 1984.
39. Frydman R. Small Privatization: The Transformation of the Trade and Services in the Czech Republic, Hungary, and Poland / R. Frydman, A. Rapaczynski, J. Turkewitz. – London : CEU Press, 1994.
40. Haan M. The Effects Of Takeover Threats On Shareholders And Firm Value / M. Haan, Y. Riyanto // Journal of Economic Behaviour & Organization. – 2006. – Vol. 59. – P. 45–68.
41. Hall E. Understanding Cultural Differences: Keys to Success in West Germany, France, and the United States: Text / E. T. Hall, Mildred Hall R. – Yarmouth : Intercultural Press, 1990. – 196 p.
42. Heisig P. Benchmarking Survey Results / In: P. Heisig, K. Mertins, J. Vorbeck (eds.) // Knowledge Management. Best Practices in Europe. – Berlin : Springer, 2001.
43. Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organisations Across Nations / G. Hofstede. – 2nd ed. – Thousand Oaks, 2001.
44. Holton E. F. Performance-driven leadership development / In E. F. Holton III, S. A. Lynham // Developing High Performance Leadership Competency. Advances in Developing Human Resources. – San Francisco : Berrett – Koehler. – 2000. – № 6. – P. 1–16.
45. Ingaliata J. Leadership competencies to produce leadership brand / J. Ingaliata, D. Ulrich, N. Smallwood // Human Resource Planning. – 2000. – P. 12–22.
46. Ippolito F. Takeover Defenses, Firm-Specific Skills and Managerial Entrenchment / F. Ippolito. – University of Oxford : Said Business School, 2006.

47. Jensen M. CEO Incentives: It's Not How Much You Pay, But How / M. Jensen, K. J. Murphy // Harvard Business Review. – 1990. – No. 68(3). – P. 138–153.
48. Lewin K. Resolving Social Conflicts – Field Theory in Social Science / K. Lewin. – New-York : American Psychological Association ; Reprinted edition, 1997. – 422 p.
49. Lichtenberg F. The Effect of Takeovers on the Employment and Wages of Central-Office and Other Personnel / F. Lichtenberg, D. Siegel // NBER Working Papers. – National Bureau of Economic Research, Inc., 1991.
50. Mathieu Z. A Review and Meta-analysis, Correlates, and Consequences of organizational Commitment" / Z. Mathieu // Psychological Bulletin. – 1995. – P. 171–194.
51. Mayr E. What evolution is / E. Mayr. – New York : Basic Books, 2003.
52. McGuckin R. H. The Impact of Ownership Change: A View from Labor Market / R. H. McGuckin, S. V. Nguyen // International Journal of Industrial Organizations. – 2001. – No. 19. – P. 739–762.
53. Meyer C. B. Developing Capacity for Change / C. B. Meyer, L. G. Stensaker // Journal of Change Management. – 2006. – Vol. 6, No. 2. – P. 217–231.
54. Pettigrew A. M. Context and action in the transformation of the firm / A. M. Pettigrew // The Journal of Management Studies. – Oxford, 1987. – Vol. 24, Issue 6. – P. 649–671.
55. Pettigrew A. M. The Awakening Giant: Continuity and Change in Imperial Chemical Industries / A. M. Pettigrew. – Oxford : Blackwell, 1990.
56. Poraca J. F. Competitive groups as cognitive communities: the case of scottish knitwear manufacturers / J. F. Poraca, H. Thomas, C. Baden-Fuller // Journal of Management Studies. – 1989. – No. 26. – P. 397–416.
57. Porat M. The Information Economy / M. U. Porat // Office of Telecommunications Special Publications 77–12. – Washington D.C. : Department of Commerce, 9, 1977. – P. 23–35.
58. Prodi R. Quoted in Shore, Inventing the "People's Europe" / R. Prodi // Critical Approaches to European Community Cultural Policy, Man. – 1993. – P. 701–704.
59. Proposed Draft American National Standard Knowledge Management Vocabulary // The Competitiveness of Nations in a Global Knowledge-Based Economy.

60. Pustovalova E. Effective compliance for successful business / E. Pustovalova // *Remedium*. – 2012. – No. 4. – P. 8–11.

61. Reporting intellectual capital to augment Research, Development and Innovation in SMEs. – Report to the Commission of the High Level Expert Group on RICARDIS. – Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. – 2006. – 164 p.

62. Ronen S. Clustering Countries on Attitudinal Dimensions: A Review and Synthesis / S. Ronen, O. Shenkar // *Academy of Management Review*. – 1985, July.

63. Scharfstein, D. The disciplinary role of takeovers / D. Scharfstein // *Review of Economic Studies*. – 1988. – No. 55. – P. 185–199.

64. Shleifer A. A. Survey of Corporate Governance / A. A. Shleifer, R. Vishny // *Journal of Finance*. – 1997. – No. 52. – P. 737–783.

65. Shleifer A. Breach of trust in hostile takeovers / In: Auerbach A. J. (Ed.) // *Corporate Takeovers: Causes and Consequences* / A. Shleifer, L. Summers. – Chicago : Chicago University Press, 1988. – P. 33–56.

66. Stiglitz J. E. Globalization and its Disconnects / J. E. Stiglitz. – New-York : Norton, 2002.

67. Stuart T. A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations London / T. A. Stuart, J. H. Daum // *Intangible Assets*, Galileo Press GmbH – Bonn, 2002.

68. Teece D. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. Teece, G. Pisano, A. Shuen // *Strategic Management Journal*. – 1997. – Vol. 18. – P. 509–533.

69. Terpstra V. The Cultural Environment of international Business. / V. Terpstra, K. David. – Cincinnati : South-Western Publishing, 1985.

70. Top Decisions: Strategic Decision-Making in Organizations / D. Hickson, R. Butler, D. Cray, G. Mallory, D. Wilson (eds). – New-York, 1996. – 216 p.

71. Van de Ven A. Explaining development and change in organization / Van de Ven A., M. S. Poole // *Academy of Management Review*. – 1995. – Vol. 19. – P. 78–86.

72. Waddell D. Resistance: A Constructive Tool for Change Management, / D. Waddell, A. S. Sohal // *Management Decision*, – 1998. – Vol. 36, No. 8. – P. 543–548.

73. Walton C. C. The Moral Manager / C. C. Walton. – New-York : Harper Business, 1988.

74. Watada J. Intelligent Decision Technologies / J. Watada, T. Watanabe, G. Phillips-Wren, R. Howlett, C. Lakhmi // *Proceedings of the 4th International*

Conference on Intelligent Decision Technologies (IDT'2012). – Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg, 2012. – P. 35–45.

75. Yongming Taipower. Исследование ценностей и характеристик восприятия организационных преобразований сотрудников. – Soochow University, 1998.

76. Антикоруptionний комітет з питань правосуддя та боротьби з організованою злочинністю. – Режим доступу : www.antikorkom.org.ua.

77. Всемирный экономический форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki>.

78. Гуманитарные технологии: аналитический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/ratings/global>.

79. Договор о Европейском Союзе (Маастрихт, 7 февраля 1992 г.) (в редакции Лиссабонского договора от 13 декабря 2007 г.) // Право Европейского Союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eulaw.ru/treaties/teu>.

80. Дослідження Світового банку та Міжнародної фінансової корпорації // Doing business in a more transparent way [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org>.

81. Інформаційні матеріали для слухання з питання "Про стан та законодавче забезпечення фінансування наукової і науково-технічної діяльності" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=54892>.

82. Інформація Всесвітнього економічного форуму "The Global Competitiveness Report" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>.

83. Кислинська В. О. Корпоративна культура підприємства – один із факторів його конкурентоздатності [Електронний ресурс] / В. О. Кислинська. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10_kislins_ka%20v.o.doc.html.

84. Комюніке Європейської Комісії "Про загальну антикорупційну політику ЄС по відношенню до корупції", 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : eur-lex.europa.eu.

85. Конвенції Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.business-anti-corruption.ru/about-corruption/eu/.

86. Конвенція ЄС з боротьби з корупцією серед державних службовців ЄС або посадових осіб країн-учасників 1997 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : europa.eu/legislation_summaries.

87. Офіційний сайт Верховної ради України / Законодавство України. Про колективні договори і угоди : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

88. Офіційний сайт Державного комітету статистики. – Режим доступу : <http://uprstat.gov.ua>.

89. Про затвердження Державної програми щодо запобігання і протидії корупції на 2011 – 2015 роки : Постанова Кабінету Міністрів України № 1240 від 28.11.2011 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1240-2011-%D0%BF#Text>.

90. Про затвердження Положення про професійне навчання кадрів на виробництві : Наказ Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства освіти і науки України № 127/151 від 26 березня 2001 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0315-01#Text>.

91. Про Національну антикорупційну стратегію на 2011 – 2015 роки : Наказ Президента України від 21.10.2011 р. № 1001/2011 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1001/2011#Text>.

92. Про рекомендації Базельського комітету по банківському нагляду : Лист ЦБР від 06.02.2012 р. № 173-Т. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_333#Text.

93. Про схвалення методичних рекомендацій щодо вдосконалення корпоративного управління в банках України : Постанова НБУ № 98 від 28.03.2007 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0098500-07#Text>.

Зміст

Вступ.....	3
Змістовий модуль 1. Соціальна відповідальність і суспільство.....	5
Тема 1. Теоретичні основи поняття соціальної складової міжнародного бізнесу (МБ).....	5
Тема 2. Концепція соціальної складової: зарубіжний та вітчизняний досвід	9
Тема 3. Інструменти реалізації соціальної складової	14
Тема 4. Моделі корпоративної соціальної політики та відповідальності	22
Змістовий модуль 2. Соціальна відповідальність і бізнес.....	24
Тема 5. Соціальні інвестиції як невід'ємна частина економіки і соціального аспекту бізнесу	24
Тема 6. Внутрішні і зовнішні соціальні інвестиції бізнесу	29
Тема 7. Досвід реалізації соціальних програм корпорацій і підприємств. Фандрайзинг	31
Рекомендована література.....	36

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

СОЦІАЛЬНА СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Методичні рекомендації
до практичних завдань і самостійної роботи
студентів спеціальності
292 "Міжнародні економічні відносини"
другого (магістерського) рівня

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Чепелюк** Маргарита Ігорівна
Пархоменко Наталія Олександрівна
Іванієнко Віктор Васильович

Відповідальний за видання *І. П. Отенко*

Редактор *В. О. Дмитрієва*

Коректор *В. Ю. Труш*

План 2021 р. Поз. № 13 ЕВ. Обсяг 45 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.*