

Предпринимательское образование как ключ к успеху

Серия дидактических материалов по
предпринимательскому образованию в
учреждениях высшего образования Украины

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



Developing Intra- and Entrepreneurial Competences
through Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy

544202-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPHES



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union

Предпринимательское образование как ключ к успеху

Серия дидактических материалов по
предпринимательскому образованию
в учреждениях высшего образования Украины

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



Developing Intra- and Entrepreneurial Competences through
Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy
544202-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPHES



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union

Проект ЕС TEMPUS «Приобретение профессиональных и предпринимательских навыков посредством воспитания предпринимательского духа и консультации начинающих предпринимателей» (544202-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPHES)

EU TEMPUS project “Developing Intra- and Entrepreneurial Competences through Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy» (544202-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPHES)

Авторы:

Анатолий Колот, Василий Петюх, Тарас Кицак, Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Рихард Фортмюллер, Венский экономический университет

Финансовая поддержка Европейской Комиссии при издании данных материалов не предполагает согласия с их содержанием, которое является предметом ответственности авторов и не отражает точку зрения Европейской Комиссии.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ISBN 978-966-1617-22-2

© Колектив авторів

© ТОВ «Видавничо-поліграфічний дім «ФОРМАТ»»

Содержание

<i>Предисловие</i>	4
Функции темы.	14
Требуемые компетенции.	14
Учебные цели	15
Организация занятий	16
Комментарии к организации занятий	19
Изображение на доске.	24
Материалы для занятия.	31
<i>Литература</i>	43

Предисловие

Учебно-методические материалы данной серии были разработаны в рамках международного образовательного проекта ЕС TEMPUS «Приобретение профессиональных и предпринимательских навыков посредством воспитания предпринимательского духа и консультации начинающих предпринимателей» (BUSEEG) для учащихся вузов различных направлений, которые хотели бы дополнить свое основное образование предпринимательской подготовкой для успешного создания и ведения бизнеса.

Проект финансируется при поддержке Европейского Союза и координируется Венским экономическим университетом. В консорциум проекта входит 19 партнеров из Украины, России, Германии, Венгрии и Австрии:

- Венский экономический университет (WU), Вена
- Университет Констанца (UKZ), Констанц
- Университет Иштвана Сечени (SZE), Дьёр
- Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского (NNGU), Н. Новгород
- Нижегородский институт развития образования (NIRO), Н. Новгород
- Министерство образования Нижегородской области (MONo), Н. Новгород
- Торгово-промышленная палата Нижегородской области (TPP NN), Н. Новгород
- Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (AltGTU), Барнаул
- Алтайский краевой институт повышения квалификации работников образования (AKIPKRO), Барнаул
- Главное управление образования и молодежной политики Алтайского края (Min Brn), Барнаул
- Московский государственный университет геодезии и картографии (МИИГАиК), Москва
- Министерство образования и науки Российской Федерации (Min RU), Москва
- Петрозаводский государственный университет (PetrGU), Петрозаводск
- Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (KNEU), Киев
- Министерство образования и науки Украины (MESU), Киев
- Торгово-промышленная палата Украины (TPP Ukraine), Киев

- Черниговский национальный технологический университет (ChNTU), Чернигов
- Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (NTU KhPI), Харьков
- Прикарпатский национальный университет им. В. Стефаныка (PNU), Ивано-Франковск

Основная цель проекта BUSEEG заключается в разработке и внедрении концепции непрерывного образования (Lifelong Learning) в России и Украине с целью устойчивого стимулирования профессиональных и предпринимательских навыков посредством воспитания предпринимательского духа и консультации начинающих предпринимателей на базе учреждений высшего и профессионального образования. В рамках проекта были достигнуты следующие конкретные цели:

1. Введение или модернизация программ высшего образования по воспитанию предпринимательского духа для студентов различных специальностей (экономика, техника, языки и проч.) в объеме 20 зачетных единиц.
2. Введение или модернизация программ профессионального образования по воспитанию предпринимательского духа для учащихся различных специальностей (экономика, техника, туризм и проч.) в объеме 4 часов в неделю.
3. Основание или реорганизация центров консультации начинающих предпринимателей для выпускников учреждений высшего образования при поддержке торгово-промышленных палат.
4. Основание или реорганизация центров консультации начинающих предпринимателей для выпускников учреждений профессионального образования при поддержке торгово-промышленных палат.
5. Повышение квалификации преподавателей учреждений профессионального образования по экономике и экономической дидактике на базе университетов и центров повышения квалификации работников образования с целью поддержки воспитания предпринимательского духа.
6. Повышение квалификации преподавателей учреждений высшего образования по экономической дидактике в рамках конференций, консультационных семинаров и семинаров по подготовке преподавателей курсов повышения квалификации.

На первом этапе реализации проекта были разработаны основной учебный план (см. табл. 1) и модель компетенций (см. рис. 1), на основе которых были сформулированы результаты обучения (Learning Outcomes), необходимые для выполнения ответственных профессиональных задач, а также создания и успешного ведения бизнеса. В учреждениях профессионального образования темы основного учебного плана реализуются в объеме 144 часов.

Предпринимательство: создание и ведение бизнеса			
Содержание (обязательные предметы и/или предметы по выбору)		Основы 8 ECTS	Углубление 12 ECTS
Основы экономики предприятия для создания и ведения бизнеса			
	Правовые условия	0,25	0,5
	Инвестиции/Снабжение/Производство	0,25	0,5
	Финансовый расчет и финансирование	2,0	3,0
	Маркетинг	2,0	3,0
	Организация/Персонал/Менеджмент	0,25	0,5
Формирование бизнес-идей и составление бизнес-плана			
	Семинар по поиску идей и бизнес-планирование	2,0	2,0
Экономические, социальные и экологические условия			
	Рыночная экономика	0,5	1,0
	Социальная, личностная и методическая компетенции	0,5	1,0
	Социальная и экологическая устойчивость	0,25	0,5

Таблица 1: Тематические блоки основного учебного плана

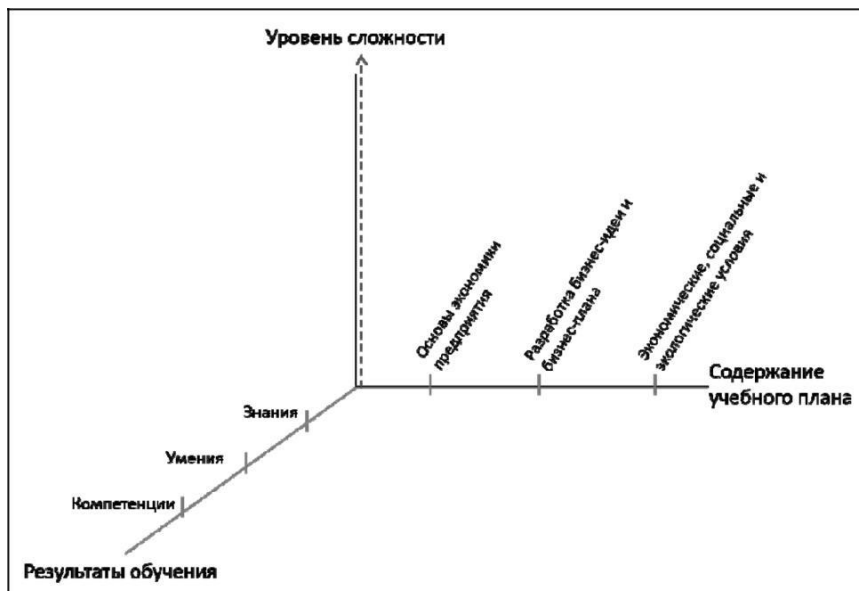


Рисунок 1: Структура модели компетенций

На втором этапе реализации проекта были разработаны учебно-методические материалы для внедрения основного учебного плана в форме компетентностно-ориентированного обучения в учреждениях высшего и профессионального образования. Все материалы имеются в электронной форме, избранные дидактические материалы опубликованы в данном пособии.

Третий этап реализации проекта заключается в начале обучения в партнерских университетах, а также колледжах и техникумах. Данный этап, сопровождающийся использованием на занятиях представленных в данном сборнике учебно-методических материалов, успешно начался в учебном году 2015/2016.

Вена, май 2016

Рихард Фортмюллер

Preface

The teaching and learning materials published within this book are the result of the EU-Tempus-Project BUSEEG “Developing Intra- and Entrepreneurial Competences through Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy» («Berufliche und unternehmerische Selbständigkeit durch Entrepreneurship-Erziehung und Gründungsberatung»). The target group of these materials are university students from various fields of studies who are eager to learn how to found and manage a business in addition to their subject-specific academic education.

The consortium of this international education project, which is co-financed by the European Union and coordinated by the Vienna University of Economics and Business consists of the following 19 project partners from Ukraine, Russia, Germany, Hungary and Austria:

- Vienna University of Economics and Business (WU), Vienna
- University of Konstanz (UKZ), Konstanz
- Széchenyi István University (SZE), Győr
- Lobachevsky State University (NNGU), N. Novgorod
- Nizhny Novgorod Institute of Education Development (NIRO), N.

Novgorod

- Ministry of Education of the Nizhny Novgorod Region (MONo), N.

Novgorod

- Nizhny Novgorod Region Chamber of Commerce and Industry (TPP

NN), N. Novgorod

- Polzunov Altai State Technical University (AltGTU), Barnaul
- Altai Region Institute of Teachers Professional Development (AKIP-KRO), Barnaul

▪ Altai Region Head Department of Education and Youth (Min Brn), Barnaul

- Moscow State University of Geodesy and Cartography (MIIGAik), Moscow
- Ministry of Education and Science of the Russian Federation (Min

RU), Moscow

- Petrozavodsk State University (PetrGU), Petrozavodsk
- Getman Kyiv National Economic University (KNEU), Kiev
- Ministry of Education and Science of Ukraine (MESU), Kiev
- Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (TPP Ukraine), Kiev
- Chernihiv National University of Technology (ChNTU), Chernihiv
- National Technical University «Kharkiv Politechnic Institute» (NTU

KhPI), Kharkiv

- Stefanyk Carpathian National University (PNU), Ivano-Frankivsk

The primary objective of this project is to implement a lifelong learning concept in order to sustainably support entrepreneurial self-employment through Entrepreneurship Education and start-up advice at vocational schools and universities in the Ukraine and Russia. In particular the following objectives have been achieved through this project:

1. Implementing and improving Entrepreneurship Education for students from various fields of studies (business administration, engineering, tourism etc.) with a total of 20 ECTS.

2. Implementing Entrepreneurship Education for students from various fields of studies (with a focus on business administration, engineering, tourism etc.) with a total of 4 hours per week at vocational schools.

3. Implementing and reorganizing start-up advice centres in cooperation with local chambers of commerce in order to support university graduates who intend to start their own businesses.

4. Implementing and reorganizing start-up advice centres in cooperation with local chambers of commerce in order to support vocational school graduates who intend to start their own businesses.

5. Training university and vocational school teachers in order to improve their expertise and teaching skills in Entrepreneurship Education

6. Training university teachers and lecturers at teacher training centres through training conferences, consulting workshops and a series of seminars for disseminators with focus on didactics of business content.

The result of the first phase of the project is a core curriculum (see table 1) as well as a competence model for Entrepreneurship Education (see figure 1). Based on the competence model learning outcomes, that are central to responsibly deal with professional tasks as well as found and manage a business, have been developed. At vocational schools the teaching and learning content of the common core is implemented to an extend of 144 hours.

Entrepreneurship — establishing and managing a business			
Content (mandatory and/or elective courses)		Common core 8 ECTS	In-depth module 12 ECTS
Basics in Business Administration			
	Legal Framework	0,25	0,5
	Investment/Acquisition/Production	0,25	0,5
	Calculation and Finance	2,0	3,0
	Marketing	2,0	3,0
	Organization/Human Resources/Management	0,25	0,5
Business Idea and Business Plan Development			
	Workshop on Business Ideas and Business Plan	2,0	2,0
Economic, Social and Ecological Framework			
	Market Economy	0,5	1,0
	Social-, Self-, Methodological Competence	0,5	1,0
	Social and Ecological Sustainability	0,25	0,5

Table 1: Content of the Core Curriculum

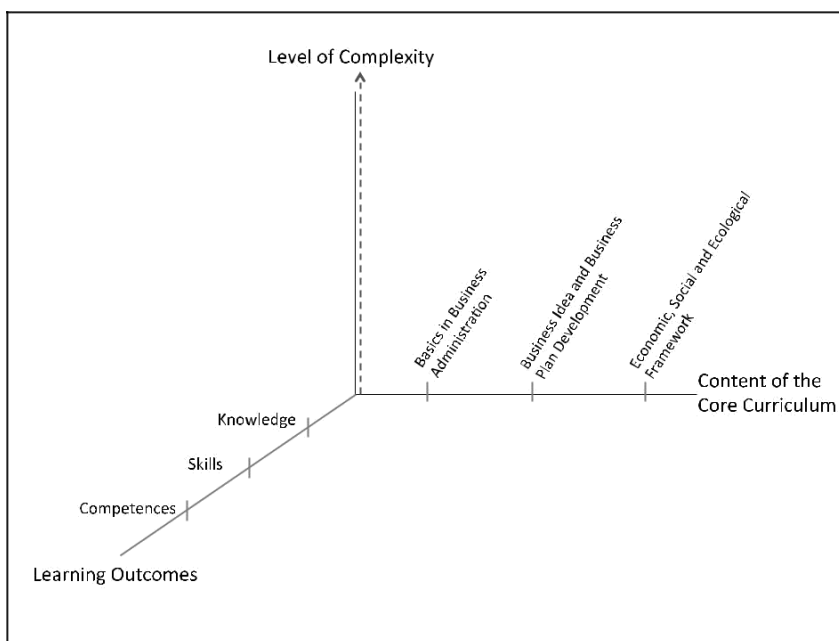


Figure 1: Structure of the competence model

The second phase of the project consisted of developing teaching and learning materials in order to implement the core curriculum through a competence based education at universities and vocational schools. The materials developed within this project are available electronically and some selected materials are published in this book.

Within the third project phase the programs at the partner universities and the lessons at the vocational schools are implemented. This phase and therefore the practical application of the teaching and learning materials already successfully started in the year 2015/16.

Vienna, May 2016
Richard Fortmüller

Vorwort

Die im vorliegenden Buch publizierten Lehrmaterialien und Lernunterlagen wurden im Rahmen des EU-Tempus-Projektes «BUSEEG — Berufliche und unternehmerische Selbständigkeit durch Entrepreneurship-Erziehung und Gründungsberatung» für Studierende verschiedener Studienrichtungen entwickelt, die zusätzlich zu ihrer fachwissenschaftlichen Ausbildung auch die Fähigkeit zur Gründung und Führung eines eigenen Unternehmens erwerben wollen.

Das Konsortium des von der Europäischen Union kofinanzierten und der Wirtschaftsuniversität Wien koordinierten internationalen Bildungsprojektes umfasst 19 Projektpartner aus der Ukraine, Russland, Deutschland, Ungarn und Österreich:

- Wirtschaftsuniversität Wien (WU)
- Universität Konstanz (UKZ)
- Universität Győr (SZE)
- Lobachevsky Staatliche Universität Nizhny Novgorod (NNGU), N. Novgorod
 - Institut für Bildungsentwicklung Nizhny Novgorod (NIRO), N. Novgorod
 - Ministerium für Bildung der Region Nizhny Novgorod (MONo), N. Novgorod
 - Industrie- und Handelskammer der Region Nizhny Novgorod (TPP NN), N. Novgorod
 - Polzunov Staatliche Technische Universität Altai (AltGTU), Barnaul
 - Institut für Weiterbildung der Lehrkräfte der Region Altai (AKIPKRO), Barnaul
 - Hauptverwaltung für Bildung und Jugend der Region Altai (Min Brn), Barnaul
 - Staatliche Universität für Geodäsie und Kartografie Moskau (MII-GAiK), Moskau
 - Ministerium für Bildung und Wissenschaft der Russischen Föderation (Min RU), Moskau
- Staatliche Universität Petrozavodsk (PetrGU), Petrozavodsk
- Getman Nationale Wirtschaftsuniversität Kiev (KNEU), Kiev
- Ministerium für Bildung und Wissenschaft der Ukraine (MESU), Kiev
- Industrie- und Handelskammer der Ukraine (TPP Ukraine), Kiev
- Chernihiv Nationale Technologische Universität (ChNTU), Chernihiv
- Nationale Technische Universität "Kharkiv Polytechnische Hochschule"(NTU KhPI), Kharkiv
 - Stefanyk Nationale Universität der Vorkarpaten (PNU), Ivano-Frankivsk

Das generelle Ziel des BUSEEG-Projektes besteht in der Entwicklung und Umsetzung eines Lifelong Learning Konzeptes zur nachhaltigen Förderung der beruflichen und unternehmerischen Selbstständigkeit in Russland und der Ukraine durch Entrepreneurship -Erziehung und Gründungsberatung auf universitärer und Berufsschulebene. Im Einzelnen wurden im Rahmen des Projektes die folgenden Ziele realisiert:

Einführung bzw. Weiterentwicklung der Entrepreneurship-Erziehung an den Universitäten für Studierende verschiedener Studienrichtungen (Wirtschaft, Technik, Sprachen, etc.) im Umfang von 20 ECTS

1. Einführung bzw. Weiterentwicklung der Entrepreneurship-Erziehung an den Berufsschulen für Schüler/innen verschiedener Fachrichtungen (Wirtschaft, Technik, Tourismus, etc.) im Umfang von 4 Wochenstunden

2. Aufbau bzw. Reorganisation der Gründungsberatungszentren an den Universitäten für Absolvent/innen in Kooperation mit den Handelskammern

3. Aufbau bzw. Reorganisation der Gründungsberatungszentren an den Berufsschulen für Absolvent/innen in Kooperation mit den Handelskammern

4. Fachliche und didaktische Weiterbildung der Berufsschullehrer/innen zur Entrepreneurship-Erziehung an den Universitäten bzw. Lehrerfortbildungszentren

5. Wirtschaftsdidaktische Weiterbildung der Hochschullehrer/innen durch Weiterbildungstagungen, Beratungsworkshops und Seminarreihen für Multiplikatoren

In der ersten Phase der Projektarbeit wurden ein Kerncurriculum (vgl. Tab. 1) und ein Kompetenzmodell (vgl. Abb. 1) entwickelt und darauf basierend die Learning Outcomes formuliert, die für die Übernahme verantwortungsvoller beruflicher Tätigkeiten und für die Gründung und erfolgreiche Führung eines Unternehmens benötigt werden. In den Berufsschulen werden Lehr-Lern-Inhalte des gemeinsamen Kerns im Umfang von 144 Stunden umgesetzt.

Entrepreneurship — Unternehmensgründung und Unternehmensführung			
Studieninhalte (Pflichtfächer und/oder Wahlfächer)		Gemeinsamer Kern 8 ECTS	Weitere Vertiefung 12 ECTS
Betriebswirtschaftliche Grundlagen			
	Rechtliche Rahmenbedingungen	0,25	0,5
	Investition/Beschaffung/Produktion	0,25	0,5
	Kalkulation und Finanzierung	2,0	3,0
	Marketing	2,0	3,0
	Organisation/Personal/Management	0,25	0,5
Geschäftsideenentwicklung und Businessplan			
	Ideenworkshop und Businessplan	2,0	2,0
Ökonomische, soziale und ökologische Rahmenbedingungen			
	Marktwirtschaft	0,5	1,0
	Sozial-, Selbst-, Methodenkompetenz	0,5	1,0
	Soziale und ökologische Nachhaltigkeit	0,25	0,5

Tabelle 1: Themenbereiche des Kerncurriculums

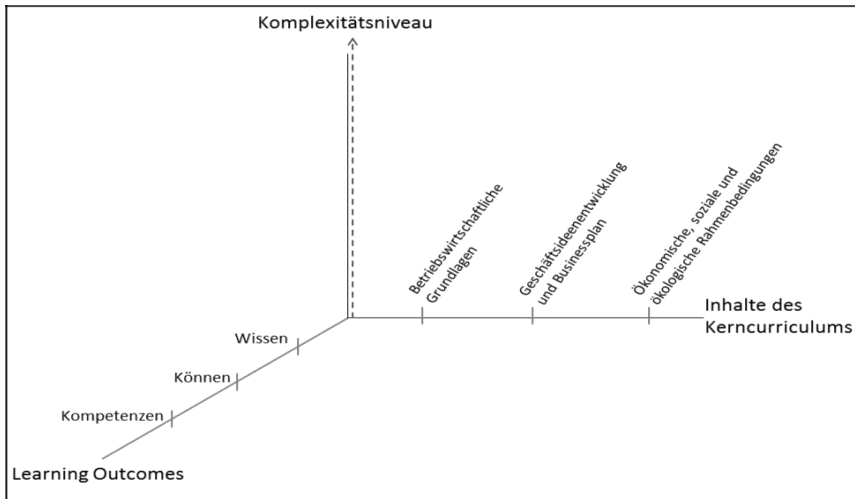


Abbildung 1: Aufbau des Kompetenzmodells

Die zweite Phase der Projektarbeit bestand in der Entwicklung von Lehr-Lern-Materialien zur Umsetzung des Kerncurriculums in Form eines kompetenzorientierten Unterrichts an Universitäten und in den Berufsschulen. Alle Lernunterlagen liegen in elektronischer Form vor, ausgewählte didaktische Entwicklungen sind im vorliegenden Band publiziert.

Die dritte Projektphase besteht in der Aufnahme des Studienbetriebes an den Partneruniversitäten und der Durchführung des Unterrichts an den Berufsschulen. Diese Projektphase und der damit verbundene unterrichtspraktische Einsatz der hier veröffentlichten Lehr-Lern-Materialien haben bereits im Studienjahr 2015/16 erfolgreich begonnen.

Wien, Mai 2016
Richard Fortmüller

1. Функции темы

Социальная ответственность бизнеса — система ценностей, мероприятий и процессов, целью которых является распространение положительного влияния деятельности в экономической, экологической, социальной сферах как внутри организации, так и в окружающей среде. Реализация социально ответственных стратегий должна ориентироваться не только на уменьшение и предотвращение негативных последствий деятельности, но и на достижение экономического, экологического и социального эффектов. Рассматривается как основа повышения конкурентоспособности отдельных организаций и национальной экономики в целом.

2. Требуемые компетенции

Студенты знают:

- ✓ сущность концепции социальной ответственности бизнеса;
- ✓ значение социально ответственного поведения для бизнес-субъектов;
- ✓ потенциальные выгоды для организации при осуществлении социальных проектов;
- ✓ сущность и значение экологической ответственности бизнес-организаций;
- ✓ принципы построения системы экологического менеджмента в соответствии с международными экологическими стандартами;
- ✓ потенциальные выгоды для организации в результате соблюдения экологических стандартов;
- ✓ основные принципы стратегии развития конкурентоспособности бизнес — организации средствами социальной ответственности;
- ✓ эффективные направления развития социально ответственной деятельности организации;
- ✓ интересы стейкхолдеров по основным направлениям деятельности организации;
- ✓ приоритетные интересы стейкхолдеров по информации в социальном отчете.

3. Учебные цели

После окончания учебного курса студенты должны уметь:

- ✓ определять бизнес-выгоды при осуществлении социально ответственных проектов;
- ✓ разрабатывать механизм имплементации принципов социальной ответственности в систему управления организацией;
- ✓ производить эффективные способы взаимодействия со стейкхолдерами;
- ✓ осуществлять диагностику социально ответственной деятельности организаций; разрабатывать мероприятия по улучшению имиджа организации в процессе реализации социальных проектов;
- ✓ определять бизнес-выгоды в результате осуществления экологически ответственных инициатив;
- ✓ разрабатывать механизм построения системы экологического менеджмента в соответствии с международными экологическими стандартами;
- ✓ разрабатывать перспективные направления развития экологической ответственности бизнеса;
- ✓ разрабатывать генеральную стратегию социально ответственной деятельности организации;
- ✓ исследовать интересы главных стейкхолдеров по бизнес — деятельности организации;
- ✓ разрабатывать рекомендации для написания социального отчета организации;

4. Организация занятий

Занятие №1

№	Время (мин)	Содержание	Форма	Средства
1	10	Введение — карикатура	Группа	ИЛ 1
2	15	Обсуждение идеи карикатуры	Преподаватель / Группа	ИЛ 1
Информационный блок 1				
3	10	Сущность социальной ответственности бизнеса (КСВ)	Преподаватель/ Группа	ИЛ 2, Слайд 1
4	20	Обсуждение модели, дискуссия	Преподаватель/ Группа	ИЛ 3
5	10	Практическое задание	Преподаватель	РЛ1
6	10	Работа с кейсом «Сок для детей»	Преподаватель	РЛ2
7	5	Выводы	Преподаватель	-
	80			

Занятие №2

№	Время (мин)	Содержание	Форма	Средства
1	10	Работа с кейсом «Мясной скандал» в Европе»	Группа	РЛ3
2	15	Обсуждение кейса	Преподаватель/ Группа	
Информационный блок 1				
3	15	Потенциальные возможности для организации при ведении социально ответственной деятельности	Преподаватель/ Группа	ИЛ 4 (предоставляет преподаватель) Слайд 2
4	10	Работа с кейсом «Дилемма развития бизнеса: прибыль или социальная ответственность перед обществом»	Преподаватель/ Группа	РЛ4 (предоставляет преподаватель)
5	10	Практическое задание №1, №2	Группа	РЛ5(предоставляет преподаватель), РЛ6
6	15	Обсуждение кейса	Группа	РЛ4(предоставляет преподаватель), Слайд 2
7	5	Выводы	Группа	-
	80			

Занятие №3

№	Время (мин)	Содержание	Форма	Средства
1	10	Введение — карикатура	Группа	ИЛ 5 (предоставляет преподаватель)
2	15	Обсуждение карикатуры	Преподаватель/ Группа	ИЛ 5 (предоставляет преподаватель)
Информационный блок 1				
3	15	Сущность экологической ответственности бизнеса	Преподаватель/ Группа	ИЛ 6 (предоставляет преподаватель), Слайд 3
4	10	Направления реализации экологической ответственности организации	Преподаватель/ Группа	ИЛ 7, Слайд 4 (предоставляет преподаватель)
5	10	Работа с кейсом «Экологическая практика»	Преподаватель	РЛ7
6	15	Работа с кейсом «Зеленый офис»	Преподаватель	РЛ8
7	5	Выводы	Преподаватель	-
	80			

Занятие №4

№	Время (мин)	Содержание	Форма	Средства
1	10	Введение — карикатура	Группа	ИЛ 8
2	15	Обсуждение идеи карикатуры	Преподаватель/ Группа	ИЛ 8
Информационный блок 1				
3	10	Стратегия развития социальной ответственности организации	Преподаватель/ Группа	ИЛ 9, Слайд 5
4	20	Практическое задание	Преподаватель/ Группа	РЛ9
5	10	Работа с кейсом «Социальная ответственность в моногородах»	Группа	РЛ10 предоставляет преподаватель)
6	10	Работа с кейсом «Этическая оценка управленческих решений»	Группа	РЛ11
7	5	Выводы	Группа	-
	80			

Занятие №5

№	Время (мин)	Содержание	Форма	Средства
1	10	Введение — карикатура	Группа	ИЛ 10 (предоставляет преподаватель)
2	15	Обсуждение идеи карикатуры	Учитель/ Группа	ИЛ 10 (предоставляет преподаватель)
Информационный блок 1				
3	15	Стратегия взаимодействия со стейкхолдерами	Учитель/ Группа	ИЛ 11 (предоставляет преподаватель)
4	15	Практическое задание	Учитель/ Группа	РЛ12
5	10	Обсуждение идеи карикатуры	Группа	ИЛ 12
6	10	Работа с кейсом «Социальная стратегия развития»	Группа	РЛ13
7	5	Выводы	Группа	-
	80			

5. Комментарии к организации занятий

К 1)

В начале занятия студентам показывается карикатура. На основе наводящих вопросов происходит обсуждение карикатуры в классе. Преподаватель не участвует в дискуссии и лишь наблюдает. Учащиеся обсуждают карикатуру в открытой беседе

К 2)

К дискуссии подключается преподаватель и происходит совместное обсуждение главной идеи, которая заложена в карикатуре

К 3)

В чем заключается сущность социальной ответственности бизнеса?

Преподаватель на слайде демонстрирует особенности концепции социальной ответственности бизнеса

К 4)

Для отчетливого понимания студентами роли и места социальной ответственности в процессе деятельности организации происходит совместное обсуждение модели компетенции организации в сфере социальной ответственности

К 5)

Студенты самостоятельно рассматривают практическое задание в котором определяют содержание социальной и не-социальной ответственности

К 6)

Следующим шагом является проработка преподавателя со студентами бизнес-ситуации «Сок для детей»

К 7)

В конце занятия кратко резюмируется пройденный материал . Это происходит устно путем обсуждения в классе

К 9)

В начале занятия студенты самостоятельно рассматривают кейс «Мясной скандал в Европе». Преподаватель не участвует в обсуждении и лишь наблюдает. Учащиеся обсуждают кейс в открытой беседе

К 10)

Происходит совместно с преподавателем разбор кейса. Определяются оптимальные направления решения проблемы

К 11)

Преподаватель на слайде демонстрирует потенциальные возможности для организации при условии ведения социально ответственной деятельности

К 12)

Происходит совместно с преподавателем разбор кейса «Дилемма развития бизнеса: прибыль или социальная ответственность перед обществом ». Определяются наиболее оптимальные предложения студентов по решению обозначенной проблемы

К 13)

Для закрепления компетенций у студентов относительно сущности концепции социальной ответственности бизнеса, они самостоятельно рассматривают практические задания №1 и №2 в которых определяют соотношение внешней социальной ответственности с ее практической реализацией на предприятиях

К 14)

Полученные знания фиксируются посредством разбора кейса совместно с преподавателем

К 15)

В конце занятия кратко резюмируется пройденный материал . Это происходит устно путем обсуждения в классе

К 16)

В начале занятия студентам показывается карикатура. На основе наводящих вопросов происходит обсуждение карикатуры в классе. Преподаватель не участвует в дискуссии и лишь наблюдает. Учащиеся обсуждают карикатуру в открытой беседе

К 17)

К дискуссии подключается преподаватель и происходит совместное обсуждение главной идеи, которая заложена в карикатуре

К 18)

Далее преподаватель на слайде демонстрирует концептуальный подход понимания сущности экологической ответственности бизнеса

К 19)

После чего на слайде определяются направления реализации экологической ответственности бизнес-организации

К 20)

Для закрепления компетенций у студентов относительно сущности концепции экологической ответственности бизнеса, они вместе с преподавателем рассматривают кейс «Экологическая практика»

К 21)

После чего происходит совместно с преподавателем разбор кейса «Зеленый офис». Определяются оптимальные направления решения проблемы

К 22)

В конце занятия кратко резюмируется пройденный материал . Это происходит устно путем обсуждения в классе

К 23)

В начале занятия студентам показывается карикатура. Учащиеся обсуждают карикатуру в открытой беседе. Преподаватель не участвует в дискуссии и лишь наблюдает

К 24)

В обсуждение включается преподаватель. Ставит студентам вопросы, которые способствуют пониманию главной идеи, которая заложена в изображении

К 25)

Далее преподаватель на слайде демонстрирует теоретические подходы к пониманию сущности стратегии развития социальной ответственности организации

К 26)

После чего, для закрепления компетенций у студентов относительно понимания сущности стратегии развития социальной ответственности организации, они с помощью преподавателя самостоятельно рассматривают практическое задание в котором анализируют приоритетные потребности стейкхолдеров

К 27)

Для закрепления компетенций у студентов относительно понимания сущности стратегии развития социальной ответственности организации, они самостоятельно рассматривают кейс «Социальная ответственность в моногородах». Преподаватель участвует в обсуждении и определяет направления дискуссии

К 28)

Далее рассматривается кейс «Этическая оценка управленческих решений». Студенты вместе с преподавателем определяют оптимальные пути решения проблемы

К 29)

В конце занятия кратко резюмируется пройденный материал . Это происходит устно путем обсуждения в классе

К 30)

В начале занятия студентам показывается карикатура. Учащиеся обсуждают карикатуру в открытой беседе. Преподаватель не участвует в дискуссии и лишь наблюдает.

К 31)

В обсуждение включается преподаватель. Ставит задание студентам озаглавить карикатуру. В процессе обсуждения определяется оптимальный вариант названия

К 32)

Далее преподаватель на слайде демонстрирует теоретические подходы к пониманию сущности стратегии взаимодействия со стейкхолдерами

К 33)

После чего, для закрепления компетенций у студентов относительно стратегии развития социальной ответственности организации, они с помощью преподавателя рассматривают практическое задание в котором анализируют причины и последствия несоответствия между КСО стратегией предприятия и его функциями

К 34)

Далее студенты рассматривают карикатуру и придумывают ее название, а также определяют главную ее идею

К 35)

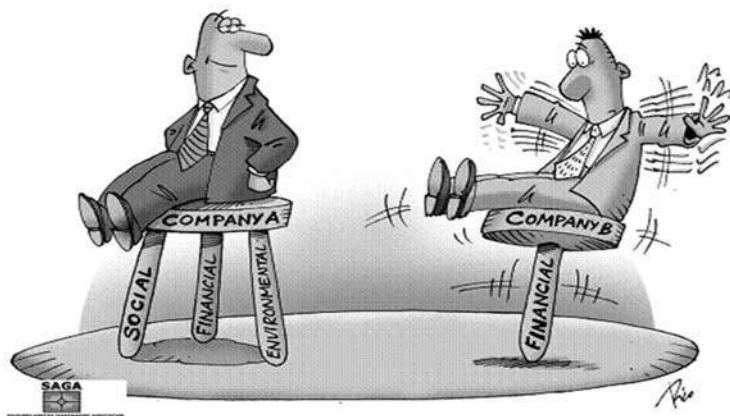
После чего происходит совместно с преподавателем продолжение разбора кейса «Социальная стратегия развития». Определяются оптимальные направления решения проблемы

К 36)

В конце занятия кратко резюмируется пройденный материал . Это происходит устно путем обсуждения в классе

6. Изображение на доске

ИЛ 1



ИЛ 2 Сущность социальной ответственности бизнеса

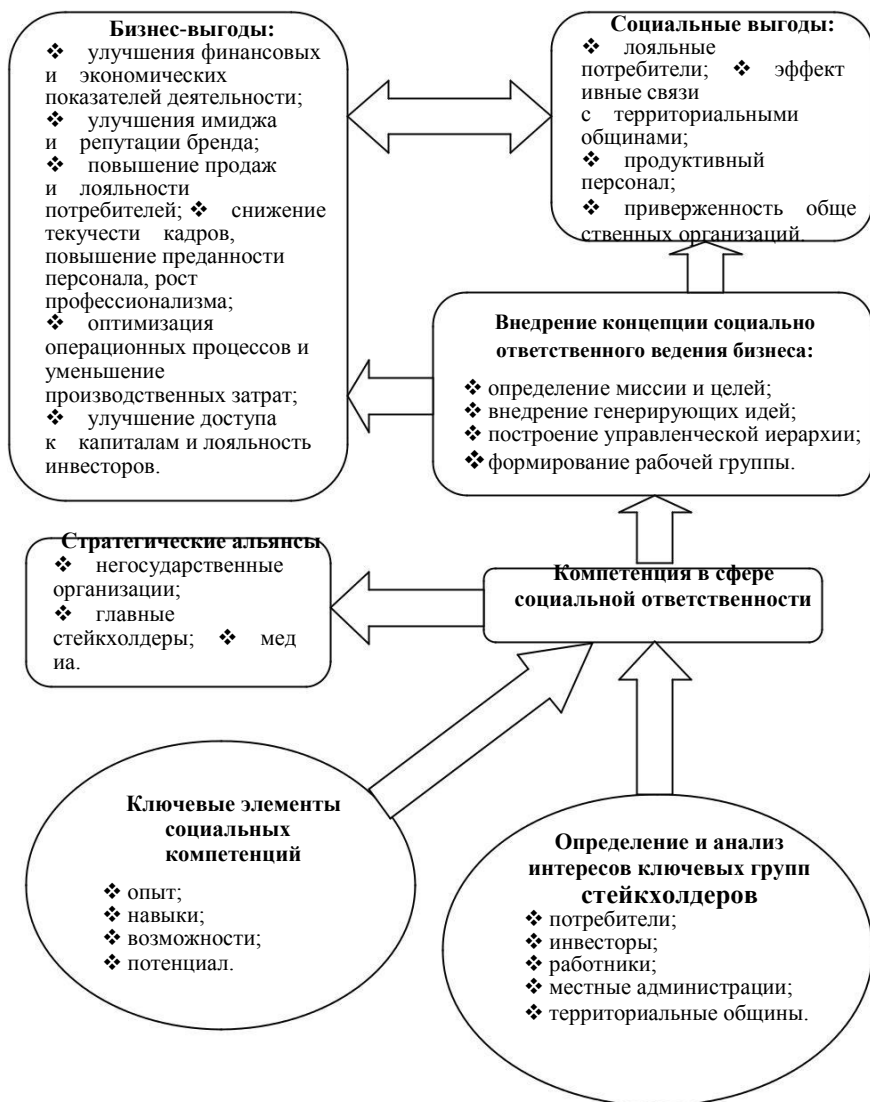
*«Богат не тот, кто много приобрел,
а тот, кто много раздал».
Иоанн Златоуст*

Социальная ответственность бизнеса (КСО)

Система ценностей, мероприятий и процессов, целью которых является распространение положительного влияния деятельности в экономической, экологической, социальной сферах как внутри организации, так и в окружающей среде.

Реализация социально ответственных стратегий должна ориентироваться не только на уменьшение и предотвращение негативных последствий деятельности, но и на достижение экономического, экологического и социального эффектов. Рассматривается как основа повышения конкурентоспособности отдельных организаций и национальной экономики в целом.

ИЛ 3 Модель компетенции организации в сфере социальной ответственности



ИЛ 4

Потенциальные возможности для организации при ведении социально ответственной деятельности

- Улучшение финансовых показателей.
- Улучшение имиджа и репутации брендов.
- Снижение текучести кадров, повышение преданности, рост профессионализма, мотивации и производительности труда персонала
- Уменьшение давления со стороны контролирующих органов.
- Возможность формирования партнерских отношений с властными структурами, общественностью и средствами массовой информации.
- Повышение продаж и лояльность потребителей.
- Повышение эффективности процессов.
- Рост стоимости нематериальных активов.
- Инновационный и технологическое развитие.
- Управление рисками и репутацией.

ИЛ 5



ИЛ 6

Экологическая ответственность бизнеса

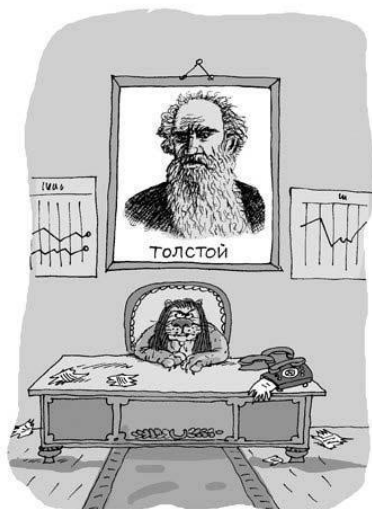
ответственность перед современными и будущими поколения за сохранение окружающей среды, которое проявляется в рациональном природопользовании, экономном производстве и потреблении, а также других сознательных действиях, направленных на улучшение экологической ситуации.

ИЛ 7

Направления реализации экологической ответственности организации

- повышение эффективности административно-технических ресурсов, связанных с жизнедеятельностью офисов и административных зданий предприятий (сортировка отходов по классам опасности, сортировки бытовых отходов по видам, контроль за водопотреблением, контроль за работой осветительных приборов, систем кондиционирования и вентиляции, установка энергосберегающих ламп и др.);
- использование инновационных «зеленых» технологий;
- информационно-просветительская деятельность среди сотрудников, участие в глобальных акциях WWF «Час Земли» и «День без машин», экологической программе совместно с ведущими блогерами Рунета «Блогеры против мусора»).

ИЛ 8



ИЛ 9

Стратегия развития социальной ответственности организации

Для того, чтобы разработать эффективную бизнес-стратегию с учетом социальной ответственности, руководству организации необходимо конкретизировать перечень социальных и экологических проблем, которые испытывает их бизнес.

Следует определить круг заинтересованных лиц - стейкхолдеров, которые нуждаются в социальных инициативах организации.

На основе социального диалога необходимо проявить не только перспективных участников реализации социальных программ, но и неизвестные ранее источники дополнительных ресурсов. Документально оформленные предложения социальных инициатив помогут раскрыть новые перспективы развития бизнеса.

ИЛ 10



ИЛ 11

Стратегия взаимодействия со стейкхолдерами

Стейкхолдеров можно разделить на четыре основные группы:

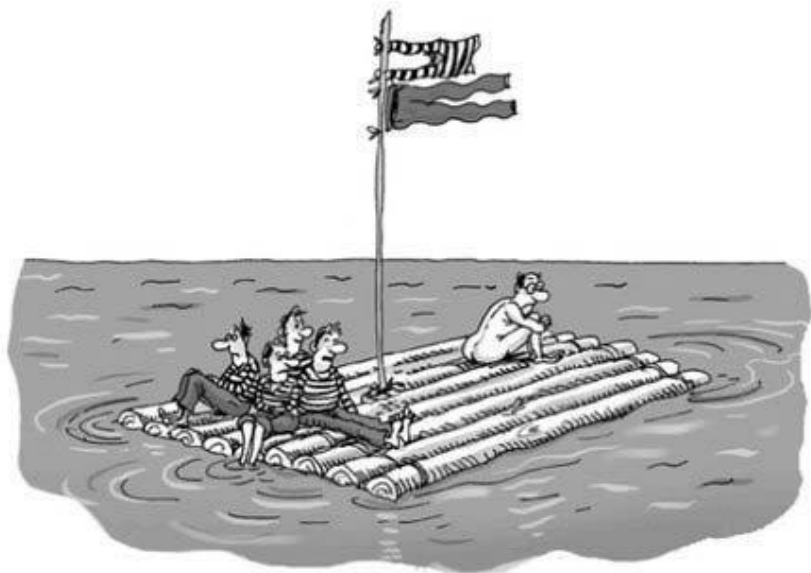
потребители, персонал организации, местные сообщества, присутствующие на территориях деятельности организации, инвесторы компании.

Каждая из групп стейкхолдеров имеет свой «набор потребностей», удовлетворение которых (частично или полностью) ожидается от конкретного предприятия.

Программные мероприятия, входящие в стратегию КСО составляются с учетом ориентации на социальные ожидания стейкхолдеров.

Однако, как правило, бюджет, который организации могут выделить на реализацию программ КСО, ограничен и удовлетворение одновременно всех запросов объективно невозможно.

Для того, чтобы разработать наиболее эффективный пакет программных мероприятий КСО в условиях ограниченного бюджета необходимо оценивать потребности стейкхлдеров, удовлетворение которых приведет к большому результату.



7. Материалы для занятия

РЛ 1 Корпоративная социальная ответственность организации

Вид ответственности	Содержание
Несоциальная ответственность	
Экономическая ответственность	
Юридическая ответственность	
Социальная ответственность	
Экономическая	
Юридическая	
Экологическая	
Этическая	
Филантропическая	
Дискреционная	
Политическая	

Задание. Определить содержание приведенных видов социальной и несоциальной ответственности.

РЛ 2 Кейс «Сок для детей»

Новообразованное предприятие «Утро» специализируется на производстве соков. Для развития своего предприятия было решено создать новую серию детских соков, поскольку спрос на них возрастает. Перед ними стоит выбор, в отношении закупки сырья, с которой будет осуществляться производство.



С одной стороны производство соков может быть из натуральных фруктов и овощей, но есть еще один вариант, закупка концентрата, из которого можно разбавлять разные соки на любой вкус.

Каждый из вариантов имеет свои плюсы и минусы. Данные концентраты новинка на рынке, их преимущество заключается в

том, что их можно употреблять детям, но эти соки практически не имеют никаких полезных веществ. Но как известно спрос на натуральный свежий сок больше, поскольку родители хотят для своего ребенка в первую очередь пользы, поэтому группа маркетологов решила информировать потребителей о том, что сок является натуральным, 100 % из настоящих фруктов и овощей, ведь действительно концентрат сделан из них, и производители ничего не нарушают. Рекламу они будут делать таким образом и с помощью таких приемов, чтобы запечатлеть в головах потребителей, этот сок является натуральным, а главное свежим, не разбавленным кон-



центрами и таким образом содержит много витаминов и полезных микроэлементов.

Аналитическая группа компании провела определенные исследования рынка учитывая все факторы, а также сделала анализ деятельности самого предприятия и сделала определенные выводы в виде таблицы, с измерением по пятибалльной шкале:

Показатель	Натуральные овощи и фрукты	Концентрат
Расходы на производство	5	1
Ассортимент вкусов	2	5
Спрос на продукцию	5	5
Срок хранения	1	5
Полезность продукта	5	0
Объем ожидаемой прибыли	1	3
Шансы закрепиться на рынке	2	4

В дополнение к этому, просчитав, что данная маркетинговая политика, которая направлена на рекламу «натурального 100 %» будет приносить хорошие доходы и результаты, а затраты будут минимальными, то часть средств они направят на строительство большой детской площадки для детей сирот, таким образом они сделают хорошее дело и вместе с тем прорекламируют себя.



Вопросы для обсуждения:



1. Из какого сырья стоит предприятию «Утро» изготавливать детские соки? Обоснуйте свой выбор, ведь с одной стороны данное предприятие хочет иметь хорошие доходы, с другой стороны хотела бы честным путем удовлетворять спрос покупателей, но равновесия в этом достичь очень сложно.

2. Как вы считаете, требует ли изготовление действительно качественной продукции много затрат средств и времени, и в современных условиях конкуренции может не удержаться на рынке?

3. Является ли данная альтернатива идеальным вариантом, но не совсем честным? Что касается потребителей, то они покупая именно этот сок для своих детей, будут иметь надежду, что это свежий сок с витаминами и полезными веществами.

РЛ 3

Кейс «Мясной скандал» в Европе»

Европейские страны в феврале 2013 года охватил «мясной скандал». Сначала он вспыхнул в Великобритании, где в анализах мяса в котлетах (бургер), продаваемых как продукт из говядины, обнаружили конину. Погодя скандал задел чуть не пол-Европы.

Скандал начался в Северной Ирландии еще в сентябре 2012 года, когда контроллеры гигиены и безопасности окружающей среды обнаружили замороженную фасованную говядину, якобы импортируемую из Польши, с фальшивыми этикетками. За два месяца служба пищевой безопасности Ирландии провела анализы ДНК продуктов из говядины, продаваемых в стране. Выяснилось, что 10 из 28 гамбургеров с бифштексом содержали конину. Результаты исследований опубликованы в январе, а через несколько дней одна крупная пищевая компания приостановила производство на своем дочернем предприятии в Ирландии. Сразу же около 10 млн. бургеров были изъяты из продажи во многих супермаркетах Великобритании. 7 февраля шведская международная пищевая компания Findus убрала все лазаньи с говядиной с полок британских супермаркетов после того, как анализы показали, что некоторые ее продукты содержали почти 100 % конины. На следующий день были запрещены изготовлены во Франции спагетти и лазаньи, после того как выяснилось, что в производстве использовалось мясо из румынских скотобоев, которое поставляла нидерландская фирма. 13 февраля скандал распространился и на Германию, где также сняли с продажи лазаньи и чизбургеры.

Потребителей справедливо возмутили два момента. Во-первых, возможно наличие в конине ветеринарного препарата фенилбутазона, — запрещенного в пищеопроме. Во-вторых, веро-

ятно, лошадей-скакунов забивают в гораздо старшем возрасте, чем большинство предназначенных на убой животных.

Чиновники резко отреагировали на обвинения в халатности и перевели вину на пищевые компании. Румыния заявила, что ей нечего скрывать и не стоит обвинять местных легальных мясников, которые занимаются кониной. Фермы в Великобритании также заявили, что не позволяют смешивать его с говядиной. Однако разница в цене довольно ощутима: 1 т конины продается за € 800, а говядины — минимум за € 3,5 тыс.

Швейцария, Норвегия, Швеция, Кипр и Люксембург также причастны к скандалу. Как пояснил один из комментаторов BBC: «Шведская компания Findus пользуется услугами французской Comigel для производства готовых блюд. Для своей фабрики в Люксембурге она получает мясо от еще одной французской фирмы — Spanghero. И в свою очередь прибегает к посредничеству агентства на Кипре, которая обращается к представителю в Нидерландах, чтобы получить мясо со скотобойни в Румынии». Людям, которые привыкли покупать говядину или баранину у местного фермера, трудно себе представить такую сложную цепь снабжения, которая охватывает всю Европу.

Пищевая паника — далеко не первый инцидент. В некоторых странах подделки пищевых продуктов вызвали не только скандалы, но и тяжелые болезни, смертельные исходы. В Испании в 1981 году более 600 человек погибли и еще немало были парализованы в результате употребления оливкового масла, в которое подмешивали машинное масло. В Австрии в 1985 году было обнаружено, что вино одной из самых популярных марок содержит диэтиленгликоль — антифриз для автомобилей. А в КНР в 2008 году широкую огласку получило дело с детским питанием с примесями меламина, от которого пострадали 300 тыс. детей, 52 тыс. из которых были госпитализированы. Несколько китайских чиновников за эту подделку казнили. Регулярно всплывают на поверхность дела об использовании технического спирта для нелегального производства алкогольных напитков, нередко имеют трагические последствия — люди слепнут или получают болезни печени.

Есть две причины пищевых угроз. Первая: халатность и неспособность отделить вредные химические соединения в ходе переработки и хранения продуктов — сейчас эта проблема приобрела заметное распространение. Вторая причина — незаконные сделки для дешевого производства, например с добавлением запрещенных веществ в корм для животных или инъекции с водой, которые вводят забитым животным для увеличения массы мяса.

Многие, опасаясь промышленных пищевых продуктов, стали с подозрением относиться к готовой пище и все чаще обращаются к местной и органической, которую покупают на рынках. Вследствие скандала с кониной в Европе, как свидетельствует опрос, почти половина потребителей Великобритании собираются бойкотировать причастные к нему супермаркеты. Это также привело к тому, что граждане стали возвращаться за покупками к традиционным мясникам — в некоторых семейных мясных лавочках продажи выросли на 30 %.

Супермаркеты, встревожены испорченной репутацией, немедленно начали официально извиняться за инцидент. Однако их убытки в связи с изъятием мясного — мелочь по сравнению с теми потерями, которые они могут испытать, в случае если люди перестанут доверять их продуктам. Наконец, видимо, ответственность должна лежать на потребителе. Хозяйки во все века знали, как проверять продукты, прежде чем их купить, они брали только то, что считали свежим и безопасным. Сейчас эта ответственность, в основном, переведена на крупные промышленные пищевые компании, которые сравнительно мало кто знает. Возможно, время покупателям снова стать ответственными — даже если придется больше платить за мясо.

Вопросы для обсуждения:



1. Должны ли предприятия-нерезиденты, осуществляющие предпринимательскую деятельность в различных странах, учитывать особенности этих стран?
2. Данная ситуация сугубо этическая или коммерческая?
3. Кто должен осуществлять контроль за качеством выпускаемой продукции: представители производителя или продавца, общественность или специалисты в области стандартизации и метрологии?
4. Кто должен нести ответственность за эту неприятную ситуацию: производители, продавцы, специалисты, которые проверяют продукцию в лабораторных условиях, или чиновники?
5. Какова роль международных стандартов в сфере продовольственных и сельскохозяйственных товаров в решении подобных конфликтов, а также общества?
6. По вашему мнению, целесообразно ли в уставах предприятий фиксировать вопрос о коллективной ответственности перед обществом и механизм ее реализации?
7. Какие меры по предупреждению подобных инцидентов должны провести производители, продавцы и государственные контролирующие органы?
8. Как вы считаете, целесообразно ли фирмам-продавцам самостоятельно проводить оценку товаров (стоимостную, качественную, потребительскую), поступающих на продажу, для предотвращения экономических и нематериальных убытков

РЛ 7 Кейс

«Экологическая практика»

Положительную практику и эффективность мероприятий по защите окружающей среды, экологическую безопасность и энергосбережение в современных условиях демонстрирует украинско-австрийское общество с ограниченной ответственностью «Фишер-Мукачево». Учитывая уникальные природно-климатические условия Закарпатья, его туристические, лечебно-рекреационного возможности, перспективы всестороннего сотрудничества и взаимообмена со странами Евросоюза, расширение производства и технологически инновационный прогресс компании возможно лишь при условии надежной защиты окружающей среды, обеспечения здоровья людей, внедрения эффективной системы энергосбережения.

В 1998 году реализован многомиллионный международный инвестиционный проект с участием австрийской фирмы «Фишер». Начался новейший этап развития компании с ближайшей перспективой удвоения ее производственных мощностей. На сегодня это — высокотехнологичное, модернизированное с лучшими мировыми стандартами, современное в отрасли предприятие по производству горных и беговых лыж, хоккейных клюшек и тому подобное.

География реализации изготовленных в Мукачево товаров распространяется на Россию, Северную Америку, Западную и Восточную Европу, Скандинавские страны, Японию, Корею. Ежегодные объемы промышленного производства составляют около 300 млн. грн. Экспортируется изделий на сумму свыше 290 млн. грн. Балансовая прибыль от внешнеэкономической деятельности составляет 50 млн. грн, рентабельность производства — 15%. На предприятии 1200 работающих. Организационно предусмотрено функционирование 12 отделов (департаментов). В Украине и за рубежом функционируют три основных и представительские офисы. Прогрессирующая динамика производственно-экономических показателей, активное внедрение инновационных нанотехнологических разработок, целенаправленная реализация всесторонней инвестиционной политики и в дальнейшем будут обеспечивать предприятию утверждение в качестве лидера рынка.

Это, в свою очередь, накладывает дополнительные обязательства по защите окружающей среды, охране здоровья людей. После расширения производства с участием австрийского предприятия «Фишер» перед компанией остро встала проблема обеспечения европейских стандартов в сфере охраны окружающей сре-

ды, экологии и энергосбережения. Значительный вред для лесоперерабатывающего региона составляют отходы производства (биомасса). Только компания «Фишер-Мукачево» ежегодно утилизировали их на местных свалках более 5000 тонн.

Процессы разложения, гниения, самовоспламенения при высоких температурах вызывало реальную угрозу окружающей среде. Особую опасность вызывает присутствие в древесной коре лигнина, который растворяясь в дождевой воде, возбуждает инфекционные процессы в реках, озерах, грунтовых водах, наносит значительный вред фауне и флоре. В этих условиях развитие компании, ее экологически безопасная деятельность были под угрозой. В 2009 году решением генерального директора Рябича В.А. впервые в области реализовано новейшей инвестиционный проект с применением итальянских технологий по использованию биомассы для производства теплоэнергии и применения ее в технологическом процессе. Инвестиции компании в этот проект составили 800 тыс. евро с проектной самоокупаемостью в 2,5 года. Реализация данного проекта позволила снять проблему нанесения ущерба окружающей среде, отходы производства используются на 100 %. Более того, уже в этом сезоне компания закупает и перерабатывает отходы других деревообрабатывающих предприятий области, остатки горных лесопилок и тому подобное. Предусмотренные технологией проекта режимы сжигания биомассы сводят к допустимому минимуму вредные выбросы котельной в атмосферу, что положительно влияет на сокращение потерь рабочего времени из-за заболеваемости работников, улучшение экологической ситуации. В условиях энергетического кризиса, роста цен на энергоносители, реализация проекта позволила компании отказаться от потребления до 2,0 млн м³ газа в год. Принятыми мерами компания «Фишер-Мукачево» эффективно влияет на формирование процесса сохранения окружающей среды Карпатского региона, а приобретенный опыт заслуживает внимания других компаний.

Вопросы для обсуждения:



1. Определите какие возможности приобрела компания от того, что задействовала ряд мероприятий по защите экологии окружающей среды.
2. Как повлияет вышеизложенная деятельность компании на производственные процессы ?
3. Какие конкурентные преимущества получит компания ?
4. Определите другие возможные направления развития компании в процессе имплементации в ее хозяйственную практику концепции экологической ответственности.

РЛ 8 Кейс.

Проект «Зеленый офис»

Компания UPECO запустила проект «Зеленый офис», который реализуется в четырех направлениях: бумага, электроэнергия, вода и пластиковая посуда.

Бумага. Предложение сотрудникам рационально и эффективно использовать бумагу, внося вклад в сохранение лесов:

- прежде чем напечатать документ, подумайте, нужна ли вам его бумажная версия или достаточно прочесть текст с экрана;

- прежде чем нажать на кнопку «Печать», внимательно проверьте документ на наличие ошибок;

- перед печатью документа отформатируйте его в тот вид (поставьте нужные параметры страницы, абзацы, поля, размер шрифта и т.д.), в котором он вам нужен. Воспользуйтесь режимом «Предварительный просмотр»;

- листы бумаги, использованные с одной стороны, используйте в качестве черновиков для печати рабочих документов;

- используйте настройки принтера: двухсторонняя печать, режим «печать буклета» — 4 страницы на 1 листе;

- черно-белые документы печатайте на черно-белых принтерах, а цветные — на цветных и т.д.

Электроненергия. Предложены сотрудникам следующие действия:

- уходя из офиса, важно выключать не только компьютер, но и фильтр. Это действие позволит нам сохранить бытовую технику в безопасности при резком изменении напряжения в сети;

- выключайте из розеток зарядные устройства. Они продолжают потреблять энергию, если даже ваши приборы уже зарядились или отключены от зарядных устройств;

- уходя из офиса, выключайте свет в кабинетах;

- после завершения встреч выключайте свет в переговорных комнатах и т.д.

Вода. Это направление в большей степени подходит для реализации дома, но в офисе также можно внести вклад в сохранение пресной воды. Каким образом?

Прежде всего:

- выключая кран и плотно закручивая вентиль;

- выключая кран, когда не используете воду (например, при намыливании рук и т.д.)

- начав мыть посуду, собранную по всему офису, в посудомоечной машине и пр.

Пластиковая посуда. Было предложено следующее:

- для чая, кофе и воды лучше использовать свою любимую стеклянную, фарфоровую или любую другую многоразовую чашку;
- при заказе продукции просить не обертывать их в полиэтилен либо не упаковывать вообще;
- при походе в магазины отказаться от полиэтиленовых пакетов и пользоваться холщовыми или тряпичными сумками и т.д.

Результаты.

Несмотря на сложности, за почти три года реализации проекта «Зеленый офис» в компании UPECO удалось добиться таких результатов:

- выключать свет в переговорных комнатах и кабинетах;
- выключать из сети компьютеры и ноутбуки в конце рабочего дня;
- использовать листы, уже напечатанные с одной стороны, в качестве черновиков;
- применять оптимальные параметры печати, что позволило сократить потребление бумаги на 20 %;
- разделять мусор и сдавать макулатуру;
- собирать макулатуру дома и приносить ее в офис для сдачи на вторсырье;
- частично использовать чашки вместо одноразовых стаканчиков, в итоге потребление пластиковой посуды сократилось в 5 раз;
- обращать внимание на экологические проблемы и принимать участие в акциях («Миллион желудей», «Спаси дерево» и т.д.)
- транслировать информацию об экологической ответственности своим родным, близким, друзьям и знакомым;
- частично использовать холщовые сумки вместо полиэтиленовых пакетов;
- выключать на один час свет в своих квартирах во время акции «Час Земли»;
- делиться интересными и полезными экологическими фильмами, книгами, эко-практиками и т.д.

Вопросы для обсуждения:



1. Какие дополнительные возможности приобрела компания от того, что начала реализовывать проект «Зеленый офис» в своей повседневной производственной практике?
2. Какое влияние от этого проекта осуществлено на формирование корпоративной культуры компании?

3. Какие конкурентные преимущества получила компания от реализации этого проекта?

РЛ 9 Приоритетные потребности стейкхолдеров

Стейкхолдеры	Потребности и ожидания стейкхолдеров	Обеспечение потребностей других стейкхолдеров
Потребители	– получение качественного товара	
	– низкая цена	
	– наличие товара	
	– наличие гарантий на товар	
	– разнообразие товара (возможность выбора)	
	– удовлетворение растущих потребностей (новые виды товаров)	
	– льготные цены постоянным потребителям	
	– сервисные услуги	
Работники предприятия	– рост заработной платы	
	– карьерный рост	
	– возможность развития	
	– наличие социальных гарантий	
	– благоприятные условия труда	
	– стабильность	
	– уверенность в будущем	
	– интересная работа	
Местные сообщества	– открытая информация о результатах работы предприятия	
	– отсутствие негативных воздействий на окружающую среду	
	– развитие инфраструктуры места нахождения предприятия	
Инвесторы	– получение прибыли	
	– рост прибыли	
	– увеличение размера предприятия и рынка сбыта	
	– уменьшение затрат на развитие	
	– рост акций	
	– стабильность развития компании	

Постановка задания:

В процессе улучшения взаимодействия со стейкхолдерами предлагается оценить обеспечение каждой из них определить наличие параллельного удовлетворения интересов других стейкхолдеров.

Существует взаимосвязь между удовлетворением ожидания одной группы стейкхолдеров с параллельной возможностью, за счет результатов этих же мероприятий, удовлетворение потребностей других стейкхолдеров.

Например, обеспечение ожидания таких стейкхолдеров как потребители, в получении качественных услуг, способствует прямому росту прибыли организации, и соответственно, способствует удовлетворению потребности инвесторов в увеличении доходов.

Но также увеличение прибыли организации приведет, в свою очередь, к возможности удовлетворения таких потребностей как:

- 1) увеличение заработной платы работников предприятия (инвесторы смогут за счет полученной прибыли увеличить фонд заработной платы);

- 2) получение возможности карьерного роста (необходимость повышения качества услуг неизбежно приведет к необходимости повышения квалификации персонала, предоставляющих эти услуги и как следствие повысится возможность карьерного роста).

Описанные взаимосвязи говорят о наличии возможности опосредованного удовлетворения еще большего количества запросов стейкхолдеров внешней и внутренней среды предприятия. Нужно провести анализ потребностей различных групп заинтересованных сторон. Выявить возможности опосредованного удовлетворения ожиданий других групп заинтересованных сторон.

РЛ 12 Информационные интересы стейкхолдеров по социальной отчетности организаций

Стейкхолдеры	Информационные интересы
Акционеры, инвесторы и кредиторы	
Государство и органы местного самоуправления	
Местные общины	
Общественные организации	
Средства массовой информации	
Бизнес — партнеры	
Потребители	
Конкуренты	
Персонал	

Постановка задания:

В таблице определены главные стейкхолдеры любой организации. В процессе социально ответственного поведения возникает необходимость подготовки и обнародования социальной отчетности, которая позволяет задокументировать выполнения социальных задач, которые косвенно или в полной мере отражены в системе традиционных отчетов. Это способствует налаживанию связей с общественностью и завоеванию доверия заинтересованных сторон благодаря открытому, объективному освещению вклада в решение экономических, социальных, экологических вопросов.

По сути, социальный отчет является интегратором информации обо всех аспектах деятельности организации на поприще социальной ответственности. Главная задача социального отчета — целостное представление организации во внешней среде в интересах развития его конкурентоспособности. Социальная отчетность потенциально способна дополнить финансовые отчеты сведениями, которые определяют перспективы развития организации как социально ответственного бизнес-субъекта.

Поэтому необходимо определить информационные интересы главных стейкхолдеров организации, которые должны быть отражены в социальном отчете организации.

Литература:

1. *Колот А. М.* Соціальна відповідальність: початковий посібник / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2014. — 552 с.
2. *Петрашко Л. П.* Корпоративна відповідальність: кроскультурні моделі та бізнес-практики : монографія / Л. П. Петрашко. — К. : КНЕУ, 2013.
3. *Виттенберг Е. Я.* Социальная ответственность бизнеса на пост-советском пространстве / Е. Я. Виттенберг. — М. : РГГУ, 2011.
4. *Колот А. М.* Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2012. — 501 с.

Серия дидактических материалов по предпринимательскому образованию
в учреждениях высшего образования Украины

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК КЛЮЧ К УСПЕХУ

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Отвественный за выпуск: Олейник А.Я.

Редактор: Гуца Л.М.

Дизайн и верстка: Зленко С.В.

Подписано к печати 5.09.2016р. Бумага офсетная 70гр/м2

Формат 60х84 1/16 Тираж 300 экз.

ТОВ «Видавничо-поліграфічний дім «ФОРМАТ»

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої

Справи (серія ДК, №1976 від 19.10.2004р.) Зам. № 174.