

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Корпоративная социальная
ответственность»**

направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Пятигорск, 2020

Методические материалы дисциплины «Корпоративная социальная ответственность», относящейся к базовой части учебного плана, составленного на основании ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, квалификация выпускника «Бакалавр», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7.

Составители методических материалов:

Канд. экон. наук, доцент кафедры
экономики и организации
здравоохранения и фармации


_____ Д.Г. Багдасарян

Методические материалы переработаны, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры экономики и организации здравоохранения и фармации протокол № 1 от «27» августа 2020 г.

И.о. заведующий кафедрой экономики
и организации здравоохранения
и фармации, канд. социол. наук


_____ О.В. Котовская

Методические материалы одобрены учебно-методической комиссией по циклу гуманитарных дисциплин

протокол № 1 от 31 августа 2020 г.

Председатель УМК


_____ Е.В. Говердовская

Методические материалы утверждены на заседании Центральной методической комиссии

Председатель ЦМК


_____ М.В. Черников

Содержание

1. Методические материалы (указания, разработки, рекомендации) для преподавателей по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата) 5
2. Методические материалы (указания, разработки, рекомендации) для студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата) 12
3. Методические материалы (указания, разработки, рекомендации) для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата)..... 19
4. Методическое обеспечение занятий лекционного типа 45
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата).....123
6. Методические рекомендации по написанию контрольной работы по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата).....161

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Автор: Д.Г. Багдасарян

**Методические материалы (указания, разработки,
рекомендации) для преподавателей
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

**Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень
бакалавриата)**

Пятигорск 2020

Занятие № 1

Раздел 1. Теоретические основы и закономерности становления и развития корпоративной ответственности

Тема. Типология корпоративной социальной ответственности

Цель занятия: изучение теоретических основ и закономерностей становления и развития корпоративной ответственности

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часа

Перечень практических навыков:

- навык по типологическим видам ответственности;
- выявлять особенности ответственности: экономической, социально-психологической и организационной;
- раскрывать основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Типологическое разнообразие ответственности:

- 1) по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная);
- 2) по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная;
- 3) по масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная;
- 4) по проявлению: ответственность явная и скрытая;
- 5) по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная;
- 6) по сферам существования и действительности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная).

2. Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.

3. Содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Формируемые компетенции: ОПК-2

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Типологическое разнообразие ответственности: 1) по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная); 2) по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная; 3) по

масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная; 4) по проявлению: ответственность явная и скрытая; 5) по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная; 6) по сферам существования и действенности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная); особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности; содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 2

Тема. Виды, формы и инструменты реализации организационно-управленческих решений

Цель занятия: изучение видов, форм и инструментов реализации организационно-управленческих решений.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часов

Перечень практических навыков:

- выявлять виды внешней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять формы внешней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять основные инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять проблем формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Виды внешней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы внешней корпоративной социальной ответственности.
3. Инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.
4. Проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Формируемые компетенции: ОПК-2

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20

5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Виды внешней корпоративной социальной ответственности; формы внешней корпоративной социальной ответственности; инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности; проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 3

Тема. Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности

Цель занятия: изучение видов и форм внутренней корпоративной социальной ответственности.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часов

Перечень практических навыков:

- выявлять виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять формы внутренней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять главные критерии социальных программ.
- раскрывать приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании.
- рассматривать понятия социального бюджета и корпоративного кодекса организации.
- выявлять понятия социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).
- выявлять современные подходы к формированию социального пакета.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы внутренней корпоративной социальной ответственности.
3. Главные критерии социальных программ.
4. Приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании.
5. Социальный бюджет.
6. Корпоративный кодекс организации.

7. Социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).

8. Современные подходы к формированию социального пакета.

Формируемые компетенции:ОПК-2

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Виды внутренней корпоративной социальной ответственности; формы внутренней корпоративной социальной ответственности; главные критерии социальных программ; приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании; социальный бюджет; корпоративный кодекс организации; социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.); современные подходы к формированию социального пакета.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 4

Раздел 2. Формирование корпоративной социальной ответственности в организации

Тема. КСО как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации

Цель занятия: изучение корпоративной социальной ответственности как фактора устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часов

Перечень практических навыков:

- выявлять устойчивость и факторы развития организации.
- рассматривать типы факторов устойчивого развития организации.

- рассматривать роли корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.
- раскрывать основные принципы устойчивого развития организации.
- рассматривать деловую репутацию как комплексную характеристику организации.
- выявлять внешнюю и внутреннюю деловую репутацию.
- выявлять деловую репутацию как конкурентное преимущество организации.
- раскрывать основные источники конкурентных преимуществ организации.
- выявлять корпоративную социальную ответственность как важнейший источник конкурентных преимуществ.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Устойчивость развития организации.
2. Факторы устойчивого развития организации.
3. Типы факторов устойчивого развития организации.
4. Роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.
5. Основные принципы устойчивого развития организации.
6. Деловая репутация как комплексная характеристика организации.
7. Внешняя деловая репутация.
8. Внутренняя деловая репутация.
9. Деловая репутация как конкурентное преимущество организации.
10. Конкурентные преимущества.
11. Источники конкурентных преимуществ организации.
12. Корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Формируемые компетенции: ОПК-2

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Устойчивость развития организации. Факторы устойчивого развития организации; типы факторов устойчивого развития организации; роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации; основные принципы устойчивого развития организации; деловая репутация как комплексная характеристика организации; внешняя деловая репутация; внутренняя деловая репутация; деловая репутация как

конкурентное преимущество организации; конкурентные преимущества; источники конкурентных преимуществ организации; корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Список литературы

7.1. Рекомендуемая литература				
7.1.1. Основная литература				
№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
Л.1.1	Е.С. Григорян, И.А. Юрасов	Корпоративная социальная ответственность : [Электронный ресурс] / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 248 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru	М.: Дашков и К, 2019.	
Л.1.2	Рыбина, З.В.	Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] учебное пособие / З.В. Рыбина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 224 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru	Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020	
7.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
Л.2.1	Никитина Л.М.	Корпоративная социальная ответственность. [Текст]: учебник для бакалавров / Д. В. Борзаков; Ростов-на-Дону: Феникс, 2015.- 445 с. ил.	Ростов-на-Дону: Феникс, 2015	3
7.2. Электронные образовательные ресурсы				
1		Корпоративное право / отв. ред. И.С. Шиткина; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Юридический факультет. – Москва: Статут, 2018. – 736 с.: ил. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Договор №551-11/19 «Об оказании информационных услуг» от 02.12.2019 г. (ЭБС «Университетская библиотека online»). Срок действия с «01» января 2020 г. по «31» декабря 2020 г.	
2		Григорян Е.С., Корпоративная социальная ответственность: Учебник для бакалавров / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с. - ISBN 978-	Контракт №73ИКЗ 1913444048472263243001000 90026399000 от 12 ноября 2019 г. (ЭБС «Консультант	

	5-394-02477-1 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. http://www.studentlibrary.ru	студента). Срок действия с 1 января 2020 г. по 31 декабря 2020 г.
--	--	---

7.3. Программное обеспечение

1. Microsoft Office 365. Договор с ООО СТК «ВЕРШИНА» №27122016-1 от 27 декабря 2016 г.
 2. Kaspersky Endpoint Security Russian Edition. 100149 Educational Renewal License 1FB6161121102233870682. 100 лицензий.
 3. Office Standard 2016. 200 лицензий OPEN 96197565ZZE1712.
 4. Microsoft Open License :66237142 OPEN 96197565ZZE1712. 2017
 5. Microsoft Open License : 66432164 OPEN 96439360ZZE1802. 2018.
 6. Microsoft Open License : 68169617 OPEN 98108543ZZE1903. 2019.
 7. Операционные системы OEM, OS Windows XP; OS Windows 7; OS Windows 8; OS Windows 10. На каждом системном блоке и/или моноблоке и/или ноутбуке. Номер лицензии скопирован в ПЗУ аппаратного средства и/или содержится в наклеенном на устройство стикере с голографической защитой.
 8. Система автоматизации управления учебным процессом ООО «Лаборатория ММИС»
 9. Доступ к личному кабинету в системе «4Portfolio». Договор № В-21.03/2017 203 от 29 марта 2017
 10. Доступ к личному кабинету в системе «ЭИОС»
 11. Система электронного тестирования VeralTest Professional 2.7. Акт предоставления прав № ИТ178496 от 14.10.2015 (бессрочно)
- Statistica Basic 10 for Windows Ru License Number for PYATIGORSK MED PHARM INST OF VOLGOGRAD MED ST UNI (PO# 0152R, Contract № IE-QPA-14-XXXX) order# 310209743.

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Автор: Д.Г. Багдасарян

**Методические материалы (указания, разработки,
рекомендации) для студентов
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

**Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень
бакалавриата)**

Пятигорск 2020

Занятие № 1

Раздел 1. Теоретические основы и закономерности становления и развития корпоративной ответственности

Тема. Типология корпоративной социальной ответственности

Цель занятия: изучение теоретических основ и закономерностей становления и развития корпоративной ответственности

Перечень практических навыков:

- навык по типологическим видам ответственности;
- выявлять особенности ответственности: экономической, социально-психологической и организационной;
- раскрывать основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Типологическое разнообразие ответственности:

- по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная);
- по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная;
- по масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная;
- по проявлению: ответственность явная и скрытая;
- по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная;
- по сферам существования и действительности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная).

2. Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.

3. Содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Краткое содержание темы:

Типологическое разнообразие ответственности: 1) по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная); 2) по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная; 3) по масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная; 4) по проявлению: ответственность явная и скрытая; 5) по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная; 6) по сферам существования и действительности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная); особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности; содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок

4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 2

Тема. Виды, формы и инструменты реализации организационно-управленческих решений

Цель занятия: изучение видов, форм и инструментов реализации организационно-управленческих решений.

Перечень практических навыков:

- выявлять виды внешней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять формы внешней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять основные инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять проблем формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Виды внешней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы внешней корпоративной социальной ответственности.
3. Инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.
4. Проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Краткое содержание темы:

Виды внешней корпоративной социальной ответственности; формы внешней корпоративной социальной ответственности; инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности; проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 3

Тема. Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности

Цель занятия: изучение видов и форм внутренней корпоративной социальной ответственности.

Перечень практических навыков:

- выявлять виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять формы внутренней корпоративной социальной ответственности.
- выявлять главные критерии социальных программ.

- раскрывать приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании.
- рассматривать понятия социального бюджета и корпоративного кодекса организации.
- выявлять понятия социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).
- выявлять современные подходы к формированию социального пакета.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы внутренней корпоративной социальной ответственности.
3. Главные критерии социальных программ.
4. Приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании.
5. Социальный бюджет.
6. Корпоративный кодекс организации.
7. Социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).
8. Современные подходы к формированию социального пакета.

Краткое содержание темы:

Виды внутренней корпоративной социальной ответственности; формы внутренней корпоративной социальной ответственности; главные критерии социальных программ; приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании; социальный бюджет; корпоративный кодекс организации; социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.); современные подходы к формированию социального пакета.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 4

Раздел 2. Формирование корпоративной социальной ответственности в организации

Тема. КСО как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации

Цель занятия: изучение корпоративной социальной ответственности как фактора устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации.

Перечень практических навыков:

- выявлять устойчивость и факторы развития организации.
- рассматривать типы факторов устойчивого развития организации.
- рассматривать роли корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.
- раскрывать основные принципы устойчивого развития организации.
- рассматривать деловую репутацию как комплексную характеристику организации.
- выявлять внешнюю и внутреннюю деловую репутацию.
- выявлять деловую репутацию как конкурентное преимущество организации.
- раскрывать основные источники конкурентных преимуществ организации.
- выявлять корпоративную социальную ответственность как важнейший источник конкурентных преимуществ.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

1. Устойчивость развития организации.
2. Факторы устойчивого развития организации.
3. Типы факторов устойчивого развития организации.
4. Роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.
5. Основные принципы устойчивого развития организации.
6. Деловая репутация как комплексная характеристика организации.
7. Внешняя деловая репутация.
8. Внутренняя деловая репутация.
9. Деловая репутация как конкурентное преимущество организации.
10. Конкурентные преимущества.
11. Источники конкурентных преимуществ организации.
12. Корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Краткое содержание темы:

Устойчивость развития организации. Факторы устойчивого развития организации; типы факторов устойчивого развития организации; роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации; основные принципы устойчивого развития организации; деловая репутация как комплексная характеристика организации; внешняя деловая репутация; внутренняя деловая репутация; деловая репутация как конкурентное преимущество организации; конкурентные преимущества; источники конкурентных преимуществ организации; корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок

4. Выполнение практической работы

5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Список литературы

7.1. Рекомендуемая литература				
7.1.1. Основная литература				
№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
Л.1.1	Е.С. Григорян, И.А. Юрасов	Корпоративная социальная ответственность : [Электронный ресурс] / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 248 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru	М.: Дашков и К, 2019.	
Л.1.2	Рыбина, З.В.	Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] учебное пособие / З.В. Рыбина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 224 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru	Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020	
7.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
Л.2.1	Никитина Л.М.	Корпоративная социальная ответственность. [Текст]: учебник для бакалавров / Д. В. Борзаков; Ростов-на-Дону: Феникс, 2015.- 445 с. ил.	Ростов-на-Дону: Феникс, 2015	3
7.2. Электронные образовательные ресурсы				
1		Корпоративное право / отв. ред. И.С. Шиткина; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Юридический факультет. – Москва: Статут, 2018. – 736 с.: ил. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Договор №551-11/19 «Об оказании информационных услуг» от 02.12.2019 г. (ЭБС «Университетская библиотека online»). Срок действия с «01» января 2020 г. по «31» декабря 2020 г.	
2	Григорян Е.С., Корпоративная социальная ответственность: Учебник для бакалавров / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с. - ISBN 978-5-394-02477-1 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. http://www.studentlibrary.ru		Контракт №73ИКЗ 1913444048472263243001000 90026399000 от 12 ноября 2019 г. (ЭБС «Консультант студента»). Срок действия с 1 января 2020 г. по 31 декабря 2020 г.	
7.3. Программное обеспечение				
12. Microsoft Office 365. Договор с ООО СТК «ВЕРШИНА» №27122016-1 от 27 декабря 2016 г.				
13. Kaspersky Endpoint Security Russian Edition. 100149 Educational Renewal License 1FB6161121102233870682. 100 лицензий.				
14. Office Standard 2016. 200 лицензий OPEN 96197565ZZE1712.				

15. Microsoft Open License :66237142 OPEN 96197565ZZE1712. 2017
 16. Microsoft Open License : 66432164 OPEN 96439360ZZE1802. 2018.
 17. Microsoft Open License : 68169617 OPEN 98108543ZZE1903. 2019.
 18. Операционные системы OEM, OS Windows XP; OS Windows 7; OS Windows 8; OS Windows 10. На каждом системном блоке и/или моноблоке и/или ноутбуке. Номер лицензии скопирован в ПЗУ аппаратного средства и/или содержится в наклеенном на устройство стикере с голографической защитой.
 19. Система автоматизации управления учебным процессом ООО «Лаборатория ММИС»
 20. Доступ к личному кабинету в системе «4Portfolio». Договор № В-21.03/2017 203 от 29 марта 2017
 21. Доступ к личному кабинету в системе «ЭИОС»
 22. Система электронного тестирования VeralTest Professional 2.7. Акт предоставления прав № ИТ178496 от 14.10.2015 (бессрочно)
- Statistica Basic 10 for Windows Ru License Number for PYATIGORSK MED PHARM INST OF VOLGOGRAD MED ST UNI (PO# 0152R, Contract № IE-QPA-14-XXXX) order# 310209743.

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Автор: Д.Г. Багдасарян

**Методические материалы (указания, разработки,
рекомендации) для самостоятельной работы студентов
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

**Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень
бакалавриата)**

Пятигорск 2020

Раздел 1. Теоретические основы и закономерности становления и развития корпоративной ответственности

Тема 1. Понятие и история становления концепции корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Корпоративная социальная ответственность как концепция.
2. Прообраз корпоративной социальной ответственности – профессиональная этика.
3. Основные этапы формирования профессиональной этики (вторая половина XX века).
4. Объединение внешней и внутренней социальной ответственности организации.
5. Американская и европейская модель корпоративной социальной ответственности: основные различия.
6. Становление российской модели корпоративной социальной ответственности: субъекты корпоративной социальной ответственности, роли субъекта, содержание ответственности, характер ответственности.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое корпоративная социальная ответственность?
2. Когда и в связи с какими историческими событиями заговорили о социальной ответственности бизнеса?
3. Почему М. Фридман считал, что бизнес не должен заниматься социальной политикой?
4. Как соотносятся друг с другом понятия «социальная ответственность бизнеса», «социальные инвестиции», «филантропия», «социальная политика», «социальное обеспечение»?
5. Как соотносятся друг с другом типы социального государства и модели корпоративной социальной ответственности?
6. Какие социальные функции выполняет бизнес в социальном государстве?
7. Чем характеризуется неолиберальный тип социального государства и американская модель КСО?
8. Чем характеризуется консервативный тип социального государства и европейская модель КСО?
9. В чем особенности КСО в социал-демократическом социальном государстве?
10. В чем особенности британской модели КСО?
11. С какими историческими событиями связано развитие купеческой и промышленной благотворительности в дореволюционной России?
12. Каковы основные направления купеческой и промышленной благотворительности в дореволюционной России?
13. Какие страховые гарантии для рабочих были в дореволюционной России? Когда они появились?
14. В чем заключалась суть социальной политики предприятия в СССР?
15. Можно ли считать СССР социальным государством?

Решение ситуационных задач:

1. Приведите 3 определения корпоративной социальной ответственности.
2. Дайте определения понятиям: «социальные инвестиции», «филантропия».
3. Дайте характеристику американской модели КСО.
4. Дайте характеристику британской модели КСО.
5. Обозначьте признаки и функции социального государства.

Перечень тем рефератов:

1. Социальное партнерство и международное регулирование социально-трудовых отношений.
2. Корпоративная социальная ответственность и социальная защита занятого населения.
3. Основные подходы к пониманию сущности КСО в современной экономике и обществе.
4. Социально ответственный бизнес как явление.

Фонд тестовых заданий по теме № 1:

1. Основные принципы работы биржевых маклеров, которые были особенно выделены и зафиксированы в «Банковской энциклопедии», изданной в России в 1916 году:

- а) благотворительность и меценатство
- б) нравственность и добродетельность
- в) честность и соблюдение торговой тайны
- г) уважение прав частной собственности
- д) верность слову
- е) правдивость и уважение к власти

2. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции:

- а) повышение национального дохода
- б) повышение уровня (качества) жизни
- в) получение прибыли
- г) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей

3. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни:

- а) социальный эффект
- б) социальная эффективность
- в) социально-экономическая эффективность
- г) экономическая эффективность

4. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

- а) Г. Боуэн
- б) К. Девис
- в) Дж. МакГуир
- г) С. Сети

5. Страны, придерживающиеся такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия:

- а) Австрия
- б) Канада
- в) Германия
- г) Россия
- д) Франция
- е) Бельгия**
- ж) Нидерланды**
- з) Финляндия**
- и) Швеция**

6. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством:

- а) гражданский долг**
- б) высокий уровень самосознания
- в) известность
- г) реклама, способствующая формированию имиджа
- д) снижение налоговых ставок

7. Виды проявления госрегулирования социальной сферы:

- а) налоговые льготы**
- б) информационная поддержка**
- в) финансирование**
- г) юридическая поддержка**
- д) тарифная политика
- е) таможенное регулирование

8. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория:

- а) корпоративного эгоизма
- б) корпоративного альтруизма
- в) ответственного поведения
- г) социальной ответственности**
- д) благотворительности

9. Вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.:

- а) экономической и финансовой устойчивости**
- б) прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями**
- в) участия в развитии местного сообщества**
- г) экологической безопасности**
- д) этики бизнеса
- е) сотрудничества государства и бизнеса

10. Социальная ответственность – это:

- а) правило
- б) этический принцип**
- в) закон, обязательный для исполнения
- г) норматив

Тема 2. Источники и атрибуты корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Индивидуальная ответственность как основа корпоративной социальной ответственности.
2. Ответственность как понимание, осознание, учет последствий деятельности по критериям ее необходимости и эффективности, возможности порицания или поощрения.
3. Мотивационный и ограничительный характер индивидуальной ответственности.
4. Ценностно-смысловая основа индивидуальной ответственности.
5. Нравственная ценность.
6. Долг как осознание необходимости определенного рода поступков для реализации нравственных ценностей.
7. Организационный и управленческий механизм реализации ответственности.

Вопросы для самопроверки:

1. Какую роль играет корпоративная ответственность в современном бизнес сообществе?
2. Назовите основные подходы к пониманию КСО.
3. Какие существуют уровни КСО?
4. Каким было самое первое определение КСО? Кто его сформулировал?
5. Как рассматривают ответственность бизнеса неоклассические экономисты?
6. В чем суть трехмерной модели А. Керрола?
7. В чем разница между «социальной ответственностью» и «социальным реагированием»?
8. Каковы принципы реализации КСО?
9. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности?
10. Чем обусловлена необходимость КСО?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ истории социального участия бизнеса (страна – по выбору).
2. Кейс-анализ социального партнерства бизнеса, государства и общества (страна – по выбору).

Перечень тем рефератов:

1. Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности.
2. Корпорация как моральный агент. Корпоративная миссия. Корпоративная стратегия. Корпоративный имидж. Корпоративная репутация.

3. Стил ь управления и стратегии поведения управленца.
4. Делегирование полномочий и мотивация.
5. Должностная и имиджевая модели регулирования поведения.
6. Договорные или контрактные обязательства, формулирующие условия наступления ответственности.

Фонд тестовых заданий по теме № 2:

1. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях:

а) благотворительность

б) выплата пенсий

в) социальные инвестиции

г) финансирование мероприятий по охране окружающей среды

2. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология ... вида социального инвестирования:

а) массового

б) точечного

в) рыночного

г) агрессивного

д) пассивного

3. Субъекты социальных инвестиций:

а) органы государственной власти

б) государственные и муниципальные предприятия

в) российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие

г) организации

д) физические лица

е) специальные фонды

ж) банки

з) здравоохранение

и) учреждения культуры

4. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса:

а) уплата налогов в фонд медицинского страхования

б) финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды

в) благотворительность

г) социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации

д) государственные целевые программы

е) участие корпораций в делах местных сообществ

5. Документ, принятый главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости:

а) специальное обращение по вопросам корпоративной социальной ответственности

б) программа «Национальная инициатива устойчивого развития»

в) «Кодекс чести банкира»

г) «Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка»

д) «Социальная хартия»

6. Результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла:

а) воздействие на общество

б) социальные программы

в) социальная политика

г) экономический эффект

д) налоговые льготы

7. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США:

а) «социальная ответственность бизнеса» и ее вариация: «социальная ответственность бизнесменов»

б) «корпоративная социальная восприимчивость»

в) «корпоративная социальная ответственность»

г) «корпоративная социальная деятельность» и «корпоративная социальная добросовестность»

8. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л. Эрхард:

а) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию

б) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию

в) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, а предприниматели и профсоюзы отстаивают свои права

г) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, эта сфера всецело контролируется предпринимателями и профсоюзами

д) предприниматели не вмешиваются в социально-трудовые отношения

9. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:

а) замкнутого графа

б) пирамиды

в) вертикальной линии

г) круга

10. Элементы понятия «качество жизни»:

а) потребление материальных благ

б) продуктов питания

в) качество жилищных условий и занятости

- г) развитие сферы услуг
- д) образования, культуры
- е) социального обеспечения
- ж) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями
- з) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями

Тема 3. Типология корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Типологическое разнообразие ответственности:
 - а) по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная);
 - б) по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная;
 - в) по масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная;
 - г) по проявлению: ответственность явная и скрытая;
 - д) по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная;
 - е) по сферам существования и действительности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная).
2. Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.
3. Содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте характеристику основных групп заинтересованных сторон.
2. Какова роль стейкхолдеров в реализации концепции КСО?
3. Опишите основные концепции КСО.
4. Дайте характеристику составляющих компонентов КСО: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность.
5. Определите влияние КСО на формирование положительного имиджа и деловой репутации компании.
6. Какова роль социальных программ в деятельности корпорации?
7. Охарактеризуйте инструменты реализации социальных программ: благотворительные пожертвования, социальные инвестиции, эквивалентное финансирование и др.
8. Представьте классификацию корпоративной социальной ответственности компании: компания-работодатель, компания-производитель, компания-налогоплательщик и т.д.
9. Как государство регулирует деятельность благотворительных организаций в современной России?
10. Как соотносятся понятия «социальное реагирование» и «социальная ответственность»?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ благотворительности в современной России (на примере НКО (благотворительного фонда) по выбору).

2. Кейс-анализ социальной ответственности крупной российской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Приоритеты социальной политики компании. Социальные инвестиции.

2. Социально значимые отрасли экономики.

3. Общие подходы к разработке социальных и благотворительных программ.

4. Социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями продукции и услуг.

5. Взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем.

Фонд тестовых заданий по теме № 3:

1. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

а) США

б) Великобритания

в) Япония

г) Германия

д) Китай

е) Турция

ж) Греция

з) СССР

2. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

а) субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества

б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества

в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

3. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

а) возникновение дополнительных социальных услуг

б) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем

в) уменьшение безработицы

г) увеличение рождаемости и снижение смертности

д) рост доходов госбюджета

е) снижение преступности

4. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

а) корпоративный фонд:

б) социальные инвестиции

- в) спонсорство
- г) денежные гранты
- д) социально значимый маркетинг

5. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

а) ограничение субсидий на строительство жилья

б) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.

- в) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи
- г) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

6. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

а) нравственные мотивы

- б) рост доверия потребителей
- в) реклама
- г) любовь к искусству

7. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

а) потребителям

б) собственникам

в) сотрудникам

г) обществу в целом

д) клиентам

е) государству

ж) частным предприятиям

з) государственным предприятиям

8. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума

б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

г) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

9. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах

в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

10. Определяющий фактор уровня жизни в России:

- а) физиологический минимум
- б) прожиточный минимум**
- в) социальный минимум
- г) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум
- д) потребительская корзина

Тема 4. Система и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Взаимодействие и интеграция типов ответственности в организации.
2. Построение системы ответственности: распределение ответственности по ее объектам; дифференциация по типам и характеристикам; определение целевых установок реализации ответственности; установление уровней или меры ответственности; организационно-документальное оформление ответственности.
3. Механизмы реализации ответственности.
4. Неформальная ответственность (чувство долга, моральное состояние, патриотизм, опасения, ожидания, интуиция.)
5. Средства обеспечения ответственности в механизме менеджмента.
6. Связь полномочий, обязанностей и ответственности.
7. Обязанность как основа определения ответственности.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение понятия «кадровый голод».
2. Методы привлечения новых работников и стимулирования старых.
3. Функции социальной политики в жизни организации.
4. Какие задачи включает в себя социальная политика?
5. Определение понятия «социальное партнерство».
6. Содержание коллективного договора.
7. Уровни социального партнерства.
8. Определение понятия «социальный капитал».
9. Что такое «социальное доверие»?
10. Каким образом можно классифицировать корпоративную социальную политику?
11. Что входит во внутреннюю корпоративную социальную политику?
12. Что входит во внешнюю корпоративную социальную политику?
13. Где больше распространено применение внутренней корпоративной социальной политики?
14. Где больше распространено применение внешней социальной политики?
15. Какие меры социальной защиты должен обеспечивать работодатель своим работникам в соответствии с российским законодательством?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ социальной ответственности крупной американской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Социальная хартия российского бизнеса. Рейтинг социальной ответственности.
2. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании.
3. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
4. Основные принципы интеграционного взаимодействия различных типов ответственности в организации

Фонд тестовых заданий по теме № 4:

1. Этическим правилам внутри компании можно придать юридически обязательный характер:

а) включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний

б) применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций

в) наработав судебную практику по экономическим спорам

г) предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства

2. В США содержание понятия «деловая этика»:

а) подразумевает ответ на «какие правила игры являются правильными?»

б) не является синонимом словосочетания «соблюдение законодательства»

в) сфокусировано на корпоративной социальной ответственности

г) близко к понятию «соблюдение законодательства»

3. Применение этических формулировок в судебной практике позволит:

а) повысить эффективность функционирования российской правовой системы

б) оптимизировать нахождение баланса между публичными и частными интересами

в) обеспечить соблюдение законодательства и обязательность реализации корпоративно/социально ответственного поведения

г) увеличить финансирование социальной сферы

д) повысить ответственность компаний за нарушение экологического законодательства

4. Этическая категория в правовой системе России, в англо-американском праве, которая получила название «фидуциарной обязанности»:

а) добросовестный налогоплательщик

б) необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества

в) добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений

г) деловая этика бизнесмена

5. Особенность российского трактовки понятия «деловой этики»:

а) в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина

б) государство существенно влияет на выработку содержания деловой этики

в) соблюдение российского законодательства — всего лишь один из частных аспектов деловой этики

г) данное понятие широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере

д) данный термин часто применяется российскими судами при пресечении злоупотребления правом, борьбе с недобросовестной конкуренцией

6. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности:

а) не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду

б) не полностью реализуют свой экономический потенциал

в) упускают возможности в бизнесе

г) теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении

д) отстают в производительности труда

е) теряют возможность выхода на международный рынок

7. Сфера права, содержащая этические нормы:

а) Налоговое право

б) Гражданское право

в) Корпоративное право

г) ни одна сфера права не содержит этических норм

8. Способы, при помощи которых государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами:

а) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса

б) способствовать превращению деятельности по корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в естественный признак респектабельности российского бизнеса

в) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса

г) совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность

- д) принять законодательный акт, устанавливающий обязательные сроки и формы корпоративной отчетности по социальной ответственности
- е) проводить отраслевые совещания и региональные форумы по обобщению опыта внедрения российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами

9. Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях:

- а) стейкхолдеры
- б) бизнес
- в) работники
- г) **региональная власть**
- д) работодатели

10. Условие необходимое для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам:

- а) **повышение роли частного сектора в инвестировании экономики**
- б) **рационализация управления в российском бизнесе**
- в) **повышение конкурентоспособности российских компаний**
- г) активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки
- д) технологическое перевооружение российских компаний
- е) повышение инновационной активности российского бизнеса

Тема 5. Виды, формы и инструменты внешней корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Виды внешней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы внешней корпоративной социальной ответственности.
3. Инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.
4. Проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение понятия «корпоративная социальная ответственность».
2. Как соотносятся понятия «корпоративный имидж» и «деловая репутация»?
3. Раскройте содержание основных элементов КСО.
4. Дайте характеристику элементов модели пирамиды КСО А. Керолла.
5. Какова роль стейкхолдеров в деятельности компании?
6. Какова значимость социальных программ для компании?
7. Какова роль социально ответственного поведения в развитии современной компании?
8. Что такое PR-аудит?
9. Виды методов оценки PR, показатели результативности PR.
10. Что такое бенчмаркинг?

11. Какие мероприятия необходимо провести для реализации эффективной социальной политики?

12. Каким образом оценивается эффективность корпоративной социальной политики?

13. Сколько и какие уровни используются для оценки эффективности корпоративной социальной политики?

14. Какие виды эффективности существуют?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ благотворительности в современной Европе (на примере НКО (благотворительного фонда) по выбору).

2. Кейс-анализ социальной ответственности крупной европейской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Сохранение и приумножение культурного наследия России.

2. Охрана здоровья и благополучия людей социально незащищенных групп населения.

3. Поддержка социального развития и общественных инициатив.

4. Региональные социальные программы.

Фонд тестовых заданий по теме № 5:

1. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

а) обман

б) фальсификацию качества

в) возможность получения незаконных доходов

г) беззаконие

д) некорректную рекламу

е) неуважение партнеров

2. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

а) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения

б) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации

в) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе

г) развитие культурного образования детей и юношества

д) обеспечение занятости инвалидов

3. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

а) резким ростом прибыли крупнейших компаний

б) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу

в) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования

г) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал
д) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства

е) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

4. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

а) не нормируются, и их размер произволен

б) расходуются под четким контролем государства

в) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда

г) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках

д) взимаются в принудительном порядке

5. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

а) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов

б) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании

в) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления

г) усиление корпоративной сплоченности коллектива

д) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

6. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

а) повышение темпа роста производительности

б) повышение ее инвестиционной привлекательности

в) увеличение доходности

г) приток рабочей силы

д) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

7. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

а) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ

б) за счет государства через Пенсионный фонд РФ

в) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами

г) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

8. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

а) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний

б) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды

в) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

г) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

9. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

а) «следование правилам»

б) «управленческая»

в) «оборонительная»

г) «стратегическая»

д) «гражданская»

10. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:

а) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности

б) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства

в) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера

г) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке

д) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Тема 6. Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.

2. Формы внутренней корпоративной социальной ответственности.

3. Главные критерии социальных программ.

4. Приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании.

5. Социальный бюджет.

6. Корпоративный кодекс организации.

7. Социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).

Вопросы для самопроверки:

1. Что относится к внутренней социальной политике организации?

2. Что относится к внешней социальной политике организации?
3. Какими законами регламентируется скрытая социальная ответственность фирмы?
4. Как государство регулирует благотворительную деятельность организаций в современной России?
5. Какие меры социальной защиты должен обеспечивать работодатель своим работникам в соответствии с российским законодательством?
6. В чем суть стандарта ISO 26000?
7. Обязателен ли стандарт ISO 26000 для государственных и коммерческих организаций и предприятий?
8. Как понимается КСО в стандарте SA 8000?
9. Как и какие права человека, закрепленные в международных документах и российских законах, нашли отражение в стандартах ISO 26000 и SA 8000?
10. Почему некоторые организации проходят добровольную экологическую сертификацию? Какие она дает преимущества? Каковы издержки сертификации?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ социальной ответственности крупной британской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.
2. Кейс-анализ содержания и реализации системы внутренней корпоративной социальной ответственности в современной российской организации в структуре государственной гражданской службы на основе изучения нормативно-правовых, программных и других документов.

Перечень тем рефератов:

1. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании.
2. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
3. Современные подходы к формированию социального пакета.

Фонд тестовых заданий по теме № 6:

1. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

а) США

б) Великобритания

в) Япония

г) Германия

д) Китай

е) Турция

ж) Греция

з) СССР

2. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

а) субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества

б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества

в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

3. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

а) возникновение дополнительных социальных услуг

б) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем

в) уменьшение безработицы

г) увеличение рождаемости и снижение смертности

д) рост доходов госбюджета

е) снижение преступности

4. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

а) корпоративный фонд:

б) социальные инвестиции

в) спонсорство

г) денежные гранты

д) социально значимый маркетинг

5. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

а) ограничение субсидий на строительство жилья

б) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.

в) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи

г) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

6. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

а) нравственные мотивы

б) рост доверия потребителей

в) реклама

г) любовь к искусству

7. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

а) потребителям

б) собственникам

в) сотрудникам

г) обществу в целом

д) клиентам

е) государству

ж) частным предприятиям

з) государственным предприятиям

8. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума

б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

г) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

9. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах

в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

10. Определяющий фактор уровня жизни в России:

а) физиологический минимум

б) прожиточный минимум

в) социальный минимум

г) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум

д) потребительская корзина

Раздел 2. Формирование корпоративной социальной ответственности в организации

Тема 7. КСО как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Устойчивость развития организации.

2. Факторы устойчивого развития организации.

3. Типы факторов устойчивого развития организации.

4. Роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.

5. Деловая репутация как комплексная характеристика организации.

6. Внешняя деловая репутация.

7. Внутренняя деловая репутация.

8. Конкурентные преимущества.

9. Источники конкурентных преимуществ организации.

10. Корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Вопросы для самопроверки:

1. Как государство регулирует благотворительную деятельность организаций в современной России?

2. Какие меры социальной защиты должен обеспечивать работодатель своим работникам в соответствии с российским законодательством?
3. В чем суть стандарта ISO 26000?
4. Обязателен ли стандарт ISO 26000 для государственных и коммерческих организаций и предприятий?
5. Как понимается КСО в стандарте SA 8000?
6. Как и какие права человека, закрепленные в международных документах и российских законах, нашли отражение в стандартах ISO 26000 и SA 8000?
7. Почему некоторые организации проходят добровольную экологическую сертификацию? Какие она дает преимущества? Каковы издержки сертификации?
8. Как рассчитывается индекс социальной ответственности?
9. Как можно измерить социальную ответственность?
10. Как оценивается эффективность КСО?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ социальной ответственности крупной скандинавской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Корпоративный социальный отчет. Ключевые аспекты составления социального отчета компании.
2. Международный стандарт ИСО 14000 (экология и безопасность окружающей среды)
3. Основные принципы устойчивого развития организации.
4. Деловая репутация как конкурентное преимущество организации.

Фонд тестовых заданий по теме № 7:

1. Результат реализации политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании:

- а) снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала
- б) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами

в) создаёт и поддерживает бренд компании

г) улучшает человеческие отношения и производительность работников

2. Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов

в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации

г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса

3. Инструмент, который может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний:

- а) диалоги
 - б) общественные консультации «лицом к лицу» с различными группами заинтересованных сторон**
 - в) оценка эффективности социальных программ**
 - г) целевые государственные программы
 - д) налоговые льготы
4. Теория или концепция, получившая распространение после 1980 года вплоть до начала XXI в.
- а) концепция «заинтересованных сторон»
 - б) концепция «этики бизнеса»**
 - в) теория «устойчивого развития»
 - г) теория «корпоративного гражданства»
5. Основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию:
- а) высокий уровень экологичности производств (при постоянно снижающейся энергоемкости)**
 - б) высокие темпы роста доходов компаний
 - в) низкие показатели по безработице
 - г) большое число инвестиционных проектов
 - д) низкий уровень расходов на производство и сырье
6. Негативные последствия недоработок и ошибок в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России:
- а) инвестированные средства расходуются неэффективно**
 - б) консервируется устаревшая структура социальной сферы**
 - в) возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества**
 - г) обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов**
 - д) общее снижение эффективности производства
 - е) снижение производительности труда
7. Подход к изучению корпоративной социальной ответственности, который устанавливает взаимосвязь между социально ответственным поведением компании и ее финансовыми показателями:
- а) стратегический**
 - б) инструментальный
 - в) классический
 - г) методологический
 - д) корпоративный
8. Международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежащий в основе индекса Доу-Джонса:
- а) Global Reporting Initiative – GRI**
 - б) IFRS
 - в) EcoMaterial 1.0/2009

г) ИСО серии 14000

д) ИСО 10012:2003

9. Критерий правовых норм (правил поведения):

а) добровольность выполнения правил поведения

б) обеспечение обязательности правовых норм принудительной силой государства

в) соблюдение единых для всех норм деловой этики

г) **наличие правовых норм в законе**

д) разумность и справедливость правил поведения

10. Временной период развития корпоративной социальной ответственности в России, который характеризовался стабилизацией социальной инфраструктуры, когда предприятия стали применять долгосрочный горизонт планирования и выгоды применения социальной политики в перспективе:

а) 1990-1995 гг.

б) 1998-2000 гг.

в) 2000-2005 гг.

г) **2005-2010 гг.**

д) 1980-1988 гг.

Тема 8. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности

Вопросы выносимые на обсуждение

1. Категория эффективности как объективное условие существования организации.

2. Уровень устойчивого межсекторного взаимодействия как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности.

3. Основные показатели эффективности социальной активности организации.

4. Социальная отчетность организации.

5. Высокая степень достоверности социальной отчетности организации как необходимое условие формирования доверия к ее деятельности.

Вопросы для самопроверки:

1. С чем связано появление концепции корпоративной социальной ответственности?

2. Модели корпоративной социальной ответственности: общее и особенное.

3. Социально ответственный бизнес как явление?

4. Значение корпоративной социальной ответственности при формировании стратегии предприятия.

5. Основные приоритеты социальной политики российских и зарубежных компаний: общее и особенное?

6. Что такое социально значимые отрасли экономики?

7. Назовите общие требования к формированию социальных программ коммерческих предприятий?

8. Социальная хартия российского бизнеса: причина появления, сущность, значение?
9. Основные направления деятельности корпоративных социальных программ?
10. Типы и виды корпоративных социальных программ
11. Оцените эффективность корпоративных социальных программ крупных предприятий России.
12. Инструменты и механизмы реализации корпоративных социальных программ.
13. Корпоративный социальный отчет: сущность, значение.
14. Опишите и охарактеризуйте основные этапы составления корпоративного социального отчета.
15. Как влияет рейтинг корпоративной социальной отчетности на дальнейшее ведение бизнеса?

Решение ситуационных задач:

1. Кейс-анализ деятельности некоммерческой организации в современной России (по выбору).

Перечень тем рефератов:

1. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
2. Сущность и формы семейного предпринимательства. Социальные функции малого бизнеса.
3. Состояние и проблемы развития малого бизнеса и семейного предпринимательства в России.
4. Малый бизнес и семейное предпринимательство как стратегия борьбы с бедностью.
5. Социальная отчетность организации как условие оценки эффективности ее корпоративной социальной ответственности.

Фонд тестовых заданий по теме № 8:

1. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

а) резким ростом прибыли крупнейших компаний

б) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу

в) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования

г) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал

д) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства

е) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

2. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

а) не нормируются, и их размер произволен

- б) расходуются под четким контролем государства
- в) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
- г) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках
- д) взимаются в принудительном порядке

3. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

а) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов

б) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании

в) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления

г) усиление корпоративной сплоченности коллектива

д) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

4. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

а) повышение темпа роста производительности

б) повышение ее инвестиционной привлекательности

в) увеличение доходности

г) приток рабочей силы

д) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

5. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

а) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ

б) за счет государства через Пенсионный фонд РФ

в) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами

г) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

6. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

а) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний

б) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды

в) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

г) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

7. Чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль, благодаря коллективным действиям (гражданская стадия организационного обучения) компании:

а) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли

б) отрицают свою вину за конкретные нарушения организационного обучения корпоративной социальной ответственности

в) не признают своей ответственности за негативные последствия нарушений обеспечения организационного обучения корпоративной социальной ответственности

г) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

8. В стратегической стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности организации:

а) учитывают социально значимые вопросы в основных управленческих процессах

б) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

в) способствуют широкому распространению норм социальной ответственности в отрасли

г) придерживаются политики следования правилам как издержкам ведения бизнеса

9. Проблема, которая приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ:

а) отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций

б) ориентация компаний, в первую очередь, на краткосрочные программы

в) отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии, социальных инвестиций со стороны государства и общества, из-за чего компаниям приходится действовать без четких ориентиров

г) внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общестрановые социальные программы

д) низкий уровень инновационной активности компаний

е) отставание российских компаний в технологической сфере

10. Такая компания, как, например, корпоративный медицинский центр, может способствовать снижению трудопотерь работающих из-за высокой заболеваемости:

а) используя средства ранней диагностики профессиональных заболеваний

б) организовывая регулярные проверки предприятий на соответствие принятым стандартам безопасности

в) проводя модернизацию оборудования

Тема 9. Социальная ответственность в условиях трансформации модели экономического роста

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Современный рынок в динамичном и быстро меняющемся мире.
2. Современная парадигма корпоративного управления.
3. Эффективный работник как важнейший источник экономического роста.
4. Потенциально эффективные работники.
5. Пути реализации потенциала работников организации.
6. Контракт жизненного цикла как ведущая форма государственно-частного партнерства.
7. Преимущества контракта жизненного цикла

Вопросы для самопроверки:

1. Охарактеризуйте основные положения международного стандарта серии ИСО 14000.
2. Проанализируйте основные положения международного стандарта ИСО 18000.
3. В чем особенности международного стандарта ИСО 26000?
4. Что такое целевые аудитории компании?
5. На каких условиях должно выстраиваться отношение компании с потенциальными инвесторами и клиентами?
6. Социальный маркетинг: сущность, значение, перспективы развития в современных условиях.

Решение ситуационных задач:

Задание 1. Дайте определение понятиям:

1. Социальный маркетинг – _____
2. Стейкхолдеры – _____

Индивидуальные задания

1. Оцените эффективность корпоративных социальных программ крупных предприятий России.
2. Опишите и охарактеризуйте основные этапы составления корпоративного социального отчета.
3. Охарактеризуйте основные положения международного стандарта серии ИСО 14000.
4. Проанализируйте основные положения международного стандарта ИСО 18000.

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Авторы: Д.Г. Багдасарян

**Методическое обеспечение занятий лекционного типа
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Пятигорск 2020

**Раздел 1. Теоретические основы и закономерности становления и
развития корпоративной ответственности**
**Лекция 1. Понятие и история становления концепции корпоративной
социальной ответственности**

Корпоративная социальная ответственность (КСО) определяется как философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, отдельными корпорациями и предприятиями своей деятельности по следующим направлениям:

- 1) производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- 2) создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- 3) соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;
- 4) эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- 5) учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- б) вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

В этом расширенном определении обращает на себя внимание то обстоятельство, что большинство отмеченных направлений деятельности бизнеса содержит экономические принципы предпринимательской деятельности, этические и юридические нормы ведения бизнеса. Социальная составляющая представлена в этом определении через инвестиции в развитие человеческого потенциала и вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

Корпоративная социальная ответственность бизнеса определяется в докладе о социальных инвестициях в России более узко: «КСО – это добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций».

«Социальные инвестиции бизнеса – это материальные, технологические, управленческие и иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон, в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен (хотя и не всегда и не просто измеряемый) социальный и экономический эффект».

В определении КСО, данном в Докладе, обращают на себя внимание два момента: добровольность социальных инвестиций и их деление на внутренние (для своего персонала) и внешние (вероятно, для гражданского общества и местных сообществ).

Ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции КСО Business for Social Responsibility определяет корпоративную социальную ответственность так «достижение

коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде».

Политика корпоративной социальной ответственности согласно Business for Social Responsibility – это взаимосвязанный набор политик, практики и программ, которые интегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду. Концепция КСО в компаниях разного уровня, различных сфер бизнеса включает разные компоненты. Но самая широкая трактовка КСО включает в это понятие:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в сфере охраны окружающей среды;
- принципы и подходы к корпоративному управлению;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом;
- политику в отношении персонала.

Всемирный бизнес конгресс за устойчивое развитие в докладе « Making Good Business Sense » (Создавая смысл для бизнеса), Лорд Холм и Ричард Уаттс, использовал следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни своих работников и их семей как и общества в целом».

Green paper Европейского союза определяет корпоративную ответственность как «Концепцию, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес операции и их взаимоотношения со всем кругом, связанных с компанией организаций и людей». Такой подход принят большинством стран Европейского союза.

Социальная ответственность бизнеса, или корпоративная социальная ответственность (КСО), – это обязательство корпораций осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация.

Все виды ответственности (экономическая, правовая, экологическая, филантропическая, этическая) определяют облик (имидж) компании при ее рыночном позиционировании. Компании пытаются создать себе имидж, репутацию социально ответственных компаний, они стараются оправдать общественные ожидания в отношении своей продукции или услуг и одновременно формируют высокие общественные стандарты, повышают качество и уровень жизни в стране.

КСО – это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом

коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях. КСО подразумевает активное участие корпораций в жизни общества, направленное на улучшение этой жизни и решение социально-экономических проблем общества, одновременно согласующееся с коммерческими интересами компании.

КСО включает в себя направления деятельности как в области внешней, так и внутренней среды организации. Во внешней среде КСО предполагает взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем; социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями, ответственность перед потребителями товаров и услуг; спонсорство и корпоративную благотворительность.

Во внутренней среде организации КСО предполагает решение вопросов управления развитием персонала, здоровья и безопасности на рабочем месте, дополнительного медицинского и социального страхования; экологической политики и использования природных ресурсов. Кроме этого, реализация программ КСО предполагает PR-обеспечение. В связи с таким широким спектром направлений деятельности КСО тесно связана с такими понятиями, как этика бизнеса, социальное партнерство, устойчивое развитие бизнеса, корпоративное гражданство, социальные инвестиции, корпоративная инициатива и т. д.

В настоящее время в Российской Федерации концепция КСО распространяется и внедряется в регионах относительно медленно, и в основном только в крупных компаниях.

Корпорация — это юридическое лицо, представляющее собой объединение ради достижения общих целей физических и/или юридических лиц с долевой формой собственности, управление которым осуществляется профессиональными управляющими, работающими по найму.

В рыночной экономике корпорация является обязательным экономическим институтом, который решает основные проблемы по производству товаров и услуг. Слово «корпорация» происходит от позднелатинского «corporatio» — общество, союз, группа лиц, объединенная общностью профессиональных или сословных интересов. Важная особенность корпорации, служащая одним из главных мотивов для ее учреждения, состоит в том, что корпорация несет лишь ограниченную ответственность. Это избавляет акционеров корпорации или ее собственников от персональной материальной ответственности. Те, кто помещает свои средства в корпорацию, могут потерять лишь такое количество денег, которое они вложили. Их личные активы неприкосновенны.

В законодательстве дореволюционной России, сформированном под влиянием германского законодательства, под термином «корпорация» понималась целая группа юридических лиц:

- корпорация – это родовое понятие для целой группы юридических лиц; корпорации могут быть представлены как минимум двумя разновидностями: публичными и частными;
- корпорация – это союз юридических и (или) физических лиц, являющихся ее участниками (членами), основанный на договоре;
- корпорация обладает самостоятельной волей, отличной от воли каждого из входящих в нее участников (членов);
- участники корпорации наделяются определенными правами и несут определенные обязанности как в отношении самой корпорации, так и в отношении друг друга;
- между участниками (членами) корпорации возникают отношения особого рода, именуемые корпоративными отношениями;
- корпорация создается для достижения определенной цели, ради которой и происходит объединение ее участников (членов);
- корпорация имеет свою внутреннюю структуру, которая обеспечивает ее организационное единство;
- высшим органом корпорации является общее собрание ее участников (членов).

Корпорация в западных правовых системах. Термин «корпорация» широко используется в англосаксонской системе права. Этим термином пользуются, когда хотят подчеркнуть, что любая организация, называемая «корпорацией», определяется как единое целое и может выступать участником в гражданском обороте.

В США все корпорации делятся на четыре группы:

1. Публичные корпорации (public corporation), создаваемые для осуществления отдельных правительственных функций. Государственные и муниципальные корпорации имеют унитарный характер, ибо их имущество образовано за счет государства или муниципальных органов. Как правило, эти корпорации финансируются из бюджета, могут быть прибыльными или даже убыточными.

2. Полупубличные корпорации (quasi-public corporation), служащие общим нуждам населения (например, корпорации в области снабжения населения газом, водой, электричеством, железнодорожные корпорации и др., предприятия оборонного и космического комплекса). Акции таких предприятий также принадлежат государству, полностью или частично.

3. Предпринимательские корпорации (business corporation), создаваемые исключительно с целью получения прибыли. Предпринимательские корпорации представляют собой коммерческие организации в форме акционерных обществ. Выделяют так называемые закрытые корпорации (close corporation), у них ограничена численность акционеров, запрещена публичная подписка на акции, ограничена свобода передачи акций. Закрытые корпорации в США аналогичны закрытым акционерным обществам в Российской Федерации.

4. Непредпринимательские корпорации (non-profit corporation), основной целью которых не является извлечение прибыли (религиозные организации, корпорации в области образования, благотворительные фонды и др.)

Если в США и Великобритании понятие «корпорация» обязательно связано с акционерным обществом, то в континентальной Европе это понятие гораздо шире. В него включаются, помимо АО, масса других юридических лиц: различные виды товариществ (полные, коммандитные, то есть товарищества на вере), хозяйственных обществ (с ограниченной и дополнительной ответственностью), хозяйственные объединения (концерны, ассоциации, холдинги и т. п.), производственные и потребительские кооперативы.

Не во всех странах континентальной Европы термин «корпорация» имеет законодательное закрепление. Например, во Франции термин «корпорация» не используется вообще, а юридические лица подразделяются на товарищества и ассоциации.

С 1950-х гг. в западных странах (сначала в США) начался процесс по изменению имиджа бизнеса. Начало изменяться представление о том, что бизнес аморален. Показательна фраза водителя грузовика из кинофильма «Этот безумный, безумный, безумный мир» (1963): Щука Lennie: Все должны платить налоги! – Даже бизнесмены, которые грабят и обманывают, и обкрадывают людей каждый день, даже они должны платить налоги!

К 1960-м гг. люди почувствовали, что с развитием современной науки и технологии промышленность способна весьма неблагоприятно воздействовать на окружающую среду. Кроме того, потребители во всём мире начали организованно заявлять о своих правах («Опасен на любой скорости», – книга, опубликованная в США в 1965 году Ральфом Нейдером, посвящённая проблемам безопасности автомобилей, рассмотренным на примере американских моделей тех лет.), по аналогии с рабочими, которые начали это делать в начале XX в.

Всё это привело к тому, что бизнес западных стран начал предпринимать меры, чтобы доказать свою легитимность и защитить себя от нападков, признав свою социальную ответственность, свою ответственность перед обществом. Под давлением обществ корпорации стали заниматься рекламой своих благотворительных дел, демонстрировать меры, предпринимаемые для предотвращения нанесения вреда окружающей среде, отказываться от дискриминации, внедрять меры по обеспечению равного отношения ко всем работникам и т. п. При этом деятельность бизнеса стала оцениваться с этической точки зрения, появилось отдельное направление — деловая этика. Все страны стали учиться друг у друга деловой этике. В этом контексте появилось направление исследований по изучению нравственных основ бизнеса.

Появились эталонные модели социально ответственных корпораций. В частности, Кристофер Стоун в своей книге «Культура корпорации» показал образ социально ответственной корпорации.

Корпорация как гражданское лицо (т. е. как коллективный член общества):

- заботится о соблюдении законов (даже если имеется возможность их обойти при большой прибыльности);
- содействует законотворчеству, добровольно представляя имеющуюся информацию о дополнительных мерах, необходимых в данной отрасли промышленности;
- соблюдает фундаментальные нормы общественной морали, не прибегая к обману, коррупции и т.д.;
- как гражданское лицо за границей действует с уважением к законам принимающей страны, не противореча внешней политике своего государства.

Корпорация как производитель ориентируется на производство безопасных и надежных товаров по справедливым ценам.

Корпорация как работодатель:

- заботится о безопасности производства;
- заботится о хорошем эмоциональном состоянии своих работников;
- не допускает дискриминации.
- Корпорация как субъект управления ресурсами:
- заботится об их эффективном использовании;
- заботится об эстетике занимаемого земельного участка. Корпорация как объект инвестирования:
- защищает интересы инвесторов;
- полностью и правдиво представляет информацию о своем экономическом положении.

Корпорация как конкурент не принимает участия в нечестной конкуренции, с одной стороны, и необоснованном ограничении конкуренции – с другой.

Корпорация как участник социального развития:

- стимулирует нововведения и реагирует на внедрение новой продукции и технологий;
- не забывает, что ее деятельность оказывает воздействие на качество жизни, и признает связанную с этим ответственность.

В западных странах бизнес испытывает значительное давление со стороны общественности, и те, кто заботится о своей деловой репутации, ведут с общественностью интенсивный диалог, то есть бизнес несет ответственность за социальное содержание своей деятельности. Если он не сделает это добровольно, общественность и государство заставят его сделать это, но в этом случае компания «теряет лицо». Показателем социальной ответственности является добровольное использование части прибыли на социальные нужды — благотворительность, спонсорство, меценатство. В некоторых западных странах существуют законы об обязательной социальной отчетности, которая доносит до тех, кого сейчас называют **стейкхолдерами** (акционеров, деловых партнеров компании, СМИ и т. д.), информацию об уровне социальных обязательств компании и степени их выполнения.

В материалах Европейской комиссии дается следующее определение КСО: «КСО по своей сути является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды».

Как мы можем видеть, на сегодняшний день не существует единого общемирового определения корпоративной социальной ответственности. Однако все представленные подходы едины в одном: корпоративная социальная ответственность – это ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, и перед обществом в целом. Все объединения предпринимателей и исследователи включают сюда:

- ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами;
- ответственность в отношении потребителей;
- ответственную политику в отношении работников;
- экологическую ответственность;
- ответственность компании перед обществом в целом.

В России также начинает внедряться концепция КСО, которая содержит все пять вышеперечисленных элементов, хотя пока особое внимание уделяется в российских компаниях отношениям с работниками и взаимодействием с обществом.

Составной частью социальной ответственности компаний является их взаимодействие с обществом в целом. Традиционная практика благотворительности и филантропии компаний постепенно уходит в прошлое. Ведущие корпорации выходят за рамки «классической» филантропии – денежной или товарной помощи от компании благотворительным, социальным, культурным организациям. Новый подход определяется как политика участия в жизни общества и включает не только традиционную материальную и финансовую помощь из прибыли компании. В него входит и участие работников корпорации в оказании поддержки обществу, и активное вовлечение компании в обсуждение жизненно важных вопросов на территории, где работает компания, и даже участие компании в *фандрайзинге* – привлечении средств других благотворителей на совместный социальный проект.

Объединение Business for Social

Responsibility использует термин «корпоративные общественные инвестиции» (corporate community investment) и определяет его как широкий круг действий, направленных на улучшение жизни в местных сообществах, где расположены подразделения компании.

Социальные инвестиции компании могут включать:

- прямые инвестиции в социально значимые проекты, которые могут окупиться;
- денежные пожертвования;

- предоставление бесплатно времени своих сотрудников, включая топ менеджмент;
- пожертвования товаров или услуг;
- предоставление возможности работникам жертвовать деньги на социальные проекты из своей зарплаты (многие компании добавляют корпоративные средства к пожертвованиям своих работников);
- использование влияния компании для продвижения той или иной социально значимой цели.

Следует отметить, что в России корпоративная социальная ответственность бизнеса чаще всего отождествляется именно с внешней корпоративной социальной политикой.

Существуют три основные интерпретации концепции социально-ответственного бизнеса. Первая и наиболее традиционная подчеркивает, что единственная ответственность бизнеса – увеличение прибыли для своих акционеров. Эта точка зрения была «озвучена» Милтоном Фридманом (Milton Friedman) в 1971 г. и может быть названа теорией корпоративного эгоизма: «Существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры».

Вторая точка зрения прямо противоположна теории Фридмана. Назовем ее теорией корпоративного альтруизма. Появилась она одновременно с опубликованием нашумевшей статьи Фридмана в New York Times и принадлежала Комитету по экономическому развитию. В рекомендациях Комитета подчеркивалось, что «корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни». Отрадно, что подобные фразы (с поправкой на то, что речь идет о жизни россиян) все чаще звучат из уст российского президента.

Третью позицию представляет одна из самых сильных «центристских» теорий, теория «разумного эгоизма» (enlightened self-interest). Она настаивает на том, что социальная ответственность бизнеса – это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, следовательно, устойчивые прибыли. Социально ответственное поведение – это возможность для корпорации реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости.

Развитие КСО прошло ряд этапов:

- корпоративное гражданство (1970-е);
- социальная (корпоративная) ответственность (1990-е);
- корпоративная ответственность – устойчивое развитие (2000-е).

Это не означает, что один термин сменял другой, скорее, через переформулировку термина происходило уточнение его содержания или подчеркивались специфические особенности этого содержания. Следует

заметить, что все термины до сих пор находятся в употреблении. Приведем лишь несколько примеров.

«Корпоративное гражданство – это стратегия развития бизнеса, поддерживающая ценности, которая компания объявляет в своей миссии, а также ежедневный выбор, которые делают ее менеджеры и работники». (Центр корпоративного гражданского Бостонского колледжа, 2005).

«Социальная ответственность частного сектора касается отношений компании не только с клиентами, поставщиками и работниками, но также ... к потребностям, ценностям и целям общества». (Из доклада Генерального секретаря ООН Кофи Аннана «Разработка руководящих принципов относительно роли и социальной ответственности частного сектора», 2000).

«Быть социально ответственным означает не только оправдывать ожидания общества, но и инвестировать в людские ресурсы, охрану окружающей среды и отношения со стейкхолдерами» («Зеленая книга о корпоративной социальной ответственности», 2001).

«КСО определяет самую суть поведения компаний и их ответственность за вклад в развитие общества. Социально ответственной можно считать корпорацию, которая управляет бизнесом, принимая во внимание все возможные негативные и позитивные последствия своей деятельности в области экологии, экономики и социальной сферы» (Крис Марсен, Amnesty International Business Group, 2002).

«Социальная ответственность – это:

- ответственность организации за влияние ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое согласуется с устойчивым развитием и благосостоянием общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации». ISO 26000 (проект), 2008.

«Устойчивое развитие – это такое развитие, которое позволяет удовлетворять потребности нынешнего поколения без угрозы удовлетворению нужд грядущих поколений. Это не достижение статичного состояния гармонии, а процесс последовательных изменений, когда эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация на технологический прогресс и институциональные изменения соответствуют потребностям будущего и настоящего» (Из Доклада Т. Брундланд, ООН, 1987)

Подходов к реализации КСО может быть несколько. Котлер, например, выделяет шесть типов корпоративных социальных инициатив:

- 1) продвижение социально значимой проблемы;
- 2) корпоративный социальный маркетинг;
- 3) благотворительный маркетинг;
- 4) корпоративная филантропия;
- 5) волонтерская работа на благо территориального сообщества;
- 6) социально ответственные подходы к ведению бизнеса.

Подходы Гриффина к управлению социальной ответственностью (от низшей до высшей степени социальной ответственности):

- 1) социальная обструкция;
- 2) социальные обязательства;
- 3) социальный отклик;
- 4) социальный вклад.

Принципы корпоративной социальной ответственности определяют основные положения, выражающие природу и сущность организации и деятельности по реализации корпоративной социальной ответственности в компании. Несоблюдение требований одного из принципов искажает сущность понятия КСО.

В обществе формируется общее понимание, что социальная политика должна быть абсолютно прозрачной для граждан. Таким образом, можно выделить первую группу принципов – открытость. Принципы открытости предполагают, что компания ведет свою деятельность публично, понятно и доступно, предоставляя только достоверную информацию и предполагая обратную связь со всеми заинтересованными сторонами.

Социальные программы должны носить регулярный характер, соответственно второй группой принципов выступает системность, что означает, направленность социальных программ в необходимые области последовательно и регулярно.

Особенно важно, чтобы социальные программы исполнялись в тех сферах, в которых общество испытывает потребность в настоящий момент, значит, имеет место такая группа принципов, как значимость, что определяет актуальность реализуемых программ, их эффективность и масштабность.

И, наконец, принципы КСО должны базироваться на соблюдении субординации компанией относительно религии, политики, спортивных и музыкальных течений. Базируясь на этих принципах, компании включают в свою стратегию задачу защиты прав человека, а оценивая влияние деятельности своей компании на конфликт, разрабатывают и принимают меры, направленные на предотвращение или разрешение конфликта. Значит необходимо выделить последнюю, четвертую группу принципов – недопущение конфликтов.

В 1802 году в Российской Империи возникло Императорское Человеколюбивое общество. Общество было создано по рескрипту императора Александра I и функционировало до 1918 г.

Первоначально ИЧО существовало в виде двух самостоятельных организаций:

- медико-филантропического комитета;
- попечительного о бедных комитета.

Начиная с 1816 года начали открываться филиалы ИЧО в Казани, Москве, Воронеже, Уфе, Слуцке и других городах.

К 1913 году в Императорском Человеколюбивом обществе насчитывалось 274 благотворительных учреждения в Москве и Санкт-Петербурге и 37

губерниях. За весь период деятельности общества соотношение частных пожертвований к государственным средствам составило 11:1.

В 1918 году все банковские счета, недвижимость и другое имущество общества были национализированы и общество прекратило существование. Императорское Человеколюбивое общество за пожертвование определенных сумм и прочие услуги награждало нагрудным знаком. Практика награждения орденами, медалями и чинами за общественную, в том числе за благотворительную деятельность была распространена в Российской империи достаточно широко. Благодаря деятельности Императорского Человеколюбивого общества значительно повысился престиж общественной деятельности.

Научное понятие КСО (Corporate Social Responsibility — CSR) существует с начала 1950-х гг. Однако дискуссии о социальной ответственности бизнеса были впервые начаты на Западе в конце XIX и начале XX в. после выхода в 1899 г. книги Эндрю Карнеги «Евангелие богатства». Тогда были заложены основы так называемой «концепции социальной ответственности бизнеса». Первоначально она получила распространение в США среди инженеров, которые, как отмечал американский историк Э. Дейтон-младший, усматривали в демонстрации «чувства социальной ответственности» средство повышения социального престижа своей профессии. Среди сторонников и активных пропагандистов данной концепции были президент GE Дж. Своуп, председатель совета директоров той же компании О. Янг, президент АТТ У. Джиффорд и др.

Окончательное концептуальное оформление социальная ответственность бизнеса получила в 1930-х гг. Председатель совета директоров компании «Джонас Мэнвилл» Л. Браун отмечал, что управляющий любым бизнесом подотчётен не только своим акционерам, но и членам своей рабочей организации, своим клиентам и общественности. Экономисты Ф. Берли и Г. Минз в своей книге «Современная корпорация и частная собственность» (1934) писали: для обеспечения выживаемости корпоративной системы те, кто контролирует крупные корпорации, должны превратиться в «совершенно нейтральную территорию, уравнивающую многообразие требований различных групп в обществе и закрепляющую за каждой из них часть потока доходов на основе общественной политики, а не частной алчности».

В России осознание предпринимателями своих общественных обязанностей происходило не сразу, и с большими трудностями. Нужно отметить, что даже в первые пореформенные десятилетия в купеческой среде ещё твердо бытовало мнение, что общественными делами занимается только тот, у кого плохо организованы свои собственные.

Мысль об ответственности богатства, в основе которой лежала идея общественного служения, издавна была распространена в отечественной предпринимательской среде. Характерным является персонаж А. Н. Островского в его драме «Гроза», где приводится диалог С. П. Дикого, купца,

с М. И. Кабановой, тоже купчихой, по поводу благотворительности: «... ведь уже знаю, что надо отдать, а всё добром не могу. Друг ты мне, и я тебе должен отдать, а приди ты у меня просить — обругаю..., отдать отдам, а обругаю».

С. П. Дикой понимал, что благотворительность необходимо ему для его же почета, но расставаться с деньгами было тяжело.

Иван Посошков в своей книге «О скудности и богатстве» призывал купцов к честности и правде при проведении торговых дел, чтобы «торг их святой был». Понятия о совести и чести длительное время связывались в купеческом сознании с религиозными представлениями, понятиями ответственности за свои грехи, за неправду перед Богом, с чувством вины перед ним. Знаток московского купечества П. А. Бурышкин отмечал особое отношение предпринимателей к своему делу: «... они на свою деятельность смотрели не только и не столько как на источник наживы, а как на своего рода миссию, возложенную Богом или судьбою».

В. П. Рябушинский отмечал, что основатели торгово-промышленных династий в России «не считали себя за свое богатство в чем-то виноватыми перед людьми. Другое дело Бог: перед ним было сознание вины в том, что из посланных средств недостаточно уделяется бедным».

Принадлежность к российской предпринимательской элите того времени определялась не только экономическим весом и размерами состояний той или иной династии, но и её общественным престижем и авторитетом, а его невозможно было достичь без активной благотворительной и меценатской деятельности.

Представитель знаменитой купеческой династии Т. В. Прохоров (владелец Прохоровской Трехгорной мануфактуры) в своем труде «О богатении» проводил мысль о том, что богатый человек несет моральную ответственность за использование своего богатства, что богатство допустимо иметь только в том случае, если оно употребляется на помощь обездоленным, или способствует тем или иным путём духовно-нравственному совершенствованию людей. Он отмечал в своём труде: «Богатство то хорошо, когда человек, приобретая его, сам совершенствуется нравственно, духовно, когда он делится с другими и приходит на помощь... Без средств, без труда, энергии не может пойти никакое промышленное предприятие, богатство – его рычаг... Вообще честное богатение, даже коммерсантов или банкиров, полезно, если наживающий богатство живёт по Божьему».

К концу XIX в. благотворительность становилась нормой жизни, велением времени. Об этом свидетельствовало появление предпринимателей, которые занимались этим по велению души. Павел Михайлович Третьяков в письме своей дочери писал: «Моя идея была с самых юных лет наживать для того, чтобы нажитое от общества вернулось также обществу (народу) в каких-либо полезных учреждениях; мысль эта не покидала меня никогда во всю жизнь ». Оба главных художественных музея Москвы – Третьяковская

галерея и ГМИИ им .Пушкина – созданы на деньги меценатов: Юрий Степанович Нечаев-Мальцев – русский меценат, фабрикант, дипломат, владелец стекольных заводов пожертвовал большую часть средств на постройку здания Музея изящных искусств имени императора Александра III (открыт в 1912 году).

Купеческие династии Мамонтовых, Щукиных, Морозовых, Бахрушиных, Коноваловых, Рябушинских в полной мере осознавали свою духовную и гражданскую ответственность. По воспоминаниям В. П. Рябушинского, его старший брат, Павел Павлович, любил повторять, переделав известный французский афоризм: «Богатство обязывает». «Noblesse oblige» – французский фразеологизм, буквально означающий «благородное (дворянское) происхождение обязывает». Переносный смысл – «честь обязывает» или «положение обязывает» – власть и престиж накладывают известную ответственность.

Лекция 2. Источники и атрибуты корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность является составной частью корпоративного управления. Эта деятельность, отражающаяся в системе экономических, экологических и социальных показателей устойчивого развития, осуществляется через регулярный диалог с обществом, является частью стратегического планирования и управления компаниями.

Социальная ответственность может быть определена как комплекс обязательств, которые организация должна выполнять, чтобы укреплять общество, в котором она действует. Организации несут социальную ответственность в отношении своей внутренней и микросреды, в отношении окружающей среды и в отношении процветания общества в целом. Рассмотрим каждую из них поочередно.

Внутренняя и микросреда организации. Определяются как люди и другие организации, которые подвергаются прямому воздействию поведения организации и которые заинтересованы в ее показателях. Сюда входят покупатели, кредиторы, поставщики, служащие, владельцы/инвесторы, национальное правительство и т.п. Для того, чтобы сохранить социальную ответственность перед инвесторами, например, требуется, чтобы финансовые управляющие выполняли надлежащие процедуры учета, обеспечивали участников компаний соответствующей информацией по финансовым показателям компании и руководили организацией, в пользу прав и интересов держателей акций. Торговые операции, проводимые людьми, обладающими конфиденциальной информацией, незаконное манипулирование акциями и утаивание финансовой информации являются примерами неэтичного поведения, которое проявилось в последние годы во многих компаниях.

Окружающая среда. Все больше внимания уделяется окружающей среде. Примерами вопросов, которые здесь поднимаются являются:

- разработка возможных путей, позволяющих избежать кислотных дождей и глобального потепления;
- разработка альтернативных методов переработки сточных вод, опасных отходов и обычных отходов;
- разработка политики обеспечения безопасности, которая сведет на нет аварии с потенциально катастрофическими последствиями для окружающей среды;
- разработка планов управления в кризисных ситуациях;
- использование перерабатываемого сырья для контейнеров и упаковочных материалов.

Расширенное общество. Многие специалисты убеждены, что предприятия должны способствовать росту благосостояния общества. Примерами этого являются:

- вклады в благотворительные, филантропические организации, некоммерческие фонды и ассоциации;
- поддержка музеев, симфонических оркестров, общественного радио и телевидения;
- активное участие в деле общественного здравоохранения и образования;
- действия по преодолению существующего в мире политического неравенства, например, протест против государств, в которых диктаторское правление или режим апартеида.

Другой подход предполагает выделение таких направлений КСО как внутреннее (ориентированно на персонал компании, в том числе безопасность труда, социальное страхование, развитие персонала и др.) и внешнее (направленное на потребителей продуктов организации, партнеров, жителей территории, государство, местные сообщества и др.).

Социально-ответственная деятельность организации также может быть ориентирована на удовлетворение интересов разных стейкхолдеров: акционеров, инвесторов, сотрудников организации, потребителей продуктов организации, партнеров, поставщиков, представителей государственной и муниципальной властей, социальные и общественные группы и др. Разные группы стейкхолдеров могут выступать участниками КСО, работая самостоятельно или совместно.

Сегодня социальная ответственность организации должна рассматриваться как часть стратегии, которая обеспечивает устойчивость организации (баланс экономической, социальной и экологической составляющих). Практика ряда компаний показала, что акцент на экономических показателях в оценке и управлении эффективностью и результативностью деятельности организации приводит к потере конкурентных преимуществ организации, проблемам с потребителями, местным сообществом, органами власти, сотрудниками организации.

Социальная ответственность должна проявляться во всех направлениях основной деятельности компании, например, в рамках организации труда и производственного процесса компания должна стремиться обеспечить

соблюдение норм безопасности и экологичности, качество продуктов компании.

Социально-ответственная деятельность может помочь компании развиваться в современных условиях глобализации, обеспечивать конкурентоспособность, выход на новые рынки, наращивать нематериальные активы, обеспечивать этичность менеджмента и развитие персонала.

Социально ответственные инициативы бизнеса имеют глубокую традицию в западном мире. Понятие «корпоративной социальной ответственности» сформировалось на Западе сравнительно недавно, около 30 лет назад. До этого периода существовали разрозненные стандарты в различных областях корпоративного управления, касающиеся политики взаимоотношений с работниками, корпоративной этики, подходов к охране окружающей среды. В сфере социальной политики компаний стандарты и правила не были выработаны вообще, преобладал «случайный» подход: работа по обращениям, ответ на просьбы местных властей или требования профсоюзов. Однако уже с конца семидесятых годов ведущие компании США и Великобритании начали приходить к необходимости объединить разрозненные элементы корпоративной политики, связанные с взаимоотношениями компании с внешней средой и выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом. Такая политика, с одной стороны, должна была бы быть связана с философией компании, ее маркетинговой стратегией, с другой стороны, отвечала бы ожиданиям общества.

Среди причин, побудивших крупные компании обратить более пристальное внимание на политику во взаимоотношениях с обществом, можно выделить также:

- усилившееся давление со стороны государства, которое в Великобритании и других странах Западной Европы под давлением общества выдвинуло более жесткие стандарты в сфере трудового законодательства, охране окружающей среды. В США роль государства была значительно ниже, однако и там она постепенно ужесточалась;
- давление профсоюзов, прежде всего в сфере охраны труда и в Европе и в США;
- значительно возросшую взаимосвязь между общественным мнением и уровнем продаж; отношение к тому или иному товару или бренду определялось не только качеством самого товара, эффективностью рекламы, но на поведение потребителей влиял и общий имидж компании, в том числе ответственность ее поведения в отношении партнеров, работников, окружающей среды, общества в целом. Классическим примером катастрофического снижения продаж вследствие плохой общественной репутации может служить компания «Нестле», которая в конце восьмидесятых годов пострадала из-за непродуманной политики продвижения молочных смесей в развивающихся странах. Негативное общественное мнение привело к фактическому бойкоту всей линии товаров «Нестле» и финансовым потерям для корпорации.

К началу XXI века большинство крупных компаний США и Западной Европы сформировали собственную политику корпоративной социальной ответственности. Более того, были созданы объединения компаний, целью которых стало развитие и продвижение концепции корпоративной социальной ответственности, эта тема начала разрабатываться исследователями и экспертами, работающими в области корпоративного управления, а изучение концепции корпоративной социальной ответственности вошло во все учебные курсы по корпоративному менеджменту ведущих экономических вузов

Американская модель КСО имеет историю с XIX века. В силу природы американского предпринимательства, основанного на максимальной свободе субъектов, многие сферы общественных отношений остаются до сих пор само регулируемы. В том числе, это трудовые отношения работник-работодатель (двухсторонний договор), добровольность медицинского страхования. В то же время Америка выработала многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды, нацеленные на решение разнообразных социальных проблем за счет бизнеса (спонсирование профессионального образования, пенсионных и страховых сфер для персонала). Ответственное социальное поведение и благотворительность корпораций поощряются соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне.

В континентальной Европе корпоративная деятельность, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств. Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, а в США подобное вмешательство государства расценивается как нарушение свободы бизнеса.

Во многих европейских странах законодательно закреплены обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий.

Если американская модель рассматривает в качестве целей КСО прибыльность и ответственность перед акционерами, то европейская относит к КСО дополнительно вопросы ответственности перед работниками и местными сообществами.

Благотворительность в Европе не так популярна как в США, что объясняется более существенным налоговым бременем.

Социальная ответственность российского бизнеса находится в процессе становления. В Российской Федерации господствует олигархическая модель социальной ответственности бизнеса, согласно которой бизнес самостоятельно определяет меру своей ответственности за социальное развитие общества.

Анализ последних тенденций участия российского бизнеса демонстрирует переход от традиционной «хаотичной» модели благотворительности к социальному инвестированию бизнеса.

В целом по России социальные инвестиции направлены преимущественно на «внутренние» программы: на развитие персонала 52,3% от общего объема социальных инвестиций (развитие человеческого капитала компаний); 17% - на ресурсосбережение, 12,6% - на охрану здоровья. И только 10% предназначаются на развитие местного сообщества.

Величина и структура социальных инвестиций компаний зависит от соотношения трудоемкости и капиталоемкости производств, что подтверждает именно инвестиционный характер социальных вложений (таблица 1)

Таблица 1

Структура отраслевых социальных инвестиций по направлениям использования (в % от общего объема социальных инвестиций)

Отрасли экономики	Развитие персонала	Охрана здоровья	Ресурсосбережение	Добросовестная деловая практика	Развитие местного сообщества	Другое
Топливный комплекс	37,0	6,1	35,5	5,5	10,9	4,9
Цветная металлургия	36,4	15,5	37,7	2,2	7,0	1,0
Черная металлургия	47,8	7,0	32,0	1,3	10,5	1,6
Электроэнергетика	40,7	9,1	42,0	1,3	4,9	1,8
Лесная и деревообрабатывающая промышленность	48,4	9,7	15,9	1,7	16,9	7,2
Машиностроение	61,8	6,8	5,5	15,5	9,0	1,2
Производство потребительских товаров и услуг	47,1	10,1	11,7	1,2	20,2	9,4
Химическая промышленность	42,9	11,2	35,1	1,2	5,5	3,8
Профессиональные услуги	49,1	45,1	0,6	5,2	0,0	0,0
Сервис	79,1	0,4	0,0	9,9	10,5	0,0
Телекоммуникации	70,0	10,8	0,4	1,9	3,1	13,5
Транспорт	58,4	33,0	2,9	1,5	2,8	1,1
Финансовый сектор	75,9	0,0	0,0	6,9	17,0	0,0
Торговля	59,0	10,6	17,7	0,0	12,7	0,0
Межотраслевые холдинги	31,7	13,8	18,6	0,9	20,9	14,0
В среднем	52,3	12,6	17,0	3,7	10,1	4,0

Интересную типологию социальных программ российского бизнеса дает известный специалист в области региональной социальной политики Н. Уборевич.

1. Это благотворительность по типу Римской империи – «хлеба и зрелищ» («Разовые благотворительные проекты ...в преддверии выборов» и культурно-массовые мероприятия «на День металлурга или нефтяника»).

2. Систематическая имиджевая поддержка социально уязвимых групп (культура, искусство, спорт (чаще всего футбол-хоккей)).
3. Социальные проекты на стыке внутренней и внешней социальной политики, когда одновременно решаются внутренние и внешние социальные задачи (например, переселение «Норникелем» своих пенсионеров из Норильска для оптимизации расходов на социальную инфраструктуру города).
4. Социальные инвестиции в общество, в развитие человеческого капитала (вложения в образовательные проекты, в здоровье населения, профилактику наркомании).
5. Вход бизнеса во власть и улучшение администрирования территорий в своих интересах и в интересах устойчивого социального развития местных сообществ.

Последние два направления, по мнению Н. Уборевич наименее развиты. Представляется, что цель обеспечения устойчивого социального развития территорий, как причина участия бизнеса во властных структурах территорий, является несколько надуманной, поскольку не отвечает главной цели предпринимательства – получению прибыли.

Важной проблемой КСО в России является проблема взаимодействия бизнеса, власти и общества при разработке и реализации социальных программ бизнеса. Причем это относится как к внутренним, так и к внешним социальным проектам.

Во взаимоотношениях власти и бизнеса главную роль играет, конечно, власть, а подчиненную – бизнес. Сама возможность реализации социальных проектов задается именно властью. Выстраивая ту или иную налоговую политику и иную политику в отношении бизнеса на федеральном уровне и на местах, власть может создавать условия или препятствовать как развитию бизнеса вообще, так и социальным проектам бизнеса.

В то же время цивилизованный бизнес заинтересован в большей прозрачности своих социальных отчислений, в возможности самому определять направления расходования своих средств на социальные цели. С другой стороны, информационная открытость социальной активности бизнеса несет определенные угрозы для его развития.

При любом отношении к КСО следует отметить, что развитие корпоративной социальной ответственности создает более благоприятные условия для улучшения социального климата в российском обществе и служит делу повышения качества жизни населения.

Институт социально ответственного бизнеса характерен для большинства стран с устойчивой экономикой, базирующейся на рыночных ценностях, давними демократическими традициями, с развитым гражданским обществом. Для нашей страны это пока что новация. Происходит труднейший переход от советской патерналистской модели социальной политики крупных предприятий и организаций, через т.н. «дикий» капитализм к более цивилизованным отношениям.

По-прежнему КСО продолжает быть ориентированной на ближний круг стейкхолдеров – государство, собственников и персонал. Более широкий круг заинтересованных сторон (местные сообщества, поставщики, и пр.) пока не является системным признаком. Однако, по мере развития рынка и взросления общества, произойдет вовлечение местных сообществ, потребителей и других стейкхолдеров.

Наиболее прагматичная форма осуществления корпоративной социальной ответственности для нынешнего этапа развития экономики и социальной сферы страны – социальные инвестиции. Анализ последних тенденций участия российского бизнеса в жизни общества демонстрирует происходящий переход от традиционной «хаотичной» благотворительности к социальному инвестированию.

В области социальных инвестиций в России наблюдаются проблемы, связанные с институциональным несовершенством: государство формирует недостаточно эффективные правовые и социальные институты, а бизнес-структуры вынуждены нейтрализовывать «ошибки» государства, осуществляя значительные социальные инвестиции, и тем самым отчасти «замещать» государство в социальной сфере. При наличии неокрепшего отечественного бизнеса, не успевшего еще занять свою нишу на зарубежных рынках, подобная линия развития ухудшает конкурентоспособность страны на внешних рынках.

С точки зрения информационной открытости социальных программ компаний, Россия в настоящее время находится в состоянии переходного периода, многие крупные компании начали формировать социальные отчеты и осознают факт необходимости добровольного (не регулируемого законодательно) повышения информационной прозрачности своей социальной деятельности как стратегически оправданный шаг, нацеленный на повышение капитализации компаний.

Лекция 3. Типология корпоративной социальной ответственности

Под стратегией социальной ответственности (устойчивого развития) предприятия понимается деятельность, направленная на увеличение их привлекательности для стейкхолдеров в долгосрочной перспективе посредством повышения экономической эффективности, соблюдения экологических норм и расширения социальной ответственности, реализованных в рамках основного бизнеса. Очевидно, что разработка стратегии устойчивого развития может оказаться чрезвычайно полезной для отечественных промышленных предприятий, т.к. предлагает комплексный подход, позволяющий повышать их стоимость путем внедрения экономической, социальной и экологической политик в рамках единой концепции корпоративной социальной ответственности в долгосрочной перспективе.

Социальная стратегия может разрабатываться как в соответствии с экономической стратегией фирмы, так и как самостоятельная программа

действий во внутренней или во внешней среде. Кроме того, социальная стратегия предприятия должна представлять собой совокупность способов, приемов и технологий, позволяющих решать социальные проблемы организации на основе научного подхода, знания закономерностей протекания социальных процессов, точного аналитического расчёта и эффективности, затраченных финансовых вложений.

Социальная стратегия должна охватывать не только аспекты внутренней среды организации, но и формировать поведение фирмы во внешней среде, поэтому содержание понятия социальная стратегия, целесообразно представить в следующем виде: социальная стратегия организации представляет собой комплексную систему долгосрочных целей и способов их достижения по развитию социальной сферы организации, учитывающую направление экономической стратегии фирмы, а также ситуативность факторов внутренней и внешней среды организации.

Таким образом, можно выделить несколько основных аспектов содержания социальной стратегии:

- комплексность, проявляющаяся в разработке мероприятий по развитию всех элементов социальной системы организации;
- реализуемость, которая связана с использованием реальных способов и методов внедрения планируемых мероприятий;
- развитие, представляющее собой процесс осуществления последовательных действий, приводящих к социальным изменениям в организации;
- перспективность, основанную на выработке долгосрочных целей и задач в функционировании социальной системы фирмы;
- соотносимость, проявляющуюся в соответствии разрабатываемой социальной стратегии и реализуемой экономической стратегии фирмы;
- открытость, связанную с определением в качестве области реализации стратегии не только внутреннюю среду организации, но и внешние к организации социальные системы;
- ситуативность, предполагающую адаптацию разрабатываемой стратегии к изменяющимся факторам как внешней, так и внутренней среды.

Социальная стратегия должна учитывать содержание предпринимательства и характер его составляющих, относящихся ко всему обществу, свойственных каждой отдельной стране, типов и особенностей этапа формирования социально-экономического общества и специфику каждого предприятия. При этом она является основой создания плана социального развития организации на длительный срок, способом координации и распределения ресурсов, условием эффективного использования социального потенциала предприятия.

Поэтому выделение социальной стратегии в качестве самостоятельной функциональной стратегии – необходимость, вытекающая из реалий сегодняшнего дня.

Согласно парадигме стратегического управления, на предприятии происходит дифференциация видов стратегий развития по их уровням. В

системе стратегического управления выделяют обычно три основные вида стратегий - корпоративную стратегию, функциональные стратегии и стратегии отдельных хозяйственных единиц (бизнес-единиц).

Корпоративная стратегия определяет перспективы развития предприятия в целом. Она направлена на выполнение миссии предприятия и наиболее комплексно обеспечивает реализацию главной цели функционирования предприятия - максимизацию его прибыли или выполнения целей организации. На корпоративном уровне стратегия ухватывает такие важнейшие вопросы, как выбор видов деятельности, пути обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ организации, различные формы конгломератной реорганизации (слияния, поглощения), принципы распределения всех основных видов ресурсов между отдельными стратегическими зонами хозяйствования и стратегическими хозяйственными единицами. Разработкой корпоративной стратегии занимают в основном менеджеры высшего звена управления предприятием.

Функциональные стратегии предприятия формируются, как правило, по основным видам его деятельности в разрезе важнейших функциональных подразделений предприятия. К числу основных стратегий этого уровня относятся: маркетинговая, производственная, финансовая, инвестиционная и др. Функциональные стратегии предприятия направлены на детализацию его корпоративной стратегии (реализацию ее основных целей) и на их ресурсное обеспечение. Разработкой основных функциональных стратегий занимаются менеджеры основных функциональных подразделений предприятия.

Специфическое расположение стратегии социальной ответственности организации в иерархии стратегий заключается в том, что:

- во-первых, её причисление к функциональному виду стратегий фирмы является, весьма, относительным, т. к., в соответствии с системным подходом, организация представляет собой социально-экономическую систему, состоящую из двух равнозначных подсистем;
- во-вторых, в разработке стратегии социальной ответственности организации должны принимать участие как руководители предприятия и функционального подразделения, так и сотрудники всей организации;
- в-третьих, реализация стратегии социальной ответственности будет охватывать все уровни и структурные единицы организации.

Стратегия социальной ответственности может реализовываться как во внутренней, так и во внешней среде организации, поэтому в зависимости от среды реализации можно выделить *два основных вида социальной стратегии фирмы*: внутреннюю и внешнюю – стратегию поведения фирмы во внешней среде.

Внутренняя стратегия социальной ответственности предприятия представляет собой систему мер и долгосрочный план действий во внутренней среде организации, направленный на реализацию долгосрочных социальных целей фирмы, обеспечения условий для эффективного

использования и развития социального потенциала фирмы, а также повышения её конкурентоспособности.

Рассматривая *внешнюю стратегию социальной ответственности*, следует учитывать, что она представляет собой совокупность действий предприятия относительно формирования взаимоотношений с другими субъектами рынка, которые определяют как условия и правила сосуществования в экономической системе, так и реакцию на различные события и процессы.

Можно выделить несколько видов стратегий внешней социальной ответственности, классификации которых осуществляется по следующим основаниям:

- направление стратегического воздействия (поставщики, население, конкуренты, органы власти, потребители, партнёры, социальные институты);
- содержание стратегии (социальная ответственность, формирование взаимоотношений);
- модель поведения фирмы во внешней среде (сотрудничество, приспособление, доминирование, конфронтация, автономия, зависимость).

1. Распределение информации о стандартах и процедурах в сфере деловой этики

Этапы разработки программы информирования:

- Определить цели программы (дать ясное представление о том, что значит для предприятия быть ответственным).
- Определить свои заинтересованные стороны, найти лучший способ работы с конкретными заинтересованными сторонами (что, кому и как сообщать), и информировать их в первую очередь.
- Отразить в программе, каким образом добиваться обратной связи и отвечать на запросы работников и других заинтересованных сторон.

Формы и процесс информирования:

- годовые отчеты перед акционерами или отчеты перед государственными ведомствами, содержащие оценку воздействия на окружающую среду;
- информационное письмо предприятия, его сайт в Интернете, статьи;
- обращение к глобальным стандартам делового поведения;
- тренинги, обучение, развитие;
- выступления руководителей;
- распространение кодексов, положений о ценностях, миссии, документов, содержащих стандарты, процедуры и ожидания;
- брошюры по этике, размещение плакатов в офисах. 1. Собственно этические темы.

2. Информация о программах предприятия, которые также могут быть отнесены к сфере деловой этики, поскольку находятся на стыке с ней:

- программе менеджмента качества;
- программе по работе с основными поставщиками;
- программе по защите окружающей среды, здравоохранению и безопасности;

- программе «человеческие ресурсы» для обеспечения справедливого отношения к работникам;
- программе по урегулированию отношений между работниками и администрацией для обеспечения права работников на коллективное ведение переговоров и пр.

Обеспечение обратной связи возможно на основе:

- мониторинга текущих операций (личные отчеты, отчеты работников в качестве членов группы, процедуры всеобщего менеджмента качества, регулярные отчеты и проверки в сферах, где выявлены риски, оценка деятельности, «интервью навыходе»);
- аудита бухгалтерских книг, фактических данных и методов ведения делопроизводства;
- обращений работников за консультациями и сообщающих о том, что их беспокоит;
- расследований инцидентов и изучения отчетов;
- привлечения заинтересованных сторон.

Управление корпоративными социальными программами – это непрерывно протекающий в компании процесс, который состоит из следующих этапов:

- определение приоритетов социальной политики компании;
- создание специальной структуры управления социальными программами;
- проведение программ обучения в области социальной ответственности;
- реализация социальных программ компании;
- оценка и доведение до сведения заинтересованных сторон результатов социальных программ компании.

Добросовестная деловая практика – это направление социальных программ компании, которое имеет целью содействовать принятию и распространению добросовестной деловой практики между поставщиками, бизнес-партнерами и клиентами компании;

Природоохранная деятельность и ресурсосбережение – это направление социальных программ компании, которое осуществляется по инициативе компании с целью сокращения вредного воздействия на окружающую среду (программы по экономному потреблению природных ресурсов, повторному использованию и утилизации отходов, предотвращению загрязнения окружающей среды, организации экологически безопасного производственного процесса, безопасных транспортных перевозок);

Развитие местного общества – это направление социальных программ компании, которое осуществляется на добровольной основе и призвано внести вклад в развитие местного общества (социальные программы и акции поддержки социально незащищенных слоев населения, оказание поддержки детству и юношеству, поддержка сохранения и развития жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения, спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных

организаций и мероприятий, поддержка социально-значимых исследований и кампаний, участие в благотворительных акциях);

Развитие персонала – это направление социальных программ компании, которое проводится в рамках стратегии развития персонала, с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников (обучение и профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление сотрудникам социального пакета, создание условий для отдыха и досуга, поддержание внутренних коммуникаций в организации, участие сотрудников в принятии управленческих решений);

Социально ответственная реструктуризация – это направление социальных программ компании, которое призвано обеспечить проведение реструктуризации социально ответственным образом, прежде всего в интересах персонала компании;

Социально ответственное инвестирование – инвестирование, заключающееся не только в извлечении финансовых доходов, но и в реализации социальных целей, обычно путем инвестирования в компании, действующие с соблюдением этических норм.

Типология социальных программ российского бизнеса:

1. собственные программы компаний;
2. программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;
3. программы партнерства с некоммерческими организациями;
4. программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями;
5. программы информационного сотрудничества со СМИ.

Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь – форма адресной помощи, выделяемой компанией для проведения социальных программ как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, административные помещения, помещения для проведения мероприятий, транспорт, оборудование, призовые фонды, оплата счетов организаций-получателей помощи и др.)

Делегирование сотрудников компании – добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников.

Денежные гранты – форма адресной финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию социальных программ в области образования и на цели проведения прикладных исследований. Гранты – один из наиболее доступных и традиционных инструментов реализации социальных программ. Как правило, гранты в той или иной степени связаны с основной деятельностью компании и стратегическими целями бизнеса.

Корпоративное спонсорство – предоставление компанией различных ресурсов для создания объектов или сооружений, поддержки организаций

или мероприятий, как правило, носящих публичный характер, в целях своей рекламы.

Корпоративный фонд – фонд, создаваемый компанией (корпорацией) в целях реализации ее социальной деятельности.

Социальные инвестиции – форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских социальных программ, направленных на снижение социального напряжения в регионах присутствия компании и повышение уровня жизни различных слоев общества.

Социально значимый маркетинг – форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара на проведение социальных программ компании.

Спонсорство – осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемой рекламы о спонсоре, его товарах.

Лекция 4. Система и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности

Выстраивая социально-ответственную деятельность организация должна учитывать существующую внешнюю нормативно-правовую базу (принципы, хартии, международные стандарты и др.) и формировать соответствующие внутренне установленные и регламентирующие документы (видение, миссия, философия, корпоративный кодекс, коллективный договор, внутрикорпоративные стандарты и регламенты).

Принципы ведения дел в России впервые формировались более 100 лет назад в целях обеспечения условий развития, в первую очередь, внешнеэкономической деятельности, и до сих пор не утратили своей актуальности.

Принципы ведения дел в России (1912 г.)

1. Уважай власть. Власть – необходимое условие для эффективного ведения дел. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в узаконенных эшелонах власти.

2. Будь честен и правдив. Честность и правдивость – фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетелей честности и правдивости.

3. Уважай право частной собственности. Свободное предпринимательство – основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

4. Люби и уважай человека. Любовь и уважением к человеку труда со

стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя во всем блеске.

5. Будь верен своему слову. Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единожды солгавший, кто тебе поверит?» Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.

6. Живи по средствам. Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.

7. Будь целеустремленным. Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна, как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

В 21 веке эти принципы были пересмотрены с учетом тенденций глобализации и современных социально-экономических условий. Эти принципы не являются обязательными, но цивилизованный бизнес должен стремиться следовать им.

Принципы личности

1. Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли.

2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств.

3. Воздерживайся от насилия или угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.

Принципы профессионала.

4. Всегда веди дело сообразно своим средствам.

5. Оправдывай доверие, в нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты сам хочешь видеть своего лучшего партнера.

6. Конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки.

Принципы гражданина России

7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти.

8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов.

9. Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания.

Принципы гражданина Земли

10. При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе.

11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодными всем.

12. Проявляй терпимость к представителям других культур верований и

стран. Они – не хуже и не лучше нас, они – просто другие.

В ноябре 2004 года в Москве на XIV съезде Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) одобрена ***Социальная хартия российского бизнеса***, которая стала серьезным шагом к общему пониманию как самого термина, так и его практического значения в условиях России. В документе общественная миссия коммерческого сектора сформулирована как достижение «устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека».

«Социальная хартия» определила стратегическую инициативу, адресованную бизнес-сообществу, свод основополагающих принципов социально ответственной деловой практики, которые применимы в повседневной деятельности любой организации, вне зависимости от профиля деятельности и формы собственности.

«Социальная хартия» – суть действий делового сообщества в социально-гуманитарной сфере, изложение социальной миссии российского бизнеса. По мнению РСПП она заключается в устойчивом развитии самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека.

Этим документом устанавливаются общие этические принципы деятельности российского бизнеса. В их числе, в качестве ключевых приоритетов бизнеса провозглашены принципы обеспечения здоровья и безопасности труда работников, признания трудовых прав работников, включая право на достойное вознаграждение труда, предотвращения любых форм дискриминации и принудительного труда, поддержки участия работников в решении принципиальных вопросов развития предприятий.

В Социальной хартии провозглашаются также принципы экономической и финансовой устойчивости предприятий, обеспечения качества продукции, экологической безопасности, участия в развитии местного сообщества. Данный документ декларативен, но его принятие имеет некоторый позитивный политический эффект с точки зрения влияния на все деловое сообщество.

Мы, представители делового сообщества Российской Федерации, члены Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей), являясь гражданами Российской Федерации, понимая и принимая свою долю ответственности за судьбу нашего Отечества, считая, что успешное развитие предпринимательской деятельности невозможно без устойчивого развития общества и неотделимо от него, содействуя успехами своей предпринимательской деятельности увеличению совокупного общественного богатства и социальному прогрессу, заключили настоящую Хартию об

основополагающих социальных принципах ведения бизнеса, которым мы намерены добровольно следовать

Социальная миссия бизнеса

Свою социальную миссию мы видим в достижении устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека.

Мы убеждены, что:

- предпринимательские цели, экономическая и социальная ответственность равнозначны, не противоречат, а дополняют друг друга;
- разумная, сбалансированная и результативная социальная ответственность компаний снижает предпринимательские риски, укрепляет конкурентоспособность, повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию предпринимателей, компаний и бизнес – сообщества в целом;
- достижение высоких долгосрочных экономических и социальных результатов возможно только на основе разумного баланса интересов наших акционеров, государства, работников, поставщиков и потребителей, общественных институтов и других сторон, затрагиваемых нашей деятельностью;
- принятие социальных обязательств российским деловым сообществом и отдельными компаниями – не альтруизм и не выкуп «социальной лицензии» на коммерческую деятельность.

Социальная ответственность бизнеса может и обязана быть полезна для долгосрочного успеха самих компаний в той же мере, как и полезна для общества в целом; важнейшее условие экономического и социального благополучия страны – формирование солидарной ответственности государства, бизнеса и гражданина, в основе которой – демократия, соблюдение гражданских прав и свобод, включая право частной собственности, равенство возможностей, уважение человеческого достоинства и приоритет закона; взаимоотношения бизнеса с государством и бизнеса с гражданским обществом должны строиться на публичной правовой основе.

Основные принципы:

- экономическая и финансовая устойчивость;
- качество продукции, взаимоотношения с потребителями;
- взаимоотношения с работниками;
- права человека;
- экологическая безопасность;
- участие в развитии местного сообщества.

Сегодня компании могут использовать при подготовке отчетов любые руководства и рекомендации (ориентируясь только на собственную оценку целесообразности использования того или иного документа) или несколько

руководств сразу, что позволяет более точно определить и представить существенные темы.

С 1990-х годов предпринимались многочисленные попытки создания инструментария, который можно использовать в целях унификации нефинансовой отчетности (а фактически – для более единообразного понимания, что же такое корпоративная ответственность), а также для того, чтобы было ясно, что и как измерять. Рассмотрим основные.

- 1993 «Корпоративная экологическая отчетность: измерение прогресса бизнеса и индустрии в направлении устойчивого развития» (AccountAbility, UNEP).

- 1996 – Разработан «стандарт» Если слово «стандарт» заключено в кавычки, это означает: несмотря на то, что разработчики документа назвали его стандартом, статуса аудируемого стандарта в международном смысле документ не получил. SunShine (Stakeholder Alliance, США).

- 1997 – Публикуется руководство по отчетности в области экологии и энергетики (АССА, Ассоциация сертифицированных бухгалтеров). Опубликована первая версия Руководства по отчетности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative).

- 1998 – Создан «стандарт» SA 8000 (Social Accountability International, США).

- 1999 – Разработан стандарт OHSAS 18000 (OHSAS Project Group, управляется the British Standards Institution). Разрабатываются «стандарты» серии AA1000 (AccountAbility, Великобритания).

- 2000 – Появился «стандарт» Good Corporation, разработанный одноименной консалтинговой компанией (Великобритания).

- 2001 – Европейская комиссия представила документ, посвященный организации экологического и аудита – EMAS (the EU Eco-management and Audit Scheme).

- 2004 – Представлено Руководство по измерению экоэффективности (ООН).

- 2007 – Разработано Руководство по отчетности в области устойчивого развития под эгидой принца Уэльского (Великобритания).

- 2008 – Проведено широкое обсуждение с участием представителей общественности из разных стран проекта стандарта ISO 26000 (International Organization for Standardization), который должен будет иметь статус реального международного стандарта, регламентирующего трактовку основных понятий в области корпоративной ответственности.

Ряд «стандартов» содержали не только методику измерения и оценки результатов деятельности, но и рекомендации по организации процессов управления, а иногда и аудита (оценки как результатов, так и качества процесса управления). Появлялись документы и стандарты национального характера (например AS 8003 – австралийский стандарт по КСО), а также отраслевые системы отчетности.

Отдельно следует упомянуть международные инициативы и проекты, обращенные ко всем странам и компаниям, независимо от их отраслевой

принадлежности (такие как Глобальный договор или Проект по раскрытию результатов по выбросам парниковых газов). Как правило, эти инициативы начинались с формулирования этических норм или норм ведения бизнеса, придерживаться которых предлагалось присоединившимся организациям. Но в рамках некоторых инициатив в дополнение к сводам этических норм разрабатывались и системы отчетности, что также оказывало влияние на выбор компаниями методики подготовки отчета. В России это тоже произошло: в 2005 году РСПП разработал Социальную хартию российского бизнеса, а спустя три года – Базовые индикаторы результативности.

Со временем часть разработок были забыты, часть – объединились с другими системами отчетности, часть продолжают существовать самостоятельно.

Анализ опубликованных в России отчетов компаний и организаций показывает, что ими сегодня используются следующие системы отчетности.

Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI, Глобальная инициатива по отчетности). Концептуально содержание руководства тесно связано с теориями устойчивого развития и регионального баланса. Назначение документа состоит в том, чтобы помочь компаниям и организациям, а также сторонам, заинтересованным в их деятельности, проанализировать ее с точки зрения целей устойчивого развития. Руководство может использоваться организациями любого размера, отрасли и местоположения. Имеются приложения по ряду отраслей, в которых учитывается специфика отрасли, а также руководство для менеджмента - появляется публикация для малых предприятий.

Глобальный договор ООН (Global Compact). Договор призывает деловые круги руководствоваться в своей деятельности десятью основополагающими принципами в области соблюдения прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и противодействия коррупции. Присоединение к этой инициативе предполагает ежегодную отчетность («сообщение о достигнутом прогрессе»), в которой следует представить, как организация применяет эти принципы на практике. Регулярно в разных странах проводятся семинары и конференции, посвященные практическим результатам работы участников.

Серия «стандартов» Account Ability 1000 (AA1000) (Институт социальной и этической подотчетности). С помощью этих «стандартов» (слово «стандарт» в данном случае используется как синоним слова «руководство») разработчики предлагают компаниям и организациям улучшить прозрачность и подотчетность. По состоянию на 2008 год серия AA1000 включает:

- «стандарт» основных принципов подотчетности (AA1000APS),
- «стандарт» верификации отчетов (AA1000AS),
- «стандарт» взаимодействия со стейкхолдерами (AA1000SES).

Отличительной особенностью «стандартов» является системный подход к организации взаимодействия со стейкхолдерами как к фактору повышения качества управления и отчетности.

Руководство по добровольной отчетности в области устойчивого развития компаний нефтегазовой отрасли (Международная ассоциация нефтегазовой промышленности по сохранению окружающей среды). Задача Руководства – повышение качества нефинансовой отчетности и сопоставимости результатов деятельности компаний нефтегазового сектора. Руководство во многом похоже на Глобальную инициативу по отчетности, но содержит ряд специфических для отрасли показателей.

Принципы Экватора. Инициатива разработана крупнейшими частными банками. Она предлагает финансовым институтам свод экологических и социальных показателей, которыми следует руководствоваться при осуществлении основной деятельности. Документ основан на требованиях к экологическому менеджменту Всемирного банка и социальной политике Международной финансовой корпорации.

Руководство по социальной ответственности – ISO 26000. Международный стандарт был подготовлен с использованием подхода, основанного на участии экспертов, представляющих различные заинтересованные стороны из более чем 90 стран, и 40 международных или региональных организаций с широким охватом, вовлеченных в различные аспекты социальной ответственности. Эти эксперты представляли шесть различных групп заинтересованных сторон:

1. потребители;
2. государства;
3. промышленность;
4. трудящиеся;
5. неправительственные организации (НПО);
6. организации, оказывающие услуги, поддержку или ведущие исследования в области социальной ответственности, и другие.

Кроме того, были обеспечены особые условия для достижения баланса между развивающимися и развитыми странами, а также гендерного баланса в проектных группах. Хотя были предприняты усилия для того, чтобы обеспечить широкое и представительное участие всех групп заинтересованных сторон, достижение полного и справедливого баланса заинтересованных сторон было ограничено различными факторами, включая доступность ресурсов и необходимость в навыках английского языка. На данный момент в разработке стандарта принимало участие более 400 экспертов и около 200 наблюдателей из 94 стран-членов ISO.

Основные ценности и принципы организации должны быть формализованы. В видении организации отражаются перспективы ее развития, в миссии – общественно-значимая цель функционирования организации, основные стейкхолдеры организации, в философии и кредо – основные ценности и

принципы работы, в кодексах – определенные правила, нормы и стандарты поведения, отношения и взаимодействия.

В последние годы во многих крупных российских компаниях появились *кодексы корпоративной этики или корпоративной культуры*. Как показывает практика, такие кодексы действительно содержат ресурсы для решения достаточно широкого спектра задач. В то же время единый подход к созданию кодексов на сегодняшний день отсутствует. В качестве первого шага специалисты предлагают классификацию существующих кодексов:

1. универсальные кодексы;
2. кодексы отдельных социальных групп общества;
3. профессиональные кодексы (кодекс государственного служащего, кодекс социального работника и педагога);
4. корпоративные кодексы.

Под *корпоративным кодексом* специалисты обычно понимают документ, который описывает стандарты и ценности компании, процедуры их внедрения в практическую жизнь организации и механизмы контроля за исполнением принятых правил.

Изучение кодексов ведущих зарубежных и отечественных компаний показало, что зачастую они очень не похожи друг на друга, имеют разный формат, разный стиль и, более того, выполняют разные задачи. Именно от поставленных задач зависит, каким будет этот документ, и как он будет работать в конкретной организации.

Кодекс, по сути, является сводом правил и норм поведения, которые разделяют участники группы. С помощью кодекса задаются определенные модели поведения и единые стандарты отношений и совместной деятельности.

Первыми *универсальными кодексами*, представляющими собой набор общечеловеческих ценностей, были своды религиозных правил (например, Десять заповедей Ветхого завета). Чуть позже стали возникать частные кодексы, определяющие поведение отдельных социальных групп общества. В настоящее время наиболее распространены два вида кодексов – профессиональные и корпоративные, которые регулируют отношения людей внутри данных групп.

В зависимости от идентичности специалиста (с организацией или с профессиональным сообществом) более значимым для него будет кодекс профессиональной или корпоративной этики.

Профессиональные кодексы регулируют отношения внутри профессионального сообщества и эффективны для «свободных профессий», где наиболее выражены профессиональные этические дилеммы. Одним из первых профессиональных этических кодексов стала клятва Гиппократата – кодекс врачей. Кодексы регламентируют поведение специалиста в сложных этических ситуациях, характерных для данной профессии, повышают статус профессионального сообщества в социуме, формируют доверие к представителям данной профессии. Также кодекс усиливает значимость

принадлежности к профессии, его принятие косвенно может являться обрядом инициации, актом «обращения в профессию».

Кодекс корпоративной этики может выполнять три основные функции:

- репутационную;
- управленческую;
- развития корпоративной культуры.

Содержание кодекса компании определяется, прежде всего, ее особенностями, структурой, задачами развития, установками ее руководителей.

Как правило, кодексы содержат две части:

- идеологическую (миссия, цели, ценности);
- нормативную (стандарты рабочего поведения).

При этом *идеологическая часть* может не включаться в содержание кодекса. В профессионально однородных организациях часто используются кодексы, описывающие в первую очередь профессиональные дилеммы. Эти кодексы «вышли» из описанных ранее кодексов профессиональных сообществ. Соответственно, содержание таких кодексов в первую очередь регламентирует поведение сотрудников в сложных профессиональных этических ситуациях. В первую очередь здесь решаются управленческие задачи. Дополнение такого кодекса главами о миссии и ценностях компании способствует развитию корпоративной культуры. При этом кодекс может иметь значительный объем и сложное специфическое содержание и адресоваться всем сотрудникам компании.

В больших неоднородных корпорациях сочетание всех трех функций становится сложным. С одной стороны, существует ряд политик и ситуаций, традиционно закрепляемых этическими кодексами в международной практике. Это политики по отношению к получателям услуг, поставщикам, подрядчикам; описание ситуаций, связанных с возможными злоупотреблениями: взятки, подкуп, хищения, обман, дискриминация. Исходя из управленческой функции, кодекс описывает стандарты образцового поведения в таких значительной разницы в образовательном уровне и социальном статусе сотрудников затруднена. В то же время развитие корпоративной культуры компании требует единого кодекса для всех сотрудников – он должен задавать единое понимание миссии и ценностей компании для каждого сотрудника.

В такой ситуации используются два варианта кодекса – декларативный и развернутый. «Кредо», или декларативный вариант этического кодекса используется для предъявления этических принципов с начала XX века (например, кодекс компании «Джонсон и Джонсон»). По сути, декларативный вариант – это только идеологическая часть кодекса без регламентации поведения сотрудников. При этом в конкретных ситуациях сотрудники сами должны ориентироваться, как им себя вести, исходя из базовых этических норм.

Подобные кодексы действуют и по сей день. Однако в ряде случаев сотрудникам трудно оценить этическую правомерность конкретного поступка исходя из общих принципов. Следовательно, для того, чтобы кодекс действительно работал, компании прибегают к постоянной трансляции этих принципов через пение гимна, регулярное обсуждение и другие корпоративные ритуалы.

Итак, декларативный вариант кодекса решает в первую очередь задачи развития корпоративной культуры. При этом для предоставления кодекса международному сообществу и решения конкретных управленческих задач необходима разработка дополнительных документов.

С 80-х годов XX века распространение получил также *развернутый вариант кодекса* с подробной регламентацией этики поведения сотрудников (P&G, BP). В них была зафиксирована конкретная регламентация поведения сотрудников в отдельных областях, где риск нарушений был высок или возникали сложные этические ситуации. Эти регламенты описывались в виде политик в отношении заказчиков, потребителей, государства, политической деятельности, конфликта интересов, безопасности труда.

При этом большой объем и сложность содержания таких кодексов определяют их выборочную адресацию. В большинстве компаний такие кодексы разрабатываются для высшего и среднего менеджмента и не являются всеобщим документом, объединяющим всех сотрудников.

Итак, каждая компания определяет собственные задачи, для решения которых она намерена использовать такой инструмент, как корпоративный кодекс. Но создание кодекса, естественно, не ограничивается только написанием текста документа. Существует специфика исполнения подобных документов: заставить исполнять этический кодекс нельзя. Поэтому для того, чтобы он действительно работал, еще на этапе его создания необходимо предусмотреть процедуры, включающие в процесс разработки документа по возможности всех сотрудников компании. Только при условии принятия каждым сотрудником кодекса корпоративной этики он будет реально исполняться.

Создание корпоративного кодекса является необходимым для компании, ставящей задачу включить персонал в способы изменения своего функционирования, воспитать в работниках чувство ответственности перед компанией, приверженность своей организации, до минимума сократить внутрифирменные конфликты, повысить имидж компании во внешней среде. Жесткого стандарта в отношении того, чем должен быть наполнен корпоративный кодекс, нет. Как правило, в нем сформулированы миссия и задачи компании, ее основные ценности, зафиксированы стандарты поведения сотрудников, описаны корпоративные традиции.

Цель составления корпоративного кодекса в том, чтобы каждый сотрудник понимал, что по замыслу руководителей представляет собой компания, каковы ее ценности и цели и чего она ожидает от каждого сотрудника.

Корпоративной кодекс может включать несколько разделов (таблица 1). В зависимости от специфики организации и взглядов разработчиков содержание кодекса может изменяться. Некоторые организации предпочитают иметь не один документ, набор регламентирующих документов: миссию, стратегию развития, кодексы поведения для разных групп сотрудников и разных ситуаций кодексов, принципы ведения дел, документы и символы, характеризующие корпоративный стиль в разных ситуациях. Такой кодекс имеет значительный объем и достаточно сложное содержание.

Опыт западных компаний показывает, что все исследуемые компании достаточно серьезно относятся к деятельности в области КСО и воспринимают его как стратегическое направление деятельности. Компании фиксируют свои стратегические намерения в области КСО в программных документах и публично их предъявляют. Большинство исследуемых западных компаний имеет такие документы стратегического уровня, в том числе Политики в области здоровья, безопасности и экологии (BP, ENI S.P.A., ConocoPhillips, ExxonMobil).

Таблица 1. Содержание корпоративного кодекса

Раздел	Содержание
Послание от руководителей компании	Обращение руководителя к сотрудникам, партнерам, клиентам
Миссия, кредо	Краткие ответы на вопросы: зачем существует компания, чем она занимается. Социальная ответственность бизнеса. Краткое описание общественной пользы компании для клиентов Ценности
Видение	Описание перспектив развития организации
Слоганы	Краткие утверждения, характеризующие деятельность организации
Традиции, корпоративные ритуалы, церемонии	Корпоративные праздники (день рождения компании, Новый год, 23 Февраля, 8 Марта) Поздравления ключевых сотрудников с юбилейными датами, спонсорство, благотворительность, меценатство)
Корпоративная этика, принципы деловых взаимодействий	Внутренние взаимодействия. Информационные потоки в компании: Вертикальные, исходящие (приказы, распоряжения, регламентирующие документы, оценка). Вертикальные, восходящие (служебные записки, отчеты, запросы об оказании помощи). Горизонтальные (сообщения, информация, документы, письма). Внешние отношения с обществом, с клиентами, поставщиками, партнерами Телефонные разговоры, электронные сообщения, СМИ, публичные выступления.

Корпоративный стиль, символика	Комплекс текстовых и языковых, а также визуальных компонентов, служащих для создания и идентификации устойчивого корпоративного имиджа компании и бренда продукта Корпоративная газета, журнал, листок, бюллетень Радио, ТВ в компании, видеоролики Доски объявлений (текущие новости) Графические знаки, логотипы Праздничные украшения Сувениры и подарки Элементы изобразительного искусства Корпоративные флаги, музыка, гимн
Дресс-код	Система требований к деловой одежде сотрудников
Мероприятия по поддержанию корпоративной культуры	Визуализация на корпоративном сайте, в офисе компании, на корпоративной продукции. Озвучивание на совещаниях, встречах, в деловых взаимодействиях Каналы коммуникаций (лидеры мнения, эксперты по корпоративной культуре, группы по интересам и пр.) Особый интерес вызывают правила бизнес-этики и дресс-кода компании, поэтому для иллюстрации некоторых из них приведу выдержки из такого документа, принятого в одной из российских строительных компаний.

Крупные предприятия формируют специальные подразделения и комитеты для управления социально-ответственной деятельностью организации. Среди зарубежных компаний также получила распространение практика создания Комитетов по социальной ответственности при Совете Директоров, либо в Совете Директоров вводится должность вице-президента по КСО. Такие комитеты составляют ядро системы управления КСО и имеются в компаниях Royal Dutch/Shell, BP, PetroChina. В компаниях ConocoPhillips и ENI S.P.A. введена должность вице-президента по КСО. Таким образом, деятельность в сфере КСО выводится на уровень ответственности топ-менеджмента.

В российской практике вопросы КСО решаются: службой управления персоналом – 62%, высшим исполнительным органом – 40%, подразделением по социальному развитию – 25%, службой рекламы и ПР – 14%. В зарубежной практике управление КСО осуществляется подразделением по связям с общественностью – компания IBM, подразделение корпоративной стратегии - Hewlett-Packard, службой отношений с органами власти – Verizon, службой маркетинга - Tyson's, закупок - Toys R US, CEO - General Electric, специализированные департаменты по КСО. есть, например, в ExxonMobil, ENI S.P.A., ChevronTexaco, ConocoPhillips, Petrobras.

Для организации деятельности по управлению рисками обычно вводится должность риск-менеджера компании, либо создается департамент по управлению рисками. При этом, некоторые компании формируют механизмы управления именно непроизводственными рисками. Так, например, в BP разработано «Руководство по управлению рисками в области HSE» для руководителей бизнес-единиц.

В организациях малого бизнеса управление социальной ответственностью входит в функции общего менеджмента, а координатором программ является менеджер высшего звена.

Совет директоров: мониторинг деятельности предприятия посредством системы получения информации, делегирует полномочия по контролю за деятельностью предприятия комитету по аудиту (его также называют комитетом по ответственному деловому поведению)

Комитет по аудиту – должен проявлять бдительность в отношении возможного проявления конфликта интересов у потенциальных аудиторов

Ответственный руководитель (исполнительный директор, руководитель подразделения или направления или лицо, представляющее интересы собственника, группа, комитет): осуществление контроля над программой со стороны высшего руководства.

Уполномоченный по этике: выполнение или координация конкретных функций программы деловой этики.

Совет по деловой этике: консультирование ответственного руководителя и уполномоченного по деловой этике и описание деятельности предприятия в целом

Совет по профессиональной этике: консультирование ответственного руководителя и уполномоченного по деловой этике, работников и представителей предприятия по вопросам профессиональной этики, соблюдения законов и норм и проблемам социальной ответственности

Лекция 5. Виды, формы и инструменты внешней корпоративной социальной ответственности

В 1997 г. был разработан международный стандарт SA 8000:1997 «Социальная ответственность» (Social Accountability 8000). В этом стандарте, рассматриваются требования социальной ответственности, которые охватывают сферу решения следующих проблем: труд детей, принудительный труд, здоровье и безопасность, свободу объединения и право на переговоры о заключении коллективного договора, дискриминация, дисциплинарные меры, рабочее время, оплата труда, системы управления.

SA 8000:1997 был направлен на регламентацию этических критериев в производстве товаров и/или услуг. Стандарт гарантировал, по своей сути, порядочность ведения дел в бизнесе. При разработке стандарта были использованы международные документы по правам человека, Международной организации труда и ООН:

- Конвенция МОТ 29 и 105 (Принудительный и обязательный труд);
- Конвенция МОТ 87 (Свобода объединения);
- Конвенция МОТ 98 (Право на переговоры о заключении коллективного договора);
- Конвенция МОТ 100 и 111 (Равная оплата труда мужчин и женщин за равный труд; дискриминация);
- Конвенция МОТ 135 (Конференция представителей рабочих);

- Конвенция МОТ 138 и Рекомендации 146 (Минимальный возраст и Рекомендации);
- Конвенция МОТ 155 и Рекомендации 164 (Безопасность труда и охрана здоровья);
- Конвенция МОТ 159 (Профессиональная реабилитация и лица, работающие по найму/нетрудоспособные);
- Конвенция МОТ 177 (Надомная работа);
- Всеобщая декларация прав человека конвенции ООН по правам ребенка.

Стандарт определял требования по социальной ответственности для предоставления компаниям возможности: развивать, поддерживать и проводить в жизнь политику и процедуры с целью управления теми проблемами, которые она может контролировать и на которые может оказывать влияние; продемонстрировать заинтересованным сторонам, что политика, процедуры и действительность находятся в соответствии с требованиями этого стандарта.

Стандарт SA 8000:1997 и его второе издание SA 8000, введенное в 2001 г., создали предпосылки для разработки МС ИСО 26000, который был опубликован 28 октября 2010 г. и с 1 ноября 2010 г. вступил в силу как Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности». Проект стандарта широко обсуждался в международном сообществе, на последнем совещании (ISO/WG SR) рабочей группы в июле 2010 г. присутствовали 450 участников-экспертов и 210 наблюдателей из 99 стран-участниц 42 юридических организаций.

ISO 26000:2010 дает руководство для всех типов организаций, независимо от их размера и местоположения:

- по концепциям, терминам и определениям, относящимся к социальной ответственности;
- предпосылкам, тенденциям и характеристикам социальной ответственности;
- принципам и практикам, относящимся к социальной ответственности;
- основным темам и проблемам социальной ответственности;
- интеграции, внедрению и распространению социально ответственного поведения в самой организации и, посредством ее политики и практик, в рамках ее сферы влияния;
- идентификации заинтересованных сторон и взаимодействию с ними;
- обмену информацией относительно обязательств и результативности, а также иной информацией в области социальной ответственности.

ISO 26000:2010 предназначен помочь организациям внести вклад в устойчивое развитие, предложить им не ограничиваться лишь соблюдением законодательства, признавая, что он является фундаментальной обязанностью любой организации и неотъемлемой частью ее социальной ответственности; обеспечить взаимопонимание в области социальной ответственности и дополнить другие инструменты и инициативы в области социальной ответственности, а не заменить их.

При применении данного Международного стандарта организации рекомендуется учитывать социальное, экологическое, юридическое, культурное, политическое и организационное разнообразие, а также различия в экономических условиях, согласуясь при этом с международными нормами поведения.

ISO 26000 является добровольным стандартом, он не может быть использован для сертификации, также как, например, ISO 9001:2008 (менеджмент качества) и ISO 14001:2004 (экологический менеджмент).

Развивая свою социальную ответственность, организации следует учитывать три взаимосвязи:

1. *между организацией и обществом* – как ее решения и деятельность влияют на общество; ожидания относительно ответственного поведения, предъявляемые обществом и касающиеся этого влияния. Это следует делать, рассматривая основные темы и проблемы социальной ответственности:

2. *между организацией и ее заинтересованными сторонами*. Организации следует знать о своих различных заинтересованных сторонах. Решения и деятельность организации могут оказывать потенциальное и реальное воздействие на этих частных лиц и организации. Это потенциальное и реальное воздействие является основой «интереса», который заставляет рассматривать организации или частных лиц как заинтересованные стороны;

3. *между заинтересованными сторонами и обществом*. Организации следует понимать взаимосвязь между интересами заинтересованных сторон, на которые оказывает влияние организация, с одной стороны, и ожиданиями общества с другой.

Хотя заинтересованные стороны являются частью общества, они могут иметь интересы, которые не соответствуют ожиданиям общества. Заинтересованные стороны имеют уникальные по отношению к организации интересы, которые могут отличаться от ожиданий общества относительно социально ответственного поведения по каждому из вопросов.

Например, интерес поставщика (получить оплату) и интерес сообщества (соблюдение договорных условий) могут быть различными сторонами одной проблемы.

При признании своей социальной ответственности организации будет необходимо учитывать все три взаимосвязи. Организация, ее заинтересованные стороны и сообщество, вероятно, будут иметь различные взгляды из-за того, что их цели различны. Следует признавать, что частные лица и организации могут иметь многие и разнообразные интересы, на которые могут повлиять решения и деятельность организации.

Для того чтобы определить область охвата своей социальной ответственности, выявить применимые проблемы и установить свои приоритеты, организации следует рассмотреть следующие основные темы определяемые самыми важными направлениями деятельности:

- организационное управление;
- права человека;

- трудовые практики;
- окружающая среда;
- добросовестные деловые практики;
- проблемы, связанные с потребителями;
- участие в жизни сообществ и их развитие.

Экономические аспекты, также как аспекты, относящиеся к здоровью и безопасности и цепочке создания добавленной стоимости, охватываются в рамках семи основных тем в соответствии с содержанием. Также учитываются различия в том, каким образом затрагиваются интересы мужчин и женщин каждой из ключевых тем.

Каждая из основных тем содержит спектр проблем, связанных с социальной ответственностью. Однако необходимо обязательно учитывать, что социальная ответственность динамична и отражает эволюцию озабоченности социальными и экологическими проблемами, поэтому в будущем могут возникнуть другие проблемы или группы проблем.

Действие относительно основных тем и проблем должно основываться на принципах и практиках социальной ответственности. По каждой основной теме организации следует определить и контролировать все проблемы, которые оказывают важное или существенное влияние на ее решения и деятельность. При оценке применимости проблемы следует учитывать краткосрочные и долгосрочные цели. Тем не менее не существует заранее определенного порядка, в котором организации следует рассматривать основные темы и решать проблемы; этот порядок будет зависеть от самой организации и ее стратегии.

Несмотря на то, что все основные темы взаимосвязаны и дополняют друг друга, природа организационного управления в некоторой степени может отличаться. Эффективное организационное управление дает организации возможность предпринимать действия относительно других основных тем и проблем и внедрять следующие принципы.

Подотчетность – организации следует быть подотчетной за ее воздействие на общество и окружающую среду.

Прозрачность – организации следует быть «прозрачной» в ее решениях и деятельности, которые оказывают воздействие на общество и окружающую среду.

Этичное поведение – организации следует постоянно нести себя этично.

Уважение интересов заинтересованных сторон – организации следует уважать, учитывать и реагировать на интересы ее заинтересованных сторон.

Соблюдение верховенства закона – организации следует принять то, что соблюдение верховенства закона обязательно.

Соблюдение международных норм поведения – организации следует соблюдать международные нормы поведения, при этом следуя принципу соблюдения верховенства закона.

Соблюдение прав человека – организации следует соблюдать права человека и признавать их важность и всеобщность.

В процессах реализации социальной ответственности организации следует рассматривать основные темы как целое; т.е. ей следует рассматривать все основные темы, проблемы и их взаимосвязи, а не просто концентрироваться на решении одной проблемы. Улучшения, направленные на решение отдельной проблемы, не должны отражаться негативно на решении других проблем или не должны оказывать негативное на жизненный цикл продукции или услуг, на заинтересованные стороны или на цепочку создания добавленной стоимости.

Основные проблемы социальной ответственности, рассматриваемые стандартом ISO 26000:

Организационное управление

Права человека.

Проблема 1: Должная предусмотрительность.

Проблема 2: Ситуации, связанные с риском для прав человека.

Проблема 3: Избежание соучастия.

Проблема 4: Удовлетворение жалоб.

Проблема 5: Дискриминация и уязвимые группы.

Проблема 6: Гражданские и политические права.

Проблема 7: Экономические, социальные и культурные права.

Проблема 8: Основные права в сфере труда.

Трудовые практики

Проблема 1: Найм и трудовые отношения.

Проблема 2: Условия труда и социальная защита.

Проблема 3: Социальный диалог.

Проблема 4: Охрана труда и безопасность на рабочем месте.

Проблема 5: Развитие человеческого потенциала и обучение на рабочем месте.

Окружающая среда

Проблема 1: Предотвращение загрязнения.

Проблема 2: Устойчивое ресурсопользование.

Проблема 3: Смягчение изменения климата и адаптация к нему.

Проблема 4: Защита и восстановление естественной природной среды.

Добросовестные деловые практики

Проблема 1: Противодействие коррупции.

Проблема 2: Ответственное вовлечение в политику.

Проблема 3: Честная конкуренция.

Проблема 4: Пропаганда социальной ответственности в рамках сферы влияния.

Проблема 5: Уважение прав собственности.

Проблемы, связанные с потребителями

Проблема 1: Честные практики маркетинга, информирования и заключения договоров.

Проблема 2: Защита здоровья и безопасности потребителей. Проблема 3: Устойчивое потребление.

Проблема 4: Обслуживание и поддержка пользователей и разрешение споров.

Проблема 5: Защита данных и обеспечение конфиденциальности потребителей.

Проблема 6: Доступ к услугам первой необходимости. Проблема 7: Образование и повышение осведомленности.

Участие в жизни сообществ и их развитие

Проблема 1: Участие в жизни сообществ.

Проблема 2: Образование и культура.

Проблема 3: Создание занятости и развитие навыков.

Проблема 4: Развитие технологий.

Проблема 5: Создание благосостояния и дохода.

Проблема 6: Здоровье.

Проблема 7: Социальные инвестиции.

Организации следует добросовестно и методично управлять своими решениями, связанными с каждой темой социальной ответственности и вести мониторинг воздействия в рамках ее сферы влияния с тем, чтобы минимизировать риск ущерба обществу и окружающей среде.

Организации следует стремиться к повышению полезного воздействия ее решений на общество и окружающую среду. При принятии решений следует учитывать ресурсы и планирование, необходимые для этих целей. Организации следует подтвердить, что принципы социальной ответственности применяются в ее управлении и отражены в ее структуре и культуре.

Процесс интеграции социальной ответственности повсеместно в организации не происходит одномоментно или с одинаковым темпом для всех основных тем и проблем.

Организации следует определить приоритеты для действий, основываясь на ее планах по интеграции социальной ответственности повсеместно в организацию и ее повседневные практики. Высокий приоритет следует отдавать проблемам и действиям, которые имеют значимое влияние на устойчивое развитие. Порядок приоритетов будет отличаться у разных организаций. Приоритеты должны пересматриваться и обновляться с периодичностью, которая адекватна организации.

К **внешней социальной ответственности** бизнеса можно отнести спонсорство и корпоративную благотворительность, содействие охране окружающей среде, взаимодействие с местным сообществом и местной властью, готовность участвовать в кризисных ситуациях, ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

Большинство из этих направлений не может быть реализовано простыми приказами государства, а требует более тонкого подхода к взаимодействию бизнеса и органов государственной власти. Государство должно создавать стимулы для бизнеса, чтобы корпорации с большим интересом относились к сфере своей социальной ответственности. К таким

стимулам увеличения привлекательности социальной ответственности относится: улучшение имиджа компании, ее репутации, популяризация компании в СМИ, реклама ее бренда, товаров, рост производительности труда, развитие персонала и возможность привлечения инвестиционного капитала, сохранение социальной стабильности общества и налоговые льготы.

Оценка эффективности вложенных в социальные программы средств является «большим вопросом»: компании зачастую не имеют представления о расходовании переданных администрациям средств. В 2004 г., например, «Сибнефть» начала создавать общественные комиссии по контролю за реализацией социально благотворительных программ. Комиссии работают на общественных началах и финансируются за счет средств дочерних предприятий «Сибнефти». Компания рассматривает эти комиссии как временную меру, поскольку бизнес берет на себя не свойственную ему миссию – контроль власти.

Задача общественных комиссий – оценить эффективность реализации социальных программ и контролировать целевое использования средств, выделяемых «Сибнефтью» на развитие территорий деятельности. В состав комиссий входят представители «Сибнефти», курирующие три блока – социальный, строительный и финансовый, и собственно получатели средств – представители общественности, местных органов власти (исполнительных и представительных), общественных объединений (предпринимателей, социально незащищенных слоев).

На заседаниях комиссий определяются направления финансирования, утверждаются инвестиционные проекты, контролируется соблюдение конкурсных механизмов выбора подрядчиков, рассматриваются промежуточные отчеты подрядчиков, принимаются выполненные работы.

Социальные проекты финансируются поэтапно: компания перечисляет средства на первый этап работ, по завершении которого комиссия оценивает выбранного подрядчика и его эффективность, и в случае удовлетворительных результатов «Сибнефть» перечисляет следующий транш. Формы взаимодействия организаций с властью, которые позволяют решать проблемы регионов и избегать конфликтов, складываются в практике жизнедеятельности организации.

Менеджмент как институт социальной ответственности в системе национальной экономики России находится в процессе своего становления и формирования. Под социальным институтом понимается совокупность формальных и неформальных принципов, норм, правил, ценностей, традиций, установок, регулирующих человеческую деятельность и организующих их социальную структуру со своей системой статусов и функциональных ролей.

Профсоюзы РФ являются независимыми общественными организациями, формируемыми по региональному или отраслевому принципу. По данным исследования в отношении социальной ответственности принимают участие

ЦК профсоюза АПК РФ, ЦК профсоюза работников торговли и общественного питания, ЦК профсоюза морского, речного рыболовного флота, Общероссийский профсоюз работников местной промышленности и коммунально-бытовых предприятий, Совет Всероссийской конфедерации труда, Конгресс российских профсоюзов и др.

Работодатели в социальных отношениях представлены множеством юридических лиц, осуществляющих производственно-хозяйственную деятельность. Координация их взаимодействия в отношениях социальной ответственности проводится координационным советом работодателей Российской Федерации с участием множества общественных организаций работодателей. Среди них находятся:

- Союз общественных объединений предпринимателей и арендаторов России;
- Союз работодателей машиностроения и атомной энергетики; Российский союз химиков;
- Российская ассоциация подрядных организаций в дорожном строительстве;
- Союз промышленников и предпринимателей угольной промышленности;
- Российский автотранспортный союз;
- Агропромышленный союз России;
- Союз судовладельцев;
- Союз лесопромышленников и лесоэкспортеров России;
- Всероссийский союз предпринимателей малого и среднего бизнеса;
- Конгресс российских деловых кругов.

В структуре государственных органов управления центрами в вопросах социальной ответственности являются:

- Комитет по труду и социальной политике Государственной думы,
- Министерство здравоохранения и социального развития РФ,
- Российская трехсторонняя комиссия по регулированию социально-трудовых отношений,
- Министерство финансов РФ.

Регулирование социально-трудовых отношений в среде института социальной ответственности осуществляется в формах:

- политики оплаты труда,
- режима работы,
- условий занятости,
- коллективных договоров между администрацией и трудовыми коллективами (индивидуальные и коллективные, соглашения), закрепляющих обязательство условий о порядке деятельности договаривающихся сторон в зависимости от экономических возможностей организаций.

Некоторые крупные российские компании активно демонстрируют приверженность требованиям внешней социальной ответственности.

Например, ежегодно дочерние общества крупнейшей нефтяной компании ТНК-ВР заключают соглашения о социально-экономическом развитии в Новосибирской, Омской, Тюменской областях и Ямало-Ненецком автономном округе. Основные средства при этом направляются на следующие программы:

1. «Поддержка образования и раскрытие потенциала молодежи»: ремонт школ, финансирование социально-досуговых мероприятий, конкурсов, социально-полезных грантов и инициатив ит.д.;
2. «Социальная поддержка населения»: социальная поддержка ветеранов и тружеников тыла, финансирование объектов социальной инфраструктуры, строительства жилья ит.д.;
3. «Сохранение культурного и исторического наследия»: финансирование культурных программ, выставок, музейных экспозиций, строительство дома культуры, памятников погибшим на войне ит.д.;
4. «Формирование здорового поколения»: финансирование спортивных мероприятий, ремонт больниц, закупка медицинского оборудования ит.д.

Кроме этого, дочерние общества ТНК-ВР ведут благотворительную работу по разовым запросам органов власти, некоммерческих организаций (вне рамок соглашений), в том числе оказывают финансовую помощь:

- детским домам, приютам, детским садам, интернатным учреждениям, школам;
- инвалидам, ветеранам, людям, оказавшимся в сложных жизненных ситуациях;
- учреждениям, организациям и общественным объединениям в области физической культуры, молодежной политики и спорта.

Корпоративное волонтерство традиционно является частью внешней корпоративной социальной ответственности бизнеса во всем мире. Однако в России до недавнего времени оказание помощи социально-незащищенным группам осуществлялось, преимущественно, в виде материальных пожертвований бизнеса. Это важная и нужная работа, но корпоративное волонтерство является более адресным и эффективным способом решения значимых проблем общества.

С 2009 г. в компании «Эльдорадо» принята Политика корпоративного волонтерства. Ее задача – упорядочить и систематизировать волонтерские инициативы, получившие в прошедшем году распространение во всех регионах деятельности компании. Наличие Политики не ставит перед собой цель формализации волонтерских инициатив. Политика нужна для того, чтобы подсказать сотрудникам способы решения проблем конкретных людей в тех местах, где они живут и работают. Кроме того, принимая Политику, компания «Эльдорадо» определила для себя формы поддержки корпоративного волонтерства как материального, так и нематериального характера.

Корпоративное волонтерство является частью корпоративной культуры и предполагает добровольную деятельность работников на благо общества при

поддержке и поощрении со стороны компании. Добровольчество является не просто добрым делом, оно позволяет сотрудникам участвовать в решении общественных задач, внося свой вклад в решение проблем региона. Благодаря корпоративному волонтерству «Эльдорадо» укрепляет свою репутацию в регионах присутствия как социально ответственная компания. Стимулируя своих сотрудников принимать личное участие в решении социально значимых проблем в регионах деятельности, «Эльдорадо» способствует формированию чувства личной ответственности и стремления участвовать в общественных событиях.

Одной из форм поддержки является организация внутрикорпоративного конкурса по выявлению самого значимого проекта в сфере корпоративной социальной ответственности и выбор «Самого социально ответственного региона».

Приведенные примеры можно многократно повторять, и, это свидетельствует о повороте в мировоззрении бизнес элиты от настроений временщиков, стремящихся урвать сейчас как можно больше, без всякого разглядывания будущего, к принципам рачительного ведения хозяйствования, ответственности за улучшение общественного окружения.

Исследования зафиксировали, что более 70 % отечественных фирм жертвуют деньги на благотворительность. Ежегодно бизнес страны тратит на социальные проекты около 150 млрд руб. По некоторым данным, отечественные компании выделяют сегодня на благотворительную деятельность в среднем 17 % своей прибыли, в то время как западные – 2–3 %. В эффективности некоторых социальных инвестиций, благотворительных акций и прочих форм социального партнерства сомнения нет. Но насколько они эффективны? Решают ли эти траты финансовых и прочих ресурсов реальные социальные проблемы? Что они приносят самому бизнесу?

Опросы населения показывают, что россияне ждут от бизнеса создания новых рабочих мест (65 %), предоставления дополнительного «социального пакета» работникам своих предприятий (33 %), участия в строительстве городских социальных объектов (24 %), благоустройстве городов, поселков (19 %). Раздачи денег от бизнеса не ждут. Россияне хотят от бизнеса существенных усилий в социальной сфере.

В качестве бесспорно главной социальной проблемой современной России бизнес видит (40 %) – бедность населения, включая необеспеченность и незащищенность ветеранов, 11 % связывает главные социальные проблемы с детьми и молодежью, 10 % – с экологией. ЖКХ и наркомания, по мнению бизнеса – проблемы производные, зависимые от решения главной.

Понимание бизнесом социальных инвестиций:

- 30 % понимает их как вложения в общество, в котором мы живем;
- 28 % – как социальную политику компании;
- 26 % пока еще продолжает понимать социальные инвестиции как благотворительность;

● только 1 % связывает их с PR и никто – с давлением со стороны органов власти.

Иначе говоря, отечественный бизнес понимает социальные инвестиции как собственный свободный и ответственный выбор.

Бизнес понимает свою роль в обществе и готов к прямому диалогу и партнерству с ним. Более того, 30 % считает, что социальные инвестиции необходимы бизнесу как средство коммуникации с органами власти и местной общественностью, 15 % связывают с ними возможности расширения рынка, а 20 % – видят в социальных инвестициях эффективное средство достижения конкурентных преимуществ и роста капитализации. И только 2 % «говорят, что это выгодно». Поэтому можно сделать вывод, что позиция современного отечественного малого и среднего бизнеса относительно СИ рациональна и выбор его абсолютно вменяемый.

Лекция 6. Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности

С точки зрения структуры социальных инвестиций, связанных с реализацией на практике концепции КСО организации, они могут быть направлены как внутрь организации, так и во внешнюю среду.

В зависимости от этого социальные инвестиции могут быть *внутренними или внешними*.

КСО в соответствии с направленностью связанных с ней инвестиций также делят на внутреннюю и внешнюю.

КСО, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены вовне, в среду организации, называется внешней. КСО, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены внутрь организации, называется внутренней.

Социальные инвестиции в данном случае понимаются как материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта.

Внутренняя КСО проявляется в отношениях собственников и руководства с работниками организации. При этом имеется в виду не только базовый уровень ответственности, определяемый законодательством, то есть, строго говоря, правовая или юридическая ответственность, но и в большей степени дополнительный добровольный отклик организации на социальные проблемы, возникающие у ее работников.

В соответствии с таким пониманием к мерам внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести деятельность организации, осуществляемую в следующих направлениях:

- 1) меры социальной защиты сотрудников организации;
- 2) развитие человеческого капитала организации;

3) выявление и учет интересов работников организации при принятии важных управленческих решений;

4) проведение социально ответственной реструктуризации.

К первому направлению – мерам социальной защиты сотрудников организации – можно отнести следующие конкретные ее виды:

– ликвидацию всяческой дискриминации при найме на работу, оплате работы, карьерном продвижении;

– меры по обеспечению защиты жизни и здоровья работников, а также оказание помощи работникам в критических ситуациях. При этом следует отметить, что до разработки концепции КСО вопрос рассматривался более узко, речь шла только о безопасности труда. Сейчас вопрос рассматривается гораздо шире и меры по обеспечению защиты жизни и здоровья работников считаются необходимыми в КСО. Ученые, исследующие ключевые тенденции последнего времени в области управления человеческим капиталом с учетом концепции КСО, отмечают следующую закономерность: те возможности организации, которые используются для мотивации сотрудников, позволяют ослабить различные негативные последствия нагрузки, приводящие к ухудшению здоровья;

– поддержание достойной заработной платы – стабильной и приятной социально значимой.

Второе направление – развитие человеческого капитала организации происходит через обучающие программы и программы подготовки повышения квалификации, что повышает конкурентоспособность работников, снижает зависимость от одного работодателя, уменьшает нагрузку на государственный бюджет в случае потери работником своего места. Развитие человеческого капитала проводится в рамках стратегии развития персонала с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников. Кроме обучения и профессионального развития, может включать также применение мотивационных схем оплаты труда, поддержание внутренних коммуникаций в организации.

Третье направление КСО – система взаимодействия с работниками как основными стейкхолдерами любой компании. Это направление включает выявление и учет интересов сотрудников при принятии важных управленческих решений. Подобный подход отражает одну из ключевых тенденций последнего времени – ответственное отношение к сотрудникам и эффективное управление персоналом предусматривают их всестороннее вовлечение в процесс развития организации.

Четвертое направление – социально ответственная реструктуризация. Это направление социальных программ компании, которое призвано обеспечить проведение реструктуризации социально ответственным образом.

Виды внутренней корпоративной социальной ответственности

В рамках каждого направления конкретная организация разрабатывает и осуществляет свой комплекс мероприятий, создавая большое количество внутренних видов КСО, применяемых на практике:

- социальная защита персонала;
- отсутствие дискриминации в практике найма на работу;
- отсутствие дискриминации при карьерном продвижении;
- обеспечение защиты жизни и здоровья работников, в том числе санаторно-курортное лечение для сотрудников;
- достойное вознаграждение за труд, включая систему оплаты труда и меры социальной поддержки;
- участие компании в ипотеке и жилищном строительстве для своих сотрудников, в том числе жилищное строительство на условиях софинансирования муниципальных бюджетов;
- разработанная система взаимодействия с работниками как основными стейкхолдерами любой компании;
- обеспечение для работников возможности повышения квалификации, постоянного обучения;
- уважение семейных обязанностей работников, включая гибкую систему занятости и отпусков;
- обоснованные меры, дающие возможность трудовой самореализации представителям уязвимых групп, таких как коренные представители местных сообществ, мигранты, инвалиды и др.;
- участие в решении вопросов, связанных с молодежной или женской безработицей;
- информационно-разъяснительная работа, связанная с возможностью получения выплат и льгот на основе социальных программ;
- обучение и информирование работников в области социальной ответственности.

Этот список не является исчерпывающим, реальная практическая деятельность компаний в области КСО постоянно его дополняет.

Защита здоровья работников в современных условиях связана не только с созданием благоприятных условий труда, но и со стимулированием заинтересованности сотрудников в достижении целей организации. Современное понимание существующей связи между активным использованием организацией своих мотивационных ресурсов и здоровьем сотрудников представлено в модели П.

Главный для корпоративной социальной ответственности вывод, который следует из анализа этой модели, следующий: различные способы мотивации сотрудников позволяют ослабить многие негативные последствия нагрузки, приводящие к психосоматическим заболеваниям, эмоциональному выгоранию, а также депрессивным состояниям. Значит, различные мотивационные программы, внедряемые в организациях, также являются одним из видов внутренней КСО.

В качестве важной задачи, стоящей перед работодателем, можно отметить распространение идей корпоративной ответственности среди сотрудников и привлечение персонала к ее реализации на практике.

Становясь элементом корпоративной культуры и системы внутренних коммуникаций, эта концепция создает предпосылки для более успешного решения вопросов, находящихся в ведении менеджеров по управлению персоналом.

Принимая решения о конкретной программе КСО, менеджеры должны ориентироваться на стоящие перед организацией цели, а не на свои личные персональные интересы или убеждения. Мотивами для увеличения социальной ответственности бизнеса, которые хорошо сочетаются с достижением целей организации, могут быть следующие результаты внедрения мер КСО:

- 1) развитие собственного персонала позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке;
- 2) растет производительность труда в компании;
- 3) улучшается имидж компании, улучшается репутация;
- 4) происходит дополнительная реклама товара или услуги;
- 5) происходит освещение деятельности компании в СМИ;
- 6) достигается стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
- 7) создается дополнительная возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний;
- 8) обеспечивается сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
- 9) организация получает налоговые льготы.

Для реализации на практике концепции КСО, организация проявляет социальную активность, разрабатывая и реализуя социальные программы как внутренней, так и внешней направленности. Социальные программы внутренней направленности предполагают добровольно осуществляемую компанией деятельность по развитию персонала, созданию благоприятных условий труда и жизни работников, а также стимулирование заинтересованности работников в достижении целей организации путем учета их интересов при принятии важных решений. При этом главным критерием является соответствие программ миссии, целям и стратегии развития бизнеса. Миссия социально ответственной компании – это в том числе еще и официально сформулированная позиция компании в отношении своей социальной политики.

Отличительными особенностями социальных программ являются добровольность их проведения, системный характер и обязательная увязанность с миссией и стратегией развития компании.

Управление корпоративными социальными программами предполагает наличие следующих этапов:

- 1) определение приоритетов социальной политики компании;
- 2) создание специальной структуры управления социальными программами;

- 3) проведение программ обучения в области социальной ответственности; разработка социальных программ компании;
- 4) реализация социальных программ компании;
- 5) оценка и доведение до сведения заинтересованных сторон результатов реализации социальных программ компании.

Приоритеты социальной политики компании – это зафиксированные в документальном виде основные направления реализации социальных программ компании.

Кроме социальных программ, для реализации на практике КСО компании необходимо иметь социальный бюджет и желательно – корпоративный кодекс, этический кодекс или подобный им документ.

Социальный бюджет – это финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ. **Корпоративный кодекс** – это формальное изложение ценностей и принципов построения деловых отношений компании. В кодексе содержатся общая идеология компании, ценности компании, этические нормы поведения, бизнес-нормы (заявленные минимальные стандарты) и обязательство компании их соблюдать, а также требовать соблюдения этих стандартов, как от своих сотрудников, так и от поставщиков, подрядчиков, субподрядчиков и других деловых партнеров.

Анализ отношений корпоративной социальной ответственности в России выявил отсутствие сложившихся схем их разработки и реализации. Инфраструктура отношений социальной ответственности характеризуется следующими параметрами: отраслевые научно-исследовательские институты – отсутствуют, технологические организации промышленности – отсутствуют, проектно-конструкторские организации – отсутствуют.

Роль указанных структур выполняется множеством различного рода коммерческих организаций консалтинга, лизинга, маркетинга, доверительного управления, поэтому практика формирования корпоративной социальной ответственности в российских организациях разнообразна. Она носит исключительно субъективный и эмпирический, а не системный характер.

Например, корпорация «ВСМПО-АВИСМА» создало мощную систему охраны здоровья сотрудников, предполагающую не только лечение и профилактику заболеваний, но и мотивацию людей к поддержанию здоровья. В состав корпорации ВСМПО-АВИСМА входят предприятия: ОАО «АВИСМА титаномагниевого комбината» (г. Березники, Пермская область) и ОАО «Верхнесалдинское металлургическое производственное объединение» (г. Верхняя Салда, Свердловская область).

«АВИСМА» – крупнейший в мире интегрированный производитель титановой продукции. Определение стратегических направлений деятельности ВСМПО-АВИСМА в социальной сфере находится в компетенции генерального директора корпорации. Созданием и реализацией программ социальной политики занимается управление по социальным

вопросам. Социальный бюджет определяется как процент от объема выручки. В настоящее время он составляет 2–3 от этого показателя.

Концепция социальной ответственности компании основана на таких корпоративных ценностях «ВСМПО-АВИСМА», как учет интересов общества в хозяйственной деятельности компании, создание благоприятных условий для развития трудового коллектива, сохранение окружающей среды. Социальная деятельность «ВСМПО-АВИСМА» строится исходя из убеждения, что компании в первую очередь необходимо сосредоточиться на заботе о собственном трудовом коллективе.

Менеджмент считает, что в случае, когда большинство предприятий организует эффективную систему поддержки трудовых коллективов и членов их семей, это приведет к существенному повышению благосостояния общества в целом. Корпорации требуются высокопрофессиональные и мотивированные кадры. Достижение необходимого уровня мотивации возможно, когда человеку созданы благоприятные условия для работы и жизни.

Пространство социальной ответственности корпорации «ИлимПалп» покрывается внутренними и внешними социальными программами (последние охватывают благотворительность, спонсорскую поддержку программ развития физкультуры и спорта, социальное партнерство с регионами и территориями), экологическими программами. В отличие от большинства российских компаний «Илим Палп» полностью сохранила свою социальную инфраструктуру, существовавшую в советские времена. Цели внутренних социальных программ компании охватывают содействие профессиональному росту, повышение личностного потенциала и благосостояния каждого сотрудника. К средствам их достижения относятся:

- заключение на всех предприятиях «Илим Палп» коллективных договоров, фиксирующих размер минимальной заработной платы;
- создание системы дополнительного пенсионного обеспечения сотрудников (выплата пожизненной пенсии, размер которой зависит от величины трудового вклада работника)
- поддержка материнства и детства (ежеквартальная выплата дополнительного пособия матерям, находящимся в отпуске по уходу за детьми до трех лет; оплата содержания детей в детских дошкольных учреждениях);
- реализация оздоровительных программ (организация и оплата санаторно-курортного лечения работников и летнего отдыха детей; проведение профилактических осмотров и вакцинации лесохимиков в рамках программы «Здоровье»);
- организация ежегодных корпоративных соревнований между предприятиями «Илим Палп», результаты которых оцениваются по более чем двадцати показателям.

Огромное внимание в компании уделяется вопросам создания безопасных условий труда, своевременной выплаты зарплаты, дополнительного медицинского страхования, развития персонала (программы подготовки и повышения квалификации), мотивации сотрудников, организации отдыха, программам финансовой помощи работникам в критических ситуациях. Важный фактор гармонизации отношений в сфере труда в «Илим Палп» – постоянное взаимодействие социальных партнеров (работодателей и профсоюза).

Наглядный результат социального диалога – эффективная система коллективно-договорного регулирования, охватывающая все предприятия корпорации. О внутренних переменах работники исчерпывающе информируются через корпоративные СМИ, находящиеся в открытом доступе протоколы собраний работников предприятий и т.д.

Начальным этапом процесса разработки мероприятий социальной ответственности организации является анализ внутренних возможностей и потребностей организаций для их осуществления. Инициативными центрами социальной ответственности выступают общественные (некоммерческие) организации (профсоюзы, партии, движения) в вопросах оплаты труда, соблюдения режима труда и отдыха, переподготовки работников в случаях сокращения рабочих мест, медицинского обслуживания, санаторно-курортного лечения, компенсаций в случаях травматизма и т.п.

Инициаторами потребностей корпорации в осуществлении проектов (мер) социальной ответственности, выходящих за рамки деятельности организации, могут являться сами корпорации (холдинги, концерны, акционерные общества) или партнерские объединения, действующие на корпоративной основе при поддержке государственных органов (бюджета).

Потребности в инвестициях в данном случае определяются исходя из региональных условий реализации проектов корпоративной социальной ответственности, количества работающих, текущих оценок и прогноза заболеваемости, демографических показателей, экологических характеристик среды.

Возможности корпораций реализуются по схемам финансово-взаимодействия на основе расчетов экономической эффективности, предлагаемых проектов социальной направленности и обоснований долевого участия организаций в их реализации, подкрепленными соответствующими гарантиями.

Результаты начального этапа составляют основу для формирования стратегических целей и социальной политики в поведении каждого участника проектов. Ограничениями процесса выступают общеэкономические факторы – инвестиционный климат, инфляция, кредитная политика, состояние финансового рынка, организационная

культура, финансовая устойчивость участников соглашений, конъюнктура рынков в сфере бизнеса продвигаемых услуг.

Анализ среды в мероприятиях корпоративной социальной ответственности осуществляется дифференцированно по видам взаимодействия:

- с органами государственного управления (администрация района, области, налоговые и надзорные службы федерального уровня, службы социальной защиты);
- организациями бизнеса (субъекты ПХД, общественные движения и организации, объединения, инвесторы и кредиторы).

В связи с растущим интересом российских компаний, государственных учреждений и академических кругов к проблематике КСО, последнее время было представлено несколько аналитических докладов, посвященных социальной деятельности бизнеса в России.

Наиболее полным из них является «Доклад о социальных инвестициях в России – 2008». Этот доклад был подготовлен Ассоциацией Менеджеров в рамках проекта Программы развития ООН по продвижению «Глобального договора» ООН.

Доклад содержит анализ практик корпоративной социальной ответственности российских компаний, позиционируемых как лучшие.

В процессе подготовки доклада были проведены анкетные опросы среди 102 компаний – лидеров КСО и углубленные неформальные интервью с руководителями высшего звена, отвечающими за реализацию КСО в этих компаниях.

Среди опрошенных компаний были представлены в большинстве своем те, которые имели валовый объем продаж свыше 1 млрд руб., независимо от отраслевой принадлежности. При этом на долю сферы услуг пришлось 38 % компаний, на долю сырьевого сектора – 33 %, на долю отраслей перерабатывающей промышленности – 29 %. Активнее ответственность проявляется, когда она касается персонала собственного предприятия, и подобная диспропорция между внутренними и внешними социальными инвестициями за последние годы только увеличивается.

Таким образом, первый вывод, который можно сделать на основе анализа практики корпоративной социальной ответственности в России – в нашей стране преобладает внутренняя КСО.

Первыми критериями оценки социальных инвестиций в России стали количественный и качественный индексы, рассчитанные по агрегированным показателям для всех компаний.

Количественный индекс рассчитывался по трем разновидностям:

- как величина социальных инвестиций, приходящаяся на одного работника;
- как отношение социальных инвестиций к валовому объему продукта;
- как удельный вес социальных инвестиций в балансовой прибыли.

Социальные инвестиции в данном контексте – материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных

программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта.

При этом суммарные результаты по всем фирмам были соответственно: социальные инвестиции на одного работника – 54,3 тыс. руб., отношение социальных инвестиций к валовому объему продаж – 3,76 %, удельный вес инвестиций в балансовой прибыли – 6,25 %.

Качественный индекс социальных инвестиций показывает, каким образом процесс социального инвестирования выстраивается внутри компании, и рассчитывается на основе тринадцати индикаторов, сведенных в три группы: институциональное оформление стратегии КСО (имеется в наличии у 87 % опрошенных компаний), систему учета социальных мероприятий (реализуется у 52% компаний), комплексность осуществляемых мероприятий (положительно оценена у 64 % компаний).

На основе приведенных данных можно утверждать, что в случае социальной ответственностью российский бизнес столкнулся с типично российской проблемой: документальное, формальное сопровождение социальных программ опережает как их реализацию, так и контрольно- учетные мероприятия.

Определенный интерес представляет структура корпоративных социальных инвестиций. Они могут быть как внутренними для организации, так и внешними.

В России преобладание внутренних социальных инвестиций носит устойчивый характер, в то время как инвестиции, связанные с добросовестной деловой практикой и направленные на взаимодействие с потребителями и деловыми партнерами, пока не получают должного развития. Это вызвано тем, что внутренняя ориентация социальных инвестиций более эффективна экономически, так как быстрее окупается.

В ходе исследования российские компании продемонстрировали отсутствие единого понимания сущности КСО, и, как следствие, значительное разнообразие практических видов КСО.

Большинство компаний придерживаются обобщенных подходов, ориентированных на актуальные документы международных и российских организаций, таких как Глобальная инициатива по отчетности, Глобальный договор ООН, Социальная хартия российского бизнеса РСПП и Позиция Комитета Ассоциации Менеджеров по корпоративной ответственности и других.

Оригинальные и специфичные определения КСО используют лишь 15 компаний из 102. Например, это ОАО «Татнефть», согласно которой «КСО – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества, осуществляемый посредством социальных инвестиций, направленных на профессиональное развитие и социальную защиту персонала, поддержку здравоохранения, спорта, культуры, образования, охрану окружающей среды», или ОАО «ОГК-4», которая считает, что «ответственность генерирующих компаний состоит в качественном и бесперебойном производстве электро- и теплоэнергии».

КСО в России носит как стратегический, так и реагирующий характер.

Исследования показывают, что реагирующая КСО все таки преобладает в отечественном бизнесе по отношению к стратегической: это и нерегулярные благотворительные пожертвования музеям, и помощь малоимущим, и программы, снижающие экологические риски.

Но отдельные компании, например «Роснефть», осваивают и стратегическую КСО, реализуя такие долгосрочные социальные проекты, как ипотека и санаторно-курортное лечение для своих сотрудников или жилищное строительство на условиях софинансирования муниципальных бюджетов.

Среди документов, в которых закреплена стратегия компании в области КСО, компании-респонденты выделили следующие:

- коллективный договор – 58 %;
- кодекс корпоративного поведения – 29 %;
- этический кодекс – 22 %;
- отдельный документ, утвержденный высшим исполнительным органом – 21 %;
- другое – 12 %;
- у 12 % подобный специальный документ отсутствует.

Кроме того, компании демонстрируют и значительное разнообразие в выборе подразделений, непосредственно отвечающих за реализацию стратегий в области КСО.

Рейтинг здесь таков:

- департамент по управлению персоналом – 59 %,
- все подразделения организации в рамках реализации своих функций – 39 %,
- департамент по связям с общественностью – 38 %,
- департамент по экологии и охране окружающей среды – 14 %,
- департамент по социальному развитию – 12 %,
- специально созданные межфункциональные группы – 7 %,
- департамент маркетинга – 6 %,
- департамент по социальной ответственности – 5 %,
- департамент по отношениям с инвесторами – 3 %, другое – 14 %.

Этот результат говорит о том, что лишь в редких случаях в компаниях имеются специальные комитеты по КСО; гораздо чаще, ввиду ориентированности на определенные группы людей, проблемами социальной ответственности занимаются маркетологи, менеджеры по персоналу или специалисты по отношениям с инвесторами или же занимаются все подразделения, что, по сути, может означать отсутствие единой социальной политики организации.

Раздел 2. Формирование корпоративной социальной ответственности в организации

Лекция 7. КСО как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации

В мировой практике 1990-х гг. появились ряд крупных корпораций, которые в рамках глобализации решение социальных проблем определили в концепции «корпоративного гражданства» – своего рода форму высшей степени ответственности бизнеса перед обществом.

Как правило, формальное определение корпоративной социальной ответственности предполагает обязанность менеджмента организации принимать решения и осуществлять действия, которые увеличивают уровень благосостояния и отвечают интересам как общества, так сообщества самой компании. При этом под КСО обычно принято понимать ответственность компании, работодателя, делового партнера, члена сообщества (обычно «сообщество» определяется географией деятельности компании: муниципалитет, регион, отдельные страны). Кроме того, КСО – это часть постоянной стратегии компании по увеличению своего присутствия в обществе и развитию своего бизнеса; возможность оказать позитивное влияние на сообщество, в котором работает компания.

С начала 2000-х гг. в России создана и функционирует Ассоциация менеджеров России (АМР), которая более узко определяет понятие корпоративной социальной ответственности: «КСО – это добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций». АМР далее уточняет, что социальные инвестиции бизнеса – это материальные, технологические, управленческие и иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон. Таким образом, предполагая, что в стратегическом отношении компанией будет получен (хотя и не всегда и не просто измеряемый) социальный и экономический эффект.

Сегодняшняя практика КСО стала составной частью стратегии и тактики корпоративного управления, а не просто неким пиаром. Современная деятельность КСО отражается в системе экономических, экологических и социальных показателей устойчивого развития, ведется через регулярный диалог с обществом, является частью стратегического планирования и управления компаниями.

В настоящее время КСО – это настоящая управленческая философская парадигма. В этой связи, решения в области КСО принимаются всеми взаимосвязанными уровнями корпоративного управления – непосредственно собственниками компаний, советами директоров и менеджментом. Дело в том, что все без исключения производственно-технологические и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компаний и для общества.

Такое построение КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности, а также роста рыночной капитализации компаний. Итак, КСО занимает постепенно ключевые позиции в стратегическом управлении бизнесом.

Вместе с тем корпоративная социальная ответственность предполагает устойчивое развитие компании между ее интересами в экономике, охраной окружающей среды и социальной политикой внутри корпорации. Однако здесь существует возможность угрозы для компании в контексте ее дальнейшего развития. Поэтому КСО не должна ставить под угрозу будущее компании. Излишних расходов по КСО тоже не должно быть.

Понятие «устойчивое развитие» прочно вошло в систему корпоративного управления в развитых странах мира. Этот подход определился после 1992 г., когда на конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро и потом в Йоханнесбургской декларации по устойчивому развитию, наиболее развитые страны мира и некоторые передовые страны с переходной экономикой, взяли на себя значительные международные обязательства, которые были одобрены на мировом саммите 2002г.

После этого появилась новая управленческая философия под названием «устойчивое развитие» компании, где любое управленческое решение принимается с учетом и экономического, и экологического, и социального результата. КСО является формой реализации устойчивого развития.

Нужно отметить, что кроме имеющихся в странах национальных программ «устойчивого развития», многие компании принимают свои собственные корпоративные планы «устойчивого развития». Но в деловых кругах пока не сложилось твердой системы при проведении деятельности в этом направлении. Дело в том, что разные страны и компании действуют в неодинаковых условиях. Вместе с тем, несмотря существенные различия, сложилось стратегическое направление «устойчивого развития», которое одно для всех компаний: нарушить прямо пропорциональную зависимость экономического роста и негативного воздействия на окружающую среду.

В современных условиях «устойчивыми» и, соответственно, наиболее социально ответственными считаются такие предприятия, которые реально, в практических своих действиях, добились снижения негативного экологического воздействия при одновременном росте производства товаров и услуг. Кроме того, они это подтверждают в течение нескольких лет. Даже мероприятия, проводимые компаниями, по выводу «грязных» производств за пределы своих стран практически никак не влияет на требования по показателям «устойчивости» компании. При этом, для транснациональных компаний в зависимости от стран, в которых размещаются дочерние структуры, требования по экологии не снимаются, хотя имодифицируются.

Необходимо отметить, что в настоящее время в экономически развитых странах Северной Америки и Европейского Союза КСО как система управления устойчивым развитием превратилась в ключевую идеологию

бизнеса и основу социального партнерства с властями, а также гражданским обществом. Например, в начале XXI в. в правительстве Великобритании появился пост министра по социальной ответственности, который координирует всю корпоративную социальную ответственность бизнеса в стране. Кроме того, в странах ЕС 2005 г. был объявлен годом корпоративной социальной ответственности. В этих же странах в течение последних 12 лет во многих компаниях (независимо от профиля и сектора) появились должности вице-президентов по корпоративной социальной ответственности.

Сама стратегия социальной ориентации корпорации оказывает влияние на формы и методы работы менеджмента. В этой ситуации основной задачей для него становится вовлечение всего персонала в социальные мероприятия, которые проводятся корпорацией. В 1999–2000 гг., в рамках ООН был инициирован Глобальный договор между ООН и мировым бизнесом, Который основан на десяти основополагающих международных принципах в области прав человека, труда, экологии и антикоррупционной деятельности. Нужно отметить, что по своей сущности и содержанию эти принципы в полной мере соответствуют концепции устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса.

В 2006 г. Ассоциация менеджеров России (АМР) приняла меморандум «О принципах корпоративной социальной ответственности», где дано определение о том, что в развитии принципов КСО в нашей стране нельзя отходить от международных стандартов в этой сфере.

Основными принципами АМР являются:

- производство качественной продукции и услуг для потребителя;
- создание привлекательных рабочих мест;
- «неукоснительное» выполнение требований законодательства;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- построение добросовестных и взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами.

По мнению наиболее известных отечественных менеджеров к приоритетным направлениям КСО в России являются:

- инвестиции в развитие персонала;
- создание безопасных условий труда и охрана здоровья;
- поощрение благотворительности;
- природоохранная деятельность и ресурсосбережение.

Устойчивое развитие корпорации, как итоговая цель КСО, – это постоянный диалог с обществом. Российская общественность должна быть в курсе всего, что делается в корпорации. Поэтому наиболее сложным, но максимально эффективным, является устойчивый контакт компаний с СМИ. В западных странах сложилось представление, что наиболее предпочтительным будет путь, когда корпоративная социальная ответственность ориентирована преимущественно на внешнюю сторону этой деятельности. Система

отношений компании с обществом должна строиться на тех же основаниях поиска уникального позиционирования, как и отношение компании с ее конкурентами и потребителями.

Каждая компания обладает знаниями и ресурсами, позволяющими ей определить специфический набор социальных проблем, к решению которых она наиболее подготовлена и, в свою очередь, разрешение которых даст ей наибольшие конкурентные преимущества. При этом основным критерием выбора объекта КСО выступает возможность создания ценности, как для компании, так и для общества.

М. Портер и М. Креймер сформулировали две модели привязки корпоративной социальной ответственности и корпоративной стратегии **«реагирующую КСО» и «стратегическую КСО»**.

Реагирующая КСО направлена на позиционирование компании в качестве «хорошего корпоративного гражданина», на смягчение вреда, возникающего в процессе создания ценности. Эта модель позволяет обеспечить среднесрочное поддержание репутации и снизить нефинансовые риски в краткосрочной перспективе.

Стратегическое КСО включает в себя два основных измерения, соответствующих отраслевой концепции: воздействие конкурентной среды на фирму и, наоборот, воздействие фирмы на конкурентную среду. Соответственно, она охватывает стратегическую филантропию, улучшающую конкурентную позицию компании в отрасли, а также трансформацию цепочки создания ценности, осуществляемую в процессе соответствующих инноваций. Таким образом, стратегическая КСО подразумевает интеграцию КСО в корпоративную стратегию, причем интеграцию, которая способна эту стратегию обогатить за счет повышения потенциала компании в создании ценности.

При этом М. Портер и М. Креймер указывают, что корпорации оказывают на общество глубокое позитивное воздействие, создавая рабочие места, инвестируя капитал, приобретая товары и занимаясь своим повседневными делами. Кроме того, они также отмечают, что усилия, направленные на поиск общих ценностей как в практике ежедневных операций, так и в решении социальных вопросов конкурентной среды, способны не только ускорить экономическое и социальное развитие, но и изменить взгляд компаний и общества друг на друга: перейти от терминологии корпоративной социальной ответственности к корпоративно- общественной интеграции.

Корпоративно-общественная интеграция – это, безусловно, наиболее предпочтительная модель для любой корпорации. Конечно, прямой зависимости между тесной связью корпорации и общества и прибылью не существует, но существуют пути, следуя которым социально ответственные компании могут получить конкурентные преимущества, даже если эти преимущества не могут быть корректно отражены в финансовых показателях. Например, американские ученые Л. Бурк и Дж. Логздон в своей статье с интересным названием «Как окупаются корпоративная социальная

ответственность» определили комплексный подход к анализу корпоративной социальной деятельности в русле ресурсной концепции. По мнению этих авторов, корпоративная социальная ответственность является стратегической, когда она приносит фирме существенные выгоды, связанные с ее бизнесом, особенно путем поддержки основной бизнес-деятельности, и, таким образом, вносит вклад в эффективность реализации миссии фирмы. Было выделено пять измерений стратегической КСО:

- приоритетность: степень соответствия миссии и цели фирмы;
- специфичность: способность фирмы к интернализации выгод от корпоративной социальной деятельности;
- проактивность: степень, в которой планируемые программы упреждают общественные тенденции и кризисные явления;
- добровольность: степень добровольности принимаемых решений и развитости соответствующих внутрифирменных стандартов;
- наглядность: распознаваемость деятельности фирмы и ее оценки внутренними и внешними заинтересованными сторонами.

Безусловно, отечественная система корпоративной социальной ответственности находится в стадии становления и нуждается в сравнительном анализе основных тенденций, подходов и применения практик ответственного предпринимательства в западных странах.

Исследования, которые проведены вначале XXI в. показали, что формы корпоративной социальной ответственности в США и Европе можно разделить на две группы:

- Открытые.
- Скрытые.

Открытая форма корпоративной социальной ответственности означает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересованно общество. Открытая форма корпоративной социальной ответственности обычно затрагивает добровольные и самостоятельно определяемые линии поведения, программы и стратегии корпорации по вопросам, которые воспринимаются самой корпорацией или ее стейкхолдерами как часть их (корпорации или стейкхолдеров) ответственности и перед обществом.

Скрытая форма корпоративной социальной ответственности реализуется через неофициальные институты страны, с ними согласована или предписана ответственность корпораций за общественные интересы. Такая скрытая форма корпоративной социальной ответственности обычно включает в себя ценности, нормы и правила, зачастую ведущие к обязательным требованиям в отношении корпораций в вопросах, которые общественные, политические, экономические интересы (страны) рассматривают как обоснованные обязанности юридических лиц.

Американская модель корпоративной социальной ответственности. Нужно отметить, что еще с XIX в. сложилось международное мнение

о том, что корпоративная социальная ответственность – это исключительно американское явление. Да и в самом деле, традиции филантропии и добровольной помощи бизнеса другим слоям общества получили распространение в США еще в XIX в. Дело в том, что в силу природы американского бизнеса, основанной на максимальной свободе субъектов, многие сферы общества остаются до сегодняшнего дня саморегулируемыми. Американское общество разработало многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества. Например, немыслимое количество корпоративных фондов, нацеленных на решение разнообразных социальных проблем за счет бизнеса. Известно, что американское профессиональное образование спонсируется частным сектором, как ни в одной другой стране мира. Разумеется, исключаются из сравнения те страны, где образование, здравоохранение, другие социально значимые области существования общества финансируются государством. Это объясняется тем, что бизнес заинтересован в добровольных вливаниях в образование, пенсионные и страховые схемы для персонала и иные социально значимые программы.

Вообще для США характерно минимальное вторжение государства в частный сектор. Классическим примером является Фонд Билла и Мелинды Гейтс с капиталом почти 27 млрд долларов, полностью финансируемый из личного состояния супругов Гейтс для целей улучшения системы образования и здравоохранения в различных странах мира.

Модель корпоративной социальной ответственности в континентальной Европе. В отличие от США, где корпоративная социальная ответственность инициируется самими компаниями, выходя далеко за рамки требований законодательства в вопросах взаимоотношений компаний со своими стейкхолдерами, европейские корпорации более заметны в вопросах ограничения своей ответственности перед обществом.

Европейская модель корпоративной социальной ответственности не является открытой линией поведения компании. Наоборот, та корпоративная деятельность, которая традиционно рассматривается в США как КСО (т.е. проводимая исключительно по инициативе самого бизнес-сообщества), в Европе, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств.

Следуя модели корпоративной социальной ответственности, рассматривающей экономическую, юридическую, этическую ответственность компаний и их благотворительную деятельность, можно выделить некоторые отличия континентальной модели корпоративной социальной ответственности от американской:

- экономическая ответственность в основном фокусируется на аспекте прибыльности бизнеса и на ответственности компании перед ее акционерами; европейцы, как и американцы, в данную группу отношений также относят ответственность бизнеса перед работниками предприятий и местными сообществами;

•юридическая ответственность – это база для любой формы социальной ответственности в Европе; европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, в то время как в США подобное государственное регулирование воспринимается как вмешательство в вопросы личной свободы.

•этическая ответственность. Большинство социальных проблем относятся европейскими компаниями к сфере этической ответственности. Нужно отметить, что европейцы, в отличие от американцев, не очень склонны доверять частному сектору. Очевидно, что именно этим объясняется более высокий уровень внимания к бизнесу со стороны общественности в Европе, чем в каких-либо других странах (например, вопросы экологии, атомной энергетики, испытания медицинских препаратов на животных, генная инженерия находятся постоянно на повестке дня у европейской общественности).

Благотворительность не так популярна в Европе, как в США. Это возможно, очевидно, объяснить уровнем налогового бремени, значительно превышающим американские аналоги. Как следствие, европейские корпорации принимают участие в филантропических акциях преимущественно через юридически закрепленные механизмы. В связи с этим, в настоящее время даже появился новый термин для обозначения европейского варианта корпоративной социальной ответственности – это корпоративная способность к социальному реагированию.

Одной из основных особенностей континентальной модели корпоративной социальной ответственности является его государственное регулирование. Поэтому такую модель зачастую относят к скрытым формам корпоративной социальной ответственности. Например, во многих странах Европы законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование и ряд других социально значимых вопросов.

Также нужно отметить, что, например, правоотношения между работодателем и работником в Европе отрегулированы более детально, чем в США. И в целом в Европе госрегулирование многих аспектов корпоративной социальной ответственности значительно превосходит американскую систему. Хотя существуют определенные различия в европейских странах в применении концепции корпоративной социальной ответственности, между ними много общего. Это проявляется, прежде всего, в том, что европейские политики придают большое значение поддержке разнообразных инициатив в корпоративной социальной ответственности.

Британская модель корпоративной социальной ответственности. Как известно, Великобритания занимает в мире свое особое место как «мастерская мира», где А. Смит создал свой знаменитый труд «Исследование о природе и причинах богатства народов». Кроме того, эта островная страна географически не входит в континентальную Европу. Корпоративная социальная ответственность в Великобритании сочетает в себе элементы

американской и континентальной моделей. Общим с континентальной Европой является, прежде всего, активная поддержка бизнеса со стороны государства.

Британия имеет хорошую репутацию страны, где развита государственная система социального обеспечения и здравоохранения. Одновременно присутствуют и американские элементы корпоративной социальной ответственности, которые особенно четко проявились на рубеже 1979–1980-х гг. в период реформ М. Тэтчер. В целом для британской модели характерны такие признаки:

- широкое развитие сектора независимого консалтинга в области КСО;
- пристальное внимание финансового сектора к проектам в области корпоративной социальной ответственности (тенденция роста количества социальной ответственных инвестиционных фондов);
- повышенный интерес средств массовой информации (например, «Таймс» публикует индексы социальной ответственности в своем еженедельном разделе «Профиль Компании»);
- система бизнес-образования Великобритании однозначно превосходит такую систему континентальной Европы по количеству и разнообразию учебных курсов в области корпоративной социальной ответственности;
- активное участие правительства в развитии корпоративной социальной ответственности (в Великобритании даже существует министерство по координации корпоративной социальной ответственности);
- принципиальным моментом является ярко выраженная инициативность самого бизнеса в создании проектов в области корпоративной социальной ответственности, что, по сути, полностью согласуется с принципом добровольности.

В целом, процесс развития британской модели корпоративной социальной ответственности носит характер постепенного развития. Активная роль британского правительства выражается в политике поддержки компаний, освещающих свою деятельность в социальной и природоохранной сфере и взаимоотношениях с персоналом. Целый ряд законодательных актов устанавливает льготный режим налогообложения для компаний, ведущих свой бизнес социально ответственно и с позиций деловой этики, особенно в вопросах эффективного использования энергии, вторичной переработки отходов производства и т.п. Таким образом, общей тенденцией, как для британской, так и континентальной модели корпоративной социальной ответственности является их очевидная скрытая форма с постепенным движением в сторону открытой модели.

Лекция 8. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности

Категория эффективности в теории экономики и менеджмента обусловлена общественным сознанием и востребована обществом как объективное условие существования организации, закон ее жизнедеятельности.

Ответственность связана с выполнением общепринятых норм и правил поведения организаций как социально-экономических систем (СЭС). Но эти правила непрерывно изменяются, так же, как и изменяется деятельность самих организаций, в том числе и в их ресурсном обеспечении.

Проблема оценки эффективности отношений социальной ответственности исторически обусловлена. Одним из правил свода нравственных принципов хозяйствования, принятых на итоговом пленарном заседании Всемирного Русского Собора (1912 г.) была определена значимость хозяйствования как социально-ответственного вида деятельности. Государство, общество, бизнес в соответствии с принятыми правилами должны были вместе заботиться о достойной жизни тружеников, а тем более о тех, кто не может зарабатывать на хлеб. Человек представлялся не как «постоянно живущий организм», а как организм, которому нужно время для отдыха, духовной жизни, творческого развития. Работа не должна убивать и калечить человека. Неуважение к собственности, эксплуатация порока и инстинктов, употребление лжи и оскорблений в конкурентной борьбе представлялись антисоциальными.

В принципах, принятых в 1999 г. на Конференции по деловой культуре, организованной Союзом промышленников и предпринимателей (СППРФ) указано об отказе в совершении действий, направленных на усиление социальной напряженности в обществе от применения незаконных форм борьбы и норм, противоречащих корпоративной этике в России.

Практика менеджмента показывает, создавая предпосылки для устойчивого развития, социально ответственное поведение в долгосрочной перспективе способно давать ощутимые экономические выгоды и отдельной фирме, и экономике в целом.

Так, в 1999 г. в ходе обследования 500 крупнейших американских корпораций было установлено, что добавленная стоимость у компаний, публично принявших обязательства этического характера, была вдвое выше, чем у остальных. Те из них, которые в своей деятельности были ориентированы на социальные, экологические и этические приоритеты, имели лучшие экономические показатели, чем остальные.

Тем не менее в краткосрочном периоде социальные инвестиции означают дополнительные издержки и соответственно некоторое снижение конкурентоспособности. Отсюда следуют два важных вывода:

- социально ответственное поведение могут позволить себе, в первую очередь, наиболее сильные корпорации, имеющие большой запас прочности и серьезные конкурентные преимущества;
- для распространения в предпринимательской среде социально ответственного поведения оно должно стимулироваться как государством, так и гражданским обществом.

Со стороны государства стимулирование, как правило, принимает форму налоговых льгот и, что как нельзя более актуально в современных российских условиях, встречного финансирования социально значимых проектов, частно-государственного партнерства. Стимулирование со стороны

гражданского общества осуществляется посредством нормативного принуждения. Оно формируется как результат предпочтений значительной части населения:

- покупки товаров у социально ответственных производителей (согласно данным опросов, в развитых странах 80–90 % потребителей делают выбор в пользу компаний, которые вовлечены в социально значимые проекты);
- инвестирования денежных средств в акции социально ответственных фирм;
- связывания своей трудовой карьеры с социально ответственным работодателем.

Особенностью оценки эффективности отношений социальной ответственности, является низкий уровень технологичности управления в данной сфере. Разработка оценки эффективности социальных технологий, несмотря на все их многообразие и многообразие социальных инвестиций, значительно отстает от запросов практики. Задачи технологии управления, в том числе в социальной сфере, обострились в России в связи с переходом к рынку, разгосударствлением собственности, вовлечением работников (собственников, наемного персонала) в процесс принятия управленческих решений.

Реальности российской экономики (активизация общественного мнения, демократизация, трудовые национальные конфликты) нуждаются в социально-психологическом оснащении позиций менеджмента. При этом традиционного описания и объяснения того или иного социального феномена оказывается недостаточно. Необходимо моделирование и конструирование социальных процессов, разработка социальных технологий управления на уровне организации. Социальные программы (проекты) способствуют определению оптимальных соотношений стратегических и тактических задач в повышении эффективности управления организацией.

Признаками технологизации являются разграничение, разделение, расчленение социального процесса на этапы (фазы, операции), контроль однозначности выполнения процедур и операций. Технологизация управления социальными процессами позволяет решить следующие задачи:

- зафиксировать состав оптимально необходимых операций (процедур), обеспечивающих регулирование социальных процессов;
- обеспечить стандартизацию процесса управления;
- определить формы объединения действий заказчиков и исполнителей;
- определить границы действий исполнителей;
- создать условия открытости (информированности) во взаимодействиях исполнителей социальных проектов;
- измерить и определить механизмы поведения участников;
- определить оценки устойчивости и эффективности социальных процессов.

В связи с тем, что к деятельности в сфере социальных гарантий работников крупнейших российских акционерных обществ имеют отношение различные организации, дочерние общества, департаменты и подразделения

обществ, собрать всю аналитическую информацию крайне затруднительно. Единого документооборота, представляющего весь экономико-управленческий процесс в социальной сфере (например, обеспечения жильем нуждающихся работников) – нет. Поэтому осуществить в полной мере диагностику существующего состояния данной проблемы (по критериям оптимальности финансирования, управляемости и др.) не представляется возможным. Во множестве случаев эксперты ссылаются на слабое взаимодействие в области социальной политики между дочерними предприятиями и центральным аппаратом организации, отсутствие единых правил и измерителей, отсутствие унификации корпоративных принципов реализации социальной политики, слабость законодательной базы и отсутствие эффективного экономического механизма.

Существует рейтинг наиболее известных социально-ответственных компаний, возглавляемый «Газпромом», «Сбербанком». Эти компании известны более чем половине респондентов опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (далее – ВЦИОМ). Высокий уровень известности получили компании РАО ЕЭС, «АвтоВАЗ» и «РУСАЛ». Расходы на решение социальных проблем лучших российских компаний составляют сейчас в среднем от 1 до 1,5 % их прибыли. На Западе на эти цели тратят значительно больше. Например, компания «Бритиш Петролиум» расходует в этом направлении до 10 % прибыли. Результатом осуществления социальных программ является:

- позитивное влияние на рынок потребителей (содействие развитию местной спортивной команды, участие в поддержке одаренных детей, помощь приютам) привлекает потребителей товаров данной фирмы;
- позитивное влияние на акционерный капитал (акции фирмы с устойчивой социальной активностью быстрее находят своих обладателей, что ведет к росту капитализации компании);
- привлечение для работы на фирме высокопрофессиональных специалистов (обычно компания, имеющая внешние социальные программы, проводит стабильную внутреннюю социальную политику);
- создание положительной устойчивой репутации компании в обществе (особенно на уровне местного сообщества, а в случае масштабных социальных программ – на национальном и международном уровнях) и др.

Существует и другая точка зрения на взаимодействие организаций в процессе их жизнедеятельности, когда они рассматриваются как связи множества организаций разных уровней иерархии. В этом случае каждая из организаций (субъектов жизнедеятельности) является частью другой, функционально связанная с ней. Функция социальной ответственности становится неотъемлемой деятельностью каждой из СЭС (организаций), заполняя все их пространство жизнедеятельности. Таким образом, она является распределенной функцией и нуждается в корпоративных усилиях для ее эффективной реализации.

Сложившаяся практика оценки корпоративной социальной ответственности в России такова (по данным опроса директоров):

- представители бизнеса осознают необходимость социальной активности компаний, многие из них готовы вкладывать в это дополнительные средства;
- основной целью благотворительной деятельности менеджеры компаний видят улучшение имиджа компании;
- благотворительная деятельность в России носит в целом бессистемный характер (решения о выделении средств принимаются на основе личных симпатий первых руководителей компании, благотворительность не увязывается со стратегией компании);
- из-за недоверия к некоммерческим организациям-посредникам в основном практикуется прямая поддержка разовых мероприятий, что не позволяет создать действенную инфраструктуру рынка социальных проектов;
- благотворительная деятельность в России активно развивается, но ее развитие возможно только в случае осознания корпорациями собственных выгод от благотворительной деятельности и развития института независимых благотворительных организаций.

Новые вызовы глобализации в мировой экономике заставляют искать пути формирования нового экономического порядка, механизмов и правил экономического сотрудничества, направленного на гуманизацию международных экономических отношений. Решение возникших сложнейших мировых проблем возможно с участием международных структур на многостороннем уровне в рамках Организации Объединенных Наций и других региональных международных организаций, так как других постоянно работающих межгосударственных механизмов сегодня в мире не существует.

Существует три наиболее популярные в мировой практике методологии измерения результатов деятельности организаций, используемые в различных отраслях экономики:

- на основе «функционально-стоимостного анализа» (ФСА);
- на основе «сбалансированной системы показателей»;
- на основе «экономической добавленной стоимости» (ЭДС).

Критерий оценки эффективности корпорации включает элементы: лидерство, стратегия, клиенты, информация, бизнес-результаты.

В методологии оценки экономического потенциала корпораций выделен подход на основе систематизации структуры общества по следующим составляющим: состояние общества, состояние хозяйства, состояние техники. Состояние общества может быть социалистическим, индивидуалистическим и этактическим. Состояние хозяйства определяется мотивацией экономического поведения и хозяйственной этикой. Состояние техники представлено либо традиционно-экспериментальным, либо эмпирически-научным характером деятельности.

Многообразие отношений взаимодействия власти, бизнеса и общества порождает многообразие моделей их формализации (сетевая, кластерная,

корпоративная), критерием функционирования которых является достижение баланса интересов участников и получение ожидаемых эффектов.

Развитие частно-государственного партнерства в инновационной сфере, особенно прорывных технологий (нанотехнологий), способствует объединению на равноправной основе усилий бизнеса и власти в решении проблемы социальной ответственности.

Социально-ответственно должно вести себя и общество в вопросах здорового образа жизни, семьи, духовного воспитания поколения, использования в повседневной практике национальных традиций и действующего законодательства. Критериями регулирования этих взаимодействий могут быть оценки экономического потенциала отношений социальной ответственности.

Рассмотренные оценки социальной ответственности, наблюдаемые в практике российского менеджмента, дают возможность определить лишь качественные характеристики отношений социальной ответственности и их потенциала. Потребность в аналитических оценках отношений этого вида обусловило применение для них эмпирического подхода. Его сущность заключается в проверке чувствительности корпорации к регулирующим воздействиям социального характера. Анализируя реакции системы, лица, принимающие решения (ЛПР), осуществляют поиски наиболее эффективных способов воздействия, соответствующих субъективно принятым критериям управления.

Экономический потенциал развития корпоративной социальной ответственности отражает в себе возможности реализации проектов аккумулирующих стратегические интересы, а значит, и средства их участников. Публичное продвижение проектов обуславливает необратимость проявленных инициатив организаций. Критериями реализуемости проектов социальной ответственности организаций становятся оценки реального состояния создаваемых объектов (мер) с учетом итеративной корректировки взаимодействия организаций – участников проектов и изменений в структуре их внутренних возможностей и потребностей.

Результатом, характеризующим экономический потенциал корпоративной социальной ответственности организации, может быть прирост собственных средств, формируемый под влиянием вложений федерального уровня.

Отсутствие прироста собственных средств в процессах реализации социальных проектов корпораций отражает недостаточный уровень организации их осуществления. В результате таких эффектов необходима целевая направленность финансовых средств на реализацию социальных проектов, усиление контроля их использования по назначению.

Применение оценок социальной активности организации в отношении социальной ответственности организаций разнообразно. Применительно к рассматриваемым явлениям в деятельности организации наиболее эффективными измерителями в системе управления представляются *индексные оценки*. Наиболее распространенной и актуальной задачей

управления является задача выбора инвесторов и направления деятельности в сфере социальной ответственности.

Хозяйствующие субъекты разных уровней вправе выбрать без «моральных» потерь тот состав инвесторов, который наиболее соответствует их запросам и профилю деятельности. Выбор при этом отождествляется с селекцией клиентуры, способами ее привлечения и удержания. При этом различают двойственность выбора:

- видов деятельности в сфере социальной ответственности и
- выбора партнеров (инвесторов) в этой сфере.

Исходной информацией выбора партнеров являются факторы (перечислены в порядке убывания значимости):

- географическое размещение,
- наличие субсистем (филиалов, отделений, представительств);
- оценка финансового состояния;
- доходность, в том числе уровень капитализации;
- кредитование по оплате жилья;
- виды финансовых операций (лизинг, факторинг, траст, наличные, векселя и др.);
- содействие и консультация финансовых операций для персонала;
- квалификация персонала;
- страхование жизни и здоровья;
- профессиональная ответственность;
- наличие системы краткосрочного кредитования на учебу и лечение;
- размер минимального пакета акций;
- доступность и доверие руководства организаций;
- психологическая комфортность.

Территориально организации-партнеры должны быть по возможности расположены в пределах оперативной досягаемости. Финансовое состояние партнера характеризуется размером его уставного капитала на год основания, его динамикой, региональным рейтингом, ликвидностью, платежеспособностью, надежностью. Рассматриваемые показатели в предлагаемой методике оцениваются в соотношениях по индексам и сводятся в таблицы для обобщения по выбранным критериям и формам собственности (государственная, муниципальная, частная, смешанная, общественных объединений).

Задача выбора направления деятельности в сфере КСО заключается в создании условий, привлекательных для организаций при формировании корпоративных интересов в реализации проектов социальной направленности. Если организация намеривается иметь в своей деятельности окупаемые направления, обеспечивающие устойчивое воспроизводство ресурсов (в частности трудовых), то оно должно обеспечить достаточно высокий уровень платежеспособности, при котором инвесторы предоставляют ему финансовые средства.

Координаторами направлений социальной ответственности организаций могут быть, как показывает практика, как органы государственного управления (федеральные, региональные, местные), так и организации, для которых эта деятельность является приоритетной.

Существуют традиционные показатели, характеризующие финансовое состояние организаций по направлению деятельности (коэффициенты платежеспособности). В практике менеджмента к ним относят:

- коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{лик} > 0,2$),
- коэффициент покрытия ($K_{оп} > 1,5-2$).

Общий коэффициент покрытия среди рассмотренных измерителей показывает, способна ли организация выполнять свои обязательства по социальным проектам по какому-либо направлению, не создавая затруднений для вновь образуемых организаций в социальной сфере. Решение этой задачи необходимо для аналитического обоснования вариантов взаимодействия организаций в проектах социальной направленности. Объектом анализа при выборе направлений являются цели на будущее развитие текущей стратегии, представления о СЭС, возможности проектов.

В отраслевом планировании организации промышленности, например, система индикаторов включает в себя:

- абсолютные индикаторы (объем реализованной продукции, простои в ремонте, использование мощностей оборудования);
- относительные индикаторы (рентабельность производства, производительность труда, количество оборотов оборотных средств, доля не прямых затрат всебестоимости);
- индикаторы динамики (темп снижения или роста себестоимости товарной продукции, темп роста цен на продукцию).

Лекция 9. Социальная ответственность в условиях трансформации модели экономического роста

Одной из форм проявления корпоративной социальной ответственности является представление общественности **социального отчета**.

Сегодня корпоративный социальный отчет рассматривается в первую очередь как средство эффективного информирования всех заинтересованных сторон о деятельности организации в социальной и экологической сфере. При этом необходимо учитывать, что сама процедура составления социального отчета является по сути процедурой оценки важнейших нематериальных активов предприятия - репутации и рабочей силы. Публичный характер социальных отчетов, требующих широкого вовлечения разных сторон, является результативным шагом на пути формирования многостороннего диалога между предприятием, сообществом и государством. Являясь комплексным документом, Социальный отчет имеет гораздо большее влияние на формирование лояльности существующих и потенциальных потребителей, чем традиционные инструменты маркетинга

и продвижения, в силу того, что затрагиваемые в нем вопросы социального развития и экологической безопасности близки и значимы для подавляющего числанаселения.

Годовой корпоративный социальный отчет – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров, общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах уели экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности.

Предоставление отчета может рассматриваться как эффективный механизм информирования, в первую очередь, инвесторов, потребителей, местного сообщества и органов власти о том, что компания ведет свою деятельность социально ответственным образом. Тут также нужно уточнить термины. В РФ наиболее распространен термин «социальный отчет», хотя многие из тех компаний, которые уже начали делать нефинансовые отчеты, имеют в виду отчеты в области устойчивого развития. Такой отчет не просто отражает внутренние и внешние социальные программы бизнеса, но и служит более устойчивому существованию компании в долгосрочной перспективе.

Если подготовка отчета ведется в соответствии с международными рекомендациями, она должна быть основана на диалогах со стейкхолдерами. Компания стремится выяснить ожидания заинтересованных сторон и действовать в соответствии с ними. В результате такие отчеты становятся для компаний инструментом корпоративного управления, улучшения менеджмента и репутации, минимизации бизнес-рисков, предвидения новых тенденций и, в конечном итоге, способствуют повышению эффективности бизнеса в целом. Затраты на его подготовку окупятся многократно. Кроме того, отчеты в области устойчивого развития помогают компаниям проводить внутреннюю инвентаризацию собственной социальной ответственности и выявлять недостающие звенья.

Отчет в виде информационного буклета о благотворительных и спонсорских программах, конечно, тоже имеет право на существование. Но на это не стоит тратить большие средства. В какой форме нужно готовить нефинансовый отчет и как его распространять, зависит от целевой аудитории. Прежде чем принимать решение, необходимо ее определить и поинтересоваться ее мнением относительно содержания, формы и способов доставки отчета.

1. Обращение руководителя.

2. Характеристика компании. Название организации. Основные виды продукции, включая отдельные бренды. Структура деятельности организации. Описание основных подразделений. Зарубежная активность (если есть). Форма собственности. Характер рынков. Масштаб организации: количество сотрудников, объем продукции, услуг за объем продаж, капитал (с разбивкой на собственный и заемный). Добавленная стоимость, стоимость активов.

3. Структура управления и система менеджмента. Доля независимых

директоров в совете директоров. Определение объема информации, необходимой членам совета директоров для принятия стратегических решений. Наличие процедур по управлению экологическими и социальными рисками. Связь между размером выплат и достижением финансовых и нефинансовых целей организации. Организационная структура и ключевые сотрудники. Заявление о миссии и ценностях организации, кодексы поведения и существующие политики в отношении экономической, экологической и социальной эффективности. Механизмы влияния акционеров на деятельность совета директоров. Подход к выявлению и отбору основных стейкхолдеров. Процедуры работы с ними и использование полученной информации. Следование международным, национальным или отраслевым кодексам поведения и стандартам. Отношения с поставщиками. Отношения синвесторами.

4. *Экологические показатели.* Общее использование сырья. Доля использования переработанного и непереработанного сырья, отходов производства. Прямое использование энергии. Косвенное использование энергии. Использование воды. Биоразнообразие. Выбросы, стоки и отходы. Экологические показатели деятельности поставщиков. Экологическое воздействие продукции и услуг. Штрафы и взыскания за несоблюдение экологических норм и стандартов. Экологическое воздействие транспорта.

5. *Социальные показатели.* Практика найма, удержания и увольнения персонала. Отношения между руководством и персоналом. Охрана здоровья и безопасность труда. Обучение и профессиональная подготовка. Многообразие и равные возможности.

6. *Права человека.* Стратегии и управление. Отсутствие дискриминации. Свобода ассоциаций и коллективный договор. Детский труд. Принудительный труд. Дисциплинарная практика; практика подачи и рассмотрения жалоб. Практика обеспечения безопасности на производстве.

7. *Общество. Местное сообщество:* существующая политика, процедуры и программы. Борьба с коррупцией. Поддержка политических партий. Конкуренция и ценовая политика.

8. *Ответственность за продукцию.* Здоровье и безопасность потребителей. Контроль в области информации и продукции, за маркировкой товара. Процедуры отзыва продукции и реагирования на жалобы потребителей. Процедуры соблюдения стандартов и добровольных кодексов относительно рекламы.

Такая структура социального отчета сопоставима со структурой внутреннего социального аудита компании, для каждого показателя можно разработать систему индикаторов.

Процесс подготовки нефинансового отчета непрост, особенно если отчитывающаяся компания или организация большая, а опыт в этой области еще только предстоит наработать. Однако чем технологичнее будет этот процесс, тем большего количества трудностей удастся избежать. Не вдаваясь

в тонкости самого процесса, отметим только два вопроса, которые, как правило, задают компании, приступая к подготовке отчета.

Взаимодействие со стейкхолдерами в современной концепции корпоративной ответственности и устойчивого развития является неотъемлемым компонентом всей системы управления деятельностью в этой области. Позиция заинтересованных сторон может в различной степени влиять на формирование планов конкретных действий компании в экономической, социальной и экологической сферах.

Компания сама определяет, в какой мере она готова ориентироваться на мнение заинтересованных сторон. В нефинансовых отчетах ряда компаний можно найти подтверждение того, что, например, программы по взаимодействию с местным сообществом строились в основном на пожеланиях стейкхолдеров. Однако связь между стратегией (и программами или проектами) компании и позицией заинтересованных сторон может быть и опосредованной. Главное – это готовность компании слышать своих стейкхолдеров и обязательно реагировать на их позицию. Именно в таком аспекте тема взаимодействия со стейкхолдерами должна находить отражение в отчетах.

Слово «диалог» сегодня широко применяется в общественно-политическом пространстве: его используют в тех случаях, когда возникает необходимость в процессе обмена мнениями для поиска компромиссного решения, которое бы в максимальной степени устраивало все стороны. В концепции корпоративной ответственности слово «диалог» применяется в этом же значении. В этом смысле никаких специфических, отдельных от этой основной цели задач диалога в связи с подготовкой отчета не возникает (за исключением, возможно, лишь ситуации, в которой компания желает знать мнение стейкхолдеров о содержании отчета).

Выбор же форматов взаимодействия (очные или заочные мероприятия, степень публичности, охват заинтересованных сторон, расстановка приоритетов во взаимодействии и т.д.) решается компанией индивидуально, исходя из внутренних задач и текущей ситуации на рынке.

Типы нефинансовой отчетности:

по комплексности содержания:

- экологический,
- социальный,
- комплексный;

по наличию методологии:

- в свободной форме,
- в соответствии с определенным руководством (стандартов),

по форме представления:

- отдельный отчет,
- часть корпоративного отчета,

по предполагаемому характеру использования:

- внешний (публичный),

•внутренний.

Технология составления КСО:

1. создание рабочей группы и формирование процедур по подготовке и распространению корпоративного социального отчета;
2. определение ключевых аспектов, проблематики и направлений, информация о которых будет включаться в социальный отчет;
3. определение внешних и внутренних заинтересованных групп, которые будут анализировать необходимой информации, включая консультации с заинтересованными группами;
4. подготовка отчета и обеспечение независимой оценки процесса его составления;
5. распространение отчета и сбор комментариев от целевых аудиторий;
6. анализ процесса с точки зрения эффективности социальной стратегии компании и совершенствования социальных программ.

Российский союз промышленников и предпринимателей в 2008 году разработал рекомендации по использованию базовых индикаторов результативности в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности. «Базовые индикаторы результативности. Рекомендации по использованию в корпоративной нефинансовой отчетности» разработаны РСПП в помощь компаниям при подготовке нефинансовых отчетов (социальных, в области устойчивого развития, экологических). Их использование позволяет компаниям достаточно убедительно представить информацию о своей деятельности по «триединому итогу» - экономическая, социальная и экологическая результативность - в соответствии с принципами отчетности по устойчивому развитию.

Разработка перечня базовых индикаторов является частью комплекса мероприятий, проводимых РСПП, в целях продвижения идей Социальной хартии российского бизнеса, содействия внедрению принципов ответственного ведения бизнеса в корпоративную практику, развития добровольной нефинансовой отчетности.

Индикаторы формируются в экономической, экологической и социальных областях и подразделяются на основные и дополнительные. Предлагаемые индикаторы совместимы с международными стандартами и адаптированы к российской системе учета и законодательства. Каждый индикатор имеет описание, единицу измерения, источник данных, пояснение и соответствие показателю GRI.

В общий перечень индикаторов включены:

- экономические индикаторы (объем реализованной продукции (работ, услуг), затраты на работника, инвестиции в основной капитал, добровольное пенсионное обеспечение и др.);
- экологические индикаторы (доля используемого вторичного сырья, удельное потребление энергии в натуральном выражении, потребление свежей воды на собственные нужды, выбросы сточных вод, инвестиции в объекты охраны окружающей среды и др.);

• *социальные индикаторы* (уровень текучести кадров, уровень травматизма на производстве, охват работников коллективным договором, уровень затрат на обучение, случаи дискриминации, взаимодействие с некоммерческими и неправительственными организациями в области общественно-значимых задач, участие в некоммерческих организациях, обеспечение качества продукции и др.)

Использование индикаторов в едином формате повышает сопоставимость данных, раскрываемых компаниями в нефинансовых отчетах, что усиливает их информационную ценность для заинтересованных сторон. Универсальный набор базовых индикаторов может быть встроен в более широкую систему показателей, применяемых компаниями для отражения результатов своей деятельности.

Данная система индикаторов может также использоваться в корпоративной практике для внутренних целей повышения качества управления и облегчит компаниям создание надежной системы мониторинга, контроля и оценки достигнутых результатов.

Аудит корпоративной ответственности может использоваться для обозначения внутренней эффективности социальной деятельности. Под аудитом/верификацией/заверением отчета чаще всего понимается процедура проверки, анализа и подтверждения одного или нескольких аспектов:

- качества отчета (содержащейся в нем количественной и качественной информации),
- истинности представленных данных,
- соответствия содержания отчета выбранной (отчитывающейся организацией) системе отчетности,
- объективности представленных результатов взаимодействия со стейкхолдерами ит.д.

Так же под верификацией понимают метод, который с помощью ряда конкретных принципов и подходов позволяет оценить качество подготавливаемых организацией материалов, например, ее отчетов, а также существующих в организации систем, процессов и уровень компетентности, которые обеспечивают эффективность ее работы.

Верификация предполагает, что результаты такой оценки будут открыты для широкой публики, что послужит для получателей отчета гарантией его достоверности. Наиболее часто в пользу проведения такого аудита приводится аргумент повышения доверия стейкхолдеров к информации, содержащейся в отчете, а также качества самой отчетности.

Аудит корпоративной ответственности фокусируется:

- на реальных результатах от социальной политики и практики компании,
- на сравнении полученных результатов с показателями других компаний (по отраслям и регионам),
- на сравнении результатов с ожиданиями заинтересованных лиц,
- на влиянии социально-ответственного поведения на показатели основной деятельности организации.

Социальный аудит предполагает сопоставление системы ценностей организации с поведением в решении вопросов бизнес-этики и внутренней оперативной практики.

Цели аудита:

- выявить несоответствие заявленных целей реальной практике,
- раннее оповещение назревающих проблем,
- оценка финансовой отдачи от социально-ответственного поведения (снижение расходов на набор, подготовку персонала, повышение производительности труда),
- оценка потерь от социально-безответственного поведения в отношении сотрудников, потери от выплаты штрафов.

Направления социального аудита:

- корпоративное управление,
- деловая этика,
- человеческие ресурсы,
- охрана окружающей среды,
- система менеджмента качества,
- отношения с местными сообществами,
- права человека.

Сегодня эксперты используют следующую классификацию подходов к верификации нефинансовых отчетов.

Верификация проводится компаниями, предоставляющими профессиональные услуги в области финансового аудита, сертификации и т.д. В качестве методической основы в этом случае обычно используются разработки либо организаций, объединяющих профессиональных аудиторов (например «стандарт» ISAE 3000 – разработан Ассоциацией сертифицированных аудиторов в 2000 году), либо экспертных организаций (например «стандарт» AA1000AS – разработан Account Ability Institute в 2003 году). Существуют и другие руководства и рекомендации. Оба руководства предлагают подход, совместимый с международными стандартами финансовой отчетности: следовать духу принципов отчетности, а не жестко прописанным правилам, регламентирующим каждое действие. AccountAbility Institute выступил инициатором еще одной инициативы - совместно с Международным регистром сертифицированных аудиторов (IRKA) эта организация проводила тренинги, по итогам которых участники получали статус сертифицированного аудитора в области устойчивого развития.

Используется процедура общественного заверения. Этот вид верификации имеет непосредственное отношение к теории стейкхолдеров и основан на способах ее применения для целей нефинансовой отчетности. В отличие от подхода, применяемого профессиональными аудиторами, здесь главное – не выверенная методика проверки информации, а принцип реагирования на мнение заинтересованных сторон.

ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
– филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

для направления подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»

Пятигорск, 2020

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент кафедры экономики и организации здравоохранения и фармации, канд. экон. наук, доцент Багдасарян Д.Г.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления федерального государственного бюджетного автономного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Кавказский Федеральный университет», Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) в г. Пятигорске, доцент, кандидат экономических наук, Жуковская Наталья Петровна.

В рамках дисциплины формируются следующие компетенции, подлежащие оценке настоящим ФОС:

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2)

1. ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОВЕРЯЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Теоретические основы и закономерности становления и развития корпоративной ответственности

№	Вопросы для текущего контроля успеваемости студента	Проверяемые компетенции
	Тема 1. Понятие и история становления концепции корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
1	Корпоративная социальная ответственность как концепция.	ОПК-2
2	Прообраз корпоративной социальной ответственности – профессиональная этика.	ОПК-2
3	Основные этапы формирования профессиональной этики (вторая половина XX века).	ОПК-2
4	Объединение внешней и внутренней социальной ответственности организации.	ОПК-2
5	Американская и европейская модель корпоративной социальной ответственности: основные различия.	ОПК-2
6	Становление российской модели корпоративной социальной ответственности: субъекты корпоративной социальной ответственности, роли субъекта, содержание ответственности, характер ответственности.	ОПК-2
	Тема 2. Источники и атрибуты корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
1	Индивидуальная ответственность как основа корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
2	Ответственность как понимание, осознание, учет последствий деятельности по критериям ее необходимости и эффективности, возможности порицания или поощрения.	ОПК-2
3	Мотивационный и ограничительный характер индивидуальной ответственности.	ОПК-2
4	Ценностно-смысловая основа индивидуальной ответственности.	ОПК-2
5	Нравственная ценность.	ОПК-2

6	Долг как осознание необходимости определенного рода поступков для реализации нравственных ценностей.	ОПК-2
7	Организационный и управленческий механизм реализации ответственности.	ОПК-2
	Тема 3. Типология корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
8	Типологическое разнообразие ответственности: по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная); по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная; масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная; по проявлению: ответственность явная и скрытая; по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная; по сферам существования и действительности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная).	ОПК-2
	Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.	ОПК-2
	Содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
	Тема 4. Система и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
1	Взаимодействие и интеграция типов ответственности в организации.	ОПК-2
2	Построение системы ответственности: распределение ответственности по ее объектам; дифференциация по типам и характеристикам; определение целевых установок реализации ответственности; установление уровней или меры ответственности; организационно-документальное оформление ответственности	ОПК-2
3	Механизмы реализации ответственности.	ОПК-2
4	Неформальная ответственность (чувство долга, моральное состояние, патриотизм, опасения, ожидания, интуиция.)	ОПК-2
5	Средства обеспечения ответственности в механизме менеджмента.	ОПК-2
6	Связь полномочий, обязанностей и ответственности.	ОПК-2
7	Обязанность как основа определения ответственности.	ОПК-2
	Тема 5. Виды, формы и инструменты внешней корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
1	Виды внешней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
2	Формы внешней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
3	Инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
4	Проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.	ОПК-2
	Тема 6. Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
1	Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
2	Формы внутренней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
3	Главные критерии социальных программ.	ОПК-2
4	Приоритеты социальной политики организации как основные	ОПК-2

	направления реализации социальных программ компании.	
5	Социальный бюджет.	ОПК-2
6	Корпоративный кодекс организации.	ОПК-2
7	Социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).	ОПК-2

Раздел 2. Формирование корпоративной социальной ответственности в организации

№	Вопросы для текущего контроля успеваемости студента	Проверяемые компетенции
	Тема 7. КСО как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации	ОПК-2
1	Устойчивость развития организации.	ОПК-2
2	Факторы устойчивого развития организации.	ОПК-2
3	Типы факторов устойчивого развития организации.	ОПК-2
4	Роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.	ОПК-2
5	Основные принципы устойчивого развития организации	ОПК-2
	Тема 8. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности	ОПК-2
	Категория эффективности как объективное условие существования организации.	ОПК-2
1	Уровень устойчивого межсекторного взаимодействия как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
2	Основные показатели эффективности социальной активности организации.	ОПК-2
3	Социальная отчетность организации. Высокая степень достоверности социальной отчетности организации как необходимое условие формирования доверия к ее деятельности.	ОПК-2
	Тема 9. Социальная ответственность в условиях трансформации модели экономического роста	ОПК-2
1	Современный рынок в динамичном и быстро меняющемся мире.	ОПК-2
2	Современная парадигма корпоративного управления.	ОПК-2
3	Эффективный работник как важнейший источник экономического роста. Потенциально эффективные работники.	ОПК-2
4	Пути реализации потенциала работников организации.	ОПК-2
5	Самооценка по показателям социальной ответственности.	ОПК-2
6	Самооценка по качеству и ее результатов.	ОПК-2
7	Преимущества применения самооценки в сравнении с другими инструментами менеджмента	ОПК-2
8	Эволюционные преобразования в социальном партнерстве.	ОПК-2
9	Контракт жизненного цикла как ведущая форма государственно-частного партнерства.	ОПК-2
10	Преимущества контракта жизненного цикла	ОПК-2

Примеры типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в ходе текущего контроля успеваемости студентов

Примеры заданий текущего контроля успеваемости по разделу 1 Теоретические основы и закономерности становления и развития корпоративной ответственности

Тема 1. Понятие и история становления концепции корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Корпоративная социальная ответственность как концепция.
2. Прообраз корпоративной социальной ответственности – профессиональная этика.
3. Основные этапы формирования профессиональной этики (вторая половина XX века).
4. Объединение внешней и внутренней социальной ответственности организации.
5. Американская и европейская модель корпоративной социальной ответственности: основные различия.
6. Становление российской модели корпоративной социальной ответственности: субъекты корпоративной социальной ответственности, роли субъекта, содержание ответственности, характер ответственности.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Корпоративная социальная ответственность как концепция.
2. Прообраз корпоративной социальной ответственности – профессиональная этика. Основные этапы формирования профессиональной этики (вторая половина XX века).
3. Объединение внешней и внутренней социальной ответственности организации.

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Что такое корпоративная социальная ответственность?
2. Когда и в связи с какими историческими событиями заговорили о социальной ответственности бизнеса?
3. Почему М. Фридман считал, что бизнес не должен заниматься социальной политикой?
4. Как соотносятся друг с другом понятия «социальная ответственность бизнеса», «социальные инвестиции», «филантропия», «социальная политика», «социальное обеспечение»?
5. Как соотносятся друг с другом типы социального государства и модели корпоративной социальной ответственности?
6. Какие социальные функции выполняет бизнес в социальном государстве?

7. Чем характеризуется неолиберальный тип социального государства и американская модель КСО?
8. Чем характеризуется консервативный тип социального государства и европейская модель КСО?
9. В чем особенности КСО в социал-демократическом социальном государстве?
10. В чем особенности британской модели КСО?
11. С какими историческими событиями связано развитие купеческой и промышленной благотворительности в дореволюционной России?
12. Каковы основные направления купеческой и промышленной благотворительности в дореволюционной России?
13. Какие страховые гарантии для рабочих были в дореволюционной России? Когда они появились?
14. В чем заключалась суть социальной политики предприятия в СССР?
15. Можно ли считать СССР социальным государством?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Приведите 3 определения корпоративной социальной ответственности.
2. Дайте определения понятиям: «социальные инвестиции», «филантропия».
3. Дайте характеристику американской модели КСО.
4. Дайте характеристику британской модели КСО.
5. Обозначьте признаки и функции социального государства.

Перечень тем рефератов:

1. Социальное партнерство и международное регулирование социально-трудовых отношений.
2. Корпоративная социальная ответственность и социальная защита занятого населения.
3. Основные подходы к пониманию сущности КСО в современной экономике и обществе.
4. Социально ответственный бизнес как явление.

Фонд тестовых заданий по теме № 1:

1. Основные принципы работы биржевых маклеров, которые были особенно выделены и зафиксированы в «Банковской энциклопедии», изданной в России в 1916 году:

- а) благотворительность и меценатство
- б) нравственность и добродетельность
- в) честность и соблюдение торговой тайны
- г) уважение прав частной собственности
- д) верность слову
- е) правдивость и уважение к власти

2. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции:

- а) повышение национального дохода
- б) повышение уровня (качества) жизни
- в) получение прибыли

г) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей

3. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни:

а) социальный эффект

б) социальная эффективность

в) социально-экономическая эффективность

г) экономическая эффективность

4. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

а) Г. Боуэн

б) К. Девис

в) Дж. МакГуир

г) С. Сети

5. Страны, придерживающиеся такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия:

а) Австрия

б) Канада

в) Германия

г) Россия

д) Франция

е) Бельгия

ж) Нидерланды

з) Финляндия

и) Швеция

6. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством:

а) гражданский долг

б) высокий уровень самосознания

в) известность

г) реклама, способствующая формированию имиджа

д) снижение налоговых ставок

7. Виды проявления госрегулирования социальной сферы:

а) налоговые льготы

б) информационная поддержка

в) финансирование

г) юридическая поддержка

д) тарифная политика

е) таможенное регулирование

8. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория:

- а) корпоративного эгоизма
- б) корпоративного альтруизма
- в) ответственного поведения
- г) **социальной ответственности**
- д) благотворительности

9. Вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.:

- а) **экономической и финансовой устойчивости**
- б) **прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями**
- в) **участия в развитии местного сообщества**
- г) **экологической безопасности**
- д) этики бизнеса
- е) сотрудничества государства и бизнеса

10. Социальная ответственность – это:

- а) правило
- б) **этический принцип**
- в) закон, обязательный для исполнения
- г) норматив

Тема 2. Источники и атрибуты корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Индивидуальная ответственность как основа корпоративной социальной ответственности.
2. Ответственность как понимание, осознание, учет последствий деятельности по критериям ее необходимости и эффективности, возможности порицания или поощрения.
3. Мотивационный и ограничительный характер индивидуальной ответственности.
4. Ценностно-смысловая основа индивидуальной ответственности.
5. Нравственная ценность.
6. Долг как осознание необходимости определенного рода поступков для реализации нравственных ценностей.
7. Организационный и управленческий механизм реализации ответственности.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Мотивационный и ограничительный характер индивидуальной ответственности.
2. Ценностно-смысловая основа индивидуальной ответственности.
3. Нравственная ценность.

4. Долг как осознание необходимости определенного рода поступков для реализации нравственных ценностей.

5. Организационный и управленческий механизм реализации ответственности.

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Какую роль играет корпоративная ответственность в современном бизнес сообществе?

2. Назовите основные подходы к пониманию КСО.

3. Какие существуют уровни КСО?

4. Каким было самое первое определение КСО? Кто его сформулировал?

5. Как рассматривают ответственность бизнеса неоклассические экономисты?

6. В чем суть трехмерной модели А. Керрола?

7. В чем разница между «социальной ответственностью» и «социальным реагированием»?

8. Каковы принципы реализации КСО?

9. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности?

10. Чем обусловлена необходимость КСО?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ истории социального участия бизнеса (страна – по выбору).

2. Кейс-анализ социального партнерства бизнеса, государства и общества (страна – по выбору).

Перечень тем рефератов:

1. Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности.

2. Корпорация как моральный агент. Корпоративная миссия. Корпоративная стратегия. Корпоративный имидж. Корпоративная репутация.

3. Стиль управления и стратегии поведения управленца.

4. Делегирование полномочий и мотивация.

5. Должностная и имиджевая модели регулирования поведения.

6. Договорные или контрактные обязательства, формулирующие условия наступления ответственности.

Фонд тестовых заданий по теме № 2:

1. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях:

а) благотворительность

б) выплата пенсий

в) социальные инвестиции

г) финансирование мероприятий по охране окружающей среды

2. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология ... вида социального инвестирования:

а) массового

б) точечного

в) рыночного

г) агрессивного

д) пассивного

3. Субъекты социальных инвестиций:

а) органы государственной власти

б) государственные и муниципальные предприятия

в) российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие

г) организации

д) физические лица

е) специальные фонды

ж) банки

з) здравоохранение

и) учреждения культуры

4. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса:

а) уплата налогов в фонд медицинского страхования

б) финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды

в) благотворительность

г) социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации

д) государственные целевые программы

е) участие корпораций в делах местных сообществ

5. Документ, принятый главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости:

а) специальное обращение по вопросам корпоративной социальной ответственности

б) программа «Национальная инициатива устойчивого развития»

в) «Кодекс чести банкира»

г) «Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка»

д) «Социальная хартия»

6. Результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла:

а) воздействие на общество

б) социальные программы

в) социальная политика

г) экономический эффект

д) налоговые льготы

7. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США:

а) «социальная ответственность бизнеса» и ее вариация: «социальная ответственность бизнесменов»

б) «корпоративная социальная восприимчивость»

в) «корпоративная социальная ответственность»

г) «корпоративная социальная деятельность» и «корпоративная социальная добросовестность»

8. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард:

а) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию

б) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию

в) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, а предприниматели и профсоюзы отстаивают свои права

г) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, эта сфера всецело контролируется предпринимателями и профсоюзами

д) предприниматели не вмешиваются в социально-трудовые отношения

9. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:

а) замкнутого графа

б) пирамиды

в) вертикальной линии

г) круга

10. Элементы понятия «качество жизни»:

а) потребление материальных благ

б) продуктов питания

в) качество жилищных условий и занятости

г) развитие сферы услуг

д) образования, культуры

е) социального обеспечения

ж) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями

з) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями

Тема 3. Типология корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Типологическое разнообразие ответственности:

а) по масштабам использования: ответственность индивидуальная и коллективная (корпоративная);

б) по социально-психологическим факторам воздействия на деятельность человека ответственность моральная и материальная;

- в) по масштабам охвата: ответственность значительная и незначительная;
- г) по проявлению: ответственность явная и скрытая;
- д) по причинам возникновения: ответственность случайная и закономерная;
- е) по сферам существования и действенности: социальная, экономическая, организационная, политическая, юридическая (уголовная).

2. Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.

3. Содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.

2. Содержание и основные характеристики корпоративной социальной ответственности

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Дайте характеристику основных групп заинтересованных сторон.

2. Какова роль стейкхолдеров в реализации концепции КСО?

3. Опишите основные концепции КСО.

4. Дайте характеристику составляющих компонентов КСО: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность.

5. Определите влияние КСО на формирование положительного имиджа и деловой репутации компании.

6. Какова роль социальных программ в деятельности корпорации?

7. Охарактеризуйте инструменты реализации социальных программ: благотворительные пожертвования, социальные инвестиции, эквивалентное финансирование и др.

8. Представьте классификацию корпоративной социальной ответственности компании: компания-работодатель, компания-производитель, компания-налогоплательщик и т.д.

9. Как государство регулирует деятельность благотворительных организаций в современной России?

10. Как соотносятся понятия «социальное реагирование» и «социальная ответственность»?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ благотворительности в современной России (на примере НКО (благотворительного фонда) по выбору).

2. Кейс-анализ социальной ответственности крупной российской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Приоритеты социальной политики компании. Социальные инвестиции.

2. Социально значимые отрасли экономики.
3. Общие подходы к разработке социальных и благотворительных программ.
4. Социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями продукции и услуг.
5. Взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем.

Фонд тестовых заданий по теме № 3:

1. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

а) США

б) Великобритания

в) Япония

г) Германия

д) Китай

е) Турция

ж) Греция

з) СССР

2. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

а) субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества

б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества

в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

3. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

а) возникновение дополнительных социальных услуг

б) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем

в) уменьшение безработицы

г) увеличение рождаемости и снижение смертности

д) рост доходов госбюджета

е) снижение преступности

4. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

а) корпоративный фонд:

б) социальные инвестиции

в) спонсорство

г) денежные гранты

д) социально значимый маркетинг

5. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

а) ограничение субсидий на строительство жилья

б) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.

в) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи

г) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

6. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

а) нравственные мотивы

б) рост доверия потребителей

в) реклама

г) любовь к искусству

7. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

а) потребителям

б) собственникам

в) сотрудникам

г) обществу в целом

д) клиентам

е) государству

ж) частным предприятиям

з) государственным предприятиям

8. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума

б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

г) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

9. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах

в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

10. Определяющий фактор уровня жизни в России:

а) физиологический минимум

б) прожиточный минимум

в) социальный минимум

г) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум

д) потребительская корзина

Тема 4. Система и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Взаимодействие и интеграция типов ответственности в организации.
2. Построение системы ответственности: распределение ответственности по ее объектам; дифференциация по типам и характеристикам; определение целевых установок реализации ответственности; установление уровней или меры ответственности; организационно-документальное оформление ответственности.
3. Механизмы реализации ответственности.
4. Неформальная ответственность (чувство долга, моральное состояние, патриотизм, опасения, ожидания, интуиция.)
5. Средства обеспечения ответственности в механизме менеджмента.
6. Связь полномочий, обязанностей и ответственности.
7. Обязанность как основа определения ответственности.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Взаимодействие и интеграция типов ответственности в организации.
2. Построение системы ответственности: распределение ответственности по ее объектам; дифференциация по типам и характеристикам; определение целевых установок реализации ответственности; установление уровней или меры ответственности; организационно-документальное оформление ответственности.
3. Механизмы реализации ответственности.
4. Неформальная ответственность (чувство долга, моральное состояние, патриотизм, опасения, ожидания, интуиция.)
5. Средства обеспечения ответственности в механизме менеджмента.
6. Связь полномочий, обязанностей и ответственности.
7. Обязанность как основа определения ответственности.

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Определение понятия «кадровый голод».
2. Методы привлечения новых работников и стимулирования старых.
3. Функции социальной политики в жизни организации.
4. Какие задачи включает в себя социальная политика?
5. Определение понятия «социальное партнерство».
6. Содержание коллективного договора.
7. Уровни социального партнерства.
8. Определение понятия «социальный капитал».
9. Что такое «социальное доверие»?
10. Каким образом можно классифицировать корпоративную социальную политику?
11. Что входит во внутреннюю корпоративную социальную политику?
12. Что входит во внешнюю корпоративную социальную политику?

13. Где больше распространено применение внутренней корпоративной социальной политики?

14. Где больше распространено применение внешней социальной политики?

15. Какие меры социальной защиты должен обеспечивать работодатель своим работникам в соответствии с российским законодательством?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ социальной ответственности крупной американской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Социальная хартия российского бизнеса. Рейтинг социальной ответственности.

2. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании.

3. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.

4. Основные принципы интеграционного взаимодействия различных типов ответственности в организации

Фонд тестовых заданий по теме № 4:

1. Этическим правилам внутри компании можно придать юридически обязательный характер:

а) включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний

б) применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций

в) наработав судебную практику по экономическим спорам

г) предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства

2. В США содержание понятия «деловая этика»:

а) подразумевает ответ на «какие правила игры являются правильными?»

б) не является синонимом словосочетания «соблюдение законодательства»

в) сфокусировано на корпоративной социальной ответственности

г) близко к понятию «соблюдение законодательства»

3. Применение этических формулировок в судебной практике позволит:

а) повысить эффективность функционирования российской правовой системы

б) оптимизировать нахождение баланса между публичными и частными интересами

в) обеспечить соблюдение законодательства и обязательность реализации корпоративно/социально ответственного поведения

г) увеличить финансирование социальной сферы

д) повысить ответственность компаний за нарушение экологического законодательства

4. Этическая категория в правовой системе России, в англо-американском праве, которая получила название «фидуциарной обязанности»:

- а) добросовестный налогоплательщик
- б) необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества
- в) добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений
- г) **деловая этика бизнесмена**

5. Особенность российской трактовки понятия «деловой этики»:

а) в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина

- б) государство существенно влияет на выработку содержания деловой этики
- в) соблюдение российского законодательства — всего лишь один из частных аспектов деловой этики

г) данное понятие широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере

д) данный термин часто применяется российскими судами при пресечении злоупотребления правом, борьбе с недобросовестной конкуренцией

6. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности:

а) не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду

б) не полностью реализуют свой экономический потенциал

в) упускают возможности в бизнесе

г) теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении

д) отстают в производительности труда

е) теряют возможность выхода на международный рынок

7. Сфера права, содержащая этические нормы:

а) Налоговое право

б) Гражданское право

в) Корпоративное право

г) ни одна сфера права не содержит этических норм

8. Способы, при помощи которых государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами:

а) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса

б) способствовать превращению деятельности по корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в естественный признак респектабельности российского бизнеса

в) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса

г) совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность

д) принять законодательный акт, устанавливающий обязательные сроки и формы корпоративной отчетности по социальной ответственности

е) проводить отраслевые совещания и региональные форумы по обобщению опыта внедрения российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами

9. Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях:

а) стейкхолдеры

б) бизнес

в) работники

г) региональная власть

д) работодатели

10. Условие необходимое для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам:

а) повышение роли частного сектора в инвестировании экономики

б) рационализация управления в российском бизнесе

в) повышение конкурентоспособности российских компаний

г) активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки

д) технологическое перевооружение российских компаний

е) повышение инновационной активности российского бизнеса

Тема 5. Виды, формы и инструменты внешней корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Виды внешней корпоративной социальной ответственности.

2. Формы внешней корпоративной социальной ответственности.

3. Инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.

4. Проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Инструменты реализации внешней корпоративной социальной ответственности.

2. Проблемы формирования внешней корпоративной социальной ответственности в современной России.

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Дайте определение понятия «корпоративная социальная ответственность».
2. Как соотносятся понятия «корпоративный имидж» и «деловая репутация»?
3. Раскройте содержание основных элементов КСО.
4. Дайте характеристику элементов модели пирамиды КСО А. Керолла.
5. Какова роль стейкхолдеров в деятельности компании?
6. Какова значимость социальных программ для компании?
7. Какова роль социально ответственного поведения в развитии современной компании?
8. Что такое PR-аудит?
9. Виды методов оценки PR, показатели результативности PR.
10. Что такое бенчмаркинг?
11. Какие мероприятия необходимо провести для реализации эффективной социальной политики?
12. Каким образом оценивается эффективность корпоративной социальной политики?
13. Сколько и какие уровни используются для оценки эффективности корпоративной социальной политики?
14. Какие виды эффективности существуют?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ благотворительности в современной Европе (на примере НКО (благотворительного фонда) по выбору).
2. Кейс-анализ социальной ответственности крупной европейской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Сохранение и приумножение культурного наследия России.
2. Охрана здоровья и благополучия людей социально незащищенных групп населения.
3. Поддержка социального развития и общественных инициатив.
4. Региональные социальные программы.

Фонд тестовых заданий по теме № 5:

1. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

а) обман

б) фальсификацию качества

в) возможность получения незаконных доходов

г) беззаконие

д) некорректную рекламу

е) неуважение партнеров

2. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

- а) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения
- б) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации

в) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе

г) развитие культурного образования детей и юношества

д) обеспечение занятости инвалидов

3. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

а) резким ростом прибыли крупнейших компаний

б) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу

в) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования

г) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал

д) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства

е) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

4. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

а) не нормируются, и их размер произволен

б) расходуются под четким контролем государства

в) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда

г) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках

д) взимаются в принудительном порядке

5. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

а) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов

б) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании

в) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления

г) усиление корпоративной сплоченности коллектива

д) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

6. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

а) повышение темпа роста производительности

б) повышение ее инвестиционной привлекательности

в) увеличение доходности

г) приток рабочей силы

д) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

7. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

а) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ

б) за счет государства через Пенсионный фонд РФ

в) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами

г) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

8. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

а) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний

б) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды

в) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

г) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

9. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

а) «следование правилам»

б) «управленческая»

в) «оборонительная»

г) «стратегическая»

д) «гражданская»

10. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:

а) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности

б) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства

в) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера

г) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке

д) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Тема 6. Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы внутренней корпоративной социальной ответственности.
3. Главные критерии социальных программ.
4. Приоритеты социальной политики организации как основные направления реализации социальных программ компании.
5. Социальный бюджет.
6. Корпоративный кодекс организации.
7. Социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).
8. Современные подходы к формированию социального пакета

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Социальный бюджет.
2. Корпоративный кодекс организации.
3. Социальный пакет (бесплатные обеды, медицинские страховки, транспортные расходы, путевки на курорт, занятия в спортивных клубах и др.).
4. Современные подходы к формированию социального пакета

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Что относится к внутренней социальной политике организации?
2. Что относится к внешней социальной политике организации?
3. Какими законами регламентируется скрытая социальная ответственность фирмы?
4. Как государство регулирует благотворительную деятельность организаций в современной России?
5. Какие меры социальной защиты должен обеспечивать работодатель своим работникам в соответствии с российским законодательством?
6. В чем суть стандарта ISO 26000?
7. Обязателен ли стандарт ISO 26000 для государственных и коммерческих организаций и предприятий?
8. Как понимается КСО в стандарте SA 8000?
9. Как и какие права человека, закрепленные в международных документах и российских законах, нашли отражение в стандартах ISO 26000 и SA 8000?
10. Почему некоторые организации проходят добровольную экологическую сертификацию? Какие она дает преимущества? Каковы издержки сертификации?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ социальной ответственности крупной британской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

2. Кейс-анализ содержания и реализации системы внутренней корпоративной социальной ответственности в современной российской организации в структуре государственной гражданской службы на основе изучения нормативно-правовых, программных и других документов.

Перечень тем рефератов:

1. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании.
2. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
3. Современные подходы к формированию социального пакета.

Фонд тестовых заданий по теме № 6:

1. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

а) США

б) Великобритания

в) Япония

г) Германия

д) Китай

е) Турция

ж) Греция

з) СССР

2. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

а) субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества

б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества

в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

3. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

а) возникновение дополнительных социальных услуг

б) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем

в) уменьшение безработицы

г) увеличение рождаемости и снижение смертности

д) рост доходов госбюджета

е) снижение преступности

4. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

а) корпоративный фонд:

б) социальные инвестиции

в) спонсорство

г) денежные гранты

д) социально значимый маркетинг

5. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

а) ограничение субсидий на строительство жилья

б) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.

в) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи

г) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

6. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

а) нравственные мотивы

б) рост доверия потребителей

в) реклама

г) любовь к искусству

7. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении:

а) потребителям

б) собственникам

в) сотрудникам

г) обществу в целом

д) клиентам

е) государству

ж) частным предприятиям

з) государственным предприятиям

8. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума

б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

г) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

9. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах

в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

10. Определяющий фактор уровня жизни в России:

а) физиологический минимум

б) прожиточный минимум

в) социальный минимум

- г) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум
- д) потребительская корзина

Примеры заданий текущего контроля успеваемости по разделу 2 Формирование корпоративной социальной ответственности в организации

Тема 7. КСО как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации

Перечень вопросов к занятию:

1. Устойчивость развития организации.
2. Факторы устойчивого развития организации.
3. Типы факторов устойчивого развития организации.
4. Роль корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии организации.
5. Деловая репутация как комплексная характеристика организации.
6. Внешняя деловая репутация.
7. Внутренняя деловая репутация.
8. Конкурентные преимущества.
9. Источники конкурентных преимуществ организации.
10. Корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Деловая репутация как комплексная характеристика организации.
2. Внешняя деловая репутация.
3. Внутренняя деловая репутация.
4. Конкурентные преимущества.
5. Источники конкурентных преимуществ организации.
6. Корпоративная социальная ответственность – важнейший источник конкурентных преимуществ.

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Как государство регулирует благотворительную деятельность организаций в современной России?
2. Какие меры социальной защиты должен обеспечивать работодатель своим работникам в соответствии с российским законодательством?
3. В чем суть стандарта ISO 26000?
4. Обязателен ли стандарт ISO 26000 для государственных и коммерческих организаций и предприятий?
5. Как понимается КСО в стандарте SA 8000?
6. Как и какие права человека, закрепленные в международных документах и российских законах, нашли отражение в стандартах ISO 26000 и SA 8000?

7. Почему некоторые организации проходят добровольную экологическую сертификацию? Какие она дает преимущества? Каковы издержки сертификации?

8. Как рассчитывается индекс социальной ответственности?

9. Как можно измерить социальную ответственность?

10. Как оценивается эффективность КСО?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ социальной ответственности крупной скандинавской компании (в различных отраслях экономики по выбору). Приведите примеры реализуемых проектов.

Перечень тем рефератов:

1. Корпоративный социальный отчет. Ключевые аспекты составления социального отчета компании.

2. Международный стандарт ИСО 14000 (экология и безопасность окружающей среды)

3. Основные принципы устойчивого развития организации.

4. Деловая репутация как конкурентное преимущество организации.

Фонд тестовых заданий по теме № 7:

1. Результат реализации политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании:

а) снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала

б) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами

в) создаёт и поддерживает бренд компании

г) улучшает человеческие отношения и производительность работников

2. Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

а) увеличение прибыли и снижение расходов

б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов

в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации

г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса

3. Инструмент, который может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний:

а) диалоги

б) общественные консультации «лицом к лицу» с различными группами заинтересованных сторон

в) оценка эффективности социальных программ

г) целевые государственные программы

д) налоговые льготы

4. Теория или концепция, получившая распространение после 1980 года вплоть до начала XXI в.

а) концепция «заинтересованных сторон»

б) концепция «этики бизнеса»

в) теория «устойчивого развития»

г) теория «корпоративного гражданства»

5. Основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию:

а) высокий уровень экологичности производств (при постоянно снижающейся энергоёмкости)

б) высокие темпы роста доходов компаний

в) низкие показатели по безработице

г) большое число инвестиционных проектов

д) низкий уровень расходов на производство и сырьё

6. Негативные последствия недоработок и ошибок в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России:

а) инвестированные средства расходуются неэффективно

б) консервируется устаревшая структура социальной сферы

в) возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества

г) обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов

д) общее снижение эффективности производства

е) снижение производительности труда

7. Подход к изучению корпоративной социальной ответственности, который устанавливает взаимосвязь между социально ответственным поведением компании и ее финансовыми показателями:

а) стратегический

б) инструментальный

в) классический

г) методологический

д) корпоративный

8. Международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежащий в основе индекса Доу-Джонса:

а) Global Reporting Initiative – GRI

б) IFRS

в) EcoMaterial 1.0/2009

г) ИСО серии 14000

д) ИСО 10012:2003

9. Критерий правовых норм (правил поведения):

а) добровольность выполнения правил поведения

б) обеспечение обязательности правовых норм принудительной силой государства

в) соблюдение единых для всех норм деловой этики

г) наличие правовых норм в законе

д) разумность и справедливость правил поведения

10. Временной период развития корпоративной социальной ответственности в России, который характеризовался стабилизацией социальной инфраструктуры, когда предприятия стали применять долгосрочный горизонт планирования и выгоды применения социальной политики в перспективе:

- а) 1990-1995 гг.
- б) 1998-2000 гг.
- в) 2000-2005 гг.
- г) **2005-2010 гг.**
- д) 1980-1988 гг.

Тема 8. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности

Перечень вопросов к занятию:

1. Категория эффективности как объективное условие существования организации.
2. Уровень устойчивого межсекторного взаимодействия как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности.
3. Основные показатели эффективности социальной активности организации.
4. Социальная отчетность организации.
5. Высокая степень достоверности социальной отчетности организации как необходимое условие формирования доверия к ее деятельности.

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Категория эффективности как объективное условие существования организации.
2. Уровень устойчивого межсекторного взаимодействия как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности.
3. Основные показатели эффективности социальной активности организации.
4. Социальная отчетность организации.
5. Высокая степень достоверности социальной отчетности организации как необходимое условие формирования доверия к ее деятельности.

Вопросы для устного опроса студентов:

1. С чем связано появление концепции корпоративной социальной ответственности?
2. Модели корпоративной социальной ответственности: общее и особенное.
3. Социально ответственный бизнес как явление?
4. Значение корпоративной социальной ответственности при формировании стратегии предприятия.
5. Основные приоритеты социальной политики российских и зарубежных компаний: общее и особенное?
6. Что такое социально значимые отрасли экономики?

7. Назовите общие требования к формированию социальных программ коммерческих предприятий?
8. Социальная хартия российского бизнеса: причина появления, сущность, значение?
9. Основные направления деятельности корпоративных социальных программ?
10. Типы и виды корпоративных социальных программ
11. Оцените эффективность корпоративных социальных программ крупных предприятий России.
12. Инструменты и механизмы реализации корпоративных социальных программ.
13. Корпоративный социальный отчет: сущность, значение.
14. Опишите и охарактеризуйте основные этапы составления корпоративного социального отчета.
15. Как влияет рейтинг корпоративной социальной отчетности на дальнейшее ведение бизнеса?

Задания для практического (семинарского) занятия:

1. Кейс-анализ деятельности некоммерческой организации в современной России (по выбору).

Перечень тем рефератов:

1. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
2. Сущность и формы семейного предпринимательства. Социальные функции малого бизнеса.
3. Состояние и проблемы развития малого бизнеса и семейного предпринимательства в России.
4. Малый бизнес и семейное предпринимательство как стратегия борьбы с бедностью.
5. Социальная отчетность организации как условие оценки эффективности ее корпоративной социальной ответственности.

Фонд тестовых заданий по теме № 8:

1. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

а) резким ростом прибыли крупнейших компаний

б) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу

в) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования

г) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал

д) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства

е) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

2. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

- а) не нормируются, и их размер произволен**
- б) расходуются под четким контролем государства
- в) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
- г) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках
- д) взимаются в принудительном порядке

3. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

- а) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов**
- б) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании
- в) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления
- г) усиление корпоративной сплоченности коллектива
- д) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

4. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

- а) повышение темпа роста производительности
- б) повышение ее инвестиционной привлекательности**
- в) увеличение доходности
- г) приток рабочей силы
- д) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

5. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

- а) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ
- б) за счет государства через Пенсионный фонд РФ
- в) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами**
- г) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

6. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

- а) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний
- б) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды**
- в) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

г) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

7. Чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль, благодаря коллективным действиям (гражданская стадия организационного обучения) компании:

а) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли

б) отрицают свою вину за конкретные нарушения организационного обучения корпоративной социальной ответственности

в) не признают своей ответственности за негативные последствия нарушений обеспечения организационного обучения корпоративной социальной ответственности

г) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

8. В стратегической стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности организации:

а) учитывают социально значимые вопросы в основных управленческих процессах

б) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

в) способствуют широкому распространению норм социальной ответственности в отрасли

г) придерживаются политики следования правилам как издержкам ведения бизнеса

9. Проблема, которая приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ:

а) отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций

б) ориентация компаний, в первую очередь, на краткосрочные программы

в) отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии, социальных инвестиций со стороны государства и общества, из-за чего компаниям приходится действовать без четких ориентиров

г) внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общестрановые социальные программы

д) низкий уровень инновационной активности компаний

е) отставание российских компаний в технологической сфере

10. Такая компания, как, например, корпоративный медицинский центр, может способствовать снижению трудопотерь работающих из-за высокой заболеваемости:

а) используя средства ранней диагностики профессиональных заболеваний

- б) организовывая регулярные проверки предприятий на соответствие принятым стандартам безопасности
- в) проводя модернизацию оборудования

Тема 9. Социальная ответственность в условиях трансформации модели экономического роста

Перечень вопросов к занятию:

1. Современный рынок в динамичном и быстро меняющемся мире.
2. Современная парадигма корпоративного управления.
3. Эффективный работник как важнейший источник экономического роста.
4. Потенциально эффективные работники.
5. Пути реализации потенциала работников организации.
6. Контракт жизненного цикла как ведущая форма государственно-частного партнерства.
7. Преимущества контракта жизненного цикла

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Современный рынок в динамичном и быстро меняющемся мире.
2. Современная парадигма корпоративного управления.
3. Эффективный работник как важнейший источник экономического роста.
4. Потенциально эффективные работники.
5. Пути реализации потенциала работников организации.
6. Контракт жизненного цикла как ведущая форма государственно-частного партнерства.
7. Преимущества контракта жизненного цикла

Вопросы для устного опроса студентов:

1. Охарактеризуйте основные положения международного стандарта серии ИСО 14000.
2. Проанализируйте основные положения международного стандарта ИСО 18000.
3. В чем особенности международного стандарта ИСО 26000?
4. Что такое целевые аудитории компании?
5. На каких условиях должно выстраиваться отношение компании с потенциальными инвесторами и клиентами?
6. Социальный маркетинг: сущность, значение, перспективы развития в современных условиях.

Задания для практического (семинарского) занятия:

Задание 1. Дайте определение понятиям:

1. Социальный маркетинг – _____
2. Стейкхолдеры _____

Индивидуальные задания

1. Оцените эффективность корпоративных социальных программ крупных предприятий России.

2. Опишите и охарактеризуйте основные этапы составления корпоративного социального отчета.
3. Охарактеризуйте основные положения международного стандарта серии ИСО 14000.
4. Проанализируйте основные положения международного стандарта ИСО 18000..

Комплект контрольных заданий по темам дисциплины

Вариант № 1

1. Социальное государство: понятие, функции, преимущества и недостатки.
2. Вклад бизнеса в решение социальных проблем в социальном государстве.
3. Американская модель корпоративной социальной ответственности.
4. Анализ социальной ответственности крупной отечественной компании (в различных отраслях экономики по выбору).

Вариант № 2

1. Внешняя социальная политика предприятия
2. Социальное партнерство как взаимодействие государства, бизнеса и гражданского общества.
3. Европейско-континентальная модель корпоративной социальной ответственности.
4. Анализ социальной ответственности крупной американской компании (в различных отраслях экономики по выбору).

Вариант № 3

1. Внутренняя социальная политика предприятия.
2. Британская модель корпоративной социальной ответственности.
3. Особенности корпоративной социальной ответственности в социал-демократическом социальном государстве (Скандинавские страны).
4. Анализ социальной ответственности крупной европейской компании (в различных отраслях экономики по выбору).

2. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ И ПРОВЕРЯЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Вопросы к зачету

№	Вопросы для промежуточной аттестации студента	Проверяемые компетенции
1.	Содержание понятия «ответственность» и ее ограничительная и мотивационная роль в деятельности человека.	ОПК-2
2.	Сущность понятия «корпоративная социальная ответственность» в условиях современной рыночной экономики.	ОПК-2
3.	Социально-психологическая основа ответственности и тенденции ее развития в условиях современной рыночной экономики.	ОПК-2
4.	Основные характеристики и сущность ответственности как интегрирующего фактора функций менеджмента.	ОПК-2
5.	Организационные статусы ответственности как факторы эффективности менеджмента.	ОПК-2
6.	Истоки и диалектика корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2

7.	Индивидуальная ответственность как основа корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
8.	Роль чувства долга и ценностей личности в формировании корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
9.	Мотивационный и ограничительный характер индивидуальной ответственности.	ОПК-2
10.	Ценностно-смысловая основа индивидуальной ответственности.	ОПК-2
11.	Профессиональная этика как прообраз корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
12.	Типологическое разнообразие корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
13.	Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.	ОПК-2
14.	Объекты корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
15.	Понятие и сущность внутренней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
16.	Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
17.	Формы внутренней корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
18.	Современные подходы к формированию социального пакета.	ОПК-2
19.	Интеллектуальный потенциал организации в системе корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
20.	Авуары как основа интеллектуального потенциала организации в системе корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
21.	Типология ресурсов интеллектуального потенциала организации.	ОПК-2
22.	Содержание и особенности основных стилей управления человеческим потенциалом организации.	ОПК-2
23.	Сущность, содержание и особенности основных составляющих технологии «knowledgemanagement».	ОПК-2
24.	Некоммерческие организации как потенциальный ресурс развития системы социальной поддержки населения городов	ОПК-2
25.	Участие общественных организаций в развитии системы социальной поддержки населения городов	ОПК-2
26.	Возможности некоммерческих организаций в сфере предоставления социальных услуг и развитии системы социальной поддержки населения городов.	ОПК-2
27.	Корпорация как объект корпоративного менеджмента. Структура управления и особенности механизма менеджмента корпорации.	ОПК-2
28.	Российская модель корпоративного менеджмента в ракурсе социальной ответственности.	ОПК-2
29.	Эволюция, содержание, внешние и внутренние источники концепции корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
30.	Принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности. Понимание и реализация корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
31.	Концепции стейкхолдеров и корпоративного гражданства.	ОПК-2
32.	Социальная ответственность предпринимательства в развитии экономики и общества.	ОПК-2
33.	Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества организации.	ОПК-2
34.	Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики.	ОПК-2

35.	Поддержка развития науки, образования и культуры.	ОПК-2
36.	Поддержка здравоохранения. Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности.	ОПК-2
37.	Необходимость формирования здорового образа жизни. Регулирование стрессовых ситуаций в организации.	ОПК-2
38.	Государственное управление социокультурной сферой. Формы зарубежного опыта поддержки культуры.	ОПК-2
39.	Международные стандарты корпоративной социальной ответственности. Структура и содержание стандарта социальной ответственности.	ОПК-2
40.	Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.	ОПК-2

1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА СТУДЕНТА ПРИ 100-БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

ХАРАКТЕРИСТИКА ОТВЕТА	Оценка ECTS	Баллы в БРС	Уровень сформированности компетенции по дисциплине	Оценка
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. В полной мере овладел компетенциями.	A	100-96	ВЫСОКИЙ	5 (отлично)
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных	B	95-91	ВЫСОКИЙ	5 (отлично)

связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. В полной мере овладел компетенциями.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя. В полной мере овладел компетенциями.	C	90-86	СРЕДНИЙ	4(хорошо)
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно- следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя. В полной мере овладел компетенциями.	D	85-81	СРЕДНИЙ	4(хорошо)
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно- следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. В полной мере овладел компетенциями.	E	80-76	СРЕДНИЙ	4(хорошо)

<p>Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. Достаточный уровень освоения компетенциями</p>	F	75-71	НИЗКИЙ	3(удовлетворительно)
<p>Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Достаточный уровень освоения компетенциями</p>	G	70-66	НИЗКИЙ	3(удовлетворительно)
<p>Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя приводят к коррекции ответа студента на поставленный вопрос. Обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует</p>	H	61-65	КРАЙНЕ НИЗКИЙ	3(удовлетворительно)

поправок, коррекции. Достаточный уровень освоения компетенциями				
<p>Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях.</p> <p>Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины.</p> <p>Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения.</p> <p>Речь неграмотная.</p> <p>Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.</p> <p>Компетенции не сформированы</p>	I	60-0	НЕ СФОРМИ- РОВАНА	2

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ-
филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Волгоградский государственный медицинский университет»
министерства здравоохранения Российской Федерации**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО НАПИСАНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Корпоративная социальная ответственность»

(направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»)

Пятигорск, 2020

1. Требования к оформлению контрольной работы

При оформлении контрольной работы необходимо учесть следующие требования:

1. Оформление текстовой части. Текстовая часть контрольной работы выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4(210*297 мм) следующим способом: в электронном виде – текст оформляется шрифтом TimesNewRoman, кегль (высота буквы) 14, межстрочный интервал – полуторный.

Также следует соблюдать следующие размеры полей: левое – 30 мм (включая переплет), правое – не менее 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Заголовки структурных элементов работы следует печатать с абзацного отступа прописными буквами, не подчеркивая, без точки в конце (шрифт размером 14).

Расстояние между основаниями строк заголовка принимают таким как в тексте. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Все страницы работы, включая иллюстрации, таблицы и приложения, выполненные на отдельных листах, должны иметь сквозную нумерацию. Номера страниц проставляются внизу без точки в конце. При этом титульный лист считается первым и не нумеруется. Вслед за титульным листом идет вариант с заданиями. Объем его не учитывается при нумерации. После задания помещается оглавление работы. Каждый раздел (вопрос) работы начинается с нового листа.

Материал, дополняющий содержание работы, допускается помещать в приложениях. В приложения могут быть включены таблицы, рисунки и другой вспомогательный материал. Приложения обозначают арабскими цифрами, начиная с 1. После слова «Приложение» следует цифра, обозначающая его последовательность.

2. Оформление таблиц. Каждая таблица должна обязательно иметь номер и заголовок (название), который кратко и полностью отражает ее содержание. Над правым верхним углом таблицы и заголовком пишут: Таблица (с указанием порядкового номера). Например: Таблица 6.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается. Текст в таблицах рекомендуется размещать по следующим параметрам:

- размер шрифта – 14;
- межстрочный интервал – одинарный без отступа.

Таблицу следует помещать в тексте после первой ссылки на нее. В случае переноса таблицы на другую страницу в верхнем правом углу пишется «продолжение таблицы...» или «окончание таблицы...» и в обязательном порядке нумеруются графы.

3. Оформление иллюстраций. Иллюстрации могут быть размещены как по тексту работы, так и в приложении.

Все иллюстрации обозначаются словом «Рисунок» и имеют сквозную нумерацию. Поясняющие рисунок данные располагаются под рисунком.

Если в тексте применяются символы, единицы, сокращения слов и словосочетаний, специальные обозначения, отличные от принятых официально или общеизвестных, то составляется перечень условных обозначений. Он приводится, если такие обозначения повторяются в тексте более двух раз; если менее – то их расшифровка дается непосредственно в тексте при первом упоминании. Перечень условных обозначений располагается столбцом, в котором в алфавитном порядке слева указываются использованные в тексте условные обозначения или сокращения, а справа – их полная расшифровка.

Контрольная работа должна содержать сноски на используемый материал.

Оформление контрольной работы завершается ее брошюрованием, образец оформления титульного листа представлен в Приложении 1. После этого в окончательно оформленном виде представляется на кафедру для рассмотрения и рецензирования.

5. Список рекомендуемых источников

Основная литература:

1. Джерелиевская И.К. Культура и этика управленческой деятельности: учебное пособие. /И.К. Джерелиевская, М.А. Джерелиевская. – М.: МГУУ ПМ, 2011.
2. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров. Гриф УМО / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов [и др.] – М.: Юрайт, 2013.
3. Триандис Г.К. Культура и социальное поведение: учебное пособие/ Г.К.Триандис. – М.: Форум, 2011.
4. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для академического бакалавриата. Гриф УМО / Г. Л. Тульчинский. М.: Издательство «Юрайт», 2015.

Дополнительная литература

1. Аверин А.Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия/ А.Н. Аверин. – М.: Альфа-Пресс, 2008.
2. Акимова Т.А. Экономика устойчивого развития: учебное пособие / Т.А. Акимова, Ю.Н. Мосейкин. – М.: Экономика, 2009. 20. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / И.Ю. Беляева. – М.: КноРус, 2008. 21. Благов Ю.А. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.А.Благов. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010.
3. Джерелиевская И.К. От культа вседозволенности к культуре самоограничения: монография / И.К. Джерелиевская. – М.: МГУУ ПМ, 2008.

4. Дридзе Г.М. Основы социокультурного проектирования / Г.М. Дридзе, Э.А. Орлова.- М.: РИК, 2005.
5. Корпоративная социальная ответственность: новая философия бизнеса: учебное пособие.- М.: Внешэкономбанк, 2011.- Интернет-ресурс.
6. Лещенко О.А. Из «тени» в «свет». Социально ответственный бизнес в России. СПб.: Книжный дом, 2008.
7. Олейник О.В. Успешные социальные инвестиции – вклад в будущее России. М.; СПб.; Н. Новгород: Издательский центр «Мир добра», 2008.
8. Решетникова, И. Формирование и развитие делового имиджа фирмы/ И. Решетникова.– М.: Экономика, 2008.
9. Семенов А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие. /А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. – М.: Дашков и К, 2006.
10. Тульчинский Г.Л. Бизнес в России. Проблема социального признания и уважения. М.: Вершина, 2006.
11. Туркин С.В. Как выгодно быть добрым. Сделай свой бизнес социально ответственным. М.: Альпина Бизнес Бук, 2007.
12. Уколов В.Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества: учебник / В.Ф. Уколов. – М.: Экономика, 2009.
13. Международный стандарт ИСО26000: методология обеспечения интенсивного устойчивого развития и высокого качества жизни // Стандарты и качество. – 2011. - №1, 2, 3, 4, 5.

Список нормативных правовых документов:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.
2. Закон РФ от 9.10.1992 №3612-1 (ред. от 21.07.2014) «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2015). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.
3. Закон РФ от 12.01.1996 №7-ФЗ (принят ГД ФС РФ 08.12.1995) (действующая редакция от 13.07.2015) «О некоммерческих организациях». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.
4. Закон РФ от 28.12.2013 N 442-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации". - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.
5. Закон РФ от 11.08.1995 № 135-ФЗ (в ред. от 05.05.2014 N 103-ФЗ) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.
6. Закон РФ от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.07.2015).- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.

7. Закон РФ от 24.06.1999 N 120-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних". - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.

8. Закон РФ от 27 мая 2003 №58-ФЗ (принят ГД ФС РФ 25.04.2003) (в ред. от 02.07.2013) «О системе государственной службы Российской Федерации» -[Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.

9. Закон РФ от 27 июля 2004 №79-ФЗ (ред. от 08.06.2015) «О государственной гражданской службе Российской Федерации».- [Электронный ресурс].– Режим доступа: Консультант плюс.

10. Закон РФ от 19.05.1995 N 81-ФЗ (ред. от 02.07.2013, с изм. от 06.04.2015) "О государственных пособиях гражданам, имеющим детей" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2014).- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.

11. Закон РФ от 21.11.2011 №323-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.07.2015). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.

12. Указ Президента РФ от 01.04.1996 №440 «О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс.

Интернет-источники:

1. <http://www.mos.ru/about/gprograms/> Государственные программы города Москвы (2012 - 2018 - 2020 гг.)

2. <http://www.mos.ru/> - сайт Официальный сервер Правительства Москвы.

3. <http://www.sbornet.ru/> - сайт Союз благотворительных организаций России.

4. <http://www.soc-otvet.ru/>- сайт Социальная ответственность бизнеса.

5. <http://www.menage.ru/>- сайт, посвященный вопросам менеджмента.

6. <http://www.fundraising.ru/>– сайт сообщества профессионалов по привлечению ресурсов.

7. <http://www.sponsorstvo.ru> - специализированное интернет-издание, посвященное спонсорству, благотворительности и меценатству.

8. <http://www.csr-rspp.ru/> - сайт Комитета РСПП по корпоративной социальной ответственности и демографической политике.

Вариант № 1

1. Модели «корпоративного эгоизма», «корпоративного альтруизма» и «разумного эгоизма».
2. Благотворительная деятельность купцов Третьяковых.
3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).
4. Социальная ответственность крупной отечественной компании(в различных отраслях экономики по выбору).

5. Тесты

1. Основные принципы работы биржевых маклеров, которые были особенно выделены и зафиксированы в «Банковской энциклопедии», изданной в России в 1916 году:

- а) благотворительность и меценатство
- б) нравственность и добродетельность
- в) честность и соблюдение торговой тайны
- г) **уважение прав частной собственности**
- д) **верность слову**
- е) правдивость и уважение к власти

2. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции:

- а) повышение национального дохода
- б) повышение уровня (качества) жизни
- в) получение прибыли
- г) **повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей**

3. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни:

- а) **социальный эффект**
- б) социальная эффективность
- в) социально-экономическая эффективность
- г) экономическая эффективность

4. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

- а) **Г. Боуэн**
- б) К. Девис
- в) Дж. МакГуир
- г) С. Сети

5. Страны, придерживающиеся такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия:

- а) Австрия
- б) Канада
- в) Германия

- г) Россия
 - д) Франция
 - е) **Бельгия**
 - ж) **Нидерланды**
 - з) **Финляндия**
 - и) **Швеция**
6. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством:
- а) **гражданский долг**
 - б) высокий уровень самосознания
 - в) известность
 - г) реклама, способствующая формированию имиджа
 - д) снижение налоговых ставок
7. Виды проявления госрегулирования социальной сферы:
- а) **налоговые льготы**
 - б) **информационная поддержка**
 - в) **финансирование**
 - г) **юридическая поддержка**
 - д) тарифная политика
 - е) таможенное регулирование
8. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория:
- а) корпоративного эгоизма
 - б) корпоративного альтруизма
 - в) ответственного поведения
 - г) **социальной ответственности**
 - д) благотворительности
9. Вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.:
- а) **экономической и финансовой устойчивости**
 - б) **прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями**
 - в) **участия в развитии местного сообщества**
 - г) **экологической безопасности**
 - д) этики бизнеса
 - е) сотрудничества государства и бизнеса
10. Социальная ответственность – это:
- а) правило
 - б) **этический принцип**
 - в) закон, обязательный для исполнения
 - г) норматив
11. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях:
- а) **благотворительность**

б) выплата пенсий

в) социальные инвестиции

г) финансирование мероприятий по охране окружающей среды

12. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология ... вида социального инвестирования:

а) массового

б) точечного

в) рыночного

г) агрессивного

д) пассивного

13. Субъекты социальных инвестиций:

а) органы государственной власти

б) государственные и муниципальные предприятия

в) российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие

г) организации

д) физические лица

е) специальные фонды

ж) банки

з) здравоохранение

и) учреждения культуры

14. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса:

а) уплата налогов в фонд медицинского страхования

б) финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды

в) благотворительность

г) социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации

д) государственные целевые программы

е) участие корпораций в делах местных сообществ

15. Документ, принятый главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости:

а) специальное обращение по вопросам корпоративной социальной ответственности

б) программа «Национальная инициатива устойчивого развития»

в) «Кодекс чести банкира»

г) «Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка»

д) «Социальная хартия»

16. Результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла:

а) воздействие на общество

б) **социальные программы**

в) **социальная политика**

г) экономический эффект

д) налоговые льготы

17. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США:

а) «социальная ответственность бизнеса» и ее вариация: «социальная ответственность бизнесменов»

б) «корпоративная социальная восприимчивость»

в) **«корпоративная социальная ответственность»**

г) «корпоративная социальная деятельность» и «корпоративная социальная добросовестность»

18. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард:

а) **государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию**

б) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию

в) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, а предприниматели и профсоюзы отстаивают свои права

г) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, эта сфера всецело контролируется предпринимателями и профсоюзами

д) предприниматели не вмешиваются в социально-трудовые отношения

19. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:

а) замкнутого графа

б) **пирамиды**

в) вертикальной линии

г) круга

20. Элементы понятия «качество жизни»:

а) **потребление материальных благ**

б) **продуктов питания**

в) **качество жилищных условий и занятости**

г) развитие сферы услуг

д) образования, культуры

е) социального обеспечения

ж) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями

з) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями

Вариант № 2

1. Неформальная экономика и проблемы социальной ответственности бизнеса.

2. Благотворительность династии Рябушинских.

3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).

4. Социальная ответственность крупной зарубежной компании в различных отраслях экономики по выбору).

5. Тесты

21. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

а) США

б) Великобритания

в) Япония

г) Германия

д) Китай

е) Турция

ж) Греция

з) СССР

22. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

а) субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества

б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества

в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

23. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

а) возникновение дополнительных социальных услуг

б) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем

в) уменьшение безработицы

г) увеличение рождаемости и снижение смертности

д) рост доходов госбюджета

е) снижение преступности

24. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

а) корпоративный фонд:

б) социальные инвестиции

в) спонсорство

г) денежные гранты

д) социально значимый маркетинг

25. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

а) ограничение субсидий на строительство жилья

б) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.

в) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи

г) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

26. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

а) нравственные мотивы

- б) рост доверия потребителей
- в) реклама
- г) любовь к искусству

27. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

- а) потребителям
- б) собственникам
- в) сотрудникам
- г) обществу в целом
- д) клиентам
- е) государству
- ж) частным предприятиям
- з) государственным предприятиям

28. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

- а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума
- б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства
- в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- г) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

29. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

- а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах
- в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом
- г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

30. Определяющий фактор уровня жизни в России:

- а) физиологический минимум
- б) прожиточный минимум
- в) социальный минимум
- г) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум
- д) потребительская корзина

31. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

- а) обман
- б) фальсификацию качества
- в) возможность получения незаконных доходов
- г) беззаконие
- д) некорректную рекламу
- е) неуважение партнеров

32. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

- а) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения

- б) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации
- в) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе
- г) развитие культурного образования детей и юношества
- д) обеспечение занятости инвалидов

33. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

- а) резким ростом прибыли крупнейших компаний
- б) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу
- в) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования
- г) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал
- д) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства
- е) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

34. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

- а) не нормируются, и их размер произволен
- б) расходуются под четким контролем государства
- в) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
- г) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках
- д) взимаются в принудительном порядке

35. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

- а) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов
- б) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании
- в) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления
- г) усиление корпоративной сплоченности коллектива
- д) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

36. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

- а) повышение темпа роста производительности
- б) повышение ее инвестиционной привлекательности
- в) увеличение доходности
- г) приток рабочей силы
- д) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

37. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

- а) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ
- б) за счет государства через Пенсионный фонд РФ
- в) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами

г) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

38. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

- а) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний
- б) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды
- в) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний
- г) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

39. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

- а) «следование правилам»
- б) «управленческая»
- в) «оборонительная»
- г) «стратегическая»
- д) «гражданская»

40. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:

- а) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности
- б) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства
- в) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера
- г) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке
- д) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Вариант № 3

1. Взаимодействие бизнеса и государства в России: основные проблемы и перспективы.

2. Благотворительная деятельность семьи Абрикосовых.

3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).

4. Социальная ответственность крупной отечественной компании (в различных отраслях экономики по выбору).

5. Тесты

1. Этическим правилам внутри компании можно придать юридически обязательный характер:

- а) **включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний**

- б) применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций
 - в) наработав судебную практику по экономическим спорам
 - г) предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства
2. В США содержание понятия «деловая этика»:
- а) подразумевает ответ на «какие правила игры являются правильными?»
 - б) не является синонимом словосочетания «соблюдение законодательства»
 - в) **сфокусировано на корпоративной социальной ответственности**
 - г) близко к понятию «соблюдение законодательства»
3. Применение этических формулировок в судебной практике позволит:
- а) **повысить эффективность функционирования российской правовой системы**
 - б) **оптимизировать нахождение баланса между публичными и частными интересами**
 - в) **обеспечить соблюдение законодательства и обязательность реализации корпоративно/социально ответственного поведения**
 - г) увеличить финансирование социальной сферы
 - д) повысить ответственность компаний за нарушение экологического законодательства
4. Этическая категория в правовой системе России, в англо-американском праве, которая получила название «фидуциарной обязанности»:
- а) добросовестный налогоплательщик
 - б) необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества
 - в) добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений
 - г) **деловая этика бизнесмена**
5. Особенность российского трактовки понятия «деловой этики»:
- а) **в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина**
 - б) государство существенно влияет на выработку содержания деловой этики
 - в) соблюдение российского законодательства — всего лишь один из частных аспектов деловой этики
 - г) данное понятие широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере
 - д) данный термин часто применяется российскими судами при пресечении злоупотребления правом, борьбе с недобросовестной конкуренцией
6. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности:
- а) **не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду**
 - б) **не полностью реализуют свой экономический потенциал**
 - в) **упускают возможности в бизнесе**
 - г) **теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении**
 - д) отстают в производительности труда
 - е) теряют возможность выхода на международный рынок
7. Сфера права, содержащая этические нормы:
- а) Налоговое право

- б) Гражданское право
- в) Корпоративное право

г) **ни одна сфера права не содержит этических норм**

8. Способы, при помощи которых государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами:

а) **активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса**

б) **способствовать превращению деятельности по корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в естественный признак респектабельности российского бизнеса**

в) **активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса**

г) **совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность**

д) **принять законодательный акт, устанавливающий обязательные сроки и формы корпоративной отчетности по социальной ответственности**

е) **проводить отраслевые совещания и региональные форумы по обобщению опыта внедрения российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами**

9. Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях:

а) стейкхолдеры

б) бизнес

в) работники

г) **региональная власть**

д) работодатели

10. Условие необходимое для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам:

а) **повышение роли частного сектора в инвестировании экономики**

б) **рационализация управления в российском бизнесе**

в) **повышение конкурентоспособности российских компаний**

г) **активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки**

д) технологическое перевооружение российских компаний

е) **повышение инновационной активности российского бизнеса**

11. Результат реализации политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании:

а) **снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала**

б) **снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами**

- в) **создаёт и поддерживает бренд компании**
г) улучшает человеческие отношения и производительность работников
12. Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:
а) увеличение прибыли и снижение расходов
б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов
в) **корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации**
г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса
13. Инструмент, который может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний:
а) **диалоги**
б) **общественные консультации «лицом к лицу» с различными группами заинтересованных сторон**
в) **оценка эффективности социальных программ**
г) целевые государственные программы
д) налоговые льготы
14. Теория или концепция, получившая распространение после 1980 года вплоть до начала XXI в.
а) концепция «заинтересованных сторон»
б) **концепция «этики бизнеса»**
в) теория «устойчивого развития»
г) теория «корпоративного гражданства»
15. Основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию:
а) **высокий уровень экологичности производств (при постоянно снижающейся энергоёмкости)**
б) высокие темпы роста доходов компаний
в) низкие показатели по безработице
г) большое число инвестиционных проектов
д) низкий уровень расходов на производство и сырьё
16. Негативные последствия недоработок и ошибок в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России:
а) **инвестированные средства расходуются неэффективно**
б) **консервируется устаревшая структура социальной сферы**
в) **возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества**
г) **обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов**
д) общее снижение эффективности производства
е) снижение производительности труда
17. Подход к изучению корпоративной социальной ответственности, который устанавливает взаимосвязь между социально ответственным поведением компании и ее финансовыми показателями:
а) **стратегический**
б) инструментальный
в) классический
г) методологический

д) корпоративный

18. Международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежащий в основе индекса Доу-Джонса:

а) **Global Reporting Initiative – GRI**

б) IFRS

в) EcoMaterial 1.0/2009

г) ИСОсерии 14000

д) ИСО 10012:2003

19. Критерий правовых норм (правил поведения):

а) добровольность выполнения правил поведения

б) обеспечение обязательности правовых норм принудительной силой государства

в) соблюдение единых для всех норм деловой этики

г) **наличие правовых норм в законе**

д) разумность и справедливость правил поведения

20. Временной период развития корпоративной социальной ответственности в России, который характеризовался стабилизацией социальной инфраструктуры, когда предприятия стали применять долгосрочный горизонт планирования и выгоды применения социальной политики в перспективе:

а) 1990-1995 гг.

б) 1998-2000 гг.

в) 2000-2005 гг.

г) **2005-2010 гг.**

д) 1980-1988 гг.

Вариант № 4

1. Британская модель корпоративной социальной ответственности.

2. Благотворительность промышленников Демидовых.

3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).

4. Социальная ответственность крупной зарубежной компании в различных отраслях экономики по выбору).

5. Тесты

41. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

и) **США**

к) **Великобритания**

л) **Япония**

м) **Германия**

н) Китай

о) Турция

п) Греция

р) СССР

42. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

д) субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества

е) **субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества**

- ж) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса
- з) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

43. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

- ж) **возникновение дополнительных социальных услуг**
- з) **изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем**
- и) **уменьшение безработицы**
- к) **увеличение рождаемости и снижение смертности**
- л) рост доходов госбюджета
- м) снижение преступности

44. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

- е) корпоративный фонд:
- ж) **социальные инвестиции**
- з) спонсорство
- и) денежные гранты
- к) социально значимый маркетинг

45. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

- д) **ограничение субсидий на строительство жилья**
- е) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.
- ж) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи
- з) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

46. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

- д) **нравственные мотивы**
- е) рост доверия потребителей
- ж) реклама
- з) любовь к искусству

47. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

- и) **потребителям**
- к) собственникам
- л) **сотрудникам**
- м) **обществу в целом**
- н) **клиентам**
- о) государству
- п) частным предприятиям
- р) государственным предприятиям

48. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

д) **добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума**

е) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

ж) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

з) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

49. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

д) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

е) **добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах**

ж) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

з) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

50. Определяющий фактор уровня жизни в России:

е) физиологический минимум

ж) **прожиточный минимум**

з) социальный минимум

и) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум

к) потребительская корзина

51. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

ж) **обман**

з) **фальсификацию качества**

и) **возможность получения незаконных доходов**

к) **беззаконие**

л) некорректную рекламу

м) неуважение партнеров

52. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

е) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения

ж) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации

з) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе

и) **развитие культурного образования детей и юношества**

к) обеспечение занятости инвалидов

53. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

ж) **резким ростом прибыли крупнейших компаний**

- з) **несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу**
- и) **особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования**
- к) **износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал**
- л) **отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства**
- м) **низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний**

54. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

- е) **не нормируются, и их размер произволен**
- ж) **расходуются под четким контролем государства**
- з) **не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда**
- и) **исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках**
- к) **взимаются в принудительном порядке**

55. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

- е) **появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов**
- ж) **совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании**
- з) **сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления**
- и) **усиление корпоративной сплоченности коллектива**
- к) **ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины**

56. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

- е) **повышение темпа роста производительности**
- ж) **повышение ее инвестиционной привлекательности**
- з) **увеличение доходности**
- и) **приток рабочей силы**
- к) **улучшение качества товара и снижение его себестоимости**

57. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

- д) **полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ**
- е) **за счет государства через Пенсионный фонд РФ**
- ж) **за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами**
- з) **за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет**

58. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

д) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний

е) **исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды**

ж) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

з) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

59. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

е) «следование правилам»

ж) «управленческая»

з) «оборонительная»

и) «стратегическая»

к) «гражданская»

60. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:

е) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности

ж) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства

з) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера

и) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке

к) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Вариант № 5

1. Социальная политика на градообразующих предприятиях в моногородах.

2. Благотворительность семьи Бахрушиных.

3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).

4. Социальная ответственность крупной отечественной компании (в различных отраслях экономики по выбору).

Тесты

61. Основные принципы работы биржевых маклеров, которые были особенно выделены и зафиксированы в «Банковской энциклопедии», изданной в России в 1916 году:

ж) благотворительность и меценатство

- з) нравственность и добродетельность
- и) честность и соблюдение торговой тайны
- к) **уважение прав частной собственности**
- л) **верность слову**
- м) правдивость и уважение к власти

62. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции:

- д) повышение национального дохода
- е) повышение уровня (качества) жизни
- ж) получение прибыли
- з) **повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей**

63. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни:

- д) **социальный эффект**
- е) социальная эффективность
- ж) социально-экономическая эффективность
- з) экономическая эффективность

64. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

- д) **Г. Боуэн**
- е) К. Девис
- ж) Дж. МакГуир
- з) С. Сети

65. Страны, придерживающиеся такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия:

- к) Австрия
- л) Канада
- м) Германия
- н) Россия
- о) Франция
- п) **Бельгия**
- р) **Нидерланды**
- с) **Финляндия**
- т) **Швеция**

66. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством:

- е) **гражданский долг**
- ж) высокий уровень самосознания
- з) известность
- и) реклама, способствующая формированию имиджа
- к) снижение налоговых ставок

67. Виды проявления госрегулирувания социальной сферы:

- ж) **налоговые льготы**
- з) **информационная поддержка**
- и) **финансирование**
- к) **юридическая поддержка**
- л) тарифная политика
- м) таможенное регулирование

68. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория:

- е) корпоративного эгоизма
- ж) корпоративного альтруизма
- з) ответственного поведения
- и) **социальной ответственности**
- к) благотворительности

69. Вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.:

- ж) **экономической и финансовой устойчивости**
- з) **прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями**
- и) **участия в развитии местного сообщества**
- к) **экологической безопасности**
- л) этики бизнеса
- м) сотрудничества государства и бизнеса

70. Социальная ответственность – это:

- д) правило
- е) **этический принцип**
- ж) закон, обязательный для исполнения
- з) норматив

71. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях:

- д) благотворительность
- е) **выплата пенсий**
- ж) социальные инвестиции
- з) финансирование мероприятий по охране окружающей среды

72. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология ... вида социального инвестирования:

- е) массового
- ж) **точечного**
- з) рыночного
- и) агрессивного
- к) пассивного

73. Субъекты социальных инвестиций:

- к) органы государственной власти
- л) государственные и муниципальные предприятия
- м) российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие
- н) организации
- о) физические лица
- п) специальные фонды
- р) банки
- с) здравоохранение
- т) учреждения культуры

74. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса:

- ж) уплата налогов в фонд медицинского страхования
- з) финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды
- и) благотворительность
- к) социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации
- л) государственные целевые программы
- м) участие корпораций в делах местных сообществ

75. Документ, принятый главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости:

- е) специальное обращение по вопросам корпоративной социальной ответственности
- ж) программа «Национальная инициатива устойчивого развития»
- з) «Кодекс чести банкира»
- и) «Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка»
- к) «Социальная хартия»

76. Результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла:

- е) воздействие на общество
- ж) социальные программы
- з) социальная политика
- и) экономический эффект
- к) налоговые льготы

77. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США:

- д) «социальная ответственность бизнеса» и ее вариация: «социальная ответственность бизнесменов»
- е) «корпоративная социальная восприимчивость»
- ж) «корпоративная социальная ответственность»
- з) «корпоративная социальная деятельность» и «корпоративная социальная добросовестность»

78. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард:

- е) **государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию**
- ж) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию
- з) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, а предприниматели и профсоюзы отстаивают свои права
- и) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, эта сфера всецело контролируется предпринимателями и профсоюзами
- к) предприниматели не вмешиваются в социально-трудовые отношения

79. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:

- д) замкнутого графа
- е) **пирамиды**
- ж) вертикальной линии
- з) круга

80. Элементы понятия «качество жизни»:

- и) **потребление материальных благ**
- к) **продуктов питания**
- л) **качество жилищных условий и занятости**
- м) развитие сферы услуг
- н) образования, культуры
- о) социального обеспечения
- п) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями
- р) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями

Вариант № 6

1. Эффективность программ КСО на предприятии.
2. Благотворительность и меценатство в Московской губернии.
3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).
4. Социальная ответственность крупной зарубежной компании в различных отраслях экономики по выбору).

Тесты

81. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

- с) **США**
- т) **Великобритания**
- у) **Япония**
- ф) **Германия**
- х) **Китай**

- ц) Турция
- ч) Греция
- ш) СССР

82. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

- и) субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества
- к) **субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества**
- л) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса
- м) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

83. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

- н) **возникновение дополнительных социальных услуг**
- о) **изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем**
- п) **уменьшение безработицы**
- р) **увеличение рождаемости и снижение смертности**
- с) рост доходов госбюджета
- т) снижение преступности

84. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

- л) корпоративный фонд:
- м) **социальные инвестиции**
- н) спонсорство
- о) денежные гранты
- п) социально значимый маркетинг

85. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

- и) **ограничение субсидий на строительство жилья**
- к) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.
- л) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи
- м) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

86. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

- и) **нравственные мотивы**
- к) рост доверия потребителей
- л) реклама
- м) любовь к искусству

87. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

- с) **потребителям**
- т) собственникам
- у) **сотрудникам**
- ф) **обществу в целом**
- х) **клиентам**

- ц) государству
- ч) частным предприятиям
- ш) государственным предприятиям

88. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

и) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума

к) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

л) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

м) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

89. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

и) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

к) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах

л) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

м) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

90. Определяющий фактор уровня жизни в России:

л) физиологический минимум

м) прожиточный минимум

н) социальный минимум

о) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум

п) потребительская корзина

91. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

н) обман

о) фальсификацию качества

п) возможность получения незаконных доходов

р) беззаконие

с) некорректную рекламу

т) неуважение партнеров

92. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

л) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения

м) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации

н) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе

о) развитие культурного образования детей и юношества

п) обеспечение занятости инвалидов

93. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

- н) **резким ростом прибыли крупнейших компаний**
- о) **несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу**
- п) **особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования**
- р) **износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал**
- с) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства
- т) **низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний**

94. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

- л) **не нормируются, и их размер произволен**
- м) **расходуются под четким контролем государства**
- н) **не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда**
- о) **исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках**
- п) **взимаются в принудительном порядке**

95. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

- л) **появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов**
- м) **совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании**
- н) **сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления**
- о) **усиление корпоративной сплоченности коллектива**
- п) **ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины**

96. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

- л) **повышение темпа роста производительности**
- м) **повышение ее инвестиционной привлекательности**
- н) **увеличение доходности**
- о) **приток рабочей силы**
- п) **улучшение качества товара и снижение его себестоимости**

97. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

- и) **полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ**
- к) **за счет государства через Пенсионный фонд РФ**
- л) **за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами**

м) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

98. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

и) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний

к) **исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды**

л) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

м) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

99. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

л) «следование правилам»

м) «управленческая»

н) «оборонительная»

о) «стратегическая»

п) «гражданская»

100. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:

л) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности

м) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства

н) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера

о) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке

п) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Вариант № 7

1. Экологическая сертификация в системе социальной ответственности бизнеса.

2. Купеческая благотворительность в Российской империи как прообраз социальной ответственности современного российского бизнеса (XVIII – начало XX в.).

3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).

4. Социальная ответственность крупной отечественной компании (в различных отраслях экономики по выбору).

Тесты

1. Этическим правилам внутри компании можно придать юридически обязательный характер:

а) **включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний**

б) применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций

в) наработав судебную практику по экономическим спорам

г) предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства

2. В США содержание понятия «деловая этика»:

а) подразумевает ответ на «какие правила игры являются правильными?»

б) не является синонимом словосочетания «соблюдение законодательства»

в) **сфокусировано на корпоративной социальной ответственности**

г) близко к понятию «соблюдение законодательства»

3. Применение этических формулировок в судебной практике позволит:

а) **повысить эффективность функционирования российской правовой системы**

б) **оптимизировать нахождение баланса между публичными и частными интересами**

в) **обеспечить соблюдение законодательства и обязательность реализации корпоративно/социально ответственного поведения**

г) увеличить финансирование социальной сферы

д) повысить ответственность компаний за нарушение экологического законодательства

4. Этическая категория в правовой системе России, в англо-американском праве, которая получила название «фидуциарной обязанности»:

а) добросовестный налогоплательщик

б) необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества

в) добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений

г) **деловая этика бизнесмена**

5. Особенность российской трактовки понятия «деловой этики»:

а) **в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина**

б) государство существенно влияет на выработку содержания деловой этики

в) соблюдение российского законодательства — всего лишь один из частных аспектов деловой этики

г) данное понятие широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере

д) данный термин часто применяется российскими судами при пресечении злоупотребления правом, борьбе с недобросовестной конкуренцией

6. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности:

- а) **не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду**
- б) **не полностью реализуют свой экономический потенциал**
- в) **упускают возможности в бизнесе**
- г) **теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении**
- д) **отстают в производительности труда**
- е) **теряют возможность выхода на международный рынок**

7. Сфера права, содержащая этические нормы:

- а) **Налоговое право**
- б) **Гражданское право**
- в) **Корпоративное право**
- г) **ни одна сфера права не содержит этических норм**

8. Способы, при помощи которых государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами:

- а) **активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса**
- б) **способствовать превращению деятельности по корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в естественный признак респектабельности российского бизнеса**
- в) **активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса**
- г) **совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность**
- д) **принять законодательный акт, устанавливающий обязательные сроки и формы корпоративной отчетности по социальной ответственности**
- е) **проводить отраслевые совещания и региональные форумы по обобщению опыта внедрения российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами**

9. Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях:

- а) **стейкхолдеры**
- б) **бизнес**
- в) **работники**
- г) **региональная власть**

д) работодатели

10. Условие необходимое для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам:

а) **повышение роли частного сектора в инвестировании экономики**

б) **рационализация управления в российском бизнесе**

в) **повышение конкурентоспособности российских компаний**

г) **активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки**

д) технологическое перевооружение российских компаний

е) повышение инновационной активности российского бизнеса

11. Результат реализации политики социальной ответственности, взаимосвязанной с финансовой эффективностью компании:

а) снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала

б) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулируемыми органами

в) **создаёт и поддерживает бренд компании**

г) улучшает человеческие отношения и производительность работников

12. Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

а) увеличение прибыли и снижение расходов

б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов

в) **корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации**

г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса

13. Инструмент, который может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний:

а) диалоги

б) **общественные консультации «лицом к лицу» с различными группами заинтересованных сторон**

в) **оценка эффективности социальных программ**

г) целевые государственные программы

д) налоговые льготы

14. Теория или концепция, получившая распространение после 1980 года вплоть до начала XXI в.

а) концепция «заинтересованных сторон»

б) **концепция «этики бизнеса»**

в) теория «устойчивого развития»

г) теория «корпоративного гражданства»

15. Основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию:

а) **высокий уровень экологичности производств (при постоянно снижающейся энергоемкости)**

б) высокие темпы роста доходов компаний

в) низкие показатели по безработице

г) большое число инвестиционных проектов

д) низкий уровень расходов на производство и сырье

16. Негативные последствия недоработок и ошибок в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России:

а) **инвестированные средства расходуются неэффективно**

б) **консервируется устаревшая структура социальной сферы**

в) **возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества**

г) **обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов**

д) общее снижение эффективности производства

е) снижение производительности труда

17. Подход к изучению корпоративной социальной ответственности, который устанавливает взаимосвязь между социально ответственным поведением компании и ее финансовыми показателями:

а) **стратегический**

б) инструментальный

в) классический

г) методологический

д) корпоративный

18. Международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежащий в основе индекса Доу-Джонса:

а) **Global Reporting Initiative – GRI**

б) IFRS

в) EcoMaterial 1.0/2009

г) ИСОсерии 14000

д) ИСО 10012:2003

19. Критерий правовых норм (правил поведения):

а) добровольность выполнения правил поведения

б) обеспечение обязательности правовых норм принудительной силой государства

в) соблюдение единых для всех норм деловой этики

г) **наличие правовых норм в законе**

д) разумность и справедливость правил поведения

20. Временной период развития корпоративной социальной ответственности в России, который характеризовался стабилизацией социальной инфраструктуры, когда предприятия стали применять долгосрочный горизонт планирования и выгоды применения социальной политики в перспективе:

а) 1990-1995 гг.

- б) 1998-2000 гг.
- в) 2000-2005 гг.
- г) **2005-2010 гг.**
- д) 1980-1988 гг.

Вариант № 8

1. Европейско-континентальная модель корпоративной социальной ответственности в консервативном социальном государстве.
2. Нефинансовая отчетность компаний: структура, содержание и типы отчетов.
3. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).
4. Социальная ответственность крупной зарубежной компании в различных отраслях экономики по выбору).

Тесты

101. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

- щ) США
- ы) Великобритания
- э) Япония
- ю) Германия
- я) Китай
- аа) Турция
- бб) Греция
- вв) СССР

102. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

- н) субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества
- о) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества
- п) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса
- р) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

103. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

- у) возникновение дополнительных социальных услуг
- ф) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем
- х) уменьшение безработицы
- ц) увеличение рождаемости и снижение смертности
- ч) рост доходов госбюджета
- ш) снижение преступности

104. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

- р) корпоративный фонд:
- с) социальные инвестиции

- т) спонсорство
- у) денежные гранты
- ф) социально значимый маркетинг

105. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

- н) ограничение субсидий на строительство жилья
- о) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.
- п) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи
- р) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

106. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

- н) нравственные мотивы
- о) рост доверия потребителей
- п) реклама
- р) любовь к искусству

107. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

- щ) потребителям
- ы) собственникам
- э) сотрудникам
- ю) обществу в целом
- я) клиентам
- аа) государству
- бб) частным предприятиям
- вв) государственным предприятиям

108. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

- н) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума
- о) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства
- п) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- р) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

109. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

- н) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- о) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах
- п) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом
- р) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

110. Определяющий фактор уровня жизни в России:

- р) физиологический минимум

- с) прожиточный минимум
- т) социальный минимум
- у) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум
- ф) потребительская корзина

111. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

- у) обман
- ф) фальсификацию качества
- х) возможность получения незаконных доходов
- ц) беззаконие
- ч) некорректную рекламу
- ш) неуважение партнеров

112. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

- р) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения
- с) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации
- т) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе
- у) развитие культурного образования детей и юношества
- ф) обеспечение занятости инвалидов

113. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

- у) резким ростом прибыли крупнейших компаний
- ф) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу
- х) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования
- ц) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал
- ч) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства
- ш) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

114. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

- р) не нормируются, и их размер произволен
- с) расходуются под четким контролем государства
- т) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
- у) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках
- ф) взимаются в принудительном порядке

115. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

- р) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов
- с) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании
- т) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления
- у) усиление корпоративной сплоченности коллектива
- ф) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

116. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

- р) повышение темпа роста производительности
- с) повышение ее инвестиционной привлекательности
- т) увеличение доходности
- у) приток рабочей силы
- ф) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

117. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

- н) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ
- о) за счет государства через Пенсионный фонд РФ
- п) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами
- р) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

118. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

- н) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний
- о) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды
- п) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний
- р) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

119. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

- р) «следование правилам»
- с) «управленческая»
- т) «оборонительная»
- у) «стратегическая»
- ф) «гражданская»

120. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:
- р) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности
 - с) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства
 - т) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера
 - у) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке
 - ф) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Вариант № 9

- 6. Модели «корпоративного эгоизма», «корпоративного альтруизма» и «разумного эгоизма».
- 7. Благотворительная деятельность купцов Третьяковых.
- 8. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).
- 9. Социальная ответственность крупной отечественной компании (в различных отраслях экономики по выбору).

Тесты

121. Основные принципы работы биржевых маклеров, которые были особенно выделены и зафиксированы в «Банковской энциклопедии», изданной в России в 1916 году:

- н) благотворительность и меценатство
- о) нравственность и добродетельность
- п) честность и соблюдение торговой тайны
- р) **уважение прав частной собственности**
- с) **верность слову**
- т) правдивость и уважение к власти

122. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции:

- и) повышение национального дохода
- к) повышение уровня (качества) жизни
- л) получение прибыли
- м) **повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей**

123. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни:

- и) **социальный эффект**
- к) социальная эффективность
- л) социально-экономическая эффективность
- м) экономическая эффективность

124. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

- и) **Г. Боуен**
- к) К. Девис
- л) Дж. МакГуир
- м) С. Сети

125. Страны, придерживающиеся такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия:

- у) Австрия
- ф) Канада
- х) Германия
- ц) Россия
- ч) Франция
- ш) **Бельгия**
- щ) **Нидерланды**
- ы) **Финляндия**
- э) **Швеция**

126. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством:

- л) **гражданский долг**
- м) высокий уровень самосознания
- н) известность
- о) реклама, способствующая формированию имиджа
- п) снижение налоговых ставок

127. Виды проявления госрегулирувания социальной сферы:

- н) **налоговые льготы**
- о) **информационная поддержка**
- п) **финансирование**
- р) **юридическая поддержка**
- с) тарифная политика
- т) таможенное регулирование

128. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория:

- л) корпоративного эгоизма
- м) корпоративного альтруизма
- н) ответственного поведения
- о) **социальной ответственности**
- п) благотворительности

129. Вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.:

- н) **экономической и финансовой устойчивости**
- о) **прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями**
- п) **участия в развитии местного сообщества**
- р) **экологической безопасности**

- с) этики бизнеса
- г) сотрудничества государства и бизнеса

130. Социальная ответственность – это:

- и) правило
- к) **этический принцип**
- л) закон, обязательный для исполнения
- м) норматив

131. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях:

- и) благотворительность
- к) **выплата пенсий**
- л) социальные инвестиции
- м) финансирование мероприятий по охране окружающей среды

132. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология ... вида социального инвестирования:

- л) массового
- м) **точечного**
- н) рыночного
- о) агрессивного
- п) пассивного

133. Субъекты социальных инвестиций:

- у) **органы государственной власти**
- ф) **государственные и муниципальные предприятия**
- х) **российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие**
- ц) **организации**
- ч) **физические лица**
- ш) специальные фонды
- щ) банки
- ы) здравоохранение
- э) учреждения культуры

134. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса:

- н) **уплата налогов в фонд медицинского страхования**
- о) **финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды**
- п) **благотворительность**
- р) **социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации**
- с) государственные целевые программы
- т) участие корпораций в делах местных сообществ

135. Документ, принятый главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости:

- л) специальное обращение по вопросам корпоративной социальной ответственности
- м) программа «Национальная инициатива устойчивого развития»
- н) «Кодекс чести банкира»
- о) «Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка»
- п) **«Социальная хартия»**

136. Результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла:

- л) **воздействие на общество**
- м) **социальные программы**
- н) **социальная политика**
- о) экономический эффект
- п) налоговые льготы

137. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США:

- и) «социальная ответственность бизнеса» и ее вариация: «социальная ответственность бизнесменов»
- к) «корпоративная социальная восприимчивость»
- л) **«корпоративная социальная ответственность»**
- м) «корпоративная социальная деятельность» и «корпоративная социальная добросовестность»

138. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард:

- л) **государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию**
- м) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию
- н) государство вмешивается в социально-трудовые отношения, а предприниматели и профсоюзы отстаивают свои права
- о) государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, эта сфера всецело контролируется предпринимателями и профсоюзами
- п) предприниматели не вмешиваются в социально-трудовые отношения

139. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:

- и) замкнутого графа
- к) **пирамиды**
- л) вертикальной линии
- м) круга

140. Элементы понятия «качество жизни»:

- с) потребление материальных благ
- т) продуктов питания
- у) качество жилищных условий и занятости
- ф) развитие сферы услуг
- х) образования, культуры
- ц) социального обеспечения
- ч) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями
- ш) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями

Вариант № 10

6. Неформальная экономика и проблемы социальной ответственности бизнеса.
7. Благотворительность династии Рябушинских.
8. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).
9. Социальная ответственность крупной зарубежной компании в различных отраслях экономики (по выбору).

Тесты

141. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х — начале 70-х годов XX в.:

- гг) США
- дд) Великобритания
- ее) Япония
- жж) Германия
- зз) Китай
- ии) Турция
- кк) Греция
- лл) СССР

142. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

- с) субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества
- т) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества
- у) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса
- ф) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

143. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности:

- щ) возникновение дополнительных социальных услуг
- ы) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем
- э) уменьшение безработицы
- ю) увеличение рождаемости и снижение смертности
- я) рост доходов госбюджета
- аа) снижение преступности

144. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

- х) корпоративный фонд:
- ц) социальные инвестиции
- ч) спонсорство
- ш) денежные гранты
- щ) социально значимый маркетинг

145. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.:

- с) ограничение субсидий на строительство жилья
- т) сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.
- у) снижение доступа к бесплатной медицинской помощи
- ф) бедность, наркомания и бездомность большей части населения

146. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

- с) нравственные мотивы
- т) рост доверия потребителей
- у) реклама
- ф) любовь к искусству

147. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

- гг) потребителям
- дд) собственникам
- ее) сотрудникам
- жж) обществу в целом
- зз) клиентам
- ии) государству
- кк) частным предприятиям
- лл) государственным предприятиям

148. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

- с) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума
- т) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства
- у) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- ф) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

149. «Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

- с) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

т) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах

у) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

ф) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

150. Определяющий фактор уровня жизни в России:

х) физиологический минимум

ц) прожиточный минимум

ч) социальный минимум

ш) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум

щ) потребительская корзина

151. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

щ) обман

ы) фальсификацию качества

э) возможность получения незаконных доходов

ю) беззаконие

я) некорректную рекламу

аа) неуважение партнеров

152. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

х) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения

ц) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации

ч) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе

ш) развитие культурного образования детей и юношества

щ) обеспечение занятости инвалидов

153. Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с:

щ) резким ростом прибыли крупнейших компаний

ы) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу

э) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования

ю) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал

я) отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства

аа) низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

154. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов:

х) не нормируются, и их размер произволен

ц) расходуются под четким контролем государства

- ч) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
- ш) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках
- щ) взимаются в принудительном порядке

155. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат:

- х) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов
- ц) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании
- ч) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления
- ш) усиление корпоративной сплоченности коллектива
- щ) ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

156. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил:

- х) повышение темпа роста производительности
- ц) повышение ее инвестиционной привлекательности
- ч) увеличение доходности
- ш) приток рабочей силы

щ) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

157. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется:

- с) полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ
- т) за счет государства через Пенсионный фонд РФ
- у) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами
- ф) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

158. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

- с) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний
- т) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды
- у) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний
- ф) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

159. Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия:

- х) «следование правилам»
- ц) «управленческая»
- ч) «оборонительная»
- ш) «стратегическая»
- щ) «гражданская»

160. Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе:

- х) этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности
- ц) этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства
- ч) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера
- ш) этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке
- щ) общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует