

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №2

Тема: Етичні аспекти відносин бізнесу та суспільства

Мета: систематизувати та поглибити знання студентів про історію розвитку бізнесу; визначити та охарактеризувати морально-етичні особливості відносин бізнесу із суспільством загалом; з державою, споживачами, партнерами, працівниками й навколишнім середовищем.

План

1. Бізнес і суспільні інтереси. Етичні аспекти реклами.
2. Етичні проблеми бізнесу як системи.
3. Відносини бізнесу та споживачів.

Ключові поняття: конкуренція, лобізм, мультинаціональні корпорації, соціальна відповідальність у бізнесі, меценатство, спонсорство, етичні аспекти реклами.

Теми рефератів

1. Етика поведінки бізнесмена в процесі підприємницької діяльності.
2. Принципи бізнесу та його економіко-політичні основи.
3. Взаємовідносини фірми та найманих працівників.
4. Фірма в системі економічних і небізнесових груп.
5. Етичні аспекти реклами.
6. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

Запитання для активізації пізнавальної діяльності студентів

1. У чому полягає моральна сутність принципів ділової етики?
2. Як проявляється посередницька роль фірми і її керівника в суспільній системі?
3. Які можна виділити етичні аспекти реклами?
4. Які можливі порушення етики найму та звільнення працівника?
5. У чому проявляється взаємозв'язок бізнесу та екології навколишнього середовища?
6. Визначити основні етичні проблеми, що виникають у відносинах бізнесу й споживачів.
7. Що таке соціальна відповідальність?
8. Які є напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу?
9. Чи існує досвід корпоративної соціальної відповідальності в Україні?

Завдання та проблемні ситуації

1. У Швеції щорічно вручають медаль тим, хто сплатив найбільше податків. Який моральний та економічний сенс такого нагородження?

Чи доцільно в Україні запровадити таку нагороду? Чому?

2. Меценатство в Україні має глибоке коріння й славні традиції, починаючи ще з часів князівства Володимира Великого. Славнозвісна Десятинна церква в Києві збудована й утримувалася на 10-ту частину від прибутків князя.

Наведіть приклади за матеріалами періодики чи інтернету про добродійність. Що змушувало людей у всі часи займатися добродійністю? Чому людина витрачає величезні суми за картину, на будівництво музею, допомогу бібліотеці? Що взагалі у неї викликає такі поривання?

3. Психологічний експеримент довів, що зміна написів у метро з «Виходу немає» на «Вихід тут» із зазначенням напрямку руху привело до зниження статистики самогубств у місті.

Обґрунтуйте значення соціальної відповідальності рекламної діяльності.

Література

Базова:

Баранівський В.Ф. Етика бізнесу: навч. посіб. / В.Ф. Баранівський,

Т.Г. Скворцова. – К.: Лицар, 2009. – с. 25 – 41;

Гах Й.М. Етика ділового спілкування: навч. посіб. / Й.М. Гах. – К.: Центр навч. Літератури, 2005. – с. 99 – 111;

Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посіб. / В.Я. Зусін. – К.: Центр навч. Літератури, 2005. – с. 17 – 32;

Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навч. Посіб. / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2004. – с. 12 – 46;

Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посіб. / Г.Л. Чайка. – К.: Знання, 2005 – с. 291 – 307;

Допоміжна:

Герасимчук А.А. Етика і етикет сучасного бізнесу – запорука економічної безпеки підприємства: навч. посіб. / А.А. Герасимчук, О.І. Тимошенко, Я.

Дашкевич – К.: Вид-во Європ. університету, 2007 – с. 17 – 34.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Розкриваючи перше питання необхідно звернути увагу на те, що ділова етика регулює відносини бізнесмена, підприємця, менеджера зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками тощо. З огляду на неї відбувається: регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку; виконання норм і правил державного регулювання; регулювання відносин бізнесу зі споживачами, відносин бізнесу із суспільством.

Слід звернути увагу, що суспільство зацікавлене в розвитку бізнесу, але водночас і бізнес зацікавлений у розвитку суспільства, оскільки так створюється сприятливе середовище для підприємницької діяльності. Під час відповіді на це питання слід розкрити сутність основних проблем, що виникають під час взаємодії бізнесу із суспільними інтересами: приховування проблем, міф конкуренції, лобізм, діяльність великих мультинаціональних корпорацій; розглянути значення соціальної відповідальності в бізнесі, визначити основні напрями її підвищення. Слід окремо зупинитися на етичних аспектах реклами.

Під час відповіді на друге питання слід виділити та охарактеризувати етичні проблеми, що виникають у відносинах бізнесу і держави: пошук покровителів, або довірених осіб в уряді; прагнення підприємців зайняти місце у владі; поєднання влади і бізнесу; корупція та хабарництво; приховування доходів та несплата податків. Під час розгляду цього питання бажано визначити перешкоди на шляху до підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

Готуючись до відповіді на третє питання, потрібно визначити етичні проблеми, що часто виникають у відносинах бізнесу й споживачів: безпека продукції; забезпечення чесності угоди купівлі-продажу; шахрайство; брехня; порушення етики в ціноутворенні; маніпулювання поведінкою споживачів. Бажано звернути увагу на те, що в розвиненій індустріальній цивілізації панує комфортабельна, несвобода. І найбільш ефективною та стійкою її формою є нав'язування матеріальних та інтелектуальних потреб.