

**ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**



СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА ЕТИКА В БІЗНЕСІ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

щодо підготовки до практичних занять та виконання самостійної роботи для здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» денної та заочної форми навчання



Кропивницький -2025

Соціальна відповідальність, доброчесність та етика в бізнесі: метод. реком. щодо підгот. до практ. занять та викон. самост. роб. для здобув. вищої освіти зі спеціальності «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» денної та заочної форми навч. / [уклад.: М. В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, А.А. Немненко]; Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. Кропивницький : ЦНТУ, 2025. 59 с.

Укладачі:

д.е.н., проф. Семикіна М.В.,
к.е.н., доц. Запирченко Л.Д.,
викл. Немненко А.А.

Рецензенти:

Бугаєва М.В., к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи Центральноукраїнського національного технічного університету;

Нісфоян С.С., к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи Центральноукраїнського національного технічного університету.

Схвалено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи ЦНТУ. Протокол від «28» березня 2025 року № 14.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	10
3. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ЗА ТЕМАМИ ДИСЦИПЛІНИ.....	12
Семінарське заняття №1. Сутність доброчесності, соціальної відповідальності та етики в бізнесі, чинники їх формування	12
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	13
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	14
Семінарське заняття № 2. Культура доброчесності, соціальної відповідальності та етики та її вплив на економічний розвиток бізнесу.....	15
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	15
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	17
Семінарське заняття № 3. Роль відповідального та етичного ведення бізнесу у досягненні Цілей сталого розвитку ООН	18
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	18
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	20
Семінарське заняття № 4. Доброчесність у кодексах поведінки керівника та персоналу.....	21
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	21
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	23
Семінарське заняття № 5. Доброчесність у відносинах зі споживачами як чинник досягнення успіху в бізнесі	24
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	24
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	25
Семінарське заняття № 6. Доброчесність у відносинах з партнерами по бізнесу.....	27
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	27
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	28
Семінарське заняття № 7. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері формування та розвитку персоналу	29
<i>Тестові завдання для самоконтролю знань.....</i>	30
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	31
Семінарське заняття № 8. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері компенсаційної політики	32

<i>Тестові завдання для самоконтролю знань</i>	33
<i>Проблемні питання для дискусії</i>	34
4. ДІЛОВА ГРА.....	36
5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ	41
6. ПРАКТИЧНІ КЕЙСИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ	43
7. ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК	46
8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	51
9. КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ	52
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	55

ВСТУП

Сучасний бізнес, зокрема у сфері готельно-ресторанної справи та кейтерингу, сьогодні потребує не лише ефективних управлінських рішень, але й чіткого дотримання принципів соціальної відповідальності, доброчесності та етики. Ці категорії стають основою для побудови довіри клієнтів, партнерів і суспільства, а також ключем до сталого розвитку підприємств у контексті глобальних викликів (наприклад, Цілей сталого розвитку ООН).

Сьогодні світові тренди, такі як сталий розвиток, екологічна свідомість, дотримання прав працівників і боротьба з корупцією, вже не є лише «гарною ідеєю» – вони стали обов'язковими елементами конкурентоспроможності. Наприклад, готель, який використовує енергоефективні технології або відмовляється від одноразового пластику, не лише зменшує екологічний слід, а й завойовує прихильність клієнтів, які цінують такі ініціативи. Ресторан, що співпрацює з локальними виробниками, не просто підтримує регіональну економіку – він створює унікальний імідж, який важко скопіювати конкурентам. У економіці ж соціальна відповідальність перетворюється на інструмент управління ризиками: компанії, які ігнорують етичні стандарти, стикаються з фінансовими втратами, судовими позовами або втратою репутації.

Вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність, доброчесність та етика в бізнесі» для майбутніх фахівців у сфері готельно-ресторанної справи – це ключ до розуміння сучасних вимог, які ставить перед бізнесом не лише ринок, а й суспільство. У світі, де клієнти, інвестори та партнери все частіше оцінюють компанії через призму їхнього впливу на довкілля, соціальну справедливість та дотримання етичних норм, ці знання стають критично важливими для професійного успіху. Для галузей, орієнтованих на сервіс, як-от готельно-ресторанний бізнес, це особливо актуально: довіра клієнтів, репутація закладу та лояльність персоналу безпосередньо залежать від прозорості, чесності та відповідального підходу до ведення справ.

Для майбутніх фахівців готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингу вивчення цієї дисципліни дає змогу не лише уникнути багатьох помилок, а й створити інноваційні моделі роботи. Знання про те, як інтегрувати принципи доброчесності в корпоративну культуру, як розробляти соціальні програми або будувати діалог із суспільством, відкриває можливості для міжнародного співробітництва. Більшість глобальних компаній і міжнародних організацій (наприклад, ООН чи Світовий економічний форум) вимагають дотримання стандартів корпоративної соціальної відповідальності, і фахівці, які розуміють ці вимоги, стають незамінними на ринку праці.

Крім того, соціально відповідальна поведінка підприємців, етика та доброчесність – це основа для побудови довгострокових відносин. У готельно-ресторанній справі, де кожна взаємодія з клієнтом – своєрідна «візитівка» бізнесу, вміння діяти прозоро, відповідально та етично стає конкурентною перевагою. Наприклад, врахування дієтичних потреб, прозора цінова політика або повага до культурних особливостей клієнтів не лише допомагає запобігати конфліктам, а й перетворює одноразових відвідувачів на постійних. В економічній сфері вміння аналізувати етичні аспекти інвестицій, лобіювання або роботи з даними допомагає ухвалювати зважені рішення, які не суперечать законодавству або громадським інтересам.

Вивчаючи дисципліну «Соціальна відповідальність, доброчесність та етика в бізнесі», студенти також розвивають критичне мислення: вони вчаться бачити за «цифрами» та «прибутками» живі наслідки бізнес-рішень – для людей, природи, майбутніх поколінь. Це формує не просто фахівця, а лідера, здатного до змін. У майбутньому такі професіонали зможуть не лише адаптуватися до вимог часу, а й стати драйверами інновацій, пропонуючи бізнес-моделі, які поєднують прибутковість із соціальним добром. У світі, де успіх бізнесу все частіше вимірюється не лише фінансовими показниками, а й внеском у суспільство, такі навички роблять випускників незамінними, як для локальних компаній, так і для міжнародних корпорацій.

Методичні рекомендації, ґрунтуючись на теоретичному матеріалі, пропонують для розгляду практичні кейси, інтерактивні формати навчання (семінари, ділові ігри) та завдання для самостійної роботи, що дозволяють: інтегрувати знання з етики бізнесу в реальні професійні сценарії; розвивати критичне мислення для вирішення складних етичних дилем; закріплювати навички командної роботи та соціально відповідальної комунікації.

Користуючись змістом методичних рекомендацій, зручно знайти теми семінарських занять, матеріали для практичної підготовки, зокрема тести для перевірки знань, проблемні питання для дискусії, перелік питань до підсумкового контролю, сценарії ділової гри та список рекомендованих джерел інформації.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Соціальна відповідальність, доброчесність та етика в бізнесі» призначена для формування у здобувачів вищої освіти за спеціальністю готельно-ресторанної справи та кейтерингу системи знань, умінь та цінностей, необхідних для реалізації соціально відповідальних та етичних підходів у професійній діяльності. Загальна характеристика та програма дисципліни наведена у таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Загальна характеристика навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 5	Галузь знань <u>24 «Сфера обслуговування»</u> (шифр і назва)	Цикл фахової підготовки	
Загальна кількість годин – 150	Спеціальність: <u>241 –Готельно-ресторанна справа та кейтеринг</u> Освітня програма: <u>«Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»</u>	Рік підготовки:	
		1-й	1-й
		Семестр:	
		1-й	1-й
Тижневих годин навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 7	Освітній рівень: бакалавр	32 год.	
		Практичні	
		16 год.	
		Самостійна робота	
		102 год.	
		Вид контролю	
екзамен		екзамен	

Мова навчання – українська.

Таблиця 1

Програма навчальної дисципліни

№зп	Назва теми	Кількість годин (л/п/с)	Завдання
<i>Змістовий модуль 1. Концептуальні основи розуміння важливості доброчесності, соціальної відповідальності та етики в бізнесі</i>			
1	Лекція 1. Тема 1. Сучасна наука про сутність доброчесності, соціальної відповідальності та етики в бізнесі План 1) Еволюція теоретичних уявлень про зміст понять «доброчесність», «соціальна відповідальність» та «етика» в бізнесі. 2) Важливість дотримання норм доброчесності, соціальної відповідальності та етики для розвитку бізнесу.	2/1/8	Підготовка презентацій до виступів.

	3) Актуальність проблеми доброчесності для розвитку українського бізнесу.		
2	Лекція 2-3. Тема 2. Формування культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики План 1) Чинники формування культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики (історичні, економічні, соціальні, правові, морально-психологічні, релігійні). 2) Сучасна культура доброчесності, соціальної відповідальності та етики, її особливості та принципи. 3) Морально-етичні норми поведінки. 4) Роль освіти, виховання та соціального середовища у формуванні якостей доброчесності у майбутніх підприємців.	2/1/8	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри
3	Лекція 4-5. Тема 3. Культура доброчесності, соціальної відповідальності та етики як важіль впливу на економічні успіхи бізнесу в країні. План 1) Взаємозв'язок доброчесності бізнесмена і довіри до нього. 2) Вигоди (або втрати) споживачів, клієнтів та партнерів в залежності від відповідального та етичного ведення бізнесу. 3) Економічні вигоди бізнесу та суспільства від реалізації культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики. 4) Вплив держави і громадянського суспільства на дотримання норм доброчесності бізнесу.	2/2/6	Підготовка презентацій до виступів
4	Лекція 6 Тема 4. Відповідальне та етичне ведення бізнесу в країнах світу як інструмент внеску у досягнення Цілей сталого розвитку ООН. План 1) Доброчесність, етика в бізнесі і перспективи світу, що розвивається. 2) Цінності відкритості, доброчесності, правдивості бізнесу як підґрунтя відповідального та етичного ведення бізнесу в цивілізованих країнах світу. 3) Роль доброчесності, соціальної відповідальності та етики бізнесу у досягненні Цілей сталого розвитку, визначених ООН (подолання бідності, захист планети, забезпечення економічного добробуту населення планети).	2/1/8	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри
<i>Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти доброчесності та етики поведінки</i>			
5	Лекція 7-8 Тема 5. Доброчесність у кодексах поведінки керівника, та персоналу. План 1) Корпоративний кодекс працівників підприємства, його призначення. 2) Кодекс поведінки про етичні норми та дотримання доброчесності персоналу. 3) Кодекс поведінки керівника. 4) Недотримання норм доброчесності у поведінці керівника та окремих працівників, їх наслідки для підприємства.	2/1/4	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри.
6	Лекція 9 Тема 6. Доброчесність у відносинах зі споживачами як чинник досягнення успіху в бізнесі План 1) Дотримання норм доброчесності та етики у взаємодії зі споживачами. 2) Небезпека недооцінки важливості культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики для бізнесу і суспільства. 3) Явища порушення норм доброчесності у бізнесі, їх наслідки	2/2/2	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри з питань працевлаштування на підприємства готельно-ресторанного

	для споживачів, суспільства загалом.		бізнесу, підготовка до ділової гри.
7	Лекція 10-11 Тема 7. Доброчесність у відносинах з партнерами по бізнесу План 1) Специфіка дотримання норм доброчесності та етики у взаємодії з партнерами. 2) Ризики недооцінки важливості дотримання норм доброчесності, відповідальності та етики у взаємодії з партнерами по бізнесу. 3) Культура виконання договірних умов, соціальне партнерство. 4) Явища порушення норм доброчесності у бізнесі та їх наслідки для партнерів, перспектив співробітництва.	2/2/2	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри
<i>Змістовий модуль 3. Соціальна відповідальність бізнесу у різних сферах та напрямках діяльності</i>			
9	Лекція 12-13 Тема 8. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері формування та розвитку персоналу План 1. Уявлення про соціальну відповідальність людини, бізнесу і держави. 2. Соціальна відповідальність підприємства у процесі професійного добору персоналу. 3. Працевлаштування та адаптація нових працівників на засадах соціальної відповідальності. 4. Особистісний та професійний розвиток персоналу в контексті формування соціально відповідального бізнесу. 5. Дотримання етичних принципів під час звільнення працівників. 6. Підтримання контактів з колишніми працівниками.	2/2/6	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри
10	Лекція 14-15 Тема 9. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері компенсаційної політики План 1. Соціально справедлива оцінка та стимулювання праці персоналу. 2. Дотримання базових принципів соціальної відповідальності у процесі формування компенсаційної політики. 3. Формування компенсаційного пакета на засадах соціальної відповідальності. 4. Соціальний пакет як складник програм соціальної відповідальності.	4/2/6	Підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри з питань працевлаштування на підприємства готельно-ресторанного бізнесу, підготовка до ділової гри.
11	Лекція 16 Тема 10. Соціальна відповідальність у формуванні прогресивної корпоративної культури План 1. Взаємозв'язок корпоративної культури і соціальної відповідальності організації. 2. Система корпоративних цінностей. Упровадження цінностей соціальної відповідальності в корпоративну культуру. 3. Роль корпоративної культури в забезпеченні стратегічної стійкості підприємства. 4. Управлінський вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування доброчесності, етики та розвиток корпоративної культури організації.	2/2/6	Підготовка презентацій до виступів
	Разом	32/16/102	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність, доброчесність та етика в бізнесі» є формування у здобувачів вищої освіти компетентностей у сфері соціальної відповідальності, доброчесності та етики, необхідних для:

- етичного управління підприємствами готельно-ресторанної справи та кейтерингу з урахуванням інтересів стейкхолдерів;
- реалізації принципів сталого розвитку у бізнес-процесах (від екологічно відповідального кейтерингу до соціально справедливої політики працевлаштування);
- профілактики корупційних ризиків та побудови культури довіри в організаційних структурах.
- адаптації до міжнародних стандартів соціальної відповідальності у контексті інтеграції українського бізнесу у світовий простір.

Завдання навчальної дисципліни полягають в наступному:

1. Теоретичні завдання:

- вивчити базові концепції соціальної відповідальності, доброчесності та етики в бізнесі, їх взаємозв'язок із Цілями сталого розвитку ООН;
- опанувати нормативно-правові основи діяльності суб'єктів гостинності (національні та міжнародні стандарти).

2. Практичні завдання:

- аналізувати кейси щодо етичних дилем у готельно-ресторанній діяльності (наприклад, конфлікти інтересів, екологічні виклики);
- розробляти проекти соціально відповідальних ініціатив для підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу;
- формувати комунікаційні стратегії з клієнтами та партнерами на основі принципів прозорості та доброчесності.

3. Навичкові завдання:

- формувати навички аргументації під час відстоюванні етичних рішень у професійному середовищі (ділові ігри, дискусії);
- розвивати здатність до самостійного навчання через роботу з рекомендованими науковими джерелами, критичного аналізу сучасних трендів і практичного досвіду у сфері корпоративної соціальної відповідальності;
- набувати досвід та навички командної взаємодії під час виконання групових проектів (ділові ігри, дискусії команд).

4. Ціннісні завдання:

- усвідомлювати роль громадянської відповідальності у контексті верховенства права та антикорупційної політики.

- інтегрувати принципи екологічної етики у професійну діяльність (зменшення харчових відходів, використання локальних продуктів).

Поставлена мета і завдання вивчення дисципліни у відповідності з освітньо-професійною програмою передбачають формування таких компетентностей (інтегральних, загальних, спеціальних) та досягнення наступних програмних результатів:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі (а також логістики) або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК2. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК12. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

СК4. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії

СК12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг.

ПРН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

ПРН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

ПРН 20. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.

ПРН 21. Розуміти і реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ПРН 22. Зберігати та примножувати досягнення і цінності суспільства на основі розуміння місця предметної області у загальній системі знань, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя

Акцентуємо увагу на тому, що в процесі підготовки до практичних (семінарських) занять і самостійної роботи студента за допомогою цих методичних рекомендацій передбачено такий зв'язок з компетентностями:

ЗК2, ЗК12, ПРН19-21: реалізуються через аналіз соціальних і етичних аспектів бізнесу, роботу з кейсами щодо корупційних ризиків.

ЗК10, ПРН08, ПРН16: закріплюються під час виконання практичних завдань (наприклад, розв'язання проблемних ситуацій у комунікації зі споживачами готелів та ресторанів).

СК4, СК12: розвиваються через проектування комунікаційних стратегій та бізнес-ідей з урахуванням етичних принципів.

Отже, методичні рекомендації, що пропонуються для допомоги студентам, слугують інструментом для трансформації теоретичних знань у практичні дії, що відповідає вимогам сучасного ринку праці та суспільним очікуванням.

3. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ЗА ТЕМАМИ ДИСЦИПЛІНИ

Семінарське заняття №1. Сутність доброчесності, соціальної відповідальності та етики в бізнесі, чинники їх формування

План

1. Сучасна наука про зміст понять «доброчесність», «соціальна відповідальність» та «етика» в бізнесі.
2. Чинники формування культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики (історичні, економічні, соціальні, правові, морально-психологічні, релігійні).
3. Морально-етичні норми поведінки в бізнесі.
4. Важливість дотримання норм доброчесності, соціальної відповідальності та етики для розвитку бізнесу.
5. Актуальність проблеми доброчесності для розвитку українського бізнесу.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Який період в історії бізнесу характеризується появою концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)?
 - а) індустріальна революція (XVIII–XIX ст.);
 - б) середина XX століття;
 - в) кінець XX століття;
 - г) початок XXI століття.

2. Який основний принцип лежить в основі доброчесності в бізнесі?
 - а) максимізація прибутку;
 - б) використання конкурентних переваг;
 - в) дотримання етичних норм та чесності;
 - г) монополізація ринку.

3. Що є основною метою соціальної відповідальності бізнесу?
 - а) підвищення конкурентоспроможності компанії;
 - б) мінімізація негативного впливу бізнесу на суспільство і довкілля;
 - в) максимізація доходів акціонерів;
 - г) створення сприятливих умов для інвесторів.

4. Який фактор найбільше вплинув на розвиток етики в бізнесі у XXI столітті?
 - а) індустріалізація;
 - б) глобалізація;
 - в) колоніальна політика;
 - г) фінансова криза.

5. Що найкраще описує поняття "етика в бізнесі"?
 - а) сукупність юридичних норм ведення бізнесу;
 - б) система моральних принципів та стандартів поведінки в діловій сфері;
 - в) методи впливу на конкурентів;
 - г) спосіб мінімізації витрат компанії.

6. Який чинник НЕ є основним для формування доброчесного бізнесу?
 - а) державне регулювання;
 - б) громадянське суспільство;
 - в) ігнорування інтересів споживачів;
 - г) технологічний прогрес.

7. Чому сучасні компанії прагнуть дотримуватися принципів доброчесності?
 - а) для покращення репутації та довіри з боку клієнтів;
 - б) для скорочення податкових виплат;

- в) для підвищення цін на продукцію;
- г) для уникнення соціальних обов'язків.

8. Як добросовісний бізнес впливає на розвиток економіки?

- а) гальмує економічне зростання;
- б) підвищує довіру інвесторів та стимулює стабільність;
- в) призводить до зниження прибутковості підприємств;
- г) збільшує рівень безробіття.

9. Яке з тверджень найкраще відображає зміни у ставленні до етики бізнесу в Україні?

- а) етика в бізнесі залишається другорядною, адже головним є прибуток;
- б) підприємці все більше враховують соціальну відповідальність та етичні стандарти;
- в) корпоративна етика актуальна лише для великих міжнародних компаній;
- г) в Україні відсутні ініціативи щодо підвищення добросовісності бізнесу.

10. Яке з наступних тверджень є правильним щодо перспектив розвитку етики та соціальної відповідальності бізнесу?

- а) інтерес до соціальної відповідальності зменшується;
- б) громадськість і міжнародні організації відіграють ключову роль у зміцненні етичних стандартів;
- в) соціальна відповідальність обмежується лише дотриманням законодавства;
- г) бізнесу не вигідно дотримуватись етичних принципів.

Проблемні питання для дискусії

1. Як історичний контекст (наприклад, радянська спадщина в Україні) впливає на сучасні проблеми добросовісності в бізнесі?

Чи можна подолати наслідки минулого через законодавчі зміни та освіту, чи це вимагає глибших соціокультурних трансформацій?

2. Чи може дотримання етичних принципів стати конкурентною перевагою для українських компаній на міжнародному ринку?

Наведіть приклади, як соціальна відповідальність або добросовісність допомагають бізнесу інтегруватися в глобальну економіку.

3. Які ризики виникають для бізнесу, який ігнорує норми добросовісності та етики в умовах зростання впливу громадськості та ЗМІ?

Чи є такі ризики більш значимими за короткострокову вигоду від недобросовісних практик?

4. Як технологічний прогрес, цифровізація економіки створює нові етичні дилеми для бізнесу (наприклад, штучний інтелект, big data)?

Чи достатньо існуючих міжнародних стандартів для регулювання цих питань, чи потрібні нові підходи?

5. Чи є концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) достатньою для досягнення Цілей сталого розвитку ООН?
Які обмеження має КСВ і як їх можна подолати через інтеграцію етики в стратегії бізнесу?

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів.

Рекомендована література

1. Балджи М. Д. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 332 с.
2. Гребенюк Т. В. Академічна доброчесність : навч. посіб. Запоріжжя : ЗДМУ, 2021. 108 с.
3. Калюжка Н. С. Етика професійного і ділового спілкування : навч.-метод. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2022. 227 с.
4. Когут М., Стеців І., Содома Р. Професійна етика в маркетингу та етикет сучасного бізнесу, як запорука економічної безпеки підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-75> (дата звернення: 28.03.2025)
5. Семикіна М., Журило І., Дмитришин Б., Запірченко Л., Савеленко Г. Доброчесність та соціальна відповідальність підприємців в контексті конкурентоспроможності торговельного та ресторанного бізнесу. Академічні візії. 2025. Вип.40. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1718> (дата звернення: 28.03.2025)
6. Швиданенко Г., Швиданенко О. Корпоративна етика у контексті глобальних викликів та забезпечення економічного зростання бізнесу. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-124>. (дата звернення: 28.03.2025)

Семінарське заняття № 2. Культура доброчесності, соціальної відповідальності та етики та її вплив на економічний розвиток бізнесу

План

1. Взаємозв'язок доброчесності бізнесмена і довіри до нього.
2. Вигоди (або втрати) споживачів, клієнтів та партнерів в залежності від відповідального та етичного ведення бізнесу.
3. Економічні вигоди бізнесу та суспільства від реалізації культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики.
4. Вплив держави і громадянського суспільства на дотримання норм доброчесності бізнесу.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Що є основою довіри до бізнесмена?
 - а) велика рекламна кампанія;
 - б) доброчесність;
 - в) низькі ціни на продукцію;
 - г) монополія на ринку.

2. Який із наведених чинників сприяє зміцненню довіри до бізнесу?

- а) часті зміни цінової політики;
- б) нерівний розподіл ресурсів;
- в) прозорість і чесність у веденні бізнесу;
- г) мінімальне спілкування з партнерами.

3. Яка перевага відповідального та етичного ведення бізнесу для споживачів?

- а) обмежений вибір продукції;
- б) доступ до якісних товарів і послуг;
- в) менша конкуренція на ринку;
- г) більше бюрократичних процедур.

4. Що є ключовим чинником формування репутації компанії?

- а) агресивна маркетингова політика;
- б) дотримання високих етичних стандартів;
- в) мінімізація витрат на соціальні ініціативи;
- г) відсутність відкритої комунікації.

5. Як етичне ведення бізнесу впливає на партнерські відносини?

- а) підвищує рівень стабільності та довіри;
- б) робить співпрацю менш вигідною;
- в) збільшує ризики правових санкцій;
- г) призводить до втрати конкурентних переваг.

6. Що може бути наслідком неетичного ведення бізнесу?

- а) зниження довіри з боку клієнтів та партнерів;
- б) зростання попиту на продукцію;
- в) покращення соціального іміджу компанії;
- г) збільшення залученості працівників.

7. Який з наведених варіантів є економічною вигодою від реалізації культури доброчесності?

- а) підвищення рівня корупції;
- б) збільшення прибутковості компанії;
- в) зниження відповідальності перед суспільством;
- г) мінімізація соціальних ініціатив.

8. Яку роль відіграє держава у забезпеченні етичного ведення бізнесу?

- а) лише спостерігає за діяльністю компаній;
- б) розробляє законодавчу базу та здійснює контроль;
- в) встановлює єдині ціни на продукцію;
- г) забезпечує фінансову підтримку тільки великим корпораціям.

9. Який вплив має громадянське суспільство на доброчесність бізнесу?

- а) не має жодного впливу;
- б) сприяє контролю та підзвітності бізнесу;
- в) обмежує свободу ведення бізнесу;
- г) використовує виключно державні ресурси для впливу.

10. Який фактор сприяє підвищенню конкурентоспроможності етичного бізнесу?

- а) ігнорування екологічних проблем;
- б) дотримання соціальної відповідальності та прозорості;
- в) використання тіньових схем;
- г) маніпуляція споживчою думкою.

Проблемні питання для дискусії

1. Чи можна відновити довіру до бізнесу після серйозних етичних порушень (наприклад, скандалів з корупцією)?
Наведіть приклади компаній (світових чи українських), які впоралися з кризою довіри, і проаналізуйте їхні стратегії. Чи є такі механізми ефективними в українському контексті?
2. Чи переважають довгострокові економічні вигоди доброчесності над короткостроковими вигодами від неетичних дій?
Порівняйте приклади: компанія-монополіст, що зловживає становищем, vs малий бізнес, який інвестує в соціальні проекти. Які фактори впливають на їхній успіх?
3. Як споживачі в Україні можуть реально впливати на бізнес через свій вибір?
Чи достатньо поширеної свідомості про етичне споживання, чи потрібні додаткові інструменти (наприклад, мобільні додатки з оцінкою соціальної відповідальності компаній)?
4. Чи може громадянський тиск (наприклад, соціальні мережі, акції протесту) бути ефективнішим за державні санкції у боротьбі з недоброчесним бізнесом?
Проілюструйте на прикладах з України (наприклад, викриття корупції в публічних закупівлях).
5. Які галузі в Україні найбільш вразливі до втрат через неетичну поведінку підприємців в питаннях екологічної відповідальності (наприклад, фармацевтика, харчова промисловість, ресторанний бізнес), і чому?
Чи можна створити "зону етичного бізнесу" в умовах високої корупції? Які кроки для цього потрібні?

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри.

Рекомендована література

1. Балджи М. Д. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 332 с.

2. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2014. 395 с.
3. Сушик І. В., Сушик О. Г., Мартинюк Я. М., Вісин В. В. Етика бізнесу: навч. посіб. Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. 268 с.
4. Балановська Т.І., Троян А.В. Управління бізнесом: навч. посіб. Київ: НУБіП України, 2019. 401 с.
5. Когут М., Стеців І., Содома Р. Професійна етика в маркетингу та етикет сучасного бізнесу, як запорука економічної безпеки підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-75> (дата звернення: 28.03.2025)
6. Компанієць В. В Формування культури доброчесності в суспільстві та бізнес-діяльності (концептуальне осмислення нових світових тенденцій на основі соціокультурної парадигми). Вісник економіки транспорту і промисловості 2024. № 86. С.248-265.
7. Семикіна М., Журило І., Дмитришин Б., Запирченко Л., Савеленко Г. Доброчесність та соціальна відповідальність підприємців в контексті конкурентоспроможності торговельного та ресторанного бізнесу. Академічні візії. 2025. Вип.40. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1718> (дата звернення: 28.03.2025)
8. Швиданенко Г., Швиданенко О. Корпоративна етика у контексті глобальних викликів та забезпечення економічного зростання бізнесу. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-124>. (дата звернення: 28.03.2025)
9. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. Cengage Learning, Inc. 13th Edition, 2022.

Семінарське заняття № 3. Роль відповідального та етичного ведення бізнесу у досягненні Цілей сталого розвитку ООН

План

1. Цінності відкритості, доброчесності та етики бізнесу і перспективи світу, що розвивається.
2. Ведення бізнесу в цивілізованих країнах світу: аспекти доброчесності та етики.
3. Пріоритетні цілі сталого розвитку, визначені ООН (подолання бідності, захист планети, забезпечення економічного добробуту населення планети).
4. Роль бізнесу у досягненні Цілей сталого розвитку ООН на засадах відповідального та етичного ведення підприємницької діяльності.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Чому доброчесність у бізнесі є важливою для довгострокового успіху компанії?
 - а) вона сприяє збільшенню податкових пільг;
 - б) вона забезпечує швидке зростання прибутку;
 - в) вона формує довіру серед клієнтів, партнерів та інвесторів;
 - г) вона знижує витрати на виробництво.

2. Який з наведених факторів є основним результатом дотримання етичних стандартів у бізнесі?
 - а) швидке збагачення власників;

- б) зниження рівня конкуренції;
- в) покращення репутації компанії;
- г) усунення потреби в державному регулюванні.

3. Що є основою соціальної відповідальності бізнесу?

- а) максимізація прибутку без врахування екологічних наслідків;
- б) забезпечення сталого розвитку та підтримка суспільства;
- в) використання дешевої робочої сили;
- г) лобіювання інтересів компанії в уряді.

4. Яка з перелічених ініціатив найкраще відповідає цілям сталого розвитку ООН?

- а) використання одноразових пластикових упаковок;
- б) впровадження екологічно чистих технологій;
- в) масове скорочення персоналу;
- г) монополізація ринку для максимізації прибутку.

5. Які компанії мають кращі шанси на довгостроковий успіх?

- а) ті, що приховують фінансову звітність;
- б) ті, що дотримуються високих етичних стандартів;
- в) ті, що зосереджуються лише на власному збагаченні;
- г) ті, що використовують дитячу працю для зменшення витрат.

6. Як бізнес може сприяти зменшенню соціальної нерівності?

- а) використовуючи мінімальну заробітну плату;
- б) інвестуючи в освіту та розвиток місцевих громад;
- в) збільшуючи викиди парникових газів;
- г) ліквідуючи соціальні програми для працівників.

7. Що сприяє розвитку інновацій у компаніях?

- а) використання неетичних бізнес-практик;
- б) стимулювання творчого мислення та пошук сталих рішень;
- в) ухиляння від податків;
- г) ігнорування думки стейкхолдерів.

8. Чому прозорість і відкритість важливі для компанії?

- а) вони створюють довіру серед стейкхолдерів;
- б) вони допомагають компанії уникати державного регулювання;
- в) вони зменшують потребу у корпоративній соціальній відповідальності;
- г) вони гарантують більший прибуток без додаткових зусиль.

9. Яким чином компанії можуть сприяти захисту довкілля?

- а) використовуючи викопне паливо;
- б) мінімізуючи відходи та впроваджуючи екологічно чисті технології;
- в) ігноруючи екологічні стандарти;

г) максимально скорочуючи витрати на природоохоронні заходи.

10. Чому соціальна відповідальність бізнесу є важливою?

а) вона підвищує ефективність виробництва;

б) вона сприяє зниженню конкуренції;

в) вона допомагає бізнесу зміцнювати стосунки із суспільством та досягати сталого розвитку;

г) вона зменшує фінансові зобов'язання компанії.

Проблемні питання для дискусії

1. Як бізнес у країнах, що розвиваються, може поєднувати етичні практики з потребою конкурувати на глобальних ринках?

Чи можуть такі компанії стати прикладом для інших, чи є їхній досвід унікальним через специфіку локальних умов? Наведіть приклади з України або інших країн.

2. Чи переважають переваги прозорості та доброчесності для бізнесу в умовах високої корупції, чи такі цінності роблять компанії вразливими?

Порівняйте досвід компаній зі Скандинавії (де прозорість – норма) та України. Які стратегії можуть зменшити ризики?

3. Які конкретні Цілі сталого розвитку ООН (наприклад, "гідна праця" чи "відповідальне споживання") найбільше залежать від етичного підходу бізнесу?

Чи можна виміряти внесок компаній у ці цілі? Наведіть приклади міжнародних або українських ініціатив.

4. Чи є партнерства між бізнесом, державою та громадськістю ефективним інструментом для досягнення ЦСР (цілей сталого розвитку ООН), чи вони часто носять декларативний характер?

Проаналізуйте конкретний проект (наприклад, зелена енергетика в Україні). Чи допомагають такі альянси подолати системні проблеми?

5. Чи можуть малі підприємства стати драйверами сталого розвитку, чи їхній вплив обмежений порівняно з корпораціями?

Які перешкоди заважають підприємствам малого та середнього бізнесу в Україні брати участь у глобальних ініціативах на кшталт ЦСР? Що може їх стимулювати?

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів.

Рекомендована література

1. Доброчесність та етика: навч. посіб. Організація Об'єднаних Націй, Відень, 2021. 72 с.

2. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2014. 395 с.

3. Picheral L. HoReCa: AN ECONOMIC SECTOR WHICH REINVENTS ITSELF. Cactus. 2024. Vol. 5, no. 2. URL: <https://doi.org/10.24818/cts/5/2023/2.07>. (дата звернення: 28.03.2025)

4. Компанієць В. В. Формування культури доброчесності в суспільстві та бізнес-діяльності (концептуальне осмислення нових світових тенденцій на основі соціокультурної парадигми). Вісник економіки транспорту і промисловості 2024. № 86. С.248-265.

5. Семикіна М.В., Костишина А.І., Семикіна А.В. Формування мотивованості персоналу в умовах інноваційних трансформацій праці, цифровізації економіки, викликів та загроз. Наукові праці Центральноукраїнського національного технічного університету. Економічні науки. 2024. Вип. 12 (45). С. 7-19.
6. Becker C. U. Business Ethics Methods and Application. New York : Routledge, 2019. (дата звернення: 28.03.2025)
7. Danielewicz-Betz A. Self-Presentation and Self-Praise in the Digital Workplace. Anthem Press, 2021.
8. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. Cengage Learning, Inc. 13th Edition, 2022.

Семінарське заняття № 4. Добročесність у кодексах поведінки керівника та персоналу.

План

1. Корпоративний кодекс працівників підприємства, його призначення.
2. Кодекс поведінки про етичні норми та дотримання добročесності персоналу.
3. Кодекс поведінки керівника.
4. Недотримання норм добročесності у поведінці керівника та окремих працівників, їх наслідки для підприємства.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Що є основною метою корпоративного кодексу працівників?
 - а) контроль за продуктивністю працівників;
 - б) формування єдиної корпоративної культури;
 - в) регулювання заробітної плати працівників;
 - г) визначення штрафів за порушення внутрішніх правил.
2. Який із принципів корпоративного кодексу сприяє розвитку довіри в компанії?
 - а) закритість і конфіденційність інформації;
 - б) уникнення конфліктних ситуацій;
 - в) відкритість і чесність;
 - г) ігнорування проблемних питань.
3. Що забороняє корпоративний кодекс у сфері відносин із партнерами?
 - а) дотримання умов договору;
 - б) підтримку довгострокових партнерських відносин;
 - в) корупцію та хабарництво;
 - г) відкриті переговори щодо майбутніх контрактів.
4. Який із наведених пунктів є обов'язковим у кодексі поведінки керівника?

- а) використання владних повноважень для отримання особистої вигоди;
- б) відповідальність перед співробітниками та компанією;
- в) обмеження кар'єрного розвитку підлеглих;
- г) маніпулювання підлеглими з метою підвищення ефективності.

5. Що є ключовим наслідком недотримання норм доброчесності в компанії?

- а) покращення фінансового стану компанії;
- б) зниження довіри клієнтів та партнерів;
- в) підвищення мотивації персоналу;
- г) посилення конкурентних переваг.

6. Яке правило поведінки керівника сприяє формуванню позитивного корпоративного клімату?

- а) ігнорування думки підлеглих;
- б) прозорість у прийнятті рішень;
- в) встановлення жорсткої дисципліни без пояснень;
- г) відсутність комунікації з персоналом.

7. Що може бути негативним наслідком корупції в готельно-ресторанному бізнесі?

- а) зниження якості послуг;
- б) підвищення довіри клієнтів;
- в) посилення контролю за персоналом;
- г) розширення бізнесу.

8. Яким чином компанії можуть забезпечити дотримання корпоративного кодексу працівників?

- а) збільшення штрафів за порушення;
- б) регулярне навчання персоналу та контроль дотримання норм;
- в) скорочення кількості працівників;
- г) посилення ієрархічного контролю.

9. Яке порушення етичних норм найбільш негативно впливає на репутацію компанії?

- а) відмова від бонусів для працівників;
- б) незаконне використання персональних даних клієнтів;
- в) надання безкоштовних послуг для постійних клієнтів;
- г) обмеження рекламної діяльності.

10. Який механізм дозволяє ефективно боротися з неетичною поведінкою в компанії?

- а) впровадження жорстких санкцій без пояснень;
- б) використання анонімних каналів для повідомлень про порушення;
- в) надання керівнику абсолютної влади без підзвітності;
- г) уникнення покарань за порушення.

Проблемні питання для дискусії

1. Чи може корпоративний кодекс бути ефективним без активної участі працівників у його розробці?
Наведіть приклади українських компаній, де кодекс став інструментом змін, а не формальністю. Які фактори сприяють його реалізації?
2. Чим кодекс поведінки керівника відрізняється від кодексу працівників, і чому він має бути більш жорстким?
Порівняйте на прикладах з галузі готельно-ресторанного бізнесу. Чи є такі відмінності справедливими?
3. Які наслідки порушень етики в готельно-ресторанному бізнесі є найнебезпечнішими для бренду: фінансові втрати, втрата довіри клієнтів чи юридичні ризики?
Проілюструйте на реальних випадках (наприклад, харчове отруєння в ресторані чи розголошення даних клієнтів).
4. Чи може система моніторингу (наприклад, камери спостереження) порушити довіру між працівниками та керівництвом?
Як знайти баланс між контролем і повагою до приватності в готельно-ресторанній сфері?
5. Чи є "етичні тренінги" для персоналу ефективними, якщо керівництво їх ігнорує?
Як створити культуру доброчесності, коли прикладу вимагають і від керівників, і від працівників? Наведіть успішні кейси з України.

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри.

Рекомендована література

1. Калюжка Н. С. Етика професійного і ділового спілкування : навч.-метод. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2022. 2287 с.
2. Держак Н., Канцур І., Сніжко І. Формування емоційних складових «економіки вражень» в готельно-ресторанному бізнесі. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 6. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.67> (дата звернення: 28.03.2025)
3. Компанієць В. В. Формування культури доброчесності в суспільстві та бізнес-діяльності (концептуальне осмислення нових світових тенденцій на основі соціокультурної парадигми). *Вісник економіки транспорту і промисловості* 2024. № 86. С.248-265.
4. Семикіна М.В., Костишина А.І., Семикіна А.В. Формування мотивованості персоналу в умовах інноваційних трансформацій праці, цифровізації економіки, викликів та загроз. *Наукові праці Центральноукраїнського національного технічного університету. Економічні науки*. 2024. Вип. 12 (45). С. 7-19.
5. Семикіна М., Дмитришин Б., Савеленко Г., Коваль Л. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності. *Академічні візії*. 2024. Вип. 28. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/958> (дата звернення: 28.03.2025)
6. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons, 2021.

Семінарське заняття № 5. Доброчесність у відносинах зі споживачами як чинник досягнення успіху в бізнесі

План

1. Дотримання норм доброчесності та етики у взаємодії зі споживачами.
2. Небезпека недооцінки важливості культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики для бізнесу і суспільства.
3. Явища порушення норм доброчесності у бізнесі, їх наслідки для споживачів, суспільства загалом.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Що є основною метою корпоративного кодексу працівників?
 - а) контроль за продуктивністю працівників;
 - б) формування єдиної корпоративної культури;
 - в) регулювання заробітної плати працівників;
 - г) визначення штрафів за порушення внутрішніх правил.
2. Який із принципів корпоративного кодексу сприяє розвитку довіри в компанії?
 - а) закритість і конфіденційність інформації;
 - б) уникнення конфліктних ситуацій;
 - в) відкритість і чесність;
 - г) ігнорування проблемних питань.
3. Що забороняє корпоративний кодекс у сфері відносин із партнерами?
 - а) дотримання умов договору;
 - б) підтримку довгострокових партнерських відносин;
 - в) корупцію та хабарництво;
 - г) відкриті переговори щодо майбутніх контрактів.
4. Який із наведених пунктів є обов'язковим у кодексі поведінки керівника?
 - а) використання владних повноважень для отримання особистої вигоди;
 - б) відповідальність перед співробітниками та компанією;
 - в) обмеження кар'єрного розвитку підлеглих;
 - г) маніпулювання підлеглими з метою підвищення ефективності.
5. Що є ключовим наслідком недотримання норм доброчесності в компанії?
 - а) покращення фінансового стану компанії;
 - б) зниження довіри клієнтів та партнерів;

- в) підвищення мотивації персоналу;
- г) посилення конкурентних переваг.

6. Яке правило поведінки керівника сприяє формуванню позитивного корпоративного клімату?

- а) ігнорування думки підлеглих;
- б) прозорість у прийнятті рішень;
- в) встановлення жорсткої дисципліни без пояснень;
- г) відсутність комунікації з персоналом.

7. Що може бути негативним наслідком корупції в готельно-ресторанному бізнесі?

- а) зниження якості послуг;
- б) підвищення довіри клієнтів;
- в) посилення контролю за персоналом;
- г) розширення бізнесу.

8. Яким чином компанії можуть забезпечити дотримання корпоративного кодексу працівників?

- а) збільшення штрафів за порушення;
- б) регулярне навчання персоналу та контроль дотримання норм;
- в) скорочення кількості працівників;
- г) посилення ієрархічного контролю.

9. Яке порушення етичних норм найбільш негативно впливає на репутацію компанії?

- а) відмова від бонусів для працівників;
- б) незаконне використання персональних даних клієнтів;
- в) надання безкоштовних послуг для постійних клієнтів;
- г) обмеження рекламної діяльності.

10. Який механізм дозволяє ефективно боротися з неетичною поведінкою в компанії?

- а) впровадження жорстких санкцій без пояснень;
- б) використання анонімних каналів для повідомлень про порушення;
- в) надання керівнику абсолютної влади без підзвітності;
- г) уникнення покарань за порушення.

Проблемні питання для дискусії

1. Чи може корпоративний кодекс бути ефективним без активної участі працівників у його розробці?

Наведіть приклади українських компаній, де кодекс став інструментом змін, а не формальністю. Які фактори сприяють його реалізації?

2. Чим кодекс поведінки керівника відрізняється від кодексу працівників, і чому він має бути більш жорстким?
Порівняйте на прикладах з галузі готельно-ресторанного бізнесу. Чи є такі відмінності справедливими?
3. Які наслідки порушень етики в готельно-ресторанному бізнесі є найнебезпечнішими для бренду: фінансові втрати, втрата довіри клієнтів чи юридичні ризики?
Проілюструйте на реальних випадках (наприклад, харчове отруєння в ресторані чи розголошення даних клієнтів).
4. Чи може система моніторингу (наприклад, камери спостереження) порушити довіру між працівниками та керівництвом?
Як знайти баланс між контролем і повагою до приватності в готельно-ресторанній сфері?
5. Чи є "етичні тренінги" для персоналу ефективними, якщо керівництво їх ігнорує?
Як створити культуру доброчесності, коли прикладу вимагають і від керівників, і від працівників? Наведіть успішні кейси з України.

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри.

Рекомендована література

1. Гребенюк Т. В. Академічна доброчесність : навч. посіб. Запоріжжя : ЗДМУ, 2021. 108 с.
2. Калюжка Н. С. Етика професійного і ділового спілкування : навч.-метод. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2022. 2287 с.
3. Балановська Т.І., Троян А.В. Управління бізнесом: навч. посіб. Київ: НУБіП України, 2019. 401 с.
4. Держак Н., Канцур І., Сніжко І. Формування емоційних складових «економіки вражень» в готельно-ресторанному бізнесі. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 6. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.67> (дата звернення: 28.03.2025)
5. Колеснікова К., Дмитрієв Е., Суровцева М. Інноваційні механізми участі громадян у публічному управлінні: трансформація державної політики та боротьба з корупцією. *Derzhavne upravlinnya udoskonalennya ta rozvytok*. 2023. № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.11.21> (дата звернення: 28.03.2025).
6. Компанієць В. В Формування культури доброчесності в суспільстві та бізнес-діяльності (концептуальне осмислення нових світових тенденцій на основі соціокультурної парадигми). *Вісник економіки транспорту і промисловості* 2024. № 86. С.248-265.
7. Семикіна М., Дмитришин Б., Савеленко Г., Коваль Л. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності. *Академічні візії*. 2024. Вип. 28. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/958> (дата звернення: 28.03.2025)

Семінарське заняття № 6. Добročесність у відносинах з партнерами по бізнесу

План

1. Специфіка дотримання норм добročесності та етики у взаємодії з партнерами.
2. Ризики недооцінки важливості дотримання норм добročесності, відповідальності та етики у взаємодії з партнерами по бізнесу.
3. Культура виконання договірних умов, соціальне партнерство.
4. Явища порушення норм добročесності у бізнесі та їх наслідки для партнерів, перспектив співробітництва.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Яке з наведених тверджень найбільш точно відображає значення добročесності у бізнес-відносинах?
 - а) добročесність не має значного впливу на бізнес;
 - б) добročесність сприяє довгостроковим партнерським відносинам;
 - в) порушення етичних норм рідко впливає на бізнес;
 - г) дотримання етичних норм вигідне лише великим компаніям.
2. Яким є основний ризик порушення етичних норм у партнерських відносинах?
 - а) підвищення прибутків;
 - б) втрата довіри та репутації;
 - в) скорочення витрат на операційну діяльність;
 - г) збільшення кількості клієнтів.
3. Який з наведених пунктів не є перевагою етичної поведінки у бізнесі?
 - а) довгострокові відносини;
 - б) зниження конкурентоспроможності;
 - в) стабільність бізнесу;
 - г) позитивний імідж.
4. Що є прикладом недобросовісної конкуренції?
 - а) використання комерційної таємниці партнера для власної вигоди;
 - б) розширення асортименту товарів;
 - в) проведення маркетингових досліджень;
 - г) запровадження корпоративного кодексу етики.
5. Який метод сприяє підвищенню рівня добročесності у партнерських відносинах?
 - а) використання шантажу для досягнення вигоди;

- б) розробка та впровадження кодексу корпоративної етики;
 - в) приховування інформації про діяльність компанії;
 - г) ігнорування етичних норм у кризових ситуаціях.
6. Які юридичні наслідки можливі при порушенні договірних зобов'язань між партнерами?
- а) судові позови та штрафи;
 - б) збільшення капіталу компанії;
 - в) підвищення лояльності партнерів;
 - г) зменшення контролю з боку державних органів.
7. Що є прикладом порушення етичних норм у готельно-ресторанному бізнесі?
- а) чітке дотримання договірних умов;
 - б) підміна дорогих інгредієнтів дешевшими без інформування партнерів;
 - в) виконання соціальних програм;
 - г) забезпечення належних умов праці для персоналу.
8. Що найкраще характеризує соціальне партнерство в бізнесі?
- а) небажання роботодавця взаємодіяти з працівниками;
 - б) відсутність відповідальності перед суспільством;
 - в) взаємодія між роботодавцями, працівниками та державними органами для вирішення соціальних питань;
 - г) використання неетичних методів для досягнення короткострокової вигоди.
9. Яким способом можна запобігти порушенню доброчесності у бізнесі?
- а) заохочення позитивної поведінки та етичних стандартів;
 - б) ігнорування зобов'язань перед партнерами;
 - в) ведення бізнесу без укладання договорів;
 - г) використання прихованих комісій у фінансових операціях.
10. Який основний наслідок для компанії може мати негативна репутація через порушення етичних норм?
- а) залучення нових інвесторів;
 - б) прискорений розвиток компанії;
 - в) втрата клієнтів і партнерів;
 - г) підвищення конкурентоспроможності.

Проблемні питання для дискусії

1. Як культурні відмінності між партнерами впливають на інтерпретацію норм доброчесності та етики?
Наведіть приклади з міжнародного співробітництва. Чи можуть універсальні етичні стандарти подолати такі розбіжності?

2. Чи може компанія відновити довіру до партнера після порушення договірних зобов'язань (наприклад, прострочення платежів, недотримання якості послуг)?
Які кроки необхідні для відновлення репутації? Чи існують «точки неповернення» у таких ситуаціях?
3. Чому соціальне партнерство часто ігнорується в умовах жорсткої конкуренції?
Як збалансувати власні інтереси з підтримкою партнерів? Наведіть приклади вдалого співробітництва в готельно-ресторанній галузі.
4. Які порушення доброчесності найчастіше зустрічаються у взаємодії з постачальниками в готельно-ресторанному бізнесі?
Чи є ці проблеми специфічними для України, чи вони універсальні? Як їх вирішувати на практиці?
5. Чи можуть технології (наприклад, смарт-контракти на блокчейні) стати гарантом дотримання договірних умов?
Чи готовий український бізнес до таких інновацій? Наведіть переваги та недоліки технологічного підходу до етичного партнерства.

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри, підготовка до ділової гри.

Рекомендована література

1. Доброчесність та етика: навч. посіб. Організація Об'єднаних Націй, Відень, 2021. 72 с.
2. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://www.pfi.org.ua/index.php>. (дата звернення: 28.03.2025)
3. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2014. 395 с.
4. Балановська Т.І., Троян А.В. Управління бізнесом: навч. посіб. Київ: НУБіП України, 2019. 401 с.
5. Вінниченко О. О. Інституціоналізація лобізму як механізм боротьби з корупцією. II міжнародна науково-практична конференція Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського до 105-ї річниці від заснування університету: матеріали міжнар. наук-практ конф., м. Київ, 17-18 жовт.2023 р. Львів, Торунь : Ліха-Прес, 2023. 192 с. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-355-5-14>. (дата звернення: 28.03.2025)
6. Когут М., Стеців І., Содома Р. Професійна етика в маркетингу та етикет сучасного бізнесу, як запорука економічної безпеки підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-75> (дата звернення: 28.03.2025)
7. Becker C. U. Business Ethics Methods and Application. New York : Routledge, 2019. (дата звернення: 28.03.2025)

Семінарське заняття № 7. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері формування та розвитку персоналу

План

1. Уявлення про соціальну відповідальність людини, бізнесу і держави.
2. Соціальна відповідальність підприємства у процесі професійного добору персоналу.

3. Працевлаштування та адаптація нових працівників на засадах соціальної відповідальності.
4. Особистісний та професійний розвиток персоналу в контексті формування соціально відповідального бізнесу.
5. Дотримання етичних принципів під час звільнення працівників.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Що включає поняття соціальної відповідальності бізнесу?
 - а) тільки отримання прибутку;
 - б) відповідальність перед працівниками, споживачами та суспільством;
 - в) тільки дотримання законодавства;
 - г) лише екологічну відповідальність.

2. Який з принципів є основою соціальної відповідальності підприємства у процесі професійного добору персоналу?
 - а) дискримінаційний підхід;
 - б) випадковий вибір кандидатів;
 - в) дотримання принципу рівних можливостей;
 - г) вибір кандидатів за мінімальними критеріями.

3. Що передбачає соціально відповідальний підхід до адаптації нових працівників?
 - а) самостійне пристосування до умов роботи;
 - б) відсутність допомоги у процесі адаптації;
 - в) призначення наставника та введення в корпоративну культуру;
 - г) надання випробувального терміну без підтримки.

4. Який з наведених аспектів НЕ належить до особистісного та професійного розвитку персоналу в контексті соціальної відповідальності?
 - а) організація тренінгів та навчання;
 - б) залучення до волонтерських програм;
 - в) примушування до додаткового навчання;
 - г) розвиток емоційного інтелекту.

5. Які принципи має дотримуватися підприємство під час звільнення працівників відповідно до соціальної відповідальності?
 - а) випадковий вибір працівників для звільнення;
 - б) непрозорі процедури звільнення;
 - в) дотримання етичних норм та справедливості;
 - г) ігнорування соціального захисту звільнених.

6. Що є ключовим у підтримці контактів з колишніми працівниками?

- а) повне припинення будь-яких взаємодій;
- б) підтримка зв'язку для можливого подальшого співробітництва;
- в) використання персональних даних колишніх працівників без їх згоди;
- г) відмова у рекомендаціях для нового місця роботи.

7. Як соціальна відповідальність бізнесу впливає на процес підбору персоналу?

- а) формує корпоративну культуру та етичні стандарти;
- б) вибирає кандидатів лише за їхніми фізичними характеристиками;
- в) не враховує соціальні аспекти під час відбору;
- г) орієнтується виключно на низькі зарплати.

8. Чому інвестиції у розвиток персоналу є важливими для соціально відповідального бізнесу?

- а) вони сприяють зростанню лояльності працівників;
- б) це зайві витрати для компанії;
- в) це підвищує плинність кадрів;
- г) вони не впливають на конкурентоспроможність підприємства.

9. Що включає соціальне інвестування у розвиток персоналу?

- а) виключно фінансову підтримку працівників;
- б) підвищення кваліфікації, тренінги та освітні програми;
- в) зменшення зарплат для економії коштів;
- г) відсутність контролю за розвитком персоналу.

10. Як підприємство може продемонструвати свою соціальну відповідальність щодо довкілля?

- а) використовувати екологічно чисті технології;
- б) ігнорувати екологічні норми;
- в) відмовитися від програм екологічного захисту;
- г) використовувати шкідливі матеріали без відповідальності.

Проблемні питання для дискусії

1. Як взаємодіють соціальна відповідальність окремої людини, бізнесу та держави у формуванні етичних трудових практик?

Наведіть приклади з України. Чи можна створити ефективну модель співпраці між цими трьома рівнями?

2. Які інструменти соціальної відповідальності можуть запобігти дискримінації під час найму персоналу?

Проаналізуйте приклади з готельно-ресторанного бізнесу: чи можуть сліпі резюме або AI-підбір зменшити упередженість?

3. Чи є адаптація нових працівників частиною соціальної відповідальності бізнесу?

Які конкретні кроки (наприклад, менторські програми, психологічна підтримка) можуть зробити процес адаптації більш людським?

4. Чи можна вважати інвестиції в освіту працівників (наприклад, курси, стажування) соціально відповідальними, якщо вони не приносять негайного прибутку?

Порівняйте досвід українських ІТ-компаній та традиційних галузей. Чи є тут конфлікт між етикою та економікою?

5. Як етичне звільнення працівників впливає на репутацію компанії, і чи може підтримка колишніх співробітників стати конкурентною перевагою?

Наведіть приклади з України: чи допомагають алітні-мережі зберегти лояльність і мінімізувати конфлікти?

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри з питань працевлаштування на підприємства готельно-ресторанного бізнесу, підготовка до ділової гри.

Рекомендована література

1. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://www.pfi.org.ua/index.php>. (дата звернення: 28.03.2025)
2. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 180с. URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>. (дата звернення: 28.03.2025)
3. Picheral L. HoReCa: AN ECONOMIC SECTOR WHICH REINVENTS ITSELF. Cactus. 2024. Vol. 5, no. 2. URL: <https://doi.org/10.24818/cts/5/2023/2.07>. (дата звернення: 28.03.2025)
4. Семикіна М., Журило І., Дмитришин Б., Запірченко Л., Савеленко Г. Добросесність та соціальна відповідальність підприємців в контексті конкурентоспроможності торговельного та ресторанного бізнесу. Академічні візії. 2025. Вип.40. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1718> (дата звернення: 28.03.2025)
5. Семикіна М.В., Костишина А.І., Семикіна А.В. Формування мотивованості персоналу в умовах інноваційних трансформацій праці, цифровізації економіки, викликів та загроз. Наукові праці Центральноукраїнського національного технічного університету. Економічні науки. 2024. Вип. 12 (45). С. 7-19.
6. Семикіна М., Дмитришин Б., Савеленко Г., Коваль Л. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності. Академічні візії. 2024. Вип. 28. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/958> (дата звернення: 28.03.2025)
7. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. Cengage Learning, Inc. 13th Edition, 2022.

Семінарське заняття № 8. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері компенсаційної політики

План

1. Соціально справедлива оцінка та стимулювання праці персоналу.
2. Дотримання принципів соціальної відповідальності у процесі формування компенсаційної політики.
3. Формування компенсаційного пакета на засадах соціальної відповідальності. Уявлення про соціальний пакет.

Тестові завдання для самоконтролю знань

Виберіть одну правильну відповідь.

1. Який основний принцип соціально справедливої оцінки праці?
 - а) виплата зарплати тільки за виконаний мінімальний обсяг роботи;
 - б) врахування індивідуального внеску працівника в загальні результати;
 - в) суб'єктивне оцінювання керівником;
 - г) виплата заробітної плати виключно у вигляді бонусів.

2. Який принцип соціально відповідальної компенсаційної політики передбачає рівну оплату за однакову працю?
 - а) прозорість;
 - б) гнучкість;
 - в) справедливість;
 - г) мотиваційність.

3. Який інструмент стимулювання персоналу є нематеріальним?
 - а) підвищення окладу;
 - б) надання премій;
 - в) визнання досягнень працівника;
 - г) оплата понаднормової роботи.

4. Що є ключовим фактором у формуванні компенсаційної політики підприємства?
 - а) виключно фінансові можливості компанії;
 - б) соціальні потреби працівників;
 - в) виключно конкурентний рівень зарплати;
 - г) виключно законодавчі вимоги.

5. Яке твердження відповідає базовим принципам соціальної відповідальності у компенсаційній політиці?
 - а) оплата праці повинна бути нижчою за ринковий рівень;
 - б) компанія має уникати додаткових соціальних гарантій;
 - в) всі працівники повинні бути офіційно оформлені;
 - г) соціальний пакет повинен включати лише медичне страхування.

6. Що не входить до елементів компенсаційного пакета на засадах соціальної відповідальності?
 - а) додаткові відпустки;
 - б) гнучкий графік роботи;
 - в) затримка виплати зарплати з метою економії;
 - г) медичне страхування.

7. Який основний ефект має дотримання принципів соціальної відповідальності у компенсаційній політиці?

- а) зменшення плинності кадрів;
- б) зниження продуктивності праці;
- в) відмова працівників від соціальних пільг;
- г) мінімізація рівня зарплат.

8. Що є головною метою компенсаційної політики на засадах соціальної відповідальності?

- а) максимізація прибутку за рахунок зменшення зарплат;
- б) створення умов для підвищення мотивації та продуктивності персоналу;
- в) уникнення виплат премій і бонусів;
- г) скорочення персоналу для оптимізації витрат.

9. Яке твердження про соціальний пакет є правильним?

- а) він включає тільки офіційно встановлену заробітну плату;
- б) соціальний пакет – це лише бонуси та премії;
- в) він включає додаткові вигоди, що доповнюють основну зарплату;
- г) соціальний пакет не впливає на лояльність співробітників.

10. Яке з наведених тверджень є проявом соціально відповідальної компенсаційної політики?

- а) регулярний перегляд рівня оплати праці відповідно до змін у економіці;
- б) встановлення заробітної плати без урахування ринкових стандартів;
- в) відсутність програм професійного розвитку;
- г) обмеження доступу до соціальних пільг для нових співробітників.

Проблемні питання для дискусії

1. Чи можна вважати компенсаційну політику "соціально справедливою", якщо вона не враховує гендерну рівність у заробітній платі?
Наведіть приклади з українського ринку. Які інструменти можуть гарантувати прозорість у виплатах для усіх працівників?
2. Як балансувати між фінансовими обмеженнями бізнесу та соціальною відповідальністю при формуванні компенсаційних пакетів?
Чи можуть малі підприємства конкурувати з корпораціями у пропозиціях соціальних пакетів? Наведіть реальні кейси з готельно-ресторанної галузі.
3. Чи є негрошові винагороди (наприклад, навчання, медичне страхування) ефективнішими для мотивації персоналу, ніж фінансові бонуси, у контексті соціальної відповідальності?
Порівняйте досвід українських та європейських компаній. Чому деякі працівники віддають перевагу "соціальним гарантіям"?
4. Чи може надмірна орієнтація на соціальний пакет призвести до зниження конкурентоспроможності бізнесу?

Проаналізуйте ризики: чи варто інвестувати в "додаткові бенефіти" за умов економічної нестабільності?

5. Як відстежити реальний вплив компенсаційної політики на соціальний добробут працівників?

Чи достатньо аналізувати лише кількісні показники (наприклад, рівень заробітної плати), чи потрібні якісні дослідження (опитування, зворотній зв'язок)? Наведіть приклади ефективних метрик.

Індивідуальне завдання: підготовка презентацій до виступів, участь у розробці сценарію ділової гри з питань справедливої оцінки праці та стимулювання персоналу на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу, підготовка до ділової гри.

Рекомендована література

1. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://www.pfi.org.ua/index.php>. (дата звернення: 28.03.2025)
2. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 180с. URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>. (дата звернення: 28.03.2025)
3. Компанієць В. В. Формування культури доброчесності в суспільстві та бізнес-діяльності (концептуальне осмислення нових світових тенденцій на основі соціокультурної парадигми). Вісник економіки транспорту і промисловості 2024. № 86. С.248-265.
4. Семикіна М., Журило І., Дмитришин Б., Запірченко Л., Савеленко Г. Доброчесність та соціальна відповідальність підприємців в контексті конкурентоспроможності торговельного та ресторанного бізнесу. Академічні візії. 2025. Вип.40. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1718> (дата звернення: 28.03.2025)
5. Семикіна М.В., Костишина А.І., Семикіна А.В. Формування мотивованості персоналу в умовах інноваційних трансформацій праці, цифровізації економіки, викликів та загроз. Наукові праці Центральноукраїнського національного технічного університету. Економічні науки. 2024. Вип. 12 (45). С. 7-19.
6. Семикіна М., Дмитришин Б., Савеленко Г., Коваль Л. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності. Академічні візії. 2024. Вип. 28. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/958> (дата звернення: 28.03.2025)

4. ДІЛОВА ГРА

Ділова гра №1

Гра «ЕТИЧНИЙ ГОТЕЛЬ»

Мета гри:

- поглибити розуміння здобувачами етичних аспектів роботи в готельно-ресторанному бізнесі;
- розвинути навички прийняття рішень в складних ситуаціях, пов'язаних з етикою;
- продемонструвати, як етична поведінка впливає на репутацію компанії та задоволеність клієнтів.

Структура гри

1. Розподіл ролей:

- учасники діляться на команди, які представляють різні підрозділи готелю (рецепція, обслуговування номерів, ресторан тощо);
- кожна команда обирає лідера.

2. Представлення ситуації:

Командам з числа здобувачів пропонуються різні проблемні ситуації, з якими вони можуть зіткнутися в своїй роботі. Наприклад такі:

- співробітник знайшов цінну річ, забуту гостем;
- гостя просить надати знижку, погрожуючи написати негативний відгук;
- постачальник пропонує хабар за більш вигідні умови співпраці;
- колега допускає грубу помилку, яка може завдати шкоди гостю.

3. Обговорення та прийняття рішень:

- команди обговорюють кожен ситуацію, визначають можливі варіанти дій та обирають оптимальне рішення.
- важливо, щоб здобувачі обґрунтували свій вибір, спираючись на етичні принципи та цінності компанії.

4. Презентація рішень:

- кожна команда презентує своє рішення перед іншими учасниками.

5. Обговорення:

- аналіз пропозицій щодо прийняття варіантів рішень, обговорення можливих наслідків кожного варіанту, підведення підсумків.

Приклади етичних дилем (дискусійних ситуацій)

Ситуація 1. Гість просить покоївку надати додаткову послугу, яка не входить у вартість проживання (наприклад, принести сніданок у номер, поставити тимчасово телевізор в номер, що не передбачено вартістю готельного номера тощо). Співробітник, бажаючи отримати чайові, готовий надати цю послугу безкоштовно. Які етичні аспекти цього питання? Які можуть бути наслідки такого рішення?

Ситуація 2. Постачальник пропонує співробітнику готелю хабар за те, щоб готель закуповував продукти саме у нього. Як співробітник повинен діяти в такій ситуації? Які можуть бути наслідки прийняття хабара?

Ситуація 3. Співробітниця бачить, як інший співробітник краде гроші з сейфу гостя. Які можуть бути варіанти розвитку події? Як співробітниця

готелю повинна діяти? Чи зобов'язана повідомити про це керівництво? Які можуть бути наслідки мовчання?

Оцінювання:

- оцінюється не тільки правильність рішення, але й аргументація, здатність до співпраці в команді та розуміння етичних принципів.
- можна використовувати шкалу оцінювання, яка враховує різні критерії:
 - глибина аналізу ситуації.
 - здатність до критичного мислення.
 - знання етичних принципів.
 - здатність до співпраці в команді.
 - якість презентації.

Додаткові елементи гри:

- **рольові ігри:** здобувачі можуть зіграти ролі різних персонажів (гості, співробітники, керівництво) і відпрацювати різні комунікативні сценарії.
- **випадки з реального життя:** можна використовувати реальні приклади з готельно-ресторанного бізнесу, щоб зробити гру більш цікавою та корисною.
- **експерти:** було б бажано запросити до участі в грі представників готельно-ресторанного бізнесу, які можуть поділитися своїм досвідом і відповісти на питання здобувачів.

Переваги такої гри:

- **активне навчання:** здобувачі не просто слухають лекції, а активно беруть участь у процесі навчання.
- **розвиток навичок:** гра розвиває навички критичного мислення, прийняття рішень, комунікації та співпраці.
- **запам'ятовування матеріалу:** інформація, отримана під час гри, запам'ятовується краще, ніж при пасивному слуханні лекцій.
- **мотивація:** гра робить процес навчання більш цікавим і захоплюючим.

Ця ділова гра допоможе здобувачам зрозуміти важливість етики в готельно-ресторанному бізнесі та підготуватися до майбутньої професійної діяльності.

Ділова гра №2

Гра «ЕТИЧНИЙ РЕСТОРАН»

Мета гри:

- формувати у здобувачів розуміння етичних аспектів роботи в ресторані;
- розвивати навички прийняття рішень в складних ситуаціях, пов'язаних з етикою;
- продемонструвати, як етична поведінка впливає на репутацію закладу та задоволеність клієнтів.

Підготовка до гри

Створення команд: розділити здобувачів на команди, кожна з яких представлятиме певний відділ ресторану (бармени, офіціанти, кухарі, адміністрація).

Розробка сценаріїв: підготувати кілька сценаріїв реальних ситуацій, з якими працівники кафе можуть зіткнутися:

- клієнт знайшов сторонній предмет у страві;
- постачальник пропонує хабар за більш вигідні умови оплати та відмову від зв'язків з конкурентами;
- співробітник бачить, як колега краде гроші з каси адміністратора;
- клієнт скаржиться на якість обслуговування, погрожуючи залишити негативний відгук;
- клієнт незадоволений якістю прибирання в залі ресторану, вимагає зробити знижку.

Оцінювальна шкала: створити критерії оцінювання команд, наприклад:

- глибина аналізу ситуації;
- здатність до критичного мислення;
- знання етичних принципів;
- здатність до співпраці в команді;
- якість презентації.

Хід гри

1. **Розподіл ролей:** кожна команда отримує свій сценарій.
2. **Обговорення:** команди обговорюють ситуацію, визначають можливі варіанти дій та обирають оптимальне рішення з точки зору етики.
3. **Презентація:** кожна команда презентує своє рішення перед іншими.
4. **Обговорення:** вся група обговорює представлені рішення, аналізує їх переваги та недоліки.
5. **Підведення підсумків:** лектор або досвідчений фахівець підводить підсумки, дає оцінку роботі кожної команди та відповідає на запитання.

Можливі варіанти розвитку гри:

- **Рольова гра:** здобувачі можуть зіграти ролі різних персонажів (клієнти, співробітники, власник кафе) і відпрацювати різні комунікативні сценарії.
- **Дебати:** організувати дебати на актуальні етичні питання в галузі ресторанного бізнесу (наприклад, використання продуктів тваринного походження, екологічна відповідальність).
- **Випадки з реального життя:** використати реальні приклади з ресторанного бізнесу, щоб зробити гру більш цікавою та корисною.
- **Запрошення експерта:** запросити до участі в грі представника ресторанного бізнесу, який може поділитися своїм досвідом і відповісти на запитання здобувачів.

Переваги такої гри:

- **активне навчання:** здобувачі активно беруть участь у процесі навчання.
- **розвиток навичок:** гра розвиває навички критичного мислення, прийняття рішень, комунікації та співпраці.
- **запам'ятовування матеріалу:** інформація, отримана під час гри, запам'ятовується краще за пасивне слухання лекцій.
- **мотивація:** гра робить процес навчання більш цікавим і захоплюючим.

Висновок: ділова гра «Етичний ресторан» – це ефективний інструмент для формування у майбутніх фахівців ресторанного бізнесу високих етичних

стандартів. Гра допомагає здобувачам зрозуміти, що етика – це не абстрактне поняття, а невід'ємна частина їхньої майбутньої професії.

Додаткова інформація

Підказка ідей для вибору інших варіантів розвитку гри:

- ситуація з харчовим отруєнням;
- конфлікт між співробітниками;
- дискримінація клієнтів;
- використання неякісних продуктів;
- проблеми з гігієною.

Ділова гра № 3

Гра «ЕТИЧНИЙ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ КОМПЛЕКС»

Мета гри:

- поглибити розуміння здобувачами етичних аспектів роботи персоналу у готельно-ресторанному бізнесі;
- розвинути навички прийняття рішень в складних ситуаціях, пов'язаних з етикою;
- продемонструвати, як етична поведінка впливає на репутацію компанії та задоволеність клієнтів.

Ця ділова гра допоможе здобувачам зрозуміти важливість етики в готельно-ресторанному бізнесі та підготуватися до майбутньої професійної діяльності.

Структура гри

Розподіл ролей: Здобувачі діляться на команди, які представляють різні підрозділи готелю (рецепція, обслуговування номерів, ресторан тощо). Кожна команда обирає лідера.

Представлення ситуації:

Командам пропонуються різні етичні дилеми, з якими вони можуть зіткнутися в своїй роботі. Наприклад:

1. Адміністратор готелю вночі поселила до ранку двох людей у вільний номер без оформлення, отримавши готівкові гроші в якості оплати.
2. Покоївка знайшла прикраси, забуті гостями у номері готелю. Гості виїхали. Про знахідку керівництво не знає.
3. Відвідувач ресторану скаржиться на погано витертий стіл і крісло, вимагає морального відшкодування, погрожуючи написати негативний відгук.
4. Гостю ресторану не сподобалася піцца, вимагає повернути гроші.
5. Колега допускає грубість у спілкуванні з відвідувачами ресторану, категорично вимагаючи звільнити місця: «Тут не можна сідати, оскільки через 3 години на замовлені місця прийдуть клієнти».

Обговорення та прийняття рішень:

- 1) команди обговорюють ситуацію, визначають можливі варіанти дій та обирають оптимальне рішення.
- 2) важливо, щоб здобувачі обґрунтували свій вибір, спираючись на етичні принципи та цінності компанії.

Презентація рішень: кожна команда презентує своє рішення перед іншими учасниками.

Обговорення всього класу:

лектор або досвідчений фахівець підводить підсумки, аналізує прийняті рішення та обговорює можливі наслідки кожного варіанту.

Приклади етичних дилем

• **Ситуація 1.** Гість у готелі просить замовити квіти і шампанське у номер (додаткова послуга, яка не входить у вартість проживання). Співробітник, бажаючи отримати чайові, готовий надати цю послугу безкоштовно. Які етичні аспекти цього питання? Які можуть бути наслідки такого рішення?

• **Ситуація 2.** Постачальник (місцевий фермер) пропонує співробітнику ресторану хабар за те, щоб готельно-ресторанний комплекс постійно купував м'ясні продукти саме у нього. Як співробітник повинен діяти в такій ситуації? Обговорити правові наслідки прийняття хабара.

• **Ситуація 3.** Співробітник готелю бачить, як покоївка взяла цінні речі із сейфу номеру, які забув закрити гість. Покоївка пропонувала хабар за мовчання. Як має поступити співробітник? Чи повинен повідомити про це керівництво? Які можуть бути наслідки мовчання?

Оцінювання

Оцінюється не тільки правильність рішення, але й аргументація, здатність до співпраці в команді та розуміння етичних принципів.

Можна використовувати шкалу оцінювання, яка враховує різні критерії:

- глибина аналізу ситуації;
- здатність до критичного мислення;
- знання етичних принципів;
- здатність до співпраці в команді;
- якість презентації.

Додаткові елементи гри

Рольові ігри: здобувачі можуть зіграти ролі різних персонажів (гості, співробітники, керівництво) і відпрацювати різні комунікативні сценарії.

Випадки з реального життя: можна використовувати реальні приклади з готельно-ресторанного бізнесу, щоб зробити гру більш цікавою та корисною.

Експерти: запросіть до участі в грі представників готельно-ресторанного бізнесу, які можуть поділитися своїм досвідом і відповісти на питання здобувачів.

Переваги такої гри:

активне навчання: здобувачі не просто слухають лекції, а активно беруть участь у процесі навчання.

розвиток навичок: гра розвиває навички критичного мислення, прийняття рішень, комунікації та співпраці.

запам'ятовування матеріалу: інформація, отримана під час гри, запам'ятовується краще, ніж при пасивному слуханні лекцій.

мотивація: гра робить процес навчання більш цікавим і захоплюючим.

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ

Зміст завдання: здобувачам самостійно розробити сценарії ділової гри з проблем доброчесності, етики та соціальної відповідальності та провести таку гру під час практичних занять.

В процесі гри можна використовувати такі *додаткові елементи*:

- *рольові ігри:* здобувачі можуть грати ролі різних персонажів (клієнти, співробітники, власники ресторанів) і відпрацювати різні комунікативні сценарії.
- *дебати:* організувати дебати на актуальні етичні питання в ресторанному бізнесі (наприклад, використання продуктів тваринного походження, екологічна відповідальність).
- *використання сучасних технологій:* залучати онлайн-платформи для проведення ігор, створення презентацій та обговорення результатів.
- *запрошення експертів:* запрошувати до участі в грі представників ресторанного бізнесу, які можуть поділитися своїм досвідом і відповісти на запитання здобувачів.

Підказки ідей та сюжетів для розробки сценаріїв.

1. «Етичний ресторан: від концепції до реалізації»

- **Мета:** створити уявлення про те, як побудувати ресторан, який відповідає високим етичним стандартам.
- **Хід гри:** здобувачі об'єднуються в команди та розробляють концепцію ресторану, де етичні принципи будуть закладені в основу всіх аспектів роботи: від вибору постачальників до взаємодії з персоналом та клієнтами. Команди презентують свої проекти та захищають їх перед експертами.

2. «Криза репутації»

- **Мета:** навчити здобувачів керувати кризовими ситуаціями, які можуть негативно вплинути на репутацію закладу.
- **Хід гри:** командам пропонується розробити план дій для виходу з кризи, наприклад, після публікації негативного відгуку в соціальних мережах або харчового отруєння.

3. «Створення меню з урахуванням особливих потреб клієнтів»

- **Мета:** розвинути у здобувачів розуміння важливості інклюзивності та адаптації меню до потреб різних категорій клієнтів (вегани, вегетаріанці, люди з алергіями тощо).
- **Хід гри:** команди створюють меню, яке враховує різноманітні дієтичні обмеження та алергії, при цьому зберігаючи смакові якості страв.

4. «Етичний маркетинг» мережі готелів та ресторанів

- **Мета:** навчити здобувачів розробляти маркетингові кампанії, які не вводять в оману споживачів та відповідають етичним стандартам.
- **Хід гри:** команди створюють рекламну кампанію для свого ресторану, використовуючи лише правдиву інформацію та уникаючи маніпуляцій.

5. «Створення програми корпоративної соціальної відповідальності»

- **Мета:** розуміти, як бізнес може сприяти вирішенню соціальних проблем та сприяти сталого розвитку.
- **Хід гри:** команди розробляють програму корпоративної соціальної відповідальності для ресторану, яка включає в себе благодійні акції, екологічні ініціативи та інші соціальні проекти.

6. ПРАКТИЧНІ КЕЙСИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ

Для самостійної роботи здобувачів пропонуємо практичні кейси, які стимулюють критичне мислення та розкривають зв'язок між етикою, соціальною відповідальністю і практичними бізнес-рішеннями.

Завдання для здобувачів

1. Проаналізуйте кожен кейс, запропонуйте альтернативні рішення.
2. Визначте, які принципи доброчесності та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) порушуються або реалізуються.
3. Розробіть план комунікації для залучених сторін (персонал, клієнти, партнери).

Кейс 1: етичне закупівельне рішення

Мета: навчитися приймати рішення, враховуючи доброчесність і соціальну відповідальність у ланцюгу поставок, турбуючись про іміджеву репутацію готелю.

Ситуація: готель «Luxury Haven» отримав дві пропозиції від постачальників:

- дешеві овочі від агрофірми, яка порушує трудові права працівників і має погану репутацію (низька соціальна відповідальність);
- дорожчі овочі від місцевого виробника «Зелений Рух» з сертифікатом Fair Trade, який постачає екологічно чисті продукти;
- фінансовий відділ наполягає на першому варіанті закупівлі для зниження витрат, виходячи з політики економічних вигід.

Рішення на прикладі:

- провести аналіз впливу обох варіантів закупівлі на репутацію готелю;
- залучити місцеву громаду та клієнтів через опитування щодо їхньої готовності підтримувати етичні бренди;
- знайти компроміс: зменшити обсяги закупівлі в агрофірмі, де порушуються трудові права працівників; частково закуповувати у Fair Trade, компенсуючи витрати через еко-акції для гостей.

Зосередити увагу на аспектах:

- доброчесність: через зміну обсягів закупівлі тиск на постачальника, щоб він відмовився від експлуатації працівників;
- соціальна відповідальність: підтримка місцевих виробників, які постачають екологічно чисті продукти.

Кейс 2: конфлікт інтересів із персоналом

Мета: розробити пропозиції щодо вирішення конфлікту між адміністрацією і персоналом з урахуванням трудових прав працівників.

Ситуація: Ресторан «Березовий гай» змушений скоротити штат персоналу через падіння прибутків. Власник пропонує звільнити працівників без вихідної допомоги, посиляючись на «форс-мажор». Назриває трудовий конфлікт.

Рішення на прикладі:

- організувати переговори зі співробітниками, запропонувати тимчасове скорочення годин замість звільнень;

- створити програму перекваліфікації для працівників за рахунок компанії;
- прозоро повідомити клієнтів про зміни, щоб уникнути втрати довіри.

Зосередити увагу на аспектах:

- добросовісність: дотримання трудових договорів;
- соціальна відповідальність: турбота про майбутнє працівників.

Кейс 3: дилема в обслуговуванні клієнта з алергією

Мета: Відпрацювати етичну комунікацію з клієнтами у разі ризиків для здоров'я.

Ситуація: У ресторані «Sea Breeze» клієнт із алергією на морепродукти отримав страву, що містить елементи креветок. Клієнту стало погано з невідомих причин, викликали швидку. Персонал спочатку приховав інформацію про зміст страви, щоб уникнути скарги.

Рішення на прикладі:

- ввести обов'язкове навчання для кухарів і офіціантів щодо алергенів;
- розробити окреме меню для людей з алергіями та впровадити систему подвійної перевірки страв;
- публічно вибачитися перед клієнтом і запропонувати компенсацію.

Зосередити увагу на аспектах:

- добросовісність: чесність у комунікації з клієнтами;
- соціальна відповідальність: гарантія безпеки харчування.

Кейс 4: зелені ініціативи і витрати на прикладі діяльності готелю

Мета: збалансувати екологічні цілі з економічною ефективністю.

Ситуація: готель «EcoStay» використовує одноразовий пластик для зручності, але клієнти та активісти критикують це. Розрахунки показали, що перехід на еко-пакування збільшить витрати на 20%.

Рішення на прикладі:

- поступовий перехід: спочатку замінити пластик у люксових номерах, а потім по всьому готелю;
- залучити гостей до еко-акцій (наприклад, знижка за відмову від щоденної зміни рушників);
- партнерство з місцевими еко-брендами для спільного маркетингу.

Зосередити увагу на аспектах:

- добросовісність та етика: відповідальність за екологічні обіцянки;
- соціальна відповідальність: зменшення впливу на довкілля.

Кейс 5: етика взаємин із партнерами

Мета: вирішити конфлікт між прибутком і лояльністю до партнерів.

Ситуація: Готель «Sunrise» довгий час співпрацює з місцевим постачальником вина, але велика мережа пропонує вигіднішу угоду. Між тим розрив контракту з місцевим постачальником віна зашкодить малому бізнесу.

Рішення на прикладі:

- запропонувати постачальнику спільний маркетинг (наприклад, екскурсії до виноградників для гостей);
- частково зберегти стару угоду, частково перейти на нову для тестування ринку;

- створити «локальну лінійку» страв із вином партнера, підкресливши унікальність.

Зосередити увагу на аспектах:

- добросесність та етика: дотримання довгострокових угод;
- соціальна відповідальність: підтримка малого бізнесу.

7. ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК

Адаптація працівника – процес ознайомлення та пристосування нового працівника до умов праці, колективу, корпоративної культури та вимог посади в організації.

Антикорупційна політика підприємства – офіційний документ компанії, що визначає її позицію щодо корупції, встановлює принципи та правила поведінки, спрямовані на запобігання корупційним діям.

Антикорупційні заходи підприємства – конкретні дії та процедури, що впроваджуються компанією для запобігання, виявлення та протидії корупції у своїй діяльності.

Бізнес – будь-яка економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку шляхом виробництва, продажу товарів або надання послуг.

Глобалізація – процес зростання взаємозалежності та інтеграції країн світу в економічній, соціальній, культурній та політичній сферах, що проявляється у зростанні міжнародної торгівлі, руху капіталів, міграції та поширенні інформації.

Готельно-ресторанна справа – галузь економіки, що охоплює діяльність з надання послуг розміщення (готелі, хостели, апартаменти тощо) та харчування (ресторани, кафе, бари тощо).

Готельно-ресторанний бізнес – підприємницька діяльність у сфері готельно-ресторанної справи, спрямована на отримання прибутку шляхом надання послуг розміщення та харчування.

Доброчесність – сукупність моральних принципів та чеснот особистості або організації, що включає чесність, порядність, справедливість, відповідальність та прозорість у діях та відносинах.

Екологічна відповідальність – обов'язок бізнесу мінімізувати негативний вплив своєї діяльності на навколишнє середовище, включаючи збереження природних ресурсів, зменшення забруднення та сприяння екологічній стійкості.

Екологічні ініціативи – добровільні дії та проекти, що здійснюються бізнесом з метою покращення екологічної ситуації, зменшення екологічного сліду та сприяння сталому розвитку.

Етика – система моральних принципів і норм, що регулюють поведінку людей в суспільстві та визначають, що є добрим чи поганим, правильним чи неправильним.

Інвестор – фізична або юридична особа, яка вкладає кошти (інвестиції) в бізнес або проєкт з метою отримання прибутку в майбутньому.

Інновації – впровадження нових або значно поліпшених продуктів (товарів або послуг), процесів, нових методів маркетингу або нових організаційних методів у бізнес-практиці, організації робочого місця чи зовнішніх відносинах.

Інструменти запобігання корупції – комплекс заходів, спрямованих на виявлення, попередження та протидію корупції в організації, включаючи розробку антикорупційних політик, процедур контролю, навчання персоналу тощо.

Кейтеринг – надання послуг з приготування та доставки харчування для заходів, установ або окремих осіб, що ґрунтується на принципах доброчесності, соціальної відповідальності та етики.

Компенсаційна політика підприємства у сфері праці – система принципів, правил та процедур, що визначають розмір, форму та порядок виплати винагороди працівникам за їхню працю, включаючи заробітну плату, премії, надбавки та інші виплати.

Конкурентні переваги в бізнесі – унікальні характеристики або ресурси компанії, які дозволяють їй перевершувати конкурентів та пропонувати споживачам більшу цінність.

Конкуренція – суперництво між учасниками ринку за залучення споживачів та отримання вигідніших умов ведення бізнесу.

Корупційні ризики – ймовірність виникнення ситуацій, що сприяють корупційним діям в організації або її відносинах із зовнішнім середовищем.

Корупційні схеми – конкретні способи та механізми реалізації корупційних дій.

Корпоративна етика – сукупність етичних принципів і норм, якими керується організація у своїй діяльності та відносинах зі стейкхолдерами.

Корпоративна культура – сукупність цінностей, переконань, норм поведінки, символів та ритуалів, що поділяються працівниками організації та визначають її внутрішнє середовище та спосіб взаємодії зі зовнішнім світом.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою бізнес-діяльність та взаємодію зі стейкхолдерами на добровільній основі.

Корпоративний кодекс – офіційний документ компанії, що містить набір етичних норм, правил поведінки та принципів, яких повинні дотримуватися всі співробітники.

Клієнти в готельно-ресторанному бізнесі – фізичні або юридичні особи, які користуються послугами розміщення та/або харчування, що надаються готелями та ресторанами.

Лобіювання – діяльність фізичних або юридичних осіб, спрямована на вплив на прийняття рішень органами державної влади або місцевого самоврядування в своїх інтересах. (У контексті корупції може бути неетичним або незаконним, якщо передбачає неправомірний вплив).

Лояльність клієнтів – ступінь прихильності клієнтів до компанії, що проявляється у їхньому бажанні повторно купувати товари чи послуги та рекомендувати їх іншим.

Лояльність персоналу – ступінь прихильності працівників до своєї організації, що проявляється у їхній відданості, бажанні працювати в компанії протягом тривалого часу та сприяти її успіху.

Маркетингова компанія – комплекс взаємопов'язаних маркетингових заходів, спрямованих на досягнення конкретних маркетингових цілей протягом певного періоду часу.

Методи запобігання корупції – конкретні способи та інструменти, що використовуються для попередження корупційних дій, такі як декларування доходів, контроль за витратами, прозорість у прийнятті рішень, внутрішні аудити тощо.

Морально-етичні норми поведінки – загальноприйняті в суспільстві правила та принципи, що регулюють вчинки людей з точки зору добра і зла, належного та неналежного.

Моральні цінності – фундаментальні переконання та ідеали, які визначають, що є важливим і цінним для особистості або суспільства, та слугують орієнтиром для поведінки.

Мотивація персоналу – сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, що спонукають працівників до ефективної праці та досягнення цілей організації.

Норми доброчесності в бізнесі – специфічні правила та стандарти поведінки, що відображають принципи чесності, порядності, справедливості та відповідальності у ділових відносинах.

Партнери у готельно-ресторанному бізнесі – інші компанії або особи, з якими готель чи ресторан співпрацює для досягнення спільних цілей, наприклад, постачальники, туроператори, маркетингові агентства тощо.

Підприємець – особа, яка організовує та керує власним бізнесом, бере на себе ризики та відповідальність за його діяльність з метою отримання прибутку.

Політика «нульової толерантності» – принцип, який передбачає абсолютну неприпустимість будь-яких проявів корупції, незалежно від їхнього масштабу чи наслідків.

Принципи сучасної культури доброчесності – основні засади, на яких будується культура доброчесності в сучасних організаціях, включаючи прозорість, чесність, підзвітність, етичну поведінку та нульову толерантність до корупції.

Принципи соціальної відповідальності – ключові засади, якими керується бізнес, реалізуючи свою соціальну відповідальність, такі як етична поведінка, повага до прав людини, внесок у сталий розвиток та відповідальність перед стейкхолдерами.

Репутація компанії – загальна думка про компанію, що формується у стейкхолдерів на основі їхнього досвіду взаємодії з нею, її дій та комунікацій.

Ресторанне підприємництво – вид бізнесу, що полягає у створенні та управлінні закладами громадського харчування (ресторанами, кафе, барами тощо) з метою отримання прибутку.

Ризики підприємницької діяльності – ймовірність виникнення несприятливих подій або умов, які можуть негативно вплинути на результати діяльності бізнесу.

Ризики репутації – потенційна загроза для репутації компанії, що може виникнути внаслідок її дій, бездіяльності або зовнішніх факторів, та призвести до втрати довіри стейкхолдерів.

Розвиток персоналу – комплекс заходів, спрямованих на підвищення професійних знань, навичок та компетенцій працівників, їхній кар'єрний ріст та особистісний розвиток.

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – добровільний внесок бізнесу у сталий розвиток суспільства, що виявляється у його відповідальному ставленні до економічних, соціальних та екологічних аспектів діяльності.

Соціальна відповідальність держави – обов'язок держави забезпечувати соціальний захист громадян, створювати умови для їхнього добробуту, охороняти навколишнє середовище та сприяти сталому розвитку країни.

Соціальний пакет – набір додаткових пільг, послуг та компенсацій, що надаються роботодавцем працівникам понад встановлені законодавством норми, з метою підвищення їхньої мотивації, лояльності та соціального захисту.

Соціальні гарантії – встановлені державою або підприємством матеріальні та юридичні забезпечення, що спрямовані на реалізацію соціально-економічних прав працівників, включаючи право на працю, відпочинок, соціальне забезпечення, охорону здоров'я тощо.

Справедлива оплата праці – рівень винагороди за працю, який відповідає її цінності, складності, кваліфікації працівника, ринковим умовам та забезпечує гідний рівень життя.

Споживачі послуг у сфері гостинності – особи, які використовують послуги готелів, ресторанів та інших закладів сфери гостинності для задоволення своїх потреб у розміщенні, харчуванні, відпочинку та розвагах.

Стейкхолдери – усі зацікавлені сторони, на діяльність яких впливає компанія, або які самі впливають на її діяльність, включаючи власників, працівників, клієнтів, постачальників, місцеву громаду, державні органи тощо.

Стійкість компанії – здатність компанії зберігати свою ефективність, конкурентоздатність та фінансову стабільність у довгостроковій перспективі, незважаючи на вплив зовнішніх та внутрішніх факторів.

Стимулювання праці – це заохочення працівників для підвищення ефективності їхньої роботи за допомогою матеріальних та нематеріальних стимулів.

Сфера гостинності – широка галузь економіки, що охоплює підприємства, які надають послуги розміщення, харчування, транспортування, розваг та інші послуги, пов'язані з прийомом та обслуговуванням гостей.

Технологічний прогрес – процес постійного вдосконалення технологій, що призводить до появи нових продуктів, послуг, процесів та методів роботи.

Умови довіри до бізнесу – фактори та обставини, які сприяють формуванню довіри з боку стейкхолдерів до діяльності компанії, включаючи прозорість, чесність, виконання зобов'язань та соціальну відповідальність.

Цілі сталого розвитку (визначені ООН) – 17 глобальних цілей, прийнятих Організацією Об'єднаних Націй у 2015 році як частина Порядку денного сталого розвитку до 2030 року, спрямованих на подолання бідності, захист планети та забезпечення добробуту для всіх.

Цінності доброчесності бізнесу – фундаментальні переконання та принципи, що лежать в основі доброчесної поведінки компанії, такі як чесність, справедливість, відповідальність, прозорість та повага до стейкхолдерів.

Цифровізація економіки – процес інтеграції цифрових технологій в усі сфери економічної діяльності, що призводить до трансформації бізнес-процесів, появи нових продуктів і послуг та зміни моделей взаємодії.

Чинники формування культури доброчесності – різноманітні впливи (історичні, економічні, соціальні, правові, морально-психологічні, релігійні), які визначають формування та розвиток цінностей та норм доброчесності в суспільстві та організаціях.

Якість обслуговування споживачів – рівень відповідності послуг, що надаються споживачам, їхнім очікуванням та вимогам, що включає професіоналізм, оперативність, доброзичливість та вирішення проблем.

8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Еволюція теоретичних уявлень про зміст понять «доброчесність», «соціальна відповідальність» та «етика» в бізнесі.
2. Важливість дотримання норм доброчесності, соціальної відповідальності та етики для розвитку бізнесу.
3. Актуальність проблеми доброчесності для розвитку українського бізнесу.
4. Чинники формування культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики (історичні, економічні, соціальні, правові, морально-психологічні, релігійні).
5. Сучасна культура доброчесності, соціальної відповідальності та етики, її особливості та принципи.
6. Морально-етичні норми поведінки.
7. Роль освіти, виховання та соціального середовища у формуванні якостей доброчесності у майбутніх підприємців.
8. Взаємозв'язок доброчесності бізнесмена і довіри до нього.
9. Вигоди (або втрати) споживачів, клієнтів та партнерів в залежності від відповідального та етичного ведення бізнесу.
10. Економічні вигоди бізнесу та суспільства від реалізації культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики.
11. Вплив держави і громадянського суспільства на дотримання норм доброчесності бізнесу.
12. Доброчесність, етика в бізнесі і перспективи світу, що розвивається.
13. Цінності відкритості, доброчесності, правдивості бізнесу як підґрунтя відповідального та етичного ведення бізнесу в цивілізованих країнах світу.
14. Роль доброчесності, соціальної відповідальності та етики бізнесу у досягненні Цілей сталого розвитку, визначених ООН (подолання бідності, захист планети, забезпечення економічного добробуту населення планети).
15. Корпоративний кодекс працівників підприємства, його призначення.
16. Кодекс поведінки про етичні норми та дотримання доброчесності персоналу.
17. Кодекс поведінки керівника.
18. Недотримання норм доброчесності у поведінці керівника та окремих працівників, їх наслідки для підприємства.
19. Дотримання норм доброчесності та етики у взаємодії зі споживачами.
20. Небезпека недооцінки важливості культури доброчесності, соціальної відповідальності та етики для бізнесу і суспільства.
21. Явища порушення норм доброчесності у бізнесі, їх наслідки для споживачів, суспільства загалом.
22. Специфіка дотримання норм доброчесності та етики у взаємодії з партнерами.

23. Ризики недооцінки важливості дотримання норм доброчесності, відповідальності та етики у взаємодії з партнерами по бізнесу.
24. Культура виконання договірних умов, соціальне партнерство.
25. Явища порушення норм доброчесності у бізнесі та їх наслідки для партнерів, перспектив співробітництва.
26. Уявлення про соціальну відповідальність людини, бізнесу і держави.
27. Соціальна відповідальність підприємства у процесі професійного добору персоналу.
28. Працевлаштування та адаптація нових працівників на засадах соціальної відповідальності.
29. Особистісний та професійний розвиток персоналу в контексті формування соціально відповідального бізнесу.
30. Дотримання етичних принципів під час звільнення працівників.
31. Підтримання контактів з колишніми працівниками.
32. Соціально справедлива оцінка та стимулювання праці персоналу.
33. Дотримання базових принципів соціальної відповідальності у процесі формування компенсаційної політики.
34. Формування компенсаційного пакета на засадах соціальної відповідальності.
35. Соціальний пакет як складник програм соціальної відповідальності.
36. Взаємозв'язок корпоративної культури і соціальної відповідальності організації.
37. Система корпоративних цінностей.
38. Упровадження цінностей соціальної відповідальності в корпоративну культуру.
39. Роль корпоративної культури в забезпеченні стратегічної стійкості підприємства.
40. Управлінський вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування доброчесності, етики та розвитку корпоративної культури організації.

9. КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) заслуговує студент, який:

- всебічно, систематично і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, як рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;

- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

Оцінку « добре » (82-89 балів, B) заслуговує студент, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправляє, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

Оцінку « добре » (74-81 бал, C) заслуговує студент, який:

- в загальному роботу виконав, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;
- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;
- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою;

Оцінку « задовільно » (64-73 бали, D) заслуговує студент, який:

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;
- виконує завдання, але при рішенні допускає значну кількість помилок;
- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;
- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

Оцінку « задовільно » (60-63 бали, E) заслуговує студент, який:

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

Оцінка « незадовільно » (35-59 балів, FX) виставляється студенту, який:

- виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

Оцінку « незадовільно » (35 балів, F) виставляється студенту, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;
- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;
- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи здобувача вищої освіти протягом семестру.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС.

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Балджи М. Д. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2021. 332 с.
2. Гребенюк Т. В. Академічна доброчесність : навч. посіб. Запоріжжя : ЗДМУ, 2021. 108 с.
3. Доброчесність та етика: навч. посіб. Організація Об'єднаних Націй, Відень, 2021. 72 с.
4. Калюжка Н. С. Етика професійного і ділового спілкування : навч.-метод. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2022. 2287 с.
5. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: [http:// www.pfi.org.ua/index.php](http://www.pfi.org.ua/index.php).
6. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 180с. URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>.
7. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2014. 395 с.
8. Сушик І. В., Сушик О. Г., Мартинюк Я. М., Вісин В. В. Етика бізнесу: навч. посіб. Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. 268 с.

Додаткова література

9. Балановська Т. І., Троян А. В. Управління бізнесом: навч. посіб. Київ: НУБіП України, 2019. 401 с.
10. Балановська Т. І., Гоголя О. П., Троян А. В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навч. посіб. Київ: ЦП «Компринт», 2018. 533 с.
11. Василевська Т. Е. Етика в публічній службі: підручник. Київ : НАДУ, 2018. 255 с.
12. Держак Н., Канцур І., Сніжко І. Формування емоційних складових «економіки вражень» в готельно-ресторанному бізнесі. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 6. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.67>
13. Маленко Б. Боротьба з корупцією як ключовий елемент сучасного державного управління: аналіз проблем та шляхи удосконалення системи. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 6 (34). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6\(34\)-172-183](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6(34)-172-183).

14.Вінниченко О. О. Інституціоналізація лобізму як механізм боротьби з корупцією. II міжнародна науково-практична конференція Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського до 105-ї річниці від заснування університету: матеріали міжнар. наук-практ конф., м. Київ, 17-18 жовт.2023 р. Львів, Торунь : Ліха-Прес, 2023. 192 с. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-355-5-14>.

15.Артюх О. Фінансовий контроль як ефективний механізм боротьби з корупцією в Україні. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-1>.

16.Фляджинська О. Корупція в сфері підприємництва. Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial. 2020. URL: <https://doi.org/10.36074/24.04.2020.v1.18>.

17.Колеснікова К., Дмитрієв Е., Суровцева М. Інноваційні механізми участі громадян у публічному управлінні: трансформація державної політики та боротьба з корупцією. Derzhavne upravlinnya u doskonalennya ta rozvytok. 2023. № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.11.21>.

18.Picheral L. HoReCa: AN ECONOMICAL SECTOR WHICH REINVENTS ITSELF. Cactus. 2024. Vol. 5, no. 2. URL: <https://doi.org/10.24818/cts/5/2023/2.07>.

19.Топ-10 корупційних схем. URL: https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2021/10/top-10-TZR_final-2.pdf.

20.Когут М., Стеців І., Содома Р. Професійна етика в маркетингу та етикет сучасного бізнесу, як запорука економічної безпеки підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-75>

21.Компанієць В. В Формування культури доброчесності в суспільстві та бізнес-діяльності (концептуальне осмислення нових світових тенденцій на основі соціокультурної парадигми). Вісник економіки транспорту і промисловості 2024. № 86. С.248-265.

22.Семикіна М., Журило І., Дмитришин Б., Запірченко Л., Савеленко Г. Доброчесність та соціальна відповідальність підприємців в контексті конкурентоспроможності торговельного та ресторанного бізнесу. Академічні візії. 2025. Вип.40. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1718>

23.Семикіна М. В., Костишина А. І., Семикіна А.Т.В. Формування мотивованості персоналу в умовах інноваційних трансформацій праці, цифровізації економіки, викликів та загроз. Наукові праці

Центральноукраїнського національного технічного університету. Економічні науки. 2024. Вип. 12 (45). С. 7-19.

24. Семикіна М., Дмитришин Б., Савеленко Г., Коваль Л. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності. Академічні візії. 2024. Вип. 28. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/958>

25. Швиданенко Г., Швиданенко О. Корпоративна етика у контексті глобальних викликів та забезпечення економічного зростання бізнесу. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-124>.

26. Becker C. U. Business Ethics Methods and Application. New York : Routledge, 2019.

27. Khalid Ali. Business Ethics. Khalid Ali, Khalidah & Ramly, Zulkufly & Lau, Teck-Chai. Oxford University Press, 2nd edition, 2018.

28. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, 2021.

29. Danielewicz-Betz A. Self-Presentation and Self-Praise in the Digital Workplace. Anthem Press, 2021.

30. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. Cengage Learning, Inc. 13th Edition, 2022.

Законодавчі та нормативні документи

31. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні : Закон України від 21.12.2000 р. № 2157-III. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2157-14#Text> (дата звернення: 28.03.2025)

32. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 р. № 698-XII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>. (дата звернення: 28.03.2025)

33. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>. (дата звернення: 28.03.2025)

34. Міжнародний стандарт. Соціальна відповідальність (SA8000) : URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>. (дата звернення: 09.02.2025).

35. Про запобігання корупції : Закон України від 14.10.2014 р. № 1700-VII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text> (дата звернення: 26.03.2025).

Інформаційні ресурси

36. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

37. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.

38. Нормативні акти України. URL: <http://www.nau.ua>

39. Національна бібліотека імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

40. Сайт Всеукраїнської Мережі Доброчесності і Комплаєнсу (UNIC) URL: <https://unic.org.ua/>

41. Цілі сталого розвитку ООН. URL: <https://sdgs.un.org/goals>.

42. Глобальний договір ООН. URL: <https://www.unglobalcompact.org>.

43. Hilton Worldwide. URL: <https://www.hilton.com/en/>.

44. Marriott International. URL: <https://www.marriott.com/default.mi>

45. Accor. URL: <https://all.accor.com/a/en.html>.

46. Європейська Бізнес Асоціація. URL: <https://eba.com.ua/>.

47. Radisson Hotels. URL: <https://www.radissonhotels.com/en-us/>.

48. Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК). URL: <https://nazk.gov.ua/uk/>.

49. Офіс ефективного регулювання (BRDO). URL: <https://brdo.com.ua/>. (дата звернення: 28.03.2025)

50. Українська Ресторанна Асоціація. URL: <https://www.uara.org.ua/>. (дата звернення: 28.03.2025)

51. Premier Hotel Rus. URL: <https://hotelrus.phnr.com/ua> (дата звернення: 27.03.2025).

52. Transparency International. URL: <https://www.transparency.org/en/>. (дата звернення: 28.03.2025)