

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ПРАКТИКУМ
З ДИСЦИПЛІНИ
„СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
БІЗНЕСУ”**

**Тернопіль
2022**

**Практикум з дисципліни „Соціальна відповідальність бізнесу” /
Укл. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Тернопіль: ЗУНУ, 2022.**

Практикум доцільно використовувати для проведення семінарських, практичних занять, індивідуальної та самостійної роботи з дисципліни „Соціальна відповідальність бізнесу”. Практикум дозволяє формувати навички щодо прийняття управлінських рішень, узгоджених із концепціями соціально відповідального підходу до ведення бізнесу.

Укладач:

к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Овсянюк - Бердадіна Олександра Федорівна

Відповідальний за випуск:

Шкільняк Михайло Михайлович, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 1

Соціальна відповідальність компанії «Amway»¹ є частиною її корпоративної філософії, яка базується на чотирьох загальнолюдських цінностях: свобода, сім'я, надія, винагорода. Соціальна відповідальність в «Amway» розглядається водночас як обов'язок корпорації та як неперервний процес, що постійно удосконалюється.

У 2003 р. компанія «Amway» започаткувала міжнародну програму допомоги дітям «Один за одним», яка діє на кошти, зібрані працівниками компанії та її філій та має на меті надати дітям рівні можливості для того, щоб вони мали змогу задовольнити основні потреби: жити, гратися, вчитися, досягати. За період з 2003-2010 рр. в рамках цієї програми компанія «Amway» надала допомогу понад 7 млн. дітей по всьому світі.

В усіх країнах Європи, де працюють представництва компанії «Amway», налагоджено активну співпрацю з Дитячим фондом ООН ЮНІСЕФ, яка реалізується через збір коштів шляхом продажу колекційних значків, листівок, іграшок для допомоги дітям захиститися від смертельних хвороб, отримати освіту та успішно інтегруватися у суспільство.

Загалом на реалізацію благодійних проєктів впродовж останніх семи років компанія «Amway» перерахувала більше 112 млн. доларів, а її незалежні приватні агенти та співробітники витратили понад 1,3 млн. год. волонтерської праці. За підсумками 2009 р. благодійні внески компанії «Amway Україна» становили близько 890 тис. грн., із них 540 тис. грн. компанія перерахувала до благодійного фонду журналу «Единственная», а близько 350 тис. грн. – до фонду ЮНІСЕФ.

Найвідомішими соціально-благодійними проєктами компанії «Amway Україна» стали:

- «Дорога до успіху» - програма соціальної адаптації випускників шкіл-інтернатів;
- «Пробіг під каштанами» - благодійний марафон, кошти від якого спрямовані на допомогу дітям, які страждають від пороку серця;
- «Цеглинка за цеглинкою» - збір коштів для будівництва дитячих садків у бідних районах Тереччини»;
- «Золоте серце» - підтримка людей, які присвячують своє професійне життя допомозі українським дітям;

¹ Режим доступу: www.amway.ua

- проведення тренінгів для розвитку лідерських та підприємницьких навичок української молоді у партнерстві з міжнародною студентською організацією AIESEC.

Запитання для обговорення:

1. *В рамках яких моделей соціальної політики проводить свою діяльність компанія «Amway»?*
2. *Які переваги від застосування соціально відповідального підходу до ведення бізнесу отримує компанія «Amway»?*
3. *Які аспекти відповідальності охоплює діяльність компанії «Amway»?*
4. *З точки зору яких суспільних груп діяльність «Amway» можна вважати як соціально відповідальною?*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 2

Компанія «Крафт Фудз Україна»² працює в чотирьох сегментах ринку харчових технологій: кава, чіпси, шоковані цукерки та печиво 15 років. Дана компанія приймає активну участь у різноманітних соціальних проектах – від загальнодержавних (участь у щорічному проведенні всеукраїнському літературному конкурсі «Коронація слова») до місцевих, які охоплюють підтримку громад тих населених пунктів, де «Крафт Фудз Україна» має свої підприємства (будівництво дитячих майданчиків, допомога школам).

Характерною особливістю провадження соціально відповідальної поведінки «Крафт Фудз Україна» є проведення тижнів благодійництва, під час яких добровольці з числа працівників фабрик та центрального офісу їздять у дитячі будинки, школи-інтернати, дитячі виправні колонії. Спільно з місцевою владою Тростянця «Крафт Фудз Україна» перерахувала кошти на закупівлю мобільної рентген-лабораторії для її використання мешканцями сіл райцентру.

Запитання для обговорення:

1. *Яке розуміння соціально відповідальної поведінки з позиції різних суспільних груп та економічних суб'єктів реалізує на практиці «Крафт Фудз Україна»?*
2. *Яких принципів соціально відповідальної поведінки у громадянському суспільстві дотримується «Крафт Фудз Україна» у ході своєї діяльності?*
3. *Які суспільні та власні економічні переваги отримує дана компанія у ході реалізації вищезазначених суспільно значимих дій?*
4. *Які небезпеки потенційно можуть виникати у подальшому впровадженні цих соціальних ініціатив?*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 3

² Режим доступу: www.kraftfoodscompany.com/ua

Procter & Gamble³, як успішна компанія, вважає своїм обов'язком підтримувати тих членів суспільства, які потребують цього. Цей постулат було записано в принципах компанії з самого початку її діяльності. Весь час свого існування, у всіх країнах, де вона працює, компанія визнає себе соціально відповідальною та намагається надавати підтримку тим, кому вона необхідна. Компанія Procter & Gamble в рамках соціально відповідального підходу спрямовує свою діяльність у декількох напрямках: благодійна діяльність, шкільні освітні програми, програма Інституту дитини Pampers, програма боротьби з підробками, освітня програма «Чисть як стоматолог».

В рамках реалізації благодійної діяльності у 2000 р. компанія виділила 100 тис. \$ для придбання та встановлення комплектів обладнання для неонатологічної інтенсивної терапії та реанімації у 7 обласних дитячих лікарнях, яким, за даними Міністерства охорони здоров'я, це обладнання було вкрай необхідне. В 2001 р. компанія передала до Українського інституту педіатрії, акушерства і гінекології при Академії медичних наук України обладнання для перинатальної інтенсивної терапії - унікальний ультразвуковий сканер, що дає можливість надавати широкий спектр послуг з обслідування немовлят та змогу отримувати вірний діагноз з перших хвилини їхнього життя. У 2005 році в рамках програми "Здорові діти України" наша компанія спільно з Міжнародним благодійним фондом "Україна 3000" передала чотирьом обласним лікарням сучасні реанімоби́лі для надання невідкладної допомоги дітям на загальну суму близько 300 тисяч доларів. Їх отримали лікарні, що на той час відчували нагальну потребу у таких транспортних засобах.

Шкільні освітні програми реалізує через проведення освітніх заходів для дівчат, які мають на меті надання загальної інформації стосовно таких важливих тем, як розвиток тіла людини, репродуктивне здоров'я та підвищення рівня гігієнічної культури та освітніх лекцій школярам щодо правильного догляду за ротовою порожниною. Навчання проводиться в ігровій формі, отримана інформація закріплюється розгадуванням кросвордів, всі діти-учасники програми отримують спеціальну друковану продукцію.

Метою програми Інституту дитини Pampers є допомога вагітним жінкам, а також молодим мамам дістати відповіді на такі важливі питання, як розвиток плоду, здоров'я жінки та дитини, виховання дітей та стимулювання їх ментального та когнитивного розвитку, а також як саме у цьому можуть допомогти дитячі пелюшки.

В рамках реалізації програми боротьби з підробками представники компанії Procter & Gamble спільно з представниками обласних управлінь

³ Режим доступу: <http://www.pg.com.ua>

Комітету із захисту прав споживачів Державного департаменту стандартизації, метрології та сертифікації Міністерства економіки України регулярно проводять вибіркові перевірки торгових точок. Лабораторії, у яких проводяться аналізи, оснащено спеціальним обладнанням, яке дозволяє безпомилково і швидко виявити підробку.

Запитання для обговорення:

- 1. Прихованою чи відкритою формою реалізації соціальної відповідальності бізнесу характеризується діяльність Procter & Gamble?*
- 2. Наякому рівні соціальної відповідальності бізнесу знаходиться діяльність Procter & Gamble?*
- 3. Проаналізуйте діяльність Procter & Gamble згідно посуб'єктного складу соціальної відповідальності бізнесу.*
- 4. Які форми соціальної відповідальності бізнесу є характерними для діяльності Procter & Gamble?*
- 5. Які загальні та специфічні фактори впливають на соціалізацію бізнесу компанії «Procter & Gamble»?*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 4

Приватне підприємство «Громадський вулик»⁴ засноване у квітні 2007 р. благодійним фондом «Карітас-Сокаль» в рамках виконання Програми «Демократизація України: програма малих проектів» за фінансової підтримки DFID у м. Сокаль (Львівська область). Метою створення даного соціального підприємства було забезпечення фінансової стабільності фонду задля часткового вирішення соціальних проблем Сокалю і довколишнього регіону.

Згідно Статуту напрямки діяльності цього соціального підприємства різноманітні:

- приготування та доставка комплексних гарячих обідів;
- організація і проведення урочистостей;
- приготування та доставка індивідуальних замовлень страв, тортів, десертів;
- оренда приміщення під урочисті події;
- харчування тимчасово ув'язнених у слідчому ізоляторі (за кошти держбюджету);
- організація молодіжних та дитячих дискотек;
- робота локальної комп'ютерної мережі, в т.ч. доступ до Інтернету.

Підприємство «Громадський вулик» працює на єдиному податку та сплачує 10% від обороту коштів, а також усі обов'язкові платежі від

⁴ *Режим доступу:* <http://gromada.lviv.ua/article>

заробіної плати п'яти найманих працівників. Ніяких пільг від держави згідно чинного законодавства України у підприємства немає.

Дане соціальне підприємство намагається в міру своїх можливостей і ресурсів вирішувати соціальні проблеми місцевої громади. На сьогоднішній день прибутки соціального підприємства ПП «Громадський вулик», що залишаються у результаті ведення фінансово-господарської діяльності, використовуються для:

- утримання благодійної їдальні для малозабезпечених жителів міста Сокаль;
- утримання притулку для одиноких матерів та жінок, що потерпіли від насилля;
- проведення відпочинкових заходів у місті Сокаль для малозабезпечених категорій населення (свято та концерт для людей похилого віку до Дня Незалежності, Дня людей похилого віку тощо);
- одноразова допомога потребуючим верствам населення (згідно звернень);
- розвиток волонтерського руху серед дітей і молоді;
- літні відпочинкові табори для потребуючих дітей та інше.

Запитання для обговорення:

1. *Чи має діяльність ПП «Громадський вулик» ознаки соціального підприємництва? Чому?*
2. *Хто є стейкхолдерами і зацікавленими особами діяльності ПП «Громадський вулик»?*
3. *В яких напрямках реалізується соціальна відповідальність ПП «Громадський вулик»?*
4. *Які класичні соціальні ініціативи реалізуються в діяльності ПП «Громадський вулик»?*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 5

Компанія «Сандора»⁵ створена у 1995 р. і понад 15 років залишається лідером вітчизняного сокового ринку (за даними незалежних досліджень на долю продаж компанії «Сандора» припадає більше 46% всіх обсягів роздрібних продаж соків, нектарів та напоїв в Україні). Соціальна відповідальність у розумінні компанії «Сандора» полягає в безперечній пріоритетності соціальних, етичних та правових норм.

У цьому напрямку компанія «Сандора» щорічно бере участь у соціальних програмах, в рамках яких надає спонсорську адресну підтримку дитячим будинкам змішаного і сімейного типу. Спільно з фондом соціальної допомоги малозабезпеченим «Сандора» розробила й реалізувала програму соціального партнерства, головною метою якої було надання фінансової

⁵ *Режим доступу:* www.sandora.ua

допомоги сиротам, дітям із малозабезпечених сімей, пенсіонерам та інвалідам.

Спільно з провідними підприємствами м. Миколаєва «Сандора» заснувала проект підтримки талановитої молоді, за яким найздібнішим студентам, які досягли значних успіхів у науковій діяльності, вивченні гуманітарних та природознавчих наук, виплачуються щомісячні персональні стипендії.

З 2008 р. компанія «Сандора» є офіційним партнером національної «Естафети незалежності», яка збирає любителів спорту і прихильників активного способу життя. У цьому ж році «Сандора» почала програму національного партнерства з молодіжною міжнародною організацією AIESEC. Співпраця заснована на проведенні спільних національних проектів у сфері освіти молоді, надання кар'єрних можливостей, а також популяризації теми розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Казковий герой Сандорик, вже на протязі 4-х років приймає участь в благодійних дитячих ранках, що проходять в різних містах України. Важливість даного заходу полягає в тому, що всі гроші, зібрані від продажу квитків, передаються дитячим притулкам, інтернатам і лікарням.

Запитання для обговорення:

- 1. Визначте реальних та латентних стейкхолдерів діяльності компанії «Сандора».*
- 2. Які напрямки реалізації соціально відповідального підходу до ведення бізнесу є характерними для діяльності даної компанії?*
- 3. Враховуючи наведені вище заходи щодо реалізації соціально відповідальної поведінки компанією «Сандора», сформулюйте отримувані внаслідок цього переваги для її господарської діяльності.*
- 4. Які класичні соціальні ініціативи реалізує компанія «Сандора» у ході своєї діяльності?*
- 5. Проаналізуйте соціальну ініціативу застосування філантропічних заходів - спонсорську адресну підтримку дитячим будинкам, що реалізує у своїй діяльності компанія «Сандора», за її ключовими факторами успіху, передумовами доцільності її застосування та виокремте реальні та потенційні проблеми її впровадження.*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 6

Компанія «AVON»⁶ є міжнародною компанією, яка реалізує продукцію для підтримання жіночої краси. Внутрішніми постулатами діяльності компанії «AVON» є надання жінкам можливість заробітку, обслуговувати сім'ї у всьому світі продукцією високої якості, забезпеченою гарантією якості, надання клієнтам високого рівня обслуговування, задовольняючи потреби і вимоги клієнта з бездоганною ввічливістю, виконувати зобов'язання корпоративної соціальної відповідальності, піклуючись про добробут суспільства і захист довкілля.

З 2001 р. добродійна програма „Разом проти раку молочної залози” діє в Україні з ініціативи компанії «AVON». Програма реалізується за трьома основними напрямками. Перший напрямок – це навчально-просвітницька діяльність, у рамках якої проводяться навчальні семінари, друкуються та розповсюджуються у медичних закладах плакати, буклети та листівки, у яких у дохідливій популярній формі жінкам пояснюється необхідність профілактики та ранньої діагностики захворювання на рак молочної залози та навчають методикам самообстеження. Другий напрямок – це залучення благодійних внесків і придбання для онкологічних лікарень України сучасного медичного діагностичного обладнання. Третій напрямок є методично-навчальним і передбачає навчання лікарів та медперсоналу роботі на сучасному медичному обладнанні. Завдяки програмі AVON „Разом проти раку молочної залози” з 2001 року в Україні зібрано понад 9 млн. грн. і придбано сучасне медичне обладнання, яке передано до 8 онкологічних лікарень у різних областях України.

Компанія «AVON» реалізує різноманітні соціальні сувеніри, при чому весь прибуток від продажу продукції „Рожева стрічка” використовується у рамках програми „Разом проти раку молочної залози”.

В рамках програми "Скажи Ні домашньому насильству" компанія «AVON» створила сайт, де надається кваліфікована допомога спеціалістів жінкам, які потерпають від фізичного та психологічного насилля у сім'ї.

Запитання для обговорення:

- 1. Проаналізуйте програму „Разом проти раку молочної залози” за етапами класичних проектів реалізації соціальних ініціатив.*
- 2. Проаналізуйте соціальні ініціативи, що реалізовує у своїй діяльності компанія «AVON» за ключовими факторами успіху, передумови доцільності їх застосування та виокремте реальні та потенційні проблеми її впровадження.*
- 3. Визначте реальних та латентних стейкхолдерів діяльності компанії «AVON».*

⁶ Режим доступу: www.avon.ua

4. Враховуючи наведені вище заходи щодо реалізації соціально відповідальної поведінки компанією «AVON», сформулюйте отримувані економічні переваги для її комерційної діяльності.

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 7

ЗАТ «Індар»⁷ є одним із найбільших фармацевтичних підприємств з виробництва інсулінів, що працюють на українському ринку. У просуванні своєї продукції ЗАТ «Індар» керується принципом соціально відповідального маркетингу, при якому акцент робиться на комплексній фармацевтичній допомозі, яка передбачає сприяння збереженню і зміцненню благополуччя споживача, підвищення рівня обізнаності лікарів і пацієнтів щодо даної хвороби, залучення широких верств населення до проблеми цукрового діабету.

Діяльність ЗАТ «Індар» охоплює реалізацію наступних соціальних програм, зокрема:

- програма мати і дитя, за якою реалізується адресна допомога вагітним жінкам з цукровим діабетом;
- допомога дітям з цукровим діабетом через сприяння проходження ними санаторно-курортного лікування в дитячих оздоровчих таборах і санаторіях,
- добродійне надання препаратів інсуліну в картриджах і шприц-ручках;
- створення та розвиток шкіл цукрового діабету.

ЗАТ «Індар» здійснює медико-інформаційний супровід своєї продукції за допомогою медико-інформаційного центру, де надається інформаційно-консультативна підтримка лікарів-ендокринологів щодо особливостей застосування препаратів. В рамках просвітницької діяльності ЗАТ «Індар» видає періодичний науково-популярний журнал «Діабетологічний вісник».

Запитання для обговорення:

1. Охарактеризуйте імідж ЗАТ «Індар» з позиції соціальної відповідальності бізнесу?
2. На якій стадії формування складових соціально відповідального підходу у відносинах зі споживачами перебуває ЗАТ «Індар»? Відповідь обґрунтуйте.
3. Яким принципам відносин зі споживачами на засадах соціально відповідального підходу відповідає діяльність ЗАТ «Індар»?
4. Проаналізуйте інформаційні потоки реалізації соціальної відповідальності ЗАТ «Індар».
5. Визначте індикатори сумісності впроваджуваних соціальних заходів з основною діяльністю ЗАТ «Індар».

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 8

⁷ Режим доступу: www.indar.kiev.ua

Група компаній «Фокстрот»⁸ є одним із найбільших національних торгово-промислових об'єднань, у якому працює понад 7 тисяч чоловік. Група компаній «Фокстрот» бере активну участь у розв'язанні екологічних проблем сучасності. Внутрішніми корпоративними правилами обумовлено обов'язкове впорядкування території, прилеглої до магазинів торгівельних мереж, ощадливе використання води і електроенергії. Групою компаній «Фокстрот» створено регіональні соціальні центри «Перспектива», в яких працюють волонтери цієї компанії. Соціальні центри стають ініціаторами соціальних проєктів, спрямованих на збереження історичної пам'яті українського народу, сезонних суботників до дня довкілля, підтримки талановитих дітей-сиріт.

У групі компаній «Фокстрот» діє система мотивації персоналу, яка передбачає надання компанією компенсацій і пільг відповідно до соціального пакету кожній категорії персоналу. Для підвищення кваліфікації персоналу діє спеціально розроблена програма корпоративного навчання, витрати за якою компенсує компанія. Працівники групи компаній «ФОКСТРОТ» мають право на пільгове придбання продукції, що вона реалізує. Кмпанія частково компенсує своїм працівникам послуги мобільного зв'язку, забезпечує їх спецодягом та гарячими обідами, компенсуючи вартість харчування на 50-100 %.

Корпоративна етика групи компаній «Фокстрот» спрямована впливати на поведінку співробітників та сприяти завоюванню міцної репутації як відомої бізнес-організації у суспільстві. основними постулатами корпоративної етики групи компаній «Фокстрот» є відповідальність і свобода. Щороку групою компаній «Фокстрот» організуються корпоративні заходи: «Кращий співробітник року», «Королева весни», чемпіонат з міні-футболу, фігурного катання «Холдинг на льоду».

Завдання для обговорення:

- 1. Проаналізуйте діяльність групи компаній «Фокстрот» за критеріями їх економічної, екологічної та трудової сфер діяльності.*
- 2. Виокремте групи зацікавлених сторін в діяльності групи компаній «Фокстрот».*
- 3. Діагностуйте зазначені соціально відповідальні підходи в діяльності групи компаній «Фокстрот» на їх належність до певних соціальних ініціатив.*
- 4. Визначте індикатори сумісності впроваджуваних соціальних заходів з основною діяльністю групи компаній «Фокстрот».*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 9

⁸ Режим доступу: <http://www.foxtrot.com.ua>

Міжнародна кондитерська корпорація «Roshen»⁹ є лідером національного ринку кондитерських виробів, який виробляє до 200 видів високоякісних кондитерських виробів (шоколадні і желейні цукерки, карамель, шоколад, печиво, вафлі, бісквітні рулети і торти). Загальний обсяг виробництва продукції досягає 400 тисяч тон на рік. З 2005 р. уся продукція корпорації «Roshen» отримала сертифікати відповідності вимогам міжнародних стандартів ISO 9001:2000 та ISO 22000:2005. Для постійного дотримання вимог даних стандартів корпорація «Roshen» розробила власну систему менеджменту харчової безпеки, де визначила завдання для провідних спеціалістів кондитерських фабрик щодо проведення детального аналізу ризиків, які можуть виникнути на різних етапах виробництва. У результаті цього виокремлюються можливі сфери виникнення небезпечних факторів та розробляється комплекс заходів, впровадження яких зумовлює зниження ризиків до прийняттого рівня.

Починаючи з 2005 р. корпорація «Roshen» подарувала українським дітям близько 80 ігрових майданчиків. На території Вінницької кондитерської фабрики корпорація «Roshen» збудувала дитячий розважальний центр із чотирма залами з інтерактивними іграми, 3D кінотеатр. У 2011 р. корпорація «Roshen» започаткувала проведення безкоштовної освітньо-екскурсійної програми на фабриках ROSHEN для дітей віком від 8 до 14 років, де діти мають можливість на власні очі побачити процес виготовлення солодоців – роботу новітнього обладнання та професійну працю майстрів-кондитерів.

Завдання для обговорення:

- 1. На якій стадії формування складових соціально відповідального підходу у відносинах зі споживачами перебуває корпорація «Roshen»? Відповідь обґрунтуйте.*
- 2. Охарактеризуйте зовнішній прояв іміджу корпорації «Roshen».*
- 3. Які інструменти реалізації етики відносин зі споживачами використовує у своїй діяльності корпорація «Roshen»?*
- 4. Яка з концепцій соціальної відповідальності найбільш точно характеризує соціальну поведінку корпорації «Roshen»?*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 10

Компанія «Samsung»¹⁰ є лідером на світовому ринку електроніки та цифрових носіїв. В рамках реалізації соціально відповідального підходу до ведення бізнесу компанія «Samsung» надає допомогу окремим людям і суспільству в цілому різноманітними способами. Сьогодні основний упор

⁹ Режим доступу: <http://roshen.com/ua>

¹⁰ Режим доступу: www.samsung.com/ua

робиться на інвестиціях у майбутнє підлітків, допомозі дітям з бідних родин, допомозі талановитим студентам. Над здійсненням соціальних програм компанія «Samsung» працює у восьми регіональних центрах добровольців.

Samsung надає підтримку різноманітним художнім і культурним заходам в усьому світі. Протягом останніх років компанія передала великі пожертвування багатьом музеям і галереям у Південній Кореї та інших країнах, у тому числі в США та Франції. У 1995 р. Samsung заснував Корпус соціальної допомоги, куди залучаються співробітники для надання суспільно корисних послуг. Їх очолюють експерти із соціального забезпечення, які підтримують подальший розвиток волонтерських програм.

З 2001 р. Samsung об'єднав зусилля з Асоціацією руху Green Family і дав старт «зеленій школі», яка виховує людей, небайдужих до чистоти навколишнього середовища, і надає їм можливість робити практичні кроки із захисту нашої екосистеми. Компанія «Samsung» базовою філософією своєї діяльності обрала PlanetFirst («Планета – у першу чергу»). PlanetFirst означає, що в будь-якій своїй діяльності – розробці, проектуванні, створенні інноваційних продуктів і рішень, які задовольняють і надихають клієнтів, – спочатку враховується те, як ці продукти та рішення вплинуть на навколишнє середовище. У цьому напрямку Samsung прагне впроваджувати найкращі та передові методи захисту природи завдяки розробці екологічно чистих продуктів, рішень і технологій, які дають вигоди клієнтам, відповідають нашим загальним цінностям і захищають планету.

Samsung Electronics сприяє розвитку й популяризації інформаційних технологій за допомогою підтримки освіти та науки. Наймасштабніший проект компанії в освітній сфері – щорічна програма «Samsung назустріч знанням», яка стартувала у 2006 р. Ця соціальна ініціатива спрямована на поглиблення знань учнів і вчителів середніх шкіл України в області інформаційних технологій та підвищення рівня використання ІТ у навчальному процесі.

В рамках даної програми вчителям і учням пропонується написати невелике есе на тему, пов'язану з роллю комп'ютерних технологій у житті людини. У десяти школах-переможцях, роботи яких визнані кращими авторитетним журі, встановлюються повноцінні комп'ютерні класи з 15 сучасних ПК із моніторами Samsung кожний.

Запитання для обговорення:

1. Здійсність соціальний аудит діяльності компанії «Samsung» у розрізі його складових компонентів.

2. Визначте ефективність діяльності компанії «Samsung» за напрямком відповідального корпоративного управління.

3. Визначте ефективність діяльності компанії «Samsung» за напрямком співпраці з групами впливу.

4. Чи є дотриманою в діяльності Samsung концепція потрійного результату. Відповідь обґрунтуйте.

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 11

Компанія «Canon»¹¹ є світовим лідером у сфері виробництва цифрових продуктів і рішень для обробки зображень, призначених для дому та офісу. Невід'ємною частиною ділової етики компанії «Canon» є врахування інтересів суспільства і оточення компанії.

У своїй діяльності компанія «Canon» дотримується філософії *kyosei*, яка визначає центральним елементом бізнесу соціальну відповідальність. Ключовою ідеєю даного підходу є життя і спільна робота в ім'я загального блага. Основними напрямками реалізації соціально відповідальної поведінки компанії «Canon» є збереження природних ресурсів, соціальне благополуччя місцевих спільнот, відповідність діяльності законодавчим вимогам, гуманітарна допомога, сприяння ліквідації наслідків стихійних лих, підтримка культури, мистецтва, освіти, науки, створення робочих місць і збереження природних ресурсів.

Зокрема, стратегія діяльності компанії «Canon» відносно навколишнього середовища заснована на трьох ключових принципах: невикористання небезпечних речовин, економія ресурсів та економія енергії. Окрім цього компанія «Canon» постійно застосовує виробничих та управлінський інструментарій щодо скорочення обсягів використаної упаковки, не відновлювальних матеріалів при виробництві продукції та зниження екологічного навантаження на всіх стадіях життєвого циклу виробу. Плановими заходами в діяльності компанії Canon визначено доведення частки утилізованих компонентів у власній продукції до 75% за вагою з метою повторного використання та утилізації матеріалів, а частки відновлювальних компонентів – до 85% за вагою, включаючи термічне відновлення.

Представництво компанії «Canon» в Україні спільно з Всесвітнім фондом природи (WWF) щороку проводять соціальну акцію «Подивися на світ очима тварин! You can Help!», в ході якої привертають увагу до проблеми вимирання видів диких тварин та збереження навколишнього середовища.

Внутріорганізаційний прояв соціальної відповідальності компанії «Canon» базований на глобальному кодексі поведінки, що включає три основні принципи, т. зв. *three selfs*: самосвідомість (*awarenessselfs*), самоврядування (*selfs management*) і само мотивація (*selfs motivation*). Характерною особливістю реалізації кодексу поведінки компанії «Canon» є контроль з боку співробітників за його недотриманням без взаємних звинувачень з метою дотримання стандартів етики у всіх випадках.

¹¹ Режим доступу: www.canon.ua

Запитання для обговорення:

- 1. Проведіть стратегічний аудит діяльності компанії «Сapop».*
- 2. Визначте ефективність діяльності компанії «Сapop» за напрямком співпраці з групами впливу.*
- 3. Які напрямки реалізації соціально відповідального підходу до ведення бізнесу реалізує компанія «Сapop»?*
- 4. Здійсніть моніторинг внутріорганізаційного забезпечення соціальної відповідальності компанії «Сapop».*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 12

Компанія «Київстар»¹² є одним із найбільших стільникових операторів українського ринку. Основною задекларованою цінністю для компанії «Київстар» є довіра абонентів, яка передбачає надання клієнтам телекомунікаційних послуг кращої якості, відповідність усім державним технічним стандартам, які регулюють діяльність у сфері мобільного зв'язку, надання споживачам повної й достовірної інформації про продукти й послуги компанії, сприяння тому, щоб телекомунікаційні продукти й послуги використовувалися в суспільстві коректно й правильно, поліпшували життя людей.

З цією метою компанія «Київстар» постійно прагне вдосконалювати послуги та якість обслуговування, реалізує програми для безпеки клієнтів і розвитку мобільної культури. У цьому напрямку діє соціальна програма захисту дітей від негативного контенту, помилок і насильства при використанні інтернет мережі. Дана програма має на меті пояснити батькам і вчителям можливі ризики для дітей і стимулювати до навчання правильному й безпечному користуванню Інтернетом; привернути увагу суспільства до проблеми й разом виробити шляхи її вирішення.

Враховуючи те, що в Україні діють одні з найбільш жорстких у світі норм безпеки рівня електромагнітного випромінювання для елементів мережі мобільного зв'язку, компанія «Київстар» надає свої послуги в суворій відповідності до нормативних вимог. Для інформування про безпеку послуг мобільного зв'язку компанія реалізує програму «Мобільний зв'язок і здоров'я людини».

За допомогою соціальної програми «Мобільна культура» компанія «Київстар» популяризує дотримання правил мобільної культури. Дана ініціатива має на меті проінформувати користувачів телекомунікаційних послуг про існуючі норми спілкування мобільним телефоном поза домівкою.

Щоб забезпечити безпеку абонентів при користуванні телекомунікаційними послугами, «Київстар» вживає низку заходів для запобігання різним формам мобільного шахрайства, зокрема, попереджає абонентів про можливі загрози, співпрацює з правоохоронними органами й партнерами у сфері програмного забезпечення. «Київстар» також створив

¹² *Режим доступу: www.kyivstar.ua*

пам'ятку для абонентів про те, що робити у випадку втрати мобільного телефону, і правила користування картами поповнення рахунка, щоб запобігти втраті коштів

Всі благодійні програми компанії «Київстар» реалізуються в рамках благодійної ініціативи «Для людей, для країни!», що має загальнонаціональний масштаб та враховує регіональну специфіку й думку місцевої громадськості. Програма включає наступні напрямки:

- програма підтримки дітей-сиріт, які виховуються у 15 підшефних «Київстар» дитячих будинках по всій Україні (програма працює з 2004 р.);
- іменні стипендії «Київстар» талановитим студентам (щомісяця стипендії від «Київстар» одержують 54 студента 9 технічних ВНЗ по всій Україні, проект реалізується з 2003 р.);
- всеукраїнська програма партнерства «Київстар» із зоопарками та дельфінаріями України, що її спрямовано на розвиток традицій сімейного спілкування;
- програма, що спрямована на подолання проблеми відчуження самотніх людей похилого віку шляхом сприяння організації їхнього дозвілля й надання матеріальної допомоги відповідним спеціалізованим закладам (програма реалізується з 2005 р. і охоплює 11 геріатричних центрів по всій Україні);
- програма допомоги соціальної адаптації інвалідів, у рамках якої надається допомога та спеціалізоване обладнання реабілітаційним центрам, реабілітаційним навчальним закладам, благодійним фондам (програма здійснюється з 2004 р.).

Підтримуючи високий рівень професіоналізму, «Київстар» залучає до своєї команди кращих фахівців. Оплата має дві складові — постійну (у вигляді зарплати й інших фіксованих виплат) і змінну (у вигляді щоквартальних і річних премій). Розмір гарантованої частини формується відповідно до тенденцій ринку. Для цього «Київстар» щорічно бере участь в 4 оглядах заробітної плати провідних національних і міжнародних компаній, які представлені в Україні. Це дозволяє підтримувати рівень гарантованого доходу відповідно до ринкового. При розрахунках змінної частини враховуються як індивідуальні результати роботи кожного співробітника, так і рівень досягнення цілей компанії в цілому. Щорічно в компанії проводиться оцінка ефективності діяльності кожного співробітника. За її результатами здійснюється перегляд заробітної плати й визначається розмір річної премії. Крім того, у компанії існує система додаткових стимулів і соціальних гарантій, серед яких: програма медичного страхування, страхування від нещасного випадку, пенсійне накопичувальне страхування, цільова матеріальна допомога, службовий мобільний телефон, послуга «Мобільна сім'я» (спеціальний тарифний план для рідних і близьких), путівки Фонду соціального страхування, індивідуальний компенсаційний пакет.

Також в компанії «Київстар» діють освітні й мотиваційні програми компанії: програма розвитку талантів «Аргентум», конкурс «Співробітник

року». Унікальним по своїй суті є проект ІVC, ціль якого є стимулювати співробітників виражати своє бачення майбутнього «Київстар», ділитися цікавими креативними ідеями й брати участь у стратегічному розвитку компанії.

Завдання для обговорення:

1. Чи є дотриманою в діяльності компанії «Київстар» концепція потрійного результату. Відповідь обґрунтуйте.
2. Визначте ефективність реалізації стратегії соціальної відповідальності компанії «Київстар» за бальною шкалою в розрізі основних груп показників.
3. Визначте рівень зовнішнього прояву соціальної відповідальності компанії «Київстар» за вищенаведеними індикаторами її соціальної діяльності.

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 13

Компанія «life:)»¹³ є відомим GSM-оператором мобільного зв'язку. У 2007 р. компанія «life:)» приєдналася до Глобального договору ООН, підтримуючи цим ініціативу, спрямовану на сприяння соціальній відповідальності бізнесу. З цією метою компанія «life:)» реалізує ряд соціальних програм та ініціатив.

Зокрема, програма «Допомогти так легко!» спрямована на те, щоб допомогти дітям вулиці та привернути увагу до проблеми безпритульності дітей. За підтримки своїх співробітників, абонентів та друзів, компанія «life:)» надає фінансову допомогу недержавним дитячим центрам по всій країні. Програма стартувала водночас із виходом оператора на український ринок – 2005 р. – й відтоді зібрала понад 3 000 000 гривень на допомогу дітям вулиці.

У травні 2009 р. була запущена програма для студентів-старшокурсників «Стрибок у життя:)), яка дає можливість молодим людям розвинути навички роботи у реальному бізнес-середовищі та долучитися до роботи компанії «life:)».

В 2008 році компанія «life:)» взяла участь в літньому таборі для дітей-сиріт віком 14-17 років із 5 областей України, який організував благодійний фонд журналу «Единственная». Співробітники life:) провели для них майстер-класи з трудового законодавства, розповіли про те, як відбувається влаштування на роботу, про мистецтво спілкування, а також привезли подарунки.

В рамках співпраці із Міжнародною організацією міграції відкрито безкоштовний короткий номер 527, за яким ті, хто став жертвою торгівлі людьми, а також їхні родичі можуть повідомити про це і отримати допомогу в поверненні додому та психологічну, юридичну, освітню підтримку. За цим номером можна також отримати консультації щодо виїзду за кордон, дізнатися про свої права під час навчання, роботи чи подорожей за кордоном.

¹³ Режим доступу: www.life.com.ua

У 2007-2008 рр. компанія «life:)» надала фінансову допомогу Паралімпійській збірній України, а також забезпечила безкоштовним мобільним зв'язком, підтримавши їх підготовку та виступ на іграх в Пекіні (Китай).

З 2008 р. компанія «life:)» співпрацює із департаментом Міністерства внутрішніх справ з питань боротьби зі злочинами, пов'язаними з торгівлею людьми, про протидію поширенню порнографічної продукції. За запитом Департаменту відбувається блокування коротких номерів, через які порнографічні сайти пропонують сплачувати за доступ до своєї продукції.

Запитання для обговорення:

- 1. Які з принципів глобального договору ООН дотримані в діяльності компанії «life:)»?*
- 2. Які з обмежувальних факторів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні мають пріоритетне значення для діяльності компанії «life:)»?*
- 3. Які інституційні стимули сприяли застосуванню вищезазначених соціальних ініціатив і проектів?*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 14

Компанія «МакДональдз®»¹⁴ є світовим лідером у галузі швидкого обслуговування громадського харчування та налічує понад 31 000 закладів у більш ніж 119 країнах світу, які щодня відвідують близько 52 мільйонів відвідувачів. Сьогодні в 21 місті України діє більше 70 закладів МакДональдз®.

Фундаментальними принципами діяльності компанії «МакДональдз®» є:

- потреби споживачів, яке проявляється у шанобливому ставленні до них, забезпечення їх високоякісною їжею та добрим обслуговуванням, у чистому, затишному середовищі, за доступною ціною;
- відданість споживачам, що виявляється у вірі даною організацією, що команда навчених особистостей із унікальним досвідом життя, працюючи разом у середовищі, що стимулює обопільну повагу й участь у спільній справі, є головною умовою нашого подальшого зростання;
- бізнес-модель МакДональдз®, яка включає три ключові елементи: власник/управлінці, постачальники та персонал та баланс інтересів зазначених груп;
- порядність в управлінні бізнесом, дотримуючись високих стандартів справедливості, чесності та єдності;
- турбота про суспільство за допомогою різноманітних соціально орієнтованих програм і благодійних заходів;
- забезпечення прибутковості бізнесу через зростання прибутків акціонерів;

¹⁴ *Режим доступу: www.mcdonalds.ua*

- постійний процес покращення і удосконалення з метою реагування на зміни потреб споживачів, персоналу та системи, через постійну еволюцію та інновації.

Найбільш відомими за останні роки соціальними проектами в діяльності МакДональдз® в Україні є благодійна акція «День Щастя в МакДональдз®», яка проводиться в Україні вже 10 років поспіль та триває протягом місяця – з 1 по 30 листопада. У цей час усі, хто бажає долучитися до доброї справи допомоги дітям, можуть придбати спеціальну акційну символіку, а у певний день - Картоплю Фрі, у будь-якому з ресторанів МакДональдз® по всій Україні. Кошти від продажів (за винятком ПДВ та собівартості Картоплі Фрі, проданої у певний день) спрямовуються на придбання медичного обладнання для дитячих лікарень України.

У 2011 р. кошти, отримані від продажу акційних сувенірів «Дня Щастя» (сердець, брелоків, аудіодисків із колисковими), спрямовані на придбання медичного обладнання для порятунку недоношених дітей для 25-ти дитячих лікарень різних міст України.

«День Щастя в МакДональдз®» проходить у партнерстві з Міжнародним благодійним фондом «Україна 3000». За час існування акції «День Щастя в МакДональдз®» компанія зібрала понад 7 мільйонів грн. та спрямувала на допомогу дитячим лікарням України.

Запитання для обговорення:

1. Які з шести соціальних ініціатив реалізовані в діяльності компанії «МакДональдз®»?

2. Які з матеріальних та нематеріальних переваг отримує МакДональдз® через впровадження соціально відповідального підходу до ведення бізнесу?

3. Які з принципів Глобального договору ООН дотримані в діяльності МакДональдз®?

4. Визначте індикатори сумісності реалізованих соціальних проектів компанією «МакДональдз®» та її основної діяльності, зокрема продукції та її впливу на здоров'я споживачів.

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 15

Компанія «Microsoft Україна»¹⁵ є дочірньою компанією світового лідера-продуцента інформаційних технологій у світі. Її соціально відповідальна поведінка проявляється декількома напрямками.

У напрямку підтримки громадських та благодійних організацій компанія «Microsoft Україна» сприяє впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій у їхні програми, безкоштовно надаючи їм програмне забезпечення. Загалом від початку діяльності компанії «Microsoft Україна» 22 неприбуткові організації отримали програмне забезпечення на суму 261 млн. тис. дол.

¹⁵ *Режим доступу:* www.microsoft.com/ukraine

Компанія «Microsoft Україна» є ініціатором та основним партнером проекту «Відкритий світ інформаційних технологій» (IDEA), який охоплює мережу навчальних центрів у всіх регіонах України та спрямований на вдосконалення комп'ютерних навичок та надання доступу Інтернету незахищеним верствам населення для покращення їх шансів на працевлаштування та інтеграцію у суспільство. За останні 2,5 роки послугами проекту IDEA скоросталося близько 76 тис. чол.

Спільною ініціативою програми Microsoft «Партнерство в навчанні», соціально-відповідальних комерційних структур та неурядових організацій стала розробка та провадження сайту «Онляндія» для школярів, батьків, вчителів та партнерів, який містить інтерактивні курси, словники, плани уроків, а також надає безкоштовну безпечну електронну пошту для дітей на базі Windows Live Hotmail. Загалом волонтери «Онляндії» провели майже 1600 тренінгів з безпеки дітей в Інтернеті для дітей і дорослих.

В рамках спеціально створеної компанією «Microsoft» мережі «Партнерство в навчанні» з 2003 р. налагоджена співпраця з середніми та вищими навчальними закладами України, з метою підвищення якості технічної освіти та рівня інновацій в країні, що дозволяє розвивати партнерські зв'язки з ІТ-індустрією і підтримувати український ринок інтелектуальних продуктів.

Соціальні програми напряму підтримки розвитку інновацій допомагають покращити рівень технічної освіти в Україні, надають досвід студентам та молодим фахівцям в сфері ІТ, забезпечують вільний доступ до новітніх технологій, що є передумовою створення українських програмних продуктів власної розробки, сприяють інноваціям, створенню нових робочих місць, подальшому розвитку ІТ-ринку та стабільному економічному зростанню країни. У цьому напрямку в Україні реалізується три програми:

Microsoft DreamSpark, яка дозволяє студентам та учням старших класів безкоштовно завантажувати найновіші продукти Microsoft для дизайну й розробки програмного забезпечення (на даний час зареєстровано 2800 скачувань програмного забезпечення);

Microsoft WebsiteSpark, яка підтримує невеликі компанії, що професійно займаються веб-дизайном, надаючи можливість скористатися новітніми продуктами та веб-технологіями Microsoft (на даний час зареєстровано 189 компаній-учасників);

Microsoft Biz Spark, яка підтримує молоді компанії у галузі розробки програмного забезпечення, надаючи їм змогу безкоштовно скористатися

найновішими технологіями та отримати фахову технічну підтримку від Microsoft (на даний час зареєстровано 158 компаній-учасників).

В рамках реалізації соціальних програм Microsoft із залучення співробітників до проблем соціального і екологічного характеру, більше половини із 100 співробітників беруть активну участь у благодійних ініціативах щодо вирішення проблем і надання допомоги місцевим громадам з обмеженими можливостями. В рамках даних програм найбільш соціально значущими стали соціальні акції відвідання «СОС Дитяче містечко», «Пробіг під каштанами» та «Живописна ялинка».

Запитання для обговорення:

1. *Перерахуйте які з наведених соціальних заходів мають філантропічний характер. Які переваги суто економічного характеру отримує компанія «Microsoft» від їх реалізації?*
2. *Які переваги для ведення власного бізнесу отримує Microsoft від реалізації проекту Онляндія?*
3. *Які вітчизняні інституційні стимули сприяли застосуванню вищезазначених соціальних ініціатив і проектів в діяльності Microsoft?*
4. *Визначте ефективність діяльності компанії «Сапон» за напрямком співпраці з групами впливу.*

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 16

Оберіть один із трьох потенційних постачальників згідно принципів відповідальних закупівель за 10-бальною оцінкою

Найменування критерію	В _j
Обсяг шкідливих викидів в атмосферу (тис. тонн в рік)	
Кількість порушень прав працівників	
Гарантія (місяців)	
Всього	

Критерії	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3	В _j
Обсяг шкідливих викидів в атмосферу	799	889	912	

Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Кількість порушень прав працівників	15	12	14	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Гарантія (місяців)	36	48	50	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Сумарна бальна оцінка				

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ 17

Оберіть один із трьох потенційних постачальників згідно принципів відповідальних закупівель за 1000-бальною оцінкою.

Найменування критерію	Vj
Обсяг шкідливих викидів в атмосферу (тис. тонн в рік)	
Безпека і гігієна стосовно продукції і робочого місця (бали)	
Гарантія (місяців)	
Всього	

Критерії	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3	Vj
Обсяг шкідливих викидів в атмосферу (тис. тонн в рік)	12	14	13	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Безпека і гігієна стосовно продукції і робочого місця (бали) (експертна бальна	6	7	8	

оцінка),				
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Гарантія (місяців)	24	30	28	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Сумарна бальна оцінка				

ПЕРЕЛІК ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

1. Соціальна відповідальність бізнесу – це:

- а) теорія і практика управління, яка сприяє зростанню позитивного впливу ділової активності підприємства на суспільне життя.
- б) теорія і практика управління, яка не сприяє зростанню позитивного впливу ділової активності підприємства на суспільне життя.
- в) теорія і практика управління, яка сприяє зниженню позитивного впливу ділової активності підприємства на суспільне життя.
- г) теорія і практика управління, яка сприяє зростанню негативного впливу ділової активності підприємства на суспільне життя.

2. Що таке соціальна відповідальність:

- а) це зобов'язання, які фірма несе перед суспільством, в якому вона працює.
- б) це концепція дотримання прав людини.
- в) це додержання законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено, а що не дозволено робити організації.
- г) це міра рівності в розподілі матеріальних і духовних благ у суспільстві.

3. Юридична відповідальність – це:

- а) додержання законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено, а що не дозволено робити організації.
- б) певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми.
- в) концепція дотримання прав людини.
- г) немає вірної відповіді.

4. Соціальна відповідальність як соціальне зобов'язання вбачає:

- а) основним акцентом поведінки організації її економічну та правову відповідальність перед суспільством.
- б) соціальну відповідальність як реакцію організації на очікування суспільства.

- в) поведінку організації як попереджувальну, профілактичну, запобіжну.
- г) процес створення вартості і прирощення добробуту.

5. Соціальна відповідальність як реагування на соціальні норми визначає:

а) соціальну відповідальність як реакцію організації на очікування суспільства.

б) основним акцентом поведінки організації її економічну та правову відповідальність перед суспільством.

в) процес створення вартості і прирощення добробуту.

г) поведінку організації як попереджувальну, профілактичну, запобіжну.

6. Соціальна відповідальність як соціальна чутливість розглядає:

а) поведінку організації як попереджувальну, профілактичну, запобіжну.

б) соціальну відповідальність як реакцію організації на очікування суспільства.

в) основним акцентом поведінки організації її економічну та правову відповідальність перед суспільством.

г) процес створення вартості і прирощення добробуту.

7. Соціальну відповідальність на окремому підприємстві формують:

а) дві групи зацікавлених сторін.

б) одна група зацікавлених сторін.

в) чотири групи зацікавлених сторін.

г) три групи зацікавлених сторін.

8. Первинна група соціальної відповідальності включає:

а) працівники, акціонери, інвестори, споживачі, постачальники.

б) працівники, акціонери, територіальна громада.

в) навчальні заклади, неурядові організації.

г) навчальні заклади, ЗМІ.

9. Вторинна група соціальної відповідальності включає:

а) територіальна громада, ЗМІ, неурядові організації, навчальні заклади.

б) навчальні заклади, працівники, територіальна громада.

в) споживачі, постачальники.

г) акціонери, інвестори, ЗМІ.

10. Рівень впливу окремих представників первинної групи визначається:

а) тим, якою є мета того чи іншого етапу розвитку підприємства.

б) можливостями їх впливу на формування сприятливого середовища для діяльності підприємств.

в) формування національних моделей соціальної відповідальності менеджменту.

г) оцінкою рівня корпоративної соціальної відповідальності.

11. Роль представників вторинної групи визначається:

а) можливостями їх впливу на формування сприятливого середовища для діяльності соціально-відповідальних підприємств.

б) оцінкою рівня корпоративної соціальної відповідальності.

- в) основним акцентом поведінки організації.
- г) тим, якою є мета того чи іншого етапу розвитку підприємства.

12. Світові моделі соціальної відповідальності менеджменту базуються на:

- а) географічному та глобалізаційному підходах.
- б) економічному та науковому підходах.
- в) географічному та економічному підходах.
- г) глобалізаційному та науковому підходах.

13. Що стримує розвиток соціальної відповідальності менеджменту в Україні:

- а) відсутність законодавства щодо організації, регулювання та контролю соціальної відповідальності менеджменту.
- б) нестабільність політичної та економічної ситуації в країні, відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів.
- в) відсутність необхідної інформації стосовно соціальних проблем, відсутність повного розуміння компаніями сутності соціальної відповідальності менеджменту.
- г) усі відповіді вірні.

14. Ліберальна модель. Головний принцип:

- а) особиста відповідальність кожного члена суспільства за власну долю і долю своєї сім'ї.
- б) максимум відповідальності за долю своїх працівників несе корпорація.
- в) відповідальність всього суспільства за долю своїх членів.
- г) відповідальність керівництва за рішення працівників.

15. Корпоративна модель. Головний принцип:

- а) максимум відповідальності за долю своїх працівників несе корпорація.
- б) особиста відповідальність кожного члена суспільства за власну долю і долю своєї сім'ї.
- в) відповідальність всього суспільства за долю своїх членів.
- г) відповідальність керівництва за рішення працівників.

16. Суспільна модель. Головний принцип:

- а) відповідальність всього суспільства за долю своїх членів.
- б) максимум відповідальності за долю своїх працівників несе корпорація.
- в) особиста відповідальність кожного члена суспільства за власну долю і долю своєї сім'ї.
- г) зв'язок між рівнем соціального захисту й тривалістю професійної діяльності.

17. Ліберальна модель. Загальна характеристика:

- а) це модель, в якій держава несе відповідальність за забезпечення мінімальних доходів громадян і за захист та підтримку бідних.
- б) це модель пожиттєвого найму працівників, яким підприємство забезпечує різні види соціальних гарантій.

в) це перерозподільча модель соціальної політики, коли багатий платить за бідного, здоровий за хворого, молодий за старого.

г) це модель, в якій системи соціального захисту фінансуються через податки з державного бюджету.

18. Корпоративна модель. Загальна характеристика:

а) це модель пожиттєвого найму працівників, яким підприємство забезпечує різні види соціальних гарантій.

б) це модель, в якій держава несе відповідальність за забезпечення мінімальних доходів громадян і за захист та підтримку бідних.

в) це перерозподільча модель соціальної політики, коли багатий платить за бідного, здоровий за хворого, молодий за старого.

г) це модель, в якій системи соціального захисту фінансуються через податки з державного бюджету.

19. Суспільна модель. Загальна характеристика:

а) це перерозподільча модель соціальної політики, коли багатий платить за бідного, здоровий за хворого, молодий за старого.

б) це модель, в якій держава несе відповідальність за забезпечення мінімальних доходів громадян і за захист та підтримку бідних.

в) це модель пожиттєвого найму працівників, яким підприємство забезпечує різні види соціальних гарантій.

г) це модель, в якій системи соціального захисту фінансуються через податки з державного бюджету.

20. Соціальна справедливість – це:

а) соціально-психологічне сприйняття принципів і форм організації суспільства, що відповідає інтересам людей і соціальних груп.

б) певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми.

в) додержання законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено робити організації.

г) сприяння роботі всіх зацікавлених сторін щодо впровадження довгострокових соціальних проектів та програм.

21. Мета національної концепції соціальної відповідальності бізнесу:

а) надання узагальненого розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні як самим бізнесом, так й іншими заінтересованими у його діяльності та сталості сторонами.

б) підвищення прозорості та запровадження принципів ділової досконалості та якості.

в) підвищення конкурентоздатності вітчизняної економіки.

г) стимулювання сталих інвестицій з закордону.

22. Принципи національної концепції соціальної відповідальності бізнесу:

а) добровільність та законність.

б) прозорість та активний діалог.

в) звітність та виконання взятих зобов'язань.

г) усі відповіді вірні.

23. Завдання національної концепції соціальної відповідальності бізнесу:

а) впровадження чесних практик ведення бізнесу, зняття соціального напруження та формування довіри між бізнесом, суспільством та владою.

б) використання СВБ для модернізації економіки, підвищення конкурентоспроможності бізнесу, зростання соціального добробуту, вирішення економічних, соціальних та екологічних питань.

в) дотримання сучасних стандартів якості на всіх стадіях життєвого циклу продукту, послуги, стандартів безпеки праці та розвитку людського капіталу.

г) усі відповіді вірні.

24. Внутрішні чинники соціальної відповідальності бізнесу в Україні:

а) соціальні, політичні, економічні.

б) наукові, екологічні, соціальні.

в) інвестиційні, інноваційні, економічні.

г) немає вірної відповіді.

25. Переваги СВБ для суспільства:

а) можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю, можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери.

б) можливість надання адресної екстреної допомоги нужденним, удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення.

в) можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження і використання інтелектуального ресурсу на потреби країни і регіону.

г) усі відповіді вірні.

26. Менеджмент організацій несе перед суспільством:

а) юридичну і соціальну відповідальність.

б) соціальну та етичну відповідальність.

в) етико-соціальну відповідальність.

г) юридичну і матеріальну відповідальність.

27. Основна різниця між юридичною та соціальною відповідальністю полягає:

а) в тому, що остання розуміється як добровільний відгук на соціальні проблеми своїх працівників, жителів міста, країни, світу.

б) в тому, що остання розуміється як відповідальність перед споживачем, підлеглими чи компанйонами.

в) в тому, що остання розуміється як обов'язкову відповідальність перед суспільством, країною, світом.

г) усі відповіді вірні.

28. Соціальна відповідальність – це:

а) певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми.

б) додержання законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено, а що не дозволено робити організації.

в) зміна або зміщення цілей.

г) концепція дотримання прав людини.

29. Відповідальність трактують як:

а) покладене на кого-небудь чи взяте ким-небудь зобов'язання звітувати про свої дії і визнати себе винним за можливі їх наслідки.

б) добір, оцінювання, відсіювання засобів досягнення цілей, виконання зобов'язань.

в) підтримування та розвиток позиції активного громадянства.

г) певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми.

30. Відповідальність – це:

а) усвідомлення індивідом, соціальною групою, народом свого обов'язку перед суспільством, людством.

б) певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми.

в) додержання законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено, а що не дозволено робити організації.

г) звітність та виконання взятих зобов'язань.

31. Юридична відповідальність в управлінській діяльності виражається:

а) у неприємних, небажаних, невігідних для особи наслідках.

б) у застосуванні, якщо порушено закон, державних санкцій та заходів громадського осуду.

в) у примусовому обмеженні або позбавленні певних благ.

г) усі відповіді вірні.

32. Психологічний аспект відповідальності базується на:

(обрати найповнішу і найзмістовнішу відповідь)

а) можливості вибору, тобто свідомої переваги певної лінії поведінки.

б) додержанні законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено, а що не дозволено робити організації.

в) підтримуванні та розвитку позиції активного громадянства.

г) можливості підтримки громадських ініціатив, інноваційних проєктів, розвитку соціальної активності населення.

33. Стратегічне планування ґрунтується на:

а) зборі даних.

б) проведенні численних досліджень.

в) аналізі даних.

г) усе вище вказане.

34. Локус контролю – це:

а) якість, яка характеризує схильність людини приписувати відповідальність за результати своєї діяльності зовнішнім силам чи власним здібностям і зусиллям.

б) якість, яка характеризує схильність людини сприймати своє життя як контрольоване зовнішніми силами.

в) контроль із середини за допомогою власних зусиль і дій.

г) немає вірної відповіді.

35. Зовнішній локус контролю означає:

а) людина сприймає своє життя як контрольоване зовнішніми силами, випадком.

б) контроль із середини за допомогою власних зусиль і дій.

в) приписувати відповідальність за результати своєї діяльності зовнішнім силам.

г) немає вірної відповіді.

36. Внутрішній локус контролю – це:

а) контроль із середини за допомогою власних зусиль і дій.

б) схильність людини сприймати своє життя як контрольоване зовнішніми силами.

в) можливість вибору або свідомої переваги певної лінії поведінки.

г) немає вірної відповіді.

37. Прагматичні мотиви – це:

а) намагання розглядати свою поведінку крізь призму користі, насамперед для себе.

б) намагання розглядати управлінські вчинки крізь призму користі, насамперед для себе.

в) задоволення власних потреб.

г) усе вище перераховане.

38. Мотиви морального самоствердження зумовлені:

а) прагнення утвердити себе в статусі керівника – моральної особистості.

б) потребою реалізувати у конкретній спільній справі свої управлінські можливості і здібності.

в) прагнення діяти відповідально, дбаючи про наслідки своїх вчинків для суспільства.

г) прагнення своїми справами принести користь державі.

39. Правові мотиви – це:

а) погляд на свою управлінську діяльність і відповідальність з позиції закону.

б) концепція дотримання прав людини.

в) узгодження своїх вчинків із обов'язками та завданнями.

г) усе вище перераховане.

39. Мотиви егоїстичного самоствердження:

а) викликані намаганням привернути до себе увагу, продемонструвати свою перевагу над іншими.

б) пов'язані із залежністю керівника від вищого управлінського апарату, який нав'язує свій варіант розв'язання управлінської проблеми.

в) викликані намаганням уникнути критики, покарання, осуду.

г) це одночасне задоволення власних потреб та потреб суспільства.

40. Інстанція відповідальності – це:

а) інстанція, перед якою суб'єкт звітує про свої дії та виконання свого обов'язку.

б) інстанція моральних цінностей, норм і принципів, що задають напрям осмислення відповідальності.

в) форма відображення в суб'єкті буття соціальної необхідності, тобто розуміння смислу і значення дій та їх наслідків.

г) усі відповіді вірні.

41. Зовнішня інстанція відповідальності – це:

(обрати найповнішу і найзмістовнішу відповідь)

а) суспільство, група, конкретна людина.

б) система моральних норм і цінностей.

в) власне сумління, совість.

г) сформована система цінностей, що задає напрям осмислення відповідальності.

42. Внутрішня інстанція відповідальності – це:

а) власне сумління, совість.

б) система моральних норм і цінностей.

в) суспільство, група, конкретна людина.

г) інстанція моральних цінностей, норм і принципів.

43. Відповідальність керівників і підлеглих в організації виявляється в таких сферах:

а) відповідальність особистості за власні дії та вчинки.

б) відповідальність керівника за дії та вчинки персоналу і організації загалом.

в) відповідальність працівників за стан справ в організації.

г) усе вище вказане.

44. Усвідомлення відповідальності – це:

(обрати найповнішу і найзмістовнішу відповідь)

а) відображення в суб'єкті буття соціальної необхідності, тобто розуміння смислу і значення дій і їх наслідків.

б) здатність особистості здійснювати моральний самоконтроль.

в) здатність формулювати для себе моральні обов'язки та вимагати їх виконання.

г) здатність здійснювати самооцінку вчинків.

45. Основні принципи соціальної відповідальності згідно стандарту ISO-26000 («керівництво з соціальної відповідальності»).

(обрати найповнішу і найзмістовнішу відповідь)

а) підзвітність, прозорість, етична поведінка, взаємодія з заінтересованими сторонами, правові та міжнародні норми, права людини.

б) підзвітність, прозорість, екологічні норми, інформаційна відкритість, безпека та гігієна праці.

в) охорона довкілля, благодійність, соціальні інвестиції, права людини.

г) права людини, безпека праці, боротьба з корупцією, захист навколишнього середовища.

46. Соціальна відповідальність менеджера відображає:

(обрати найповнішу і найзмістовнішу відповідь)

а) правовий аспект відповідальності, тому що регулюється певними правовими нормами та низкою обов'язків.

б) юридичний аспект відповідальності, тому що діяльність здійснюється не порушуючи законів та норм державного регулювання.

в) соціальний аспект відповідальності, тому що діяльність спрямована на отримання максимального прибутку не порушуючи при цьому законодавства.

г) суспільний аспект відповідальності, тому що враховуються не тільки економічні і правові норми, але й людські та соціальні аспекти професійної діяльності менеджера.

47. Вимогами до компетенції менеджера з соціальної відповідальності є:

а) обізнаність, розуміння, інтеграція, застосування, лідерство.

б) незалежність, самоствердження, самореалізація, самовираження, відповідність.

в) відповідальність, осмислення, надійність, відкритість, підзвітність.

г) усі відповіді вірні.

48. Вчені виділяють такі типи етичних кодексів:

а) соціальні, професійні, корпоративні, контракти.

б) суспільні, народні, етнічні, правові.

в) екологічні, економічні, антикорупційні, юридичні.

г) не має вірної відповіді.

49. Соціальні кодекси – це:

а) кодекси, які регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами, співробітниками, тощо.

б) кодекси, які включають положення про цінності організації, її філософію та цілі.

в) кодекси, які визначають міжособистісні стосунки в організації і погоджують інтереси працівників та організації.

г) кодекси, які регулюють документ з докладно розробленими правилами, включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу.

50. Корпоративні кодекси – це:

а) кодекси, які включають положення про цінності організації, її філософію та цілі.

б) кодекси, які регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами, співробітниками, тощо.

в) кодекси, які регулюють документ з докладно розробленими правилами, включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу.

г) кодекси, які визначають міжособистісні стосунки в організації і погоджують інтереси працівників та організації.

51. Професійні кодекси – це:

а) кодекси, які визначають міжособистісні стосунки в організації і погоджують інтереси працівників та організації.

б) кодекси, які регулюють документ з докладно розробленими правилами, включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу.

в) кодекси, які регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами, співробітниками, тощо.

г) кодекси, які включають положення про цінності організації, її філософію та цілі.

52. Корпоративні кодекси в організаціях виконують такі основні функції:

а) управлінську, репутаційну та ф-цію розвитку корпоративної культури в організації.

б) соціальну, суспільну, етичну та економічну.

в) економічну, антикорупційну та ф-цію юридичного нагляду.

г) нормативно-правову, дисциплінарну, юридичну.

53. Професійна етика – це:

(обрати найповнішу і найзмістовнішу відповідь)

а) конкретно визначений набір моральних норм, який слугує керівництвом поведінки в тій чи іншій професійній діяльності.

б) конкретно визначений набір правил, які регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами та співробітниками.

в) правила, які регламентують поведінку персоналу та пріоритети у взаємодії з клієнтами, акціонерами, партнерами.

г) принципи, які формують довіру до організації з боку зовнішнього середовища.

54. 10 принципів Глобального договору ООН охоплюють:

а) права людини, принципи праці, екологічні принципи та антикорупційні принципи.

б) економічні принципи, соціальні принципи, споживчі принципи та комерційні принципи.

в) принципи праці, ліберальні принципи, суспільні принципи та соціальні принципи.

г) права людини, юридичні принципи, соціально-суспільні принципи та міжнародні принципи.

55. Глобальний договір ООН :

а) передбачає нагляд та сувору оцінку діяльності компаній.

б) передбачає обов'язкову підтримку принципів сталого розвитку, прозорості діяльності, публічної звітності.

в) передбачає обов'язкове втілення принципів Глобального Договору в ділову стратегію та корпоративну культуру.

г) не передбачає якогось “нагляду” за діяльністю компаній, а базується виключно на добровільних ініціативах бізнесу.

56. Стейкхолдери – це:

а) будь-яка особа або група осіб, що є об'єктом або суб'єктом діяльності організації через її продукцію, політику або виробничі процеси.

б) будь-яка особа, що є суб'єктом діяльності організації через її продукцію.

в) обмежене коло осіб керівної ланки, що є об'єктом або суб'єктом діяльності організації через її продукцію, політику або виробничі процеси.

г) усі відповіді вірні.

57. Заінтересовані особи – це:

а) особи, які мають легітимний інтерес у діяльності підприємства.

б) особи, які повною мірою залежать від товариства.

в) особи, які можуть впливати на діяльність товариства.

г) усе вище вказане.

58. Під кодексом діяльності слід розуміти:

а) добровільні зобов'язання, що їх беруть на себе компанії з метою дотримання певних норм і принципів ринкової економіки.

б) обов'язкові зобов'язання, що їх беруть на себе компанії з метою дотримання певних норм і принципів ринкової економіки.

в) добровільні зобов'язання, що їх беруть на себе компанії з метою дотримання певних норм праці на виробництві.

г) усі відповіді вірні.

59. Коефіцієнт втрат підприємства від нераціонального природокористування є показником:

а) екологічної відповідальності.

б) суспільної відповідальності.

в) суспільно-трудової відповідальності.

г) економічної відповідальності.

60. Система нормативно-індикативного внутрішньотрудового регулювання соціальної відповідальності включає:

а) показники оцінки екологічної складової соціальної відповідальності.

б) показники оцінки суспільної складової соціальної відповідальності.

в) показники оцінки трудової та економічної складових соціальної відповідальності.

г) усе вище вказане.

61. Коефіцієнт податкового навантаження є показником:

а) суспільної відповідальності.

б) соціальної відповідальності.

в) трудової відповідальності.

г) економічної відповідальності.

62. Коефіцієнт сплати екологічних зборів є показником:

а) екологічної відповідальності.

б) суспільної відповідальності.

в) суспільно-трудової відповідальності.

г) економічної відповідальності.

63. Коефіцієнт приросту податкових платежів на одиницю приросту фінансового результату

є показником:

а) суспільної відповідальності.

б) соціальної відповідальності.

в) трудової відповідальності.

г) економічної відповідальності.

64. Трудова діяльність характеризується такими показниками:

а) вікового складу працівників, виробничого травматизму, неповної зайнятості, соціальних витрат на одного працівника.

б) фінансування заходів з охорони праці, фінансування заходів щодо покращення санітарно-гігієнічних умов праці, заборгованості з оплати праці.

в) співвідношення темпів зростання середньої заробітної плати та продуктивності праці, відповідності рівня оплати праці на підприємстві середньому рівню оплати праці по Україні.

г) усе вище вказане.

65. Показник загальної плинності кадрів характеризує:

а) трудову відповідальність.

б) економічну відповідальність.

в) соціальну відповідальність.

г) нормативно-правову відповідальність.

66. Показниками економічної відповідальності є такі коефіцієнти:

а) зносу, оновлення та вибуття основних засобів.

б) оборотності активів, основних засобів, власного капіталу.

в) поточної ліквідності, швидкої ліквідності, абсолютної ліквідності.

г) усе вище перераховане.

67. Коефіцієнти рентабельності активів та рентабельності власного капіталу є показниками:

а) економічної відповідальності.

б) трудової відповідальності.

в) юридичної відповідальності.

г) суспільної відповідальності.

68. Показник освітньо-професійного розвитку працівників характеризує:

а) трудову відповідальність.

б) соціальну відповідальність менеджера.

в) економічну відповідальність.

г) немає вірної відповіді.

69. Глобальний договір ООН включає:

а) 10 принципів.

б) 15 принципів.

в) 20 принципів.

г) 8 принципів.

70. Мережа Глобального договору ООН складається з:

а) офісу Глобального договору та шести агенцій.

б) п'яти агенцій та 12 філіалів.

в) профспілкових та неприбуткових організацій.

г) форуму соціальної відповідальності менеджменту в рамках ЄС.

71. Багатостроковий форум СВМ ЄС складається:

а) з 40 членів, які представляють працедавців, працівників, споживачів та громадскість.

- б) з 10 членів, які представлені бізнес-асоціаціями.
- в) з 20 членів, які представляють профспілкові організації.
- г) усе вище вказане.

72. Основні тенденції розвитку СВМ визначають:

- а) два табори міжнародних організацій.
- б) три табори міжнародних організацій.
- в) чотири табори міжнародних організацій.
- г) п'ять таборів міжнародних організацій.

73. Перший табір міжнародних гравців СВМ представлений:

- а) ООН, Європейським співтовариством та ОЕСР
- б) різноманітними світовими неприбутковими організаціями та бізнес асоціаціями.
- в) ООН, МОП та Європейське співтовариство.
- г) організаціями промислового розвитку, ООН, МОП та ОЕСР.

74. Другий табір міжнародних гравців СВМ представлений:

- а) різноманітними світовими неприбутковими організаціями та бізнес- асоціаціями.
- б) ООН, Європейським співтовариством та ОЕСР.
- в) ООН, МОП та Європейське співтовариство.
- г) організаціями промислового розвитку ООН, МОП та ОЕСР.

75. Компанії, залучені до Глобального договору працюють в сферах:

- а) прав захисту людини.
- б) захисту навколишнього середовища.
- в) охорони праці та корупційних заходів.
- г) усе вище вказане.

76. Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD) – це:

- а) спілка 175 міжнародних компаній та 20 основних секторів.
- б) спілка американських бізнесових асоціацій.
- в) спілка інвесторів, профспілок та наукових організацій.
- г) спілка політичних, партнерських та громадських організацій.

77. Об'єднання економік відповідальних щодо охорони навколишнього середовища (CERES) – це:

- а) неприбуткове об'єднання понад 50 інвесторів.
- б) неприбуткове об'єднання екологічних, релігійних та робітничих груп.
- в) неприбуткове об'єднання груп соціальної справедливості.
- г) усе вище вказане.

78. Бізнес задля соціальної відповідальності (BSR) – це:

а) всесвітня організація, яка допомагає компаніям- учасникам досягти успіху шляхом поваги до етичних цінностей, людей, спільноти та навколишнього середовища.

б) всесвітня мережа 50 національних та регіональних рад і партнерських організацій.

в) міжнародна неприбуткова організація утворена 1990 року Принцом Уельським та групою президентів міжнародних компаній.

г) лідируюча європейська бізнес мережа соціальної відповідальності бізнесу.

79. Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF) – це:

а) міжнародна неприбуткова організація утворена 1990 року Принцом Уельським та групою президентів міжнародних компаній.

б) всесвітня мережа 50 національних та регіональних рад і партнерських організацій.

в) всесвітня організація, яка допомагає компаніям- учасникам досягти успіху шляхом поваги до етичних цінностей, людей, спільноти та навколишнього середовища.

г) лідируюча європейська бізнес мережа соціальної відповідальності бізнесу.

80. Соціальна відповідальність бізнесу – Європа (CSR-Europe) – це:

а) лідируюча європейська бізнес мережа СВБ, яка складається з понад 60 провідних мультинаціональних компаній – членів.

б) всесвітня мережа 50 національних та регіональних рад і партнерських організацій.

в) всесвітня організація, яка допомагає компаніям - учасникам досягти успіху шляхом поваги до етичних цінностей, людей, спільноти та навколишнього середовища.

г) міжнародна неприбуткова організація утворена 1990 року Принцом Уельським та групою президентів міжнародних компаній.

81. Зобов'язання щодо СВМ спираються на:

а) стандарти, норми, регулятори, які розроблені та затверджені міжнародними організаціями.

б) законопроекти, закони, укази, статuti та інші форми державного законодавства..

в) практичні рекомендації стосовно безпеки та охорони здоров'я.

г) немає вірної відповіді.

82. Місія організації BSR (бізнес задля соціальної відповідальності) – це:

а) забезпечення бажаних інформацією, інструментарієм, тренінгами та дорадчими послугами для перетворення СВБ складовою ділових операцій та стратегій ведення бізнесу.

б) надання допомоги компаніям з приводу інтеграції СВБ у їх щоденні методи ведення бізнесу.

в) надання практичних рекомендацій стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я у державному секторі.

г) усе вище вказане.

83. Місія компанії соціальна відповідальність бізнесу – Європа (CSR-Europe) – це:

а) надання допомоги компаніям з приводу інтеграції СВБ у їх щоденні методи ведення бізнесу.

б) забезпечення бажаних інформацією, інструментарієм, тренінгами та дорадчими послугами для перетворення СВБ складовою ділових операцій та стратегій ведення бізнесу.

в) надання практичних рекомендацій стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я у державному секторі.

г) усе вище вказане.

84. Кодекс поведінки стосовно безпеки та охорони здоров'я був затверджений:

а) Міжнародною Організацією Праці (МОП).

б) Міжнародною Організацією Стандартизації (ISO).

в) Глобальною Ініціативою Звітування (GRI).

г) Організацією Об'єднаних Націй (ООН).

85. Декларація фундаментальних обов'язків прав на роботі була затверджена:

а) Міжнародною Організацією Праці (МОП).

б) всесвітньою діловою радою за сталий розвиток (WBCSD).

в) Міжнародною Організацією Стандартизації (ISO).

г) Організацією Об'єднаних Націй (ООН).

86. Кодекс поведінки стосовно безпеки та охорони здоров'я містить:

а) практичні рекомендації стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я як у державному так і в приватному секторі.

б) орієнтири транснаціональним компаніям, урядам, організаціям працедавців та працівників у сферах працевлаштування, тренінгів, умов праці та життя і промислових відносин.

в) «ключові стандарти трудових відносин», що покривають свободи асоціацій та права на переговорах між урядом та підприємцями про оплату праці.

г) усе вище вказане.

87. Трьохстороння декларація принципів щодо транснаціональних компаній та соціальної політики містить.

а) орієнтири транснаціональним компаніям, урядам, організаціям працедавців та працівників у сферах працевлаштування, тренінгів, умов праці та життя і промислових відносин.

б) практичні рекомендації стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я як у державному так і в приватному секторі.

в) «ключові стандарти трудових відносин», що покривають свободи асоціацій та права на переговорах між урядом та підприємцями про оплату праці.

г) усе вище вказане.

88. Міжнародна організація стандартизації (ISO) розробила:

а) стандарт, який визначає основні правила та концепцію соціальної відповідальності менеджменту в організаціях.

б) стандарт звітування щодо добровільного використання організаціями звітів з економічного та екологічного напрямків їх діяльності, продукції та послуг.

в) практичні рекомендації стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я як у державному так і в приватному секторі.

г) орієнтири транснаціональним компаніям, урядам, організаціям працедавців та працівників у сферах працевлаштування, тренінгів, умов праці та життя і промислових відносин.

89. Глобальна ініціатива – це:

а) міжнародний стандарт звітування щодо добровільного використання організаціями звітів з економічного та екологічного напрямків їх діяльності, продукції та послуг.

б) міжнародний стандарт, який визначає основні правила та концепцію соціальної відповідальності менеджменту в організаціях.

в) добровільний моніторинг, сертифікація та оцінювання умов праці у міжнародних компаніях на глобальних ринках.

г) міжнародний стандарт, який містить практичні рекомендації стосовно відповідальності за безпеку зайнятості та охорону здоров'я як у державному так і в приватному секторі.

90. Стимулами СВМ є:

а) нагороди та відзнаки.

б) податкові та кредитні пільги.

в) фінансова підтримка.

г) усе вище вказане.

91. Так зване «м'яке право» включає:

а) міжнародні інвестиції, декларації, принципи та рекомендації, що можуть слугувати базою для подальшого напрацювання законодавчих актів у всьому світі.

б) міжнародні інвестиції, декларації, принципи та рекомендації, що можуть слугувати базою для подальшого напрацювання законодавчих актів у конкретно визначеному регіоні світу.

в) міжнародні інвестиції, декларації, принципи та рекомендації, що можуть слугувати базою для подальшого напрацювання законодавчих актів у окремих державах.

г) міжнародні інвестиції, декларації, принципи та рекомендації, що можуть слугувати базою для подальшого напрацювання законодавчих актів на деяких континентах.

92. В законодавчому порядку, в державах – членах ЄС та інших країн, врегульовані наступні питання (в рамках СВМ):

а) соціальні, пенсійні та трудові питання,

б) права людини, інформація та реклама.

в) навколишнє середовище, фіскальна та податкова політика.

г) усе вище вказане.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Амомова О. Ю. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу. ХарPI НАДУ «Магістр». 2010. URL: http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2010/2010_03.pdf
2. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: монографія Нац. техн. ун-т України „Київ. політехн. ін-т”. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vetp_2011_34_197 Впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні/ URL:: <https://www.srm-ukraine.org/ru/vprovadzheniya-korporativnoyi-socialnoyi-vidpovidalnosti-v-ukrayini/>
3. Гітис Т. П. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов URL: [http://www.evd-journal.org/download/2017/3\(49\)/pdf/08-Gitis.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2017/3(49)/pdf/08-Gitis.pdf)
4. Європейська модель соціальної відповідальності. URL: http://studopedia.com.ua/1_126834_yevropeyska-model-sotsialnoi-vidpovidalnosti.html
5. Колот А.М. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/11583/sotsial_vidpovidal_15.pdf;jsessionid=E193EC2186F2E66CA7CD00A57B2167E0?sequence=1
6. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. URL: <https://www.yakaboo.ua/corporate-social-responsibility-doing-the-most-good-for-your-company-and-your-cause.html> Лазоренко Л. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.
7. Кузьмін О.Є., Чорнобай Л.І., Пирог О.В. Соціальна відповідальність: практичний аспект: навчальний посібник. К.: Кондор-Прес. 2020.
8. Методика визначення рейтингу корпоративної соціальної відповідальності URL: <http://um.co.ua/13/13-2/13-243.html>
9. Офіційна сторінка Глобального Договору ООН URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
10. Рівень впровадження цілей сталого розвитку компаніями в Україні URL: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report_print.pdf
11. Саприкіна М. А Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. 480 с.
12. Benioff M., Southwick K. Compassionate Capitalism N.-Y. : Career Press, 2004. 344 p.
13. Davide Secchi Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts Working paper, 2004/34. URL: <http://www.eco.uninsubria.it>

14. Freeman R. Edward, S. Ramakrishna Velamuri, Brian Moriarty Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics. 2006. 77 p.
15. Matten D. Corporate social responsibility in Europe –state-of-the-art and future perspectives in a globalizing economy. : URL:<http://.nottingham.ac.uk/nubs/ICCSR/news/conferencecontributions>.
16. Measuring the Value of Corporate Citizenship. *Council on Foundations, Inc. Washington, DC*. 2008. pp. 13-20.
17. Secchi D. Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts Working paper, 2004/34 . URL: <http://eco.uninsubria.it>