

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ**

Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

**Методичні вказівки до практичних занять
для здобувачів вищої освіти
освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
спеціальності «075 Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри маркетингу,
PR-технологій та логістики
Протокол № 5
від 30 квітня 2024 року

Чернігів 2024

Соціальна відповідальність бізнесу. Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів вищої освіти освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності «075 Маркетинг» бакалаврського рівня / Укладачі: А.В. Вербицька, І.В. Лисенко. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2024. 24 с.

Укладачі:

Вербицька Анна Вікторівна, кандидат наук з державного управління, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка»

Лисенко Ірина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка»

Відповідальний за випуск:

Бабаченко Лариса Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», гарант освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»

Рецензент: Дубина Максим Вікторович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Національного університету «Чернігівська політехніка»

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розподіл балів, які отримують ЗВО.....	7
Теми практичних занять.....	8
Завдання до практичних робіт за темами.....	9
Рекомендована література.....	21

ВСТУП

Метою навчальної дисципліни «*Соціальна відповідальність бізнесу*» є формування у здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня знань та практичних навичок впровадження соціально-відповідальної поведінки організації в ринковому середовищі її функціонування.

Предмет вивчення – теоретичні та прикладні аспекти соціальної відповідальності бізнесу.

Імідж вітчизняних компаній все більше залежить не тільки від їхньої прибутковості, вартості акцій, якості продукції, але й від їхньої активності у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Тому успішні вітчизняні компанії дедалі більше уваги приділяють інтеграції корпоративної соціальної відповідальності у загальну стратегію розвитку, взаємодії з урядовими, діловими та громадськими структурами. Значимість вивчення дисципліни «*Соціальна відповідальність*» в Україні посилюється тією обставиною, що вітчизняне господарське середовище не пройшло у своєму історичному розвитку необхідних етапів, які у західному суспільстві призвели до усвідомлення важливості філософії соціальної відповідальності. Разом із тим, неефективність більшості системоутворюючих інститутів вітчизняного ринкового середовища актуалізує потребу у формуванні національної моделі соціальної відповідальності в межах тріади «бізнес – влада – суспільство».

Дисципліна «*Соціальна відповідальність бізнесу*» спрямована на формування у ЗВО теоретичних знань та практичних навичок щодо формування соціально відповідальної поведінки організації, ідентифікації та аналізу очікувань стейкхолдерів, підготовки соціальної звітності організації. Дисципліна орієнтує на пошук креативних підходів до соціально відповідальної поведінки бізнес-організації в ринковому середовищі її функціонування.

Під час вивчення дисципліни здобувач вищої освіти (ЗВО) має набути або розширити наступні загальні (ЗКх) та спеціальні (СКх) компетентності, передбачені освітньою програмою:

ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
ЗК11	Здатність працювати в команді.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
СК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» є:

- оволодіння загальними закономірностями виникнення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу в міжнародному та національному середовищі;

- усвідомлення значення становлення КСВ в національній системі соціально-економічних відносин у сфері підприємництва;

- формування компетентності визначення та вирішення основних проблем та перспектив розвитку системи соціальної відповідальності бізнесу в Україні, пов'язаних з потенціалом співробітництва між стейкхолдерами: владою, бізнесом та суспільством для вирішення гострих соціальних питань, пошуку нових форм державно-приватного партнерства з метою економічного, соціального та екологічного розвитку держави;

- розвиток здатності самостійно формулювати думку щодо соціальної відповідальності бізнес-компаній та навичок управління соціальними програмами компаній.

Під час вивчення дисципліни ЗВО має досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання (ПРН), передбачені освітньою програмою:

ПРН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПРН15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

У підсумку ЗВО повинні

знати :

- сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності;
- особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку;
- місце соціальної відповідальності в управлінні бізнесом;
- нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності;
- моделі корпоративної соціальної відповідальності і створення різних типів корпоративної культури;
- критерії, показники та методика оцінювання соціальної відповідальності;
- сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності;
- екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання;
- сутність, структуру, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності;
- розвиток базових навичок самостійного прийняття рішень проблем на основі принципів етики та відповідальності в житті та бізнесі;

вміти :

- формувати механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю;
- організовувати ефективну взаємодію роботодавців з персоналом на засадах соціальної відповідальності;
- формувати ефективні відносини підприємництва із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності;
- визначати напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності;
- посилювати соціальну відповідальність суб'єктів економічного розвитку через соціальне партнерство;
- здійснювати моніторинг результативності корпоративної соціальної відповідальності;
- оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності;
- розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів;
- правильно застосовувати принципи соціальної відповідальності бізнесу у практичній діяльності;
- використовувати в діяльності компаній інструменти управління соціальними програмами, які сприяють ефективній розробці та реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗВО

Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю		Кількість балів	
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади соціальної відповідальності бізнесу		0...	20
1	<i>Робота на практичному занятті:</i> - експрес-опитування; - обговорення кейсів, презентацій; - виконання практичних завдань.	0... 0... 0...	10 3 3 4
2	<i>Самостійна робота в системі E-learning:</i> - підготовка презентацій, блог-постів; - неформальна освіта; - виконання практичних завдань.	0... 0... 0...	10 3 3 4
Модульний тест 1		0...	5
Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти соціальної відповідальності бізнесу		0...	20
1	<i>Робота на практичному занятті:</i> - експрес-опитування; - обговорення кейсів, презентацій; - виконання практичних завдань.	0... 0... 0...	10 3 3 4
2	<i>Самостійна робота в системі E-learning:</i> - підготовка презентацій, блог-постів; - неформальна освіта; - виконання практичних завдань.	0... 0... 0...	10 3 3 4
Модульний тест 2		0...	5
Командний проєкт		0...	10
Індивідуальне завдання (контрольна робота)		0...	15
Семестрова оцінка поточного контролю		0-75	

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
66-74	D	задовільно	
60-65	E		
0-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Огляд тенденцій КСВ в Україні та світі	2
2	Мапування стейкхолдерів соціальної відповідальності	2
3	Формування стратегії КСВ	2
4	Розробка концепції соціального підприємства	2
5	Маркетинг соціальних підприємств в умовах невизначеності	2
6	Екологічна соціальна відповідальність: огляд кейсів	2
7	Напрями чесних ділових практик	1
8	Оцінювання ефективності КСВ	1
Разом		14

ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ РОБІТ

ТЕМА 1 ОГЛЯД ТЕНДЕНЦІЙ КСВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Питання для обговорення

1. Концепція сталого розвитку: історичні передумови та сучасні виклики
2. Підходи до визначення сутності соціальної відповідальності
3. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку
4. Види соціальної відповідальності
5. Принципи соціальної відповідальності
6. Моделі соціальної відповідальності
7. У чому полягає сутність концепції соціальної відповідальності?
8. Назвіть основні характеристики корпоративної соціальної відповідальності
9. Назвіть провідні ініціативи в галузі соціальної відповідальності
10. Розкрийте сутність підходу А. Керолла до корпоративної соціальної відповідальності
11. Етапи розвитку соціальної відповідальності в міжнародному і українському контекстах
12. Основні прояви соціальної відповідальності, характерні для різних груп заінтересованих сторін.

Практичне завдання 1. Випишіть визначення соціальної відповідальності із 7-10 джерел, наприклад, Зелена книга ЄС, Міжнародний стандарт ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», Міжнародний форум лідерів бізнесу, наукові праці А. Керолл та інші.

Практичне завдання 2.

Накресліть схему (на вибір):

- 1) Види соціальної відповідальності
- 2) Принципи соціальної відповідальності

Практичне завдання 3 (робота в малих групах)

1. Ознайомтеся із 17-ма ЦСР за цими покликаннями:
<https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals/goal-1-no-poverty.html>
<http://sdg.org.ua/ua/pro-hlobalni-tsili/no-poverty>
2. Заповніть таблицю, описуючи наслідки, з якими стикнеться людство, якщо ціль не буде досягнута.

Цілі сталого розвитку

Номер цілі	Назва цілі	Характеристика цілі	Імовірні наслідки невиконання цілі
1			

2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

3. Дайте відповідь на питання: «Які із 17 ЦСР, на вашу думку, є найбільш актуальні для України і чому?»

ТЕМА 2 МАПУВАННЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Питання для обговорення

1. Історія становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності
2. Сутність концепції корпоративної соціальної відповідальності
3. Організація діяльності з соціальної відповідальності підприємства
4. Моделі корпоративної соціальної відповідальності
5. Трикутник соціальної відповідальності: соціально відповідальна взаємодія держави, бізнесу та суспільства і шляхи її розвитку.
6. Соціальна відповідальність держави, її інститутів та державних службовців
7. Сутність і складові соціальної відповідальності людини, її значення в забезпеченні стійкої соціальної динаміки: принципи соціальної відповідальності людини.
8. Сутність і розвиток соціальної відповідальності інститутів громадянського суспільства.
9. Соціальна держава як провідний суб'єкт соціальної відповідальності: поняття «соціальна держава», її якості та головні завдання.

Практичне завдання 1. Накресліть схему: *Напрями та принципи Глобального договору ООН*

Практичне завдання 2. *Мапування стейкхолдерів соціальної відповідальності (виконується в командах)*

Мета завдання: ознайомитися з процесом ідентифікації та аналізу стейкхолдерів у контексті соціальної відповідальності бізнесу (CSR). Команди повинні розробити карту стейкхолдерів для обраної компанії та оцінити їхній вплив і зацікавленість у CSR ініціативах.

1) Вибір Компанії: кожна команда обирає одну компанію для аналізу. Це може бути міжнародна корпорація, національна компанія або місцевий бізнес.

2) Ідентифікація стейкхолдерів: команда має ідентифікувати основних стейкхолдерів компанії. До них можуть належати клієнти, працівники, постачальники, інвестори, місцеві громади, урядові організації, неурядові організації та інші. Команди мають використовувати різноманітні джерела інформації для отримання даних про стейкхолдерів.

3) Оцінка впливу та зацікавленості: для кожного стейкхолдера команда повинна оцінити рівень впливу на компанію (низький, середній, високий), рівень зацікавленості в CSR ініціативах (низький, середній, високий). Акцентуйте увагу на конкретних прикладах взаємодії компанії з стейкхолдерами у сфері CSR.

4) Розробка мапи стейкхолдерів: на основі отриманих даних, команди створюють візуальну мапу стейкхолдерів. На цій мапі повинні бути представлені всі ідентифіковані стейкхолдери з відмітками їхнього впливу та зацікавленості. Мапа стейкхолдерів: візуалізація, створена в будь-якому графічному редакторі, онлайн-ресурсі або програмі для презентацій (наприклад, Figma, Notion, Miro, Mural, PowerPoint, Canva, Visio).

5) Презентація результатів: гожна команда презентує свої результати під час заняття. Презентація має тривати не більше 10 хвилин, після чого відбудеться обговорення.

Take a sticky note for each stakeholder and place in the grid below.



Exercise Guidance

Map out your stakeholders on the grid to classify them by both their influence and interest in your work.

The position of the stakeholder on the grid shows you the actions that you could take with their engagement

High influence, interested people

You must fully engage with these people and make significant efforts to help to deliver their outcomes.

High influence, less interested people

Put enough work in with these people to keep them satisfied, but not so much that they become bored.

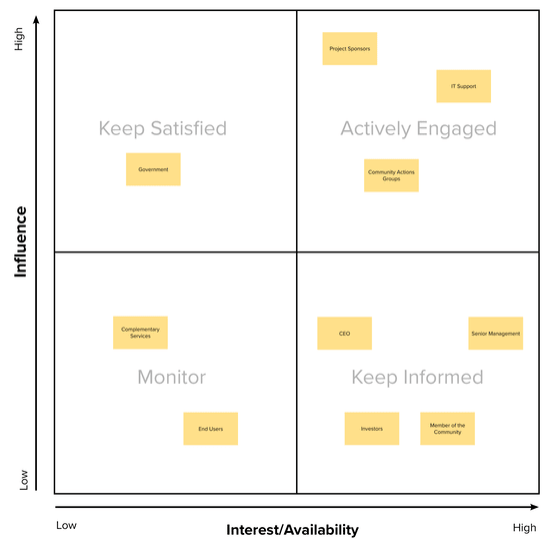
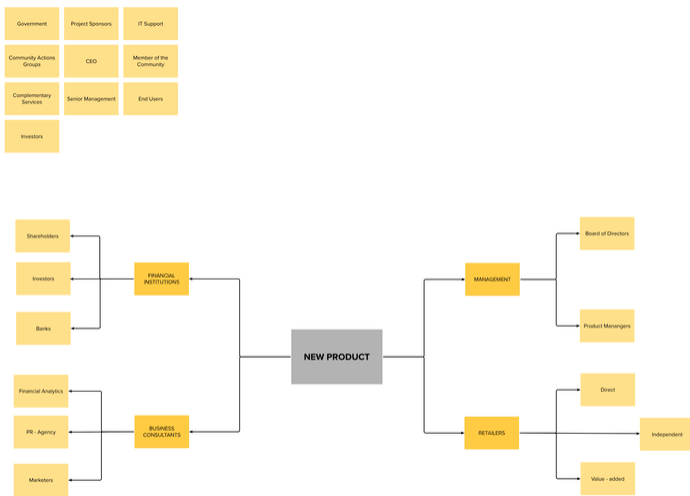
Low influence, interested people

Keep them informed and talk to them to ensure no significant issues arise. In addition, these people can often be beneficial to the detail of your work.

Low influence, less interested people

Monitor these people, but do not bore them with excessive communication.

Шаблон мапи стейкхолдерів на Miro



Шаблон мапи стейкхолдерів на Mural

Stakeholder Circle

Organize stakeholders into groups to clarify the project's priorities



[Шаблони карти стейкхолдерів в Canva](#)

ТЕМА 3 ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КСВ

Питання для обговорення

1. Що таке корпоративна соціальна відповідальність і чому вона важлива для сучасного бізнесу?
2. Які основні елементи повинні бути включені у стратегію КСВ?
3. Як компанії можуть інтегрувати КСВ у свою загальну бізнес-стратегію?
4. Які кроки необхідно зробити для розробки ефективної стратегії КСВ?
5. Як оцінити ефективність стратегії КСВ?
6. Які основні виклики можуть виникнути при впровадженні стратегії КСВ?
7. Як взаємодіяти зі стейкхолдерами при формуванні стратегії КСВ?
8. Як глобальні тенденції та регуляторні вимоги впливають на стратегії КСВ?
9. Які приклади успішних стратегій КСВ ви можете навести і чому вони успішні?
10. Як корпоративна культура впливає на реалізацію стратегії КСВ?

Практичне завдання 1. Заповніть таблицю, у якій за низкою ознак порівняйте американську, європейську та японську моделі КСВ. Наведіть приклади американської, європейської та японської компаній, у яких проявляються ознаки моделей КСВ.

Порівняльна характеристика моделей КСВ

Ознака	Моделі КСВ		
	американська	європейська	японська
Основна характерна риса			
Історичні традиції, які визначають особливості КСВ			
Країни, де використовують			
Основна направленість (фокус)			
Роль держави у регулюванні процесів КСВ			
Вид відповідальності (індивідуальна чи колективна)			
Відносини зі стейкхолдерами			
Приклади компаній			

Практичне завдання 2. *Розробка стратегії КСВ (виконується у команді).*

Мета завдання: створити стратегію корпоративної соціальної відповідальності для вигаданої компанії. Ця стратегія повинна враховувати всі аспекти КСВ: економічну, екологічну та соціальну відповідальність. Використовуйте наукові джерела, статті, книги та інтернет-ресурси для збору інформації. Посилайтесь на них у вашій роботі.

1) Утворіть команду з 4-5 осіб. Всі члени команди повинні брати активну участь у розробці стратегії. Розподіліть ролі та завдання всередині команди.

2) Оберіть діючу компанію або створіть власну, визначте її основні характеристики (галузь, розмір, місцезнаходження тощо).

3) Проведіть SWOT-аналіз компанії з акцентом на аспекти КСВ.

4) Створіть місію та бачення КСВ вашої компанії.

5) Визначте основні напрями КСВ, які є важливими для вашої компанії (економічна відповідальність, екологічна стійкість, соціальна відповідальність).

6) Розробіть конкретні заходи та ініціативи для кожного напрямку КСВ.

7) Підготуйте слайд-презентацію для представлення вашої стратегії (10-15 слайдів). Використовуйте графіки, діаграми та інші візуальні матеріали для ілюстрації ваших ідей.

Структура стратегії:

Титульна сторінка: Назва компанії, назва проекту, імена членів команди, дата.

Вступ: короткий опис компанії та цілі роботи.
SWOT-аналі.
Місія та візія КСВ.
Основні напрями КСВ.
Детальний опис заходів та ініціатив.
Висновки та рекомендації.
Список використаних джерел.



[Шаблони SWOT-аналіз в Canva](#)

ТЕМА 4 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Питання для обговорення:

1. Що таке соціальне підприємство і чим воно відрізняється від традиційного бізнесу?
2. Основні характеристики соціального підприємства.
3. Як соціальне підприємство може поєднувати соціальні цілі та фінансову стабільність?
4. Виявлення соціальної проблеми, яку планує вирішити підприємство.
5. Які моделі соціального підприємства існують і в чому їхні основні особливості?
6. Як визначити та залучити цільову аудиторію для соціального підприємства?
7. Які джерела фінансування доступні для соціальних підприємств?
8. Як оцінити вплив соціального підприємства на суспільство?
9. Які виклики можуть виникнути при створенні та управлінні соціальним підприємством?
10. Які приклади успішних соціальних підприємств можна навести?

Міні-тренінг «Розробка концепції соціального підприємства»

Мета: навчитися знаходити та оцінювати ідеї для соціального підприємства, враховуючи соціальні потреби, можливості бізнесу та інноваційні підходи.

Етап 1: Визначення соціальних проблем (15 хвилин):

Кожна група повинна визначити 2-3 соціальні проблеми, які ви вважаєте важливими і які хотіли б вирішити.

Запитання для обговорення:

- Які соціальні проблеми вас найбільше турбують?
- Чи є проблеми, які ви помічаєте у вашому місцевому співтоваристві?
- Які групи людей або аспекти навколишнього середовища найбільше потребують допомоги?

Етап 2: Генерація ідей (20 хвилин):

Кожна група повинна генерувати 3-4 ідеї соціальних підприємств, які можуть допомогти вирішити визначені проблеми.

Запитання для обговорення:

- Як можна вирішити ці соціальні проблеми за допомогою підприємницької діяльності?
- Які інноваційні підходи можна застосувати для вирішення цих проблем?
- Які ресурси можуть знадобитися для реалізації цих ідей?

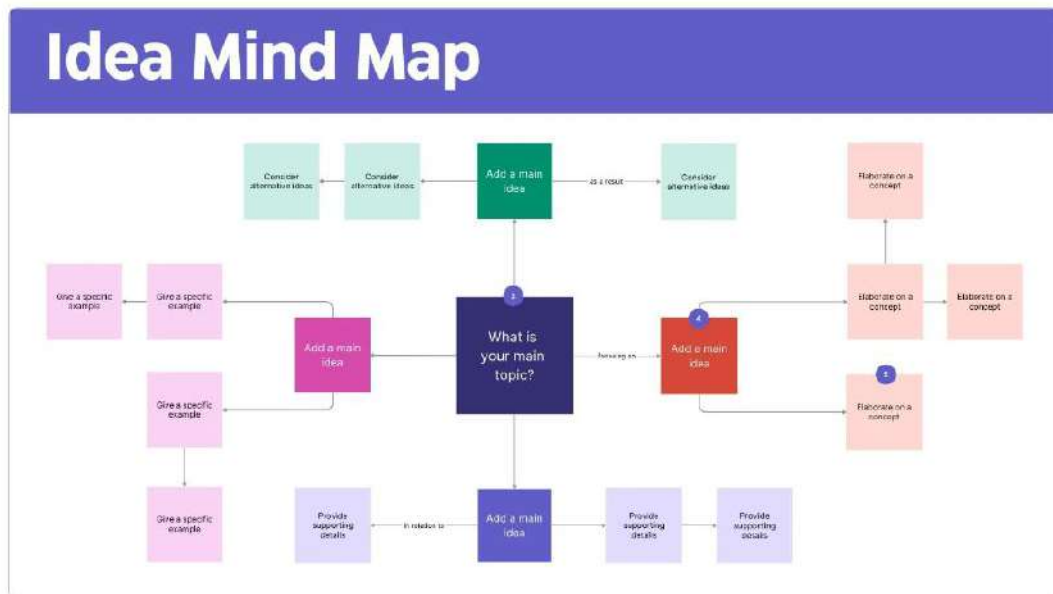
Етап 3: Оцінка ідей (15 хвилин):

- Кожна група повинна оцінити свої ідеї за наступними критеріями:
- Соціальний вплив: Який вплив матиме ваше підприємство на вирішення соціальної проблеми?
- Стійкість: Чи буде ваш бізнес стійким у довгостроковій перспективі?
- Інноваційність: Наскільки інноваційною є ваша ідея?
- Реалізація: Наскільки легко реалізувати вашу ідею?
- Кожна група вибирає одну найбільш перспективну ідею.

Презентація ідей (10 хвилин): кожна група презентує свою найбільш перспективну ідею іншим групам (по 2 хвилини на групу).

Рефлексія:

- Що нового ви дізналися під час тренінгу?
- Які ідеї вам сподобалися найбільше і чому?
- Які інсайти ви здобули стосовно соціальних підприємств?



Шаблони для мозкового штурму

ТЕМА 5 МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Питання для обговорення

1. Яку роль відіграють партнери та зацікавлені сторони у розвитку соціального підприємства?
2. Як розробити ефективну маркетингову стратегію для соціального підприємства?
3. Які стратегії маркетингу можуть бути найбільш ефективними для соціальних підприємств в умовах невизначеності?
4. Як визначити цільову аудиторію соціального підприємства в умовах швидко змінюючихся обставин і потреб споживачів?
5. Які особливості комунікації з медіа та громадськістю варто враховувати для соціальних підприємств в умовах невизначеності?
6. Які можливості і виклики представляють для соціальних підприємств використання цифрових маркетингових інструментів у непередбачуваних умовах?
7. Які стратегії брендування можуть сприяти підвищенню довіри споживачів до соціальних підприємств у часи кризи та невизначеності?

Кейс-стаді

Компанія «EcoLife» – молода стартап-компанія, яка працює в галузі екологічно чистих товарів. Засновники компанії, Олександр та Марія, є ентузіастами в області сталого розвитку та екологічної відповідальності. Вони

хочуть створити соціальне підприємство, яке не лише приносить прибуток, але й вирішуватиме важливі соціальні проблеми. Після тривалих обговорень вони вирішили зосередитись на проблемі надмірного використання пластикових упаковок та впровадженні альтернативних рішень.

Компанія має наступні ресурси:

Інвестиції у розмірі 50 000 доларів США.

Маленьку команду з 5 осіб, включаючи двох засновників.

Підтримку від місцевої екологічної громадської організації.

Невелике приміщення для виробництва.

Метою компанії є створення біорозкладних упаковок для продуктів харчування та інших товарів. Засновники прагнуть не лише знизити рівень пластикових відходів, але й забезпечити місцеве населення новими робочими місцями, особливо жінками та молоддю з малозабезпечених родин.

Дайте відповіді на питання:

1) Які кроки повинна зробити компанія «EcoLife» для дослідження ринку біорозкладних упаковок?

2) Які можливі конкуренти вже існують на ринку, і які їхні сильні та слабкі сторони?

3) Які ключові характеристики повинна мати біорозкладна упаковка, щоб бути конкурентоспроможною?

4) Які додаткові послуги чи продукти можна запропонувати клієнтам для підвищення цінності пропозиції?

5) Як компанії розподілити початкові інвестиції для досягнення максимальної ефективності?

6) Які можливі джерела додаткового фінансування можуть бути доступні для соціальних підприємств?

7) Які маркетингові канали будуть найбільш ефективними для просування біорозкладних упаковок?

8) Як побудувати брендову стратегію, яка підкреслюватиме соціальну та екологічну відповідальність компанії?

ТЕМА 6 ЕКОЛОГІЧНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ОГЛЯД КЕЙСІВ

Питання для обговорення

1. Що являє собою екологічна відповідальність?
2. Місце екологічної відповідальності в концепції стійкого розвитку. Назвіть форми екологічної поведінки.
3. Розкрийте поняття «Екологічний світогляд».
4. Охарактеризуйте поняття «Екологічна відповідальність бізнесу».
5. Поняття концепції «Зелений офіс» та її особливості.
6. Розкрийте сучасний стан екологічної відповідальності бізнесу в умовах війни.

Практичне завдання 1

Використовуючи інтернет-ресурси, складіть ТОП-10 галузей у світі, в Україні або в області, які завдають найбільшої шкоди навколишньому середовищу. З'ясуйте, яких заходів вживають менеджери для зменшення негативного впливу на довкілля.

Практичне завдання 2. *Комплекс дій щодо створення «зеленого офісу» в компанії (завдання виконується у команді).*

1) Утворіть команду з 4-5 осіб. Всі члени команди повинні брати активну участь у розробці проєкту. Розподіліть ролі та завдання всередині команди.

2) Оберіть діючу компанію або створене на попередніх заняттях соціальне підприємство, визначте основні характеристики (галузь, розмір, місцезнаходження тощо).

3) Визначте, що таке «зелений офіс» і чому це важливо для сучасних бізнесів.

4) Сформулюйте загальну мету проєкту (наприклад, зменшення вуглецевого сліду, підвищення енергоефективності, зниження використання паперу, пластику тощо).

5) Встановіть конкретні цілі, які ви хочете досягти за допомогою «зеленого офісу».

6) Проведіть аналіз екологічного впливу поточних офісних процесів і практик компанії. Оцініть використання енергії, води, матеріалів і відходів. З'ясуйте наявні зелені ініціативи компанії (якщо такі є) і їх ефективність.

7) Опишіть конкретні кроки і заходи, які необхідно прийняти для створення «зеленого офісу». Розгляньте можливості використання відновлюваних джерел енергії, підвищення енергоефективності, зменшення використання одноразових матеріалів і т.д. Врахуйте потреби співробітників у зелених ініціативах (наприклад, роздільний збір відходів, велосипедні стоянки тощо).

8) Розробіть презентацію, яка включає всі ключові елементи проєкту: мета, стратегія, план впровадження, очікувані результати та візуальні зображення проєкту.

ТЕМА 7 НАПЯМИ ЧЕСНИХ ДІЛОВИХ ПРАКТИК. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КСВ

Питання для обговорення

1. Яким чином компанії можуть забезпечити відкритість і прозорість в своїй діяльності через впровадження чесних ділових практик?

2. Які методи оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності є найбільш інформативними і чому?

3. Які переваги для бізнесу можуть виникнути від успішної інтеграції соціально відповідальних практик у стратегію компанії?

4. Яким чином компанії можуть стимулювати інновації через впровадження соціально відповідальних ініціатив?

5. Яку структуру має система моніторингу соціальної відповідальності бізнесу?

6. Охарактеризуйте стандарт Global Reporting Initiative, GRI.

Кейс-стаді. *Розробка кейсу про компанію, яка стикалася з проблемами в області етики та соціальної відповідальності*

1) Пошук проблемних ситуацій. Потрібно знайти інформацію про реальну компанію, яка стикалася з проблемами етики та соціальної відповідальності. Таку інформацію можна знайти в наукових журналах, сайтах бізнес-шкіл, або на сайтах компаній, які публікують такі випадки для аналізу.

2) Визначення основних етичних проблем. Потрібно ідентифікувати основні етичні проблеми, що виникли у цьому кейсі. Це можуть бути такі питання, як корупція, вплив на навколишнє середовище, порушення прав споживачів, соціальна відповідальність по відношенню до працівників та інші.

3) Розробка плану дій для вирішення проблем. Потрібно запропонувати можливі стратегії та дії для вирішення виявлених етичних проблем. Використовуйте принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для розробки цих стратегій. Наприклад, впровадження нових етичних стандартів, зміни в управлінській політиці, підвищення свідомості серед працівників чи впровадження програм сталого розвитку.

4) Оцінка ефективності та наслідків рішень. Завершальним етапом є оцінка ефективності запропонованих стратегій та їх потенційних наслідків для компанії. Потрібно проаналізувати, наскільки успішно можуть бути реалізовані ваші рекомендації та які можуть бути позитивні та негативні наслідки для бізнесу в цілому.

5) Розробіть презентацію кейсу.

Рекомендована література

Основна

1. Climate Change and Environmental Sustainability. Volume 4. Bao-Jie He, Ayyoob Sharifi, Chi Feng and Jun Yang. Printed Edition of the Topics Published in Atmosphere, Buildings, Land, Remote Sensing, Sustainability. 2022. ISBN 978-3-0365-3067-3.
2. SimpleSe. Про соціальне підприємництво - просто [посібник підприємця]. Аліна В. Бочарнікова; Кер. проекту Олександра Сметаненко; Іл. Орнелла Остапенко; ред. Марія Семенченко. Київ : СТ-Друк, 2020. 67 с. ISBN 978-966-2717-43-3.
3. Žukauskas P. Management Culture and Corporate Social Responsibility. 2018. doi: 10.5772/65483.
4. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. Вінниця : ВНАУ. 2020. 228 с.
5. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій. 2020. 222 с.
6. Кузьмін О.Є., Пирог О.В., Чернобай Л.І., Станасюк Н.С., Пасінович І.І. Основи корпоративної соціальної відповідальності: стратегії та ділові практики : навчальний посібник. К: Видавничий дім «Кондор», 2021.
7. Кузьмін О.Є., Пирог О.В., Чернобай Л.І., Станасюк Н.С., Пасінович І.І. Соціальна відповідальність: практичний аспект: навч. посібник. К.: Видавничий дім «Кондар». 2020. 244 с.

Допоміжна

8. Aguado-Hernández J.A., del Pino J.A.R., López M.Á.A. The responsible social economy and the sustainable development goals in the face of the post-COVID-19 crisis: The voice of experts. CIRIEC-Espana Revista De Economia Publica, *Social y Cooperativa*. 2023. №107. Pp. 289-319. doi:10.7203/CIRIEC-E.107.20681.
9. Borzaga C., Galera G. Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. *Social Enterprise Journal*. 2019. Vol. 5. No. 3, pp. 210–228.
10. Carrera, L. Corporate social responsibility. A strategy for social and territorial sustainability. *Int J Corporate Soc Responsibility* 7, 7 (2022). <https://doi.org/10.1186/s40991-022-00074-0>.
11. Carroll, A. B. (2021). Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future. *Business & Society*, 60(6), 1258–1278. <https://doi.org/10.1177/00076503211001765>.
12. Ellis Jones, Rethinking Greenwashing: Corporate Discourse, Unethical Practice, and the Unmet Potential of Ethical Consumerism. *Sociological*

Perspectives. 2019.

13. Fatima, T., Elbanna, S. Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation: A Review and a Research Agenda Towards an Integrative Framework. *J Bus Ethics* (2022). <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05047-8>.

14. He H, Harris L. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*. 2020 Aug; 116: 176-182. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.030.

15. Herrera J, de las Heras-Rosas C. Corporate Social Responsibility and Human Resource Management: Towards Sustainable Business Organizations. *Sustainability*. 2020. 12(3):841. <https://doi.org/10.3390/su12030841>.

16. Novomlynets O., Verbytska A., Lysenko I. The role of energy efficiency in ensuring sustainable development. *Innovative Economics and Management*. Vol.8. No.2. 2021. Pp. 22-30.

17. O.O. Novomlynets, A.V. Verbytska. Increasing the level of corporate social responsibility in the period of COVID-19 pandemic. International Conference on Sustainable Transport System and Maritime Logistics. Batumi Navigation Teaching University, June 24, 2021. Publisher: Batumi Navigation Teaching University, Georgia. C. 55-56. ISBN 978-9941-492-40-2. DOI: <https://doi.org/10.46361/ISTSML-2021>.

18. Sustainable economic development: basis, determinants, tendencies, marks: collective monograph. Edited by Zhanna Derii. Poznan, 2019. 165 p. URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/19418>

19. Verbytska A. Anti-crisis marketing tools for social enterprises during COVID-19 pandemic. *Social Entrepreneurship – Innovation and Contemporary Challenges*. 2021. Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute. P. 9-23. ISBN 978-82-93329-14-5.

20. Verbytska A. Socio-economic mechanism of reintegration of ATO / OOS veterans in the sphere of social protection. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. No 2(26). С.48-57.

21. Verbytska, A. (2022). Economic foundations of social entrepreneurship development: national context and foreign experience. *Digital Economy and Economic Security*, (2 (02), 33-38. <https://doi.org/10.32782/dees.2-6>.

22. Verbytska, A. (2022). Prerequisites for the development of democratic governance in the field of social entrepreneurship. *Economy and Society*, (43). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-31>.

23. Verbytska. A. Social entrepreneurship as an effective instrument of post-conflict regulation. *Global Economic Challenges: the Main Socio-Economic Directions of Development in the Liberated from Occupation Territories of Azerbaijan*”. - Conference Proceedings of the International Scientific – Practical Conference. Baku, 2021, 533 p. С.31-33.

24. Waligora A., Revko A. Social entrepreneurship as a determinant for the local community development: experience of polish and Ukrainian regions. *Scientific bulletin Polissia*. 2019. Vol. 2 (18). P. 132-138. URI:

<http://ir.stu.cn.ua/123456789/19509>.

25. Бобко Л., Василюк І., & Бойко О. (2020). Корпоративна соціальна відповідальність як складова корпоративної культури організації. *Молодий вчений*, 4 (80), 296-300. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-4-80-61>.

26. Букреєва Д., & Денисенко К. (2022). Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*, (38). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>.

27. Букреєва, Д., Денисенко, К. (2022). Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*, (38). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>.

28. Манн Р.В., Березюк-Рибак І.Р., Момот С.В. Посилення ролі соціальної відповідальності бізнесу у постпандемічний період. Трансформація підходів в управлінні та маркетингу у постпандемічний період: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., к.е.н., доц. Пічик К.В. Київ: Інтерсервіс, 2022. Підр. 3.3. С. 145-152.

29. Соціально відповідальне ведення бізнесу - складова сталого розвитку : зб. матеріалів / за заг. ред. В. А. Устименка. – Київ : Компанія ВАІТЕ, 2022. – 395 с.

30. Управління репутаційними ризиками підприємства з урахуванням концепції корпоративної соціальної відповідальності. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2021. Том 20. Вип. 1 (47). С. 175 – 184. URL: <http://rinek.onu.edu.ua/issue/view/13782>.

31. Устік М. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах пандемії COVID- 19. *Inter Conf.* 2020. Vol. 36. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/6325>.

32. Чупріна М.О., Жалдак Г.П. Світові тренди в сфері розвитку корпоративної відповідальності. Ефективна економіка. Електронне фахове видання з економіки. 2020. №11. <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8365>.

33. Швець А. (2022). Соціальна відповідальність бізнесу як необхідна умова переходу до циркулярної економіки в Україні. *Економіка та суспільство*, (38). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-74>.

Інформаційні ресурси

1. Електронна база навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін Національного університету «Чернігівська політехніка». Курс: Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ). [Електронний ресурс]. URL: <https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=4243>.

2. Електронний архів НУ «Чернігівська політехніка». [Електронний ресурс]. URL: <http://ir.stu.cn.ua>.

3. Наукова бібліотека НУ «Чернігівська політехніка». Веб-сайт. [Електронний ресурс]. URL: <http://library2.stu.cn.ua>.

4. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (CSR Europe)». [Електронний ресурс]. URL: <https://csr-ukraine.org>.
5. Інформаційний простір сталого розвитку «Responsible Future». [Електронний ресурс]. URL: <https://responsiblefuture.com.ua>.
6. The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). [Електронний ресурс]. URL: <http://www.oecd.org>.
7. Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home.html>.
8. Цілі сталого розвитку в Україні. [Електронний ресурс]. URL: <http://sdg.org.ua/ua/pro-hlobalni-tsili>.
9. Social business in UA. [Електронний ресурс]. URL: <https://socialbusiness.in.ua>.
10. Соціальне підприємництво. Prometheus. [Електронний ресурс]. URL: <https://courses.prometheus.org.ua>.
11. Global Responsible Leadership Initiative. [Електронний ресурс]. URL: www.grli.org.
12. Офіційний сайт Секретаріату мережі Глобального договору в Україні. [Електронний ресурс]. URL: www.globalcompact.org.ua.
13. International Centre for Corporate Social Responsibility (ICCSR). [Електронний ресурс]. URL: www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR.

