

СВІТОВІ ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ЇХ АДАПТАЦІЯ ДО ВІТЧИЗНЯНОГО СЕРЕДОВИЩА

В сучасних ринкових умовах для підприємств на першому місці стоїть питання підвищення ефективності, покращення своєї конкурентної позиції та ділової репутації. Зокрема для вітчизняних компаній це питання вимагає нових підходів до підприємницької діяльності. Однією з таких тенденцій є активне та плідне впровадження в бізнесі сучасної світової практики – корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

В Україні поширення практики КСВ знаходиться ще на початковому етапі розвитку. За аналітичними даними Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» близько 25 % компаній-представників українського бізнесу не використовували цієї практики і взагалі не чули про поняття корпоративної соціальної відповідальності, а 75 % під поняттям КСВ розуміють лише декілька аспектів, зокрема благодійну діяльність та всебічний розвиток свого персоналу . Це безпосередньо впливає і на роботу, і на проведення соціально відповідальних заходів. Тільки 55% з опитаних представників компаній впроваджують КСВ на повсякденній основі, інші ж - не ставлять цей напрям своєї діяльності в пріоритет . Це зумовлює на ринку безліч втрачених можливостей щодо підвищення конкурентоспроможності, негативно впливає на встановлення довірчих та успішних взаємовідносин як у внутрішньому середовищі, так і зовнішньому[1].

Тому питання аналізу, дослідження і застосування прикладів впровадження КСВ в іноземних підприємствах та перенесення цього досвіду на вітчизняне середовище є актуальним, адже для глобальних міжнародних компаній КСВ розглядається вже як один із ключових постулатів побудови відносин бізнесу із споживачами, конкурентами, владою та суспільством взагалі. Для дослідження світових найкращих практик нами проаналізовано рейтинг компаній з найкращою репутацією впровадження КСВ, складений Forbes. Даний рейтинг розраховується на основі опитувань 240 тис. людей з 15 країн світу, які виражали своє ставлення до великих компаній та оцінювали його у 100-бальній рейтинговій системі (табл. 1) [2].

Топ -10 компаній за рейтингом впровадження КСВ, 2016 р.

Місце	Назва компанії	Рейтинговий бал	Зміна до минулорічного дослідження
1	Google	75.4	0.0
2	Microsoft	75.1	+1.9
3	The Walt Disney Company	74.7	+1.4
4	BMW	73.9	+0.6
5	LEGO	73.8	+1.1
6	Daimler	73.3	+0.1
7	Apple	73.3	+1.0
8	Rolls-Royce Aerospace	73.1	+1.7
9	Rolex	73.0	+1.8
1	Intel	72.9	+1.1

Цей рейтинг вказує на те, що компанії з належністю до країн ЄС, США та Японії, займають високе місце в рейтингу. На нашу думку, це є наслідком тривалої цілеспрямованої державної політики, направленої на усвідомлення підприємцями своєї ролі в соціально-економічному розвитку суспільства. У зазначених країнах КСВ розглядається як новий перспективний рівень ведення бізнесу, який сприяє як соціальному, так і економічному розвитку держави та забезпечує її сталий розвиток в загальному масштабі, що базується на розвитку кожної окремої компанії.

Одним із яскравих та реальних прикладів впровадження соціальної відповідальності в усі аспекти діяльності є впровадження КСВ в компанії Anheuser-Busch InBev – світовому лідері пивоваріння. Компанія входить у топ-5 на ринку товарів повсякденного попиту у 2017 році поряд із Procter & Gamble та Nestle. В Україні ця компанія представлена «САН ІнБев Україна» [3].

Серед ключових напрямів КСВ даної компанії можна виділити наступні:

- відповідальність перед суспільством, коли людина є найбільшою цінністю (в даному аспекті для працівників розроблено ряд тренінгових програм з метою розвитку та реалізації потенціалу персоналу компанії; проводяться заходи по залученню студентів освітніх закладів до стажування, бізнес-школи та курсів для отримання практичних навичок фахової діяльності; щорічно запроваджуються заходи в рамках всесвітнього Дня охорони праці;

- відповідальність перед навколишнім середовищем – компанія долучається до виконання наступних цілей: скоротити виробниче споживання води, ввести у процес виробництва водозбірні стадії, скоротити викиди парникових газів, запроваджувати заходи щодо безвідходного використання ресурсів;

- енергозберігаюча відповідальність – українські пивоварні заводи компанії встановлюють обладнання, що дає змогу вироблену на перших стадіях теплову енергію повторно використовувати в технологічних циклах;

- відповідальне споживання – провідні пивоварні компанії світу проводять щорічний День відповідального споживання пива; в Україні це спеціальна ініціатива представників профільної галузевої асоціації «Укрпиво», мета якої – профілактика продажу алкоголю неповнолітнім; компанією реалізуються проекти та програми, такі як «Випив? За кермо не сідай!», «Сімейна ромова».

Слід зазначити, що за два роки існування масштабного проекту «Навчальний курс для представників роздрібної торгівлі», працівники компанії «САН ІнБев Україна» навчили відповідального продажу алкоголю понад 25 000 продавців в Україні [3].

Компанія зв'язку Lifecell під гаслом «Прагну чути світ навколо» фінансує проекти підтримки людей з вадами слуху, привертаючи увагу суспільства до цієї проблеми [4].

Крім того, найбільші вітчизняні компанії також направляють максимальні зусилля на запровадження заходів в системі КСВ. Наприклад, компанія сфери доставки «Нова пошта» протягом двох років поспіль є організатором напівмарафонів у чотирьох містах країни, тим самим популяризуючи здоровий спосіб життя серед усіх вікових категорій населення [4].

Таким чином, основними напрямками впровадження КСВ в національний бізнес можуть бути: перенесення досвіду зарубіжних підприємств на вітчизняний ринок, надання пільг на проведення соціально-відповідальних заходів, загальна популяризація досягнень та кращих практик.

Використані джерела:

1. Офіційне інтернет-представництво Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org/>
2. The companies with the best CSR Reputations in the world in 2016 / Forbes // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/>
3. Офіційне інтернет-представництво компанії «САН ІнБев Україна» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.suninbev.com.ua/>
4. Практики КСВ в Україні 2016 / Під ред. Саприкіної М.; Центр «Розвиток КСВ». – К.: 2016. – 100 с.