

БАБЧЕНКО КАТЕРИНА ЄВГЕНІВНА

студентка 2-го року навчання освітнього ступеню магістр,
спеціальність 061. Журналістика (освітньо-наукова програма: Зв'язки з громадськістю)
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Реалізація програм з корпоративної соціальної відповідальності комерційними компаніями України і період російсько-української війни 2022 року

З кожним роком корпоративна соціальна відповідальність дедалі більше інтегрується в стратегію ведення бізнесу комерційними компаніями. Така тенденція пов'язана з тим, що компанії відчують в собі потенціал та відповідальність, щоб вирішити суспільні проблеми, які турбують громадськість. За даними останнього дослідження «Edelman Trust Barometer Special Report: The Geopolitical Business» за 2022 рік: в середньому 77% респондентів вважають, що допомога у вирішенні соціальних питань є основною функцією бізнесу [1]. В результаті опрацювання літератури, авторкою роботи визначено найбільш помітні тенденції з КСВ, які нині активно запроваджуються в міжнародному бізнес-просторі, серед них: покращення різноманітності та інклюзивності (diversity and inclusion); увага до ESG-факторів; зусилля до побудови сприятливих відносин зі стейкхолдерами; CEO-активізм; обов'язковість включення КСВ в стратегії діяльності компаній. Відповідно до результатів досліджень, ставлення споживачів до компанії засноване на їх сприйнятті реалізації діяльності з КСВ компанією. Це означає, що майже половина репутації компанії заснована на усвідомленні громадськості щодо того, що компанія робить для підтримки спільноти.

Останніми роками, українське бізнес-середовище також демонструє збільшення зацікавленості у розвитку напряму КСВ. Один із найбільш важливих мотивів розвитку КСВ-ініціатив в Україні – це інтеграція українського бізнесу у міжнародний економічний простір, в якому стандарти соціальної відповідальності стали нормою та обов'язковою умовою міжнародного інвестування. Відповідно до дослідження Центру «Розвитку КСВ» в партнерстві з мережею Глобального договору ООН в Україні. За його результатами, 83% українських компаній впроваджують політику корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в 2018 році, в той час як у 2010 році 67% компаній відповіли, що реалізують соціально відповідальні заходи [3]. Більшість українських компаній зосереджуються на КСВ-ініціативах, що спрямовані реалізацію освітніх проєктів, поліпшенням умов праці та розвитку персоналу, а також на організації благодійних зборів коштів. Крім цього, за даними другого каталогу КСВ-ініціатив «Pro Bono» за 2020-2021 роки, 43% українських компаній планують збільшувати річний бюджет на реалізацію КСВ-діяльності в наступних роках [4].

На початку 2022 року в Україні розпочалась повномасштабна війна – 24 лютого Російська Федерація перейшла адміністративні кордони України та почала випускати ракети по території всієї країни. В цей час українські та міжнародні компанії почали спрямовувати максимум зусиль для підтримки українців. За даними останнього дослідження «Edelman Trust Barometer», майже половина респондентів, а саме 47%, почали купувати або бойкотувати бренди, виходячи з їх реакції на вторгнення в Україну [2].

В результаті проведеного дослідження було визначено, що всі проаналізовані компанії дотримуються двох основних тактик під час повномасштабної російсько-української війни – КСВ (10) і благодійності (10) – впроваджуючи їх комплексно. Під час російсько-української війни найбільш поширеними КСВ-проектами, що направлені на зовнішню громадськість, є забезпечення громади гуманітарною підтримкою для покращення її благополуччя і здоров'я, а також безкоштовне надання товарів та послуг компанії. Під час повномасштабної війни серед приватних компаній спостерігається висока залученість в допомозі країні під час війни. Крім того, визначена тенденція до кооперації з іншими бізнес-структурами, національними компаніями та органами державної влади. Що стосується благодійності, то приватні компанії найчастіше виділяють кошти на допомогу армії, а також на закупку необхідного для покращення оборонної здатності країни обладнання. Іншими важливими напрямками благодійних ініціатив стала підтримка медичних закладів та реалізація евакуації та подальша допомога вимушеним переселенцям.

Здійснене дослідження виявило, що усі проаналізовані компанії комунікують щодо процесу реалізації КСВ-ініціатив за допомогою різноманітних каналів та інструментів комунікації. Найчастіше, комерційні компанії України використовують такі канали комунікації як корпоративний сайт та соціальні мережі (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube та TikTok). На корпоративних сайтах компанії діляться новинами щодо здійснення КСВ-практик у повному, найбільш загальному форматі. Найбільш поширеною соціальною мережею для комунікації є Facebook, де компанії розміщують короткі публікації з новинами, інформацією про допомогу та діляться історіями внутрішніх стейкхолдерів – працівників. Найменш поширеним майданчиком для комунікації став TikTok, на ньому контентом ділилась лише одна компанія – Епіцентр К. Деякі компанії також використовують канали та боти в месенджерах для оперативної підтримки користувачів та швидкої комунікації щодо оновлень в роботі компаній.

Також визначено інструменти компаній для взаємодії зі ЗМІ: компанії використовували формати пресрелізів і експертних колонок для поширення інформації щодо ведення КСВ-діяльності. Окремими інструментами стали редакційні матеріали з рейтингами компаній, які вкладаються в допомогу Україні, а також інтерв'ю з представниками керуючої ланки компаній в бізнесових виданнях. В результаті проведення дослідження була визначена лише одна компанія – Ferrhexro, яка включила проміжні результати КСВ-діяльності до звітнього документу.

Список використаних джерел

1. Edelman Trust Barometer 2022 [[Електронний ресурс](#)]. – 2022. – URL: . – Mode of access: 10.05.2022.
2. Consumers React to Brand Responses to the Russia-Ukraine War [[Електронний ресурс](#)]. – 2022. – Mode of access: 10.05.2022.
3. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні 2010-2018 [[Електронний ресурс](#)] / А. Зінченко, М. Саприкіна. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: 08.05.2022.
4. Другий каталог КСВ-ініціатив [[Електронний ресурс](#)]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: 10.6.2022.