

УДК 330.87

*Мартинюк А.О.
здобувач вищої освіти
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Корпоративна соціальна відповідальність (далі - КСВ) є невід'ємною складовою організацій, які націлені на успішне майбутнє, шляхом покращення сучасного. Визначення КСВ можна подати як погляд на управління бізнесом, що проявляється в поєднанні заходів, які спрямовуються на вирішення соціальних та екологічних проблем. При чому соціальний аспект стосується не тільки працівників та партнерів компанії, а й споживачів та навіть людей взагалі недотичних до неї. Для реалізації корпоративної соціальної відповідальності використовуються такі інструменти, як інвестування в різні проекти, забезпечення розголосу важливих ініціатив, придбання необхідного обладнання. Компанії в рамках КСВ багато уваги приділяють екологічним питанням, таким як піклування про якість продукту та найбільш раціональне використання ресурсів для його виготовлення з найменшою шкодою довкіллю, фінансування чи самостійне організування заходів, що покращують стан природного середовища.

Що стосується українських тенденцій у використанні КСВ, то перші спроби її застосування були помічені у 21 столітті, разом з настанням потреби в залученні закордонних інвестицій в умовах європейської інтеграції. За даними досліджень CSR Ukraine зараз корпоративна соціальна відповідальність є частиною 83% українських компаній і прогнозується зростання цього відсотку[1,2].

З початку війни розпочатої росією пробудилася свідомість багатьох українців, які до цього не звертали уваги на виробника товарів на полицях магазину, на знання української мови доставника їжі чи на країну, в якій був виготовлений улюблений одяг. Зараз все більше людей переходять на бік раціонального, свідомого споживання, спрямовуючи увагу до деталей потрібного їм продукту. Через це компаніям потрібно враховувати такі моменти, як вибір

партнерів та постачальників, якість сировини, активність проукраїнської позиції, підтримка ЗСУ чи людей, постраждалих від війни.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність має великий вплив на репутацію компанії на ринку товарів, послуг, праці, тощо. Період війни вимагає внесення певних коректив до КСВ, що сприятиме підвищенню лояльності споживачів, відповідаючи їхнім цінностям, просуватиме впізнаваність бренду та разом з цим робитиме добрі справи. В цьому випадку гнучкість компанії є визначальною рисою і вона може проявлятися у використанні таких способів адаптації: розроблення бізнес-стратегії, що враховуватиме сталу допомогу армії; виділення ресурсів (кадрів, коштів) для волонтерської діяльності; приділення уваги психологічній підтримці працівників; співпраця з громадами та фондами; ініціювання проєктів, спрямованих на післявоєнну відбудову[3].

Соціальну складову КСВ можна назвати визначальною, проте без врахування екологічної частини корпоративна відповідальність не є повноцінною, так само як людина в руїні навколишнього середовища. Попри багатство та неповторність природи України, в державі існує ціла низка серйозних проблем, що загрожують її збереженню. У Рейтингу країн світу за індексом екологічної ефективності у 2022 році Україна займає 52 місце з індексом 49,60. При цьому в Рейтингу за якістю повітря вона опинилася на 88 місці та за забрудненням повітря - на 60. Ці показники можна покращити лише приділивши достатньо уваги питанню екології, зокрема на підприємствах.

Серед основних проблем розвитку екологічної складової КСВ в розрізі українських підприємств можна виділити такі, як недовершене екологічне законодавство, відсутність надійної системи екологічної сертифікації, недостатній рівень культури екологічного споживання[4].

Для вирішення цих проблем, доцільно запроваджувати наступні заходи: доповнення місії та бачення компанії екологічними цінностями; реалізація проєктів, де екологічний ефект поєднується з бізнес-інтересами; екологічне інвестування в межах об'єднань підприємств; участь в асоціаціях грантодавців, корпораціях місцевого розвитку. Беручи до уваги екологічну складову КСВ, підприємці отримують такі економічні переваги, як збільшення вартості бренду,

скорочення витрат і підвищення продуктивності праці, доступ до нових джерел капіталу, забезпечення сталого розвитку бізнесу[4].

Разом з тим, надважливим є збільшення використання відновлювальної енергетики на підприємствах для досягнення енергетичної незалежності країни. Адже через окупацію та завдання шкоди енергоресурсам України, все зрозумілішою стає потреба в розвитку альтернативних джерел енергії. Ця інформація є важливою для компаній, що мають своєї головною цінністю збереження навколишнього середовища, адже в них з'явилася додаткова можливість для підвищення впізнаваності бренду, збільшення цільової аудиторії та підвищення її лояльності. Корегуючи напрямки розвитку КСВ варто врахувати такий хід подій та використати всі можливі інструменти: поширення інформації про заходи чи заклики до дій, інвестування у відповідні проєкти, створення цих проєктів самостійно, відкриття фондів.

Екологічний напрямок був, є та буде актуальним для всіх компаній за будь-яких умов, оскільки життя наступних поколінь напряму залежить від ставлення до навколишнього середовища сьогодні. Особливо це актуально у війну, яка несе за собою не лише гуманітарну катастрофу, але разом з цим має жахливі екологічні наслідки для України і взагалі всього світу.

Тому можна зробити висновок, що після завершення війни повна екологізація свідомості та екокультура стане одним з факторів привабливості компаній для споживачів, потенційних працівників та бізнес-партнерів, в тому числі іноземних.

Список використаних джерел:

1. *Перегляд Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. Головна. URL: <http://surl.li/gydxo>.*
2. *CSR Ukraine | CRS Ukraine. CRS Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/>.*
3. *Корпоративна соціальна відповідальність в умовах війни. Sostav.ua - аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <http://surl.li/gydxr>*
4. *Перегляд Екологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності | Молодий вчений. Молодий вчений. URL: <http://surl.li/gydxv>*