

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2022. № 10.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.21>

УДК 339.138

I. I. Білик,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2513-078X>

М. В. Кіндій,

старший викладач кафедри маркетингу і логістики,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1128-4662>

Ю.-І. О. Кметь,

Студент кафедри маркетингу і логістики,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6908-3663>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, ЯК НОВИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ

I. Bilyk,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic National University*

M. Kindii,

*Senior Lecturer of the Department of Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic
National University*

Yu.-I. Kmet,

*Student of the Department of Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic National
University*

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS A NEW TOOL OF MARKETING

У даній статті розглянуто причини виникнення та сучасне застосування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. Для глибокого розуміння практичного застосування стратегій соціальної відповідальності в даній статті наведено приклад вдалого впровадження методів цієї стратегії на прикладі ДП КК «Рошен». В процесі написання статті було розглянуто причини та історію виникнення концепції соціальної відповідальності бізнесу її напрями, документи, які регулюють процеси в даній сфері бізнесу. В результаті даного дослідження було виявлено, що впровадження стратегій соціальної відповідальності сьогодні є невід'ємною частиною ведення успішного бізнесу так, як впровадження системи соціальної відповідальності може привести до: зростання вартості підприємства, зміцнення іміджу та репутації компанії, підвищення інвестиційної привабливості, вихід на нові ринки, завоювання прихильності нових споживачів та зміцнення лояльності вже існуючих клієнтів, створення та налагодження відносин з партнерами, підвищення рівня довіри суспільства до підприємства, більше того, волонтерські та інші форми участі співробітників можуть розвинути нові компетенції та навички командної роботи та зміцнити колектив.

This article discusses the causes and current application of corporate social responsibility strategy. For a deep understanding of the practical application of social responsibility strategies, this article provides an example of successful implementation of the methods of this strategy by Roshen Confectionery Corporation. In the process of writing the article, the reasons and history of the concept of social responsibility of business and its directions, documents governing the process in this area of business were considered, the concept of the concept of social responsibility of business and its relevance is revealed on the example of the SE KK "Roshen". Among the most common areas of social programs, the provision of social security of employees, training and improvement of staff skills, attracting highly qualified employees, occupational safety and hygiene, creation of modern and safe conditions for work and rest of employees, decent remuneration and motivation of employees, security, conscientious activity, informational openness, raising quality standards, promoting the development of public areas, waste disposal, economical consumption of resources, environmental protection, holding promotions on greening or cleaning territories, ecological logistics, responsible marketing and advertising activities, social investments, charity. As a result of this study, it was found out that the implementation of social responsibility strategies nowadays is an integral part of successful business, as the implementation of social responsibility can lead to: increasing the value of the company, strengthening the image and reputation of the company, increasing investment attractiveness, entering new markets, earning the

affection of new customers and strengthening the loyalty of existing customers, building strong relationships with partners, increasing public trust to the company, furthermore volunteer and other forms of employee participation can develop new competencies and teamwork skills and strengthen the team. The implementation of social responsibility marketing measures in today's conditions serves as a powerful tool for increasing the competitiveness of the enterprise by winning the favor of partners, consumers and personnel.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, маркетингова стратегія, екологія, виробництво, товар, працівники, партнери, постачальники, благодійність.

Keywords: corporate social responsibility, marketing strategy, ecology, production, goods, employees, partners, suppliers, charity.

Вступ та постановка проблеми. Соціальна відповідальність бізнесу-надзвичайно актуальне питання сьогодення, адже успішність ведення бізнесу залежить не лише від прибутків але й від впливу, яке підприємство здійснює на суспільство та яку роль здійснює у його розвитку. В умовах сучасного потужного конкурентного середовища, багато підприємств шукають нові шляхи здобуття конкурентних переваг, замінюючи агресивну корпоративну політику на прогресивну. Підприємства все більше зосереджують увагу на розроблені сучасних підходів в своїй діяльності метою яких є не лише отримання максимально великого прибутку, але й покращення якості життя суспільства. Сьогодні ми спостерігаємо, як формування соціальної відповідальності підприємств та організацій перед партнерами та споживачами стає невід’ємною частиною ведення бізнесу. Іноземні підприємства вже давно спрямовують свої зусилля на формування іміджу соціально відповідальних підприємств шляхом переформатування виробництва та своєї діяльності на соціальні, економічні, екологічні та інші проблеми. На українському ринку така тенденція набула популярності серед великих підприємств і далі продовжує поширюватись. Напрямами впровадження соціальної відповідальності бізнесу слугують: відносини з споживачами, партнерами, співробітниками, екологічні, соціальні, економічні питання та питання, які стосуються безпосередньо продукту тощо [1]. В умовах сьогодення виникає багато питань, які

привертають все більше уваги. Серед великої кількості таких візьмемо до прикладу питання екології. Зараз все більше людей занепокоєні екологічним станом планети, кількістю відходів, шляхами її утилізації та забрудненням ґрунтів, повітря та води. Все більше людей пропагують відповідальне споживання ресурсів, сортування відходів, використання екологічно чистих матеріалів або матеріалів, які придатні до переробки чи вторинного використання. Сучасному споживачу вже не достатньо просто купити товар за вказану ціну, тепер він звертає увагу на імідж, репутацію виробника, його ставлення до виробництва та використання ресурсів, його публічну позицію в різних сферах, його діяльність для покращення рівня життя суспільства тощо [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сама концепція соціальної відповідальності з'явилася в кінці 20-го століття та застосовувалась в більшості, як гарант соціального захисту найманих працівників. Причиною широкого поширення даної концепції окрім пошуку нових методів завоювання прихильності споживачів, працівників та партнерів з метою максимізації прибутку також слугували також введення жорстких стандартів у сфері трудового законодавства та у сфері екологізації виробництва [2]. До документаційної бази, яка регулює процеси даної сфери в Україні належать: Цивільний, Господарський та Податковий кодекси України, Закони України: «Про зайнятість населення», «Про захист персональних даних», «Про освіту», «Про відпустки», «Про оплату праці», «Про професійний розвиток працівників», Повітряний, Земельний, Лісовий та Водний кодекси України, Закони України «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про відходи», «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», «Про впорядкування питань, пов'язаних з радіоактивними відходами», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про засади запобігання та протидії корупції», «Про здійснення державних закупівель», «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про захист суспільної моралі», «Про благодійність і благодійні організації» та «Про гуманітарну допомогу» [3].

Мета статті полягає в розкритті поняття концепції соціальної відповідальності бізнесу та її актуальності на прикладі ДП КК «Рошен».

Результати дослідження. В загальному, під терміном соціальна відповідальність бізнесу розуміється відповідальне ставлення підприємств до свого продукту чи послуги, до споживачів, працівників, партнерів а також визначається в активній соціальній позиції та діяльності компанії. Окрім цього, дане поняття тісно пов'язане з системою соціального забезпечення, що означає спрямування дій на споживачів продукції та послуг, співробітників підприємства, людей, які потребують особливої уваги (діти, інваліди, вагітні жінки, пенсіонери, студенти та інші) та середовище, де перебувають вище зазначені об'єкти соціальної відповідальності (екологія, освіта, культура, праця, охорона здоров'я. Суб'єктами соціального забезпечення є суб'єкти підприємницької діяльності, благодійні організації та органи виконавчої влади та місцевого самоврядування. Підприємства, які формують стратегію соціальної відповідальності, відповідно до своїх цілей стратегій, розробляють індивідуальні принципи. Основні принципи, які можуть формувати компанії представлені на рисунку 1.

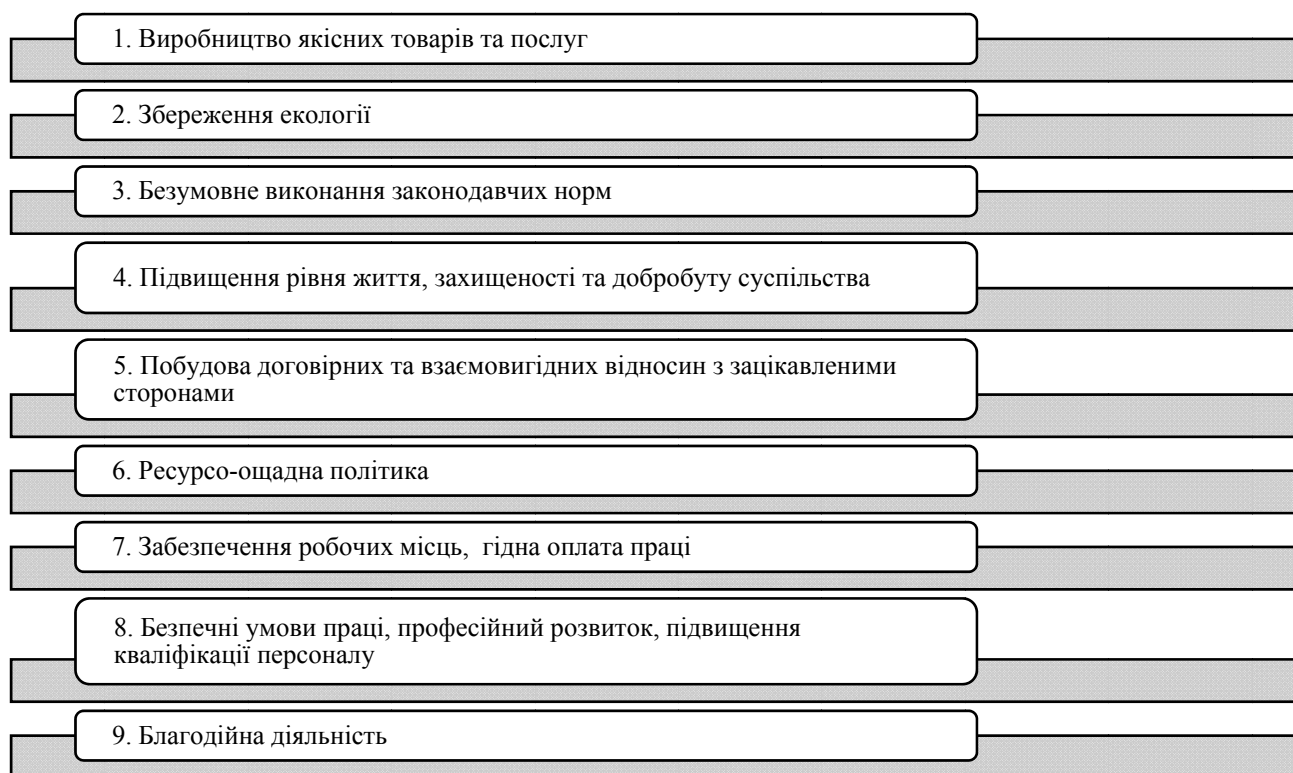


Рис. 1. Принципи соціальної відповідальності бізнесу

Примітка: розроблено автором на основі [4]

Згідно даних принципів компанії розробляють свою індивідуальну програму соціальну програму, яка може поширюватись на такі сфери як: соціальна сфера економічна, екологічна. Серед найпоширеніших напрямів соціальних програм можна виділити: забезпечення соціальної захищеності працівників, навчання та вдосконалення навичок персоналу, залучення висококваліфікованих працівників, безпека та гігієна праці, створення сучасних та безпечних умов для праці та відпочинку працівників, гідна оплата праці та мотивація співробітників, забезпечення, добросовісна діяльність, інформаційна відкритість, підвищення стандартів якості, сприяння розвитку громадських територій, утилізація відходів, економне споживання ресурсів, охорона довкілля, проведення акцій з озеленення чи прибирання територій, екологічна логістика, відповідальна маркетингово-рекламна діяльність, соціальні інвестиції, благодійність. Для виконання даних програм підприємства виділяють кошти, які ще називаються «відрахування на соціальні заходи». Дані витрати відносяться до операційних в балансі. Виділення коштів на соціальні заходи можна вважати інвестиціями в майбутнє компанії [4].

ДП КК «Рошен» одна із найбільших українських компаній, лідер ринку кондитерських виробів України а також один із найвдаліших прикладів застосування концепції соціальної відповідальності в своїй діяльності. Компанія реалізує масштабні соціальні проекти з метою покращення рівня життя громадян, дбає про екологію, розвиває та навчає працівників, забезпечує високу якість своєї продукції, займається благодійністю та іншими соціальними програмами. Для поширення результатів та відкритості своєї діяльності, компанія публікує звітність сталого розвитку згідно зі стандартами Global Reporting Initiative G4, де описаний внесок компанії в розвиток суспільства. Цілями корпорації є: якісна освіта, гендерна рівність, забезпечення безпеки, ні бідності та голоду, чиста вода та санітарні умови, відновлювальна енергія, гідна праця та економічне зростання, розвиток інновацій та інфраструктури, розвиток міст та спільнот, відповідальне споживання, боротьба зі зміною клімату, збереження морських екосистем, збереження екосистем суші, мир та

справедливість, партнерство заради стійкого розвитку. Перелік усіх проектів соціальної відповідальності ДП КК «Рошен» наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Проекти соціальної відповідальності ДП КК «Рошен»

Напрямок	Опис
Якість продукції	Уся продукція проходить перевірку на відповідність якості згідно вимог ISO 9001:2000, що підтверджується наявністю у кожної із фабрик Корпорації «Сертифікатів відповідності». Корпорація дбає про забезпечення фабрик високотехнічним обладнанням для контролю якості, саме тому діяльність фабрик устаткування яких застаріле та потребує реконструкції чи заміни призупиняють як наприклад Липецька фабрика.
Працівники	Компанія стверджує, що усі без винятку співробітники можуть брати участь у всіх внутрішніх подіях та мотиваційних програмах, отримувати рівні пільги та претендувати на кар'єрне зростання. За статистикою у компанії працевлаштовані більше 200 людей з обмеженими можливостями, більше 2 000 000 грн на рік витрачається на навчання та підвищення кваліфікації співробітників, витрати на медичне страхування та харчування співробітників складають більше 61 000 000 грн в рік. Для різних груп співробітників розроблені спеціальні початкові програми, які включають аудиторні заняття, онлайн курси та самонавчання з забезпеченням матеріалів. Усі навчальні програми покликані розвинути професійно-кваліфікаційні навички, лідерські якості, підвищення ефективності тощо. Серед таких програм є вивчення іноземних мов для співробітників з залученням професіоналів в області освітніх послуг, проект «Школа майстрів», який передбачає 161 годину теоретичного навчання для зовнішніх кандидатів, 104 години навчання для внутрішніх, 35 змін практичного навчання для підвищення кваліфікації майстрів-технологів. Існують програми залучення молоді, а саме програми стажування з метою подальшого працевлаштування. Програми професійного навчання для студентів 3-х курсів київських ВНЗ, які передбачають 2 роки оплачуваного теоретичного та практичного навчання з провідними фахівцями в галузі та подальшою можливістю працевлаштування та побудови кар'єри. Також корпорація надає медичне страхування та корпоративне харчування усім співробітникам корпорації.
Екологія	Корпорація спрямовує свої зусилля на розробку найкращого дизайну упаковки, який дозволить економити пакувальні матеріали та гарантувати безпеку та збереженість товару. Для цього корпорація оптимізує обсяг та вагу упакування, застосовує раціональні підходи до використання поновлювальних ресурсів, враховуючи вимоги та норми до матеріалу упаковки та інших характеристик, спонукаючи тенденції до повторного використання матеріалів, рециркуляції чи рекуперації енергії з використаної упаковки. Більше цього, у своїй діяльності корпорація керується принципами «зеленого офісу», що означає, що вони використовують електронний документообіг або двосторонній друк, електронне навчання. В рамках екологічної програми корпорація модернізує підприємства, скорочує відходи, споживання води, пропагують дбайливе ставлення до природи. На підприємствах проводиться правоохоронна робота, яка спрямована на дотримання вимог екологічного законодавства України, удосконалення екологічного управління, попередження надмірного забруднення навколишнього середовища, мінімізацію негативного впливу на довкілля.

Напрямок	Опис
Охорона здоров'я	За даними корпорація витратила близько 80 млн. грн для закупівлі і доставки пересувних рентген апаратів, стерильних захисних костюмів для медпрацівників, захисних окуляр, одноразових масок та продуктові набори для літніх людей для боротьби проти COVID-19; до цього компанія інвестувала в сферу медицини більше 100 млн грн Корпорація продовжує вкладати кошти в проект «Охмадит» - дитячі лікарні, куди привозять пацієнтів зі всієї України з тяжкими випадками, корпорація відремонтувала та обладнала центральне стерилізаційне відділення (вартість проекту становила 25 млн грн), відремонтувала інженерні комунікації, встановила ліфт, систему очищення води, виділила 7,5 млн грн на закупівлю хірургічних інструментів, також було передано цифрову рентгенографічну систему (вартість таких апаратів сягає 3.2 млн. грн) а також закупила світильники експертного класу вартістю 2 млн грн Корпорація «Рошен» передала Інституту серця МОЗ України медичне обладнання, вартість якого становить 1 635 473 гривень. Для закладу закупили 40 інфузійних шприцевих насосів S100 та 10 станцій DS204 (станція об'єднує 4 інфузійних насоси та оснащена функцією світлового сигналу щодо статусу інфузії) а також забезпечив центр дитячої кардіології ультразвуковою системою вартість 2 млн грн В рамках благодійних проектів корпорація співпрацює з Національним інститутом раку, було відремонтовано та обладнано приміщення призначене для забору стовбурових клітин та донорських тромбоцитів. За допомогою коштів корпорації відремонтовано приміщення, закуплено меблі та частину спеціалізованого обладнання (на цей проект було витрачено близько 3 млн грн). Одним із численних проектів компанії було створення стерилізаційного відділення та лабораторії, яке коштувала 35 млн грн для дитячої лікарні у місті Кременчук.
АТО	Були реалізовані такі проекти як «Підтримай українську армію» в якому надавалась медична допомога та реабілітація для поранених на війні та підтримували команду українських військових, яка брала участь у 42-му Марафоні Морської піхоти США, бюджет підтримки складав 277 560 грн. Корпорація ROSHEN збудувала та передала Головному квартирно-експлуатаційному управлінню Збройних Сил України затишний двоповерховий будинок для сімей військовослужбовців, яких передислокували із Криму у 2014-му, на будівництво знадобилось 4-и місяці та 1 млн. доларів, будинок складається з 16-ти квартир, кожна з яких оснащена сантехнікою, посудомийною машиною, холодильником, пральною машиною та іншим технічними приладами. Також була проведена благодійна допомога сім'ям загиблих на майдані та в зоні АТО через волонтерський проект "Люди допомагають людям" та тим хто постраждав в АТО. В рамках благодійного проекту Nodus тяжкопоранені українські бійці одержали повноцінне і ефективне лікування в медичних закладах України та закордоном.
Культура	Корпорація реконструювала театр на Подолі, ця реконструкція тривала 3 роки, загальний бюджет склав 174 803 000 грн, після реконструкції театр здобув перше місце у номінації «Архітектура культурно-соціальних об'єктів» та отримав в гран-прі всеукраїнського конкурсу Ukrainian Urban Awards, за особливий вклад в соціально-культурну сферу, компанія отримала а театральну премію «Київська пектораль» в 2017 році у номінації «Подія року». У 2017 році, корпорація провела модернізацію черкаського міського зоопарку з експозицією «Земля вовків і ведмедів» (рисунок 2.7.) Площа нового комплексу складає 4,5 тис. кв. м. Оновлення стало можливим завдяки допомозі корпорації, яка виділила на цей проект 45 128 млн грн, ця експозиція яка була номінована на EU Prize for Contemporary Architecture – Mies van der Rohe Award.

Напрямок	Опис
Інфраструктура	Будівництво дитячих майданчиків (зараз збудовано більше 80-ти дитячих майданчиків). Усі майданчики передано у комунальну власність, проте компанія регулярно займається ремонтом, заміною та моніторингом їхнього стану. Кожної зими корпорація облаштовує ковзанки в містах України. У Києві проходять льодяні шоу та виступи фігуристів, паради та зимові ярмарки. На встановлення та обслуговування ковзанок корпорація витрачає більше 60 млн грн. Окрім цього у період зимових свят корпорація дбає про створення святкового настрою прикрашаючи будівлю фабрики святковою ілюмінацією. Таким підходом, корпорація показує, що навіть промислові споруди можна прикрасити і цим самим створити приємну та святкову атмосферу. Варто додати, що дана ілюмінація є енергоефективна, вона вмикається автоматично з настанням сутінок і вимикається опівночі з ціллю економії і раціонального використання енергії. Протягом року, корпорація дбає про тематичне оформлення фірмових магазинів. Ще один із проектів корпорації- проект Rosen Plaza– громадський простір, де люди можуть відпочити, полюбуватись динамічним фонтаном та світло-музичним шоу також на цьому просторі встановлено відкритий сезонну ковзанку. У цей проект було інвестовано 90 млн грн. Побудова плавучий світло-музичного фонтану та реставрація набережної у Вінниці та інші. В Інституті хімії та хімічних технологій Національного університету «Львівська Політехніка», за допомоги корпорації, відкрили п'ять реконструйованих та оснащених сучасним обладнанням навчальних лабораторій.
Суспільство	Окрім побудови багатьох інфраструктурних одиниць, які підвищують рівень життя суспільства корпорація проводить екскурсії по своїм фабриках. Відвідувачі мають можливість власноруч створити упаковку для шоколадних плиток за власним дизайном. За даними більше 300 дітей з дитячих будинків відвідали фабрику безкоштовно. Окрім екскурсій, корпорація надає можливість відвідати освітньо-розважальні центри в Києві, Клайпеді та Будапешті, де відвідувачі можуть познайомитись з історією фабрики а також навчитись виробляти власні солодощі.

Примітка: розроблено автором на основі [5]

Незважаючи на наявні масштаби проектів соціальної відповідальності, корпорація продовжує підтримувати різні соціальні сфери та створювати нові проекти, які принесуть користь суспільству. На рисунку 2 наведені витрати корпорації на проекти соціальної відповідальності.

Згідно з рисунком 2 очевидно, що корпорація активно впроваджує концепцію соціальної відповідальності в свою діяльність та вкладає багато в коштів в розвиток суспільства та підвищення якості життя. Одним із результатів даної концепції є широка впізнаваність бренду, високий рівень іміджу, лояльність споживачів та працівників, надійні зв'язки з партнерами, лідерство на вітчизняному ринку та вихід на іноземні. Причиною успіху також слугує всебічне охоплення найважливіших сфер життя таких, як медицина, культура, екологія, суспільні питання.

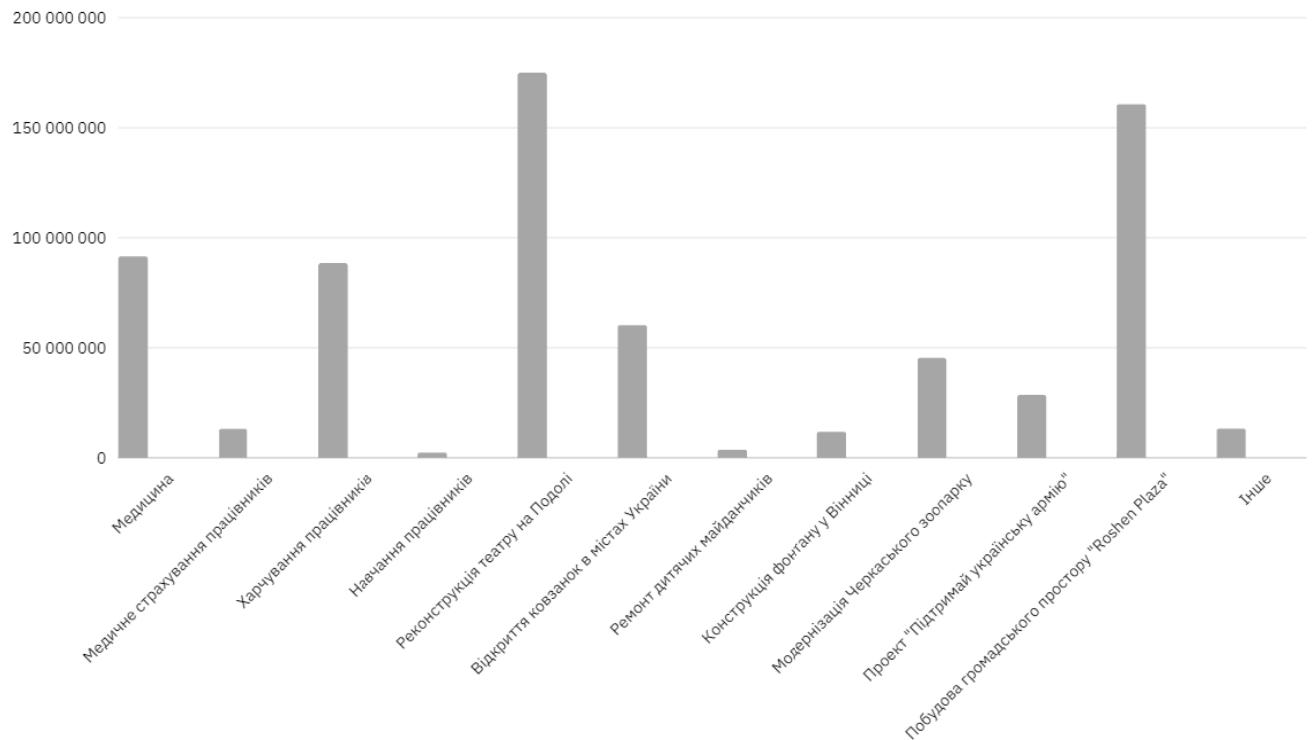


Рис. 2. Бюджет проектів соціальної відповідальності ДП КК «Рошен»

Примітка: розроблено автором на основі [5]

Висновки. Підсумовуючи, можна сказати, що впровадження маркетингових заходів соціальної відповідальності в умовах сьогодення є дуже актуальним. Воно слугує потужним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок завоювання прихильності з боку партнерів, споживачів та кадрів. Концепція соціально-відповідального маркетингу задовольняє інтереси та приносить вигоду як споживачам, шляхом підвищення рівня якості життя, так і підприємству, що в свою чергу отримує зростання визнання та лояльності споживачів, працівників та партнерів, що позитивно впливає на фінансові показники.

Література

1. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо. URL: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu> (дата звернення: 28.08.2022).
2. Соціальна відповідальність бізнесу. URL: https://vue.gov.ua/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%

В2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83 (дата звернення: 28.09.2022).

3. Законодавство України. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 28.09.2022).

4. Принципи та впровадження соціальної відповідальності. Сталий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність. URL : http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/107.pdf (дата звернення: 28.09.2022).

5. Соціальний звіт Roshen. URL : https://roshen.com/uploads/presentation/Roshen__AR-2018__32_1.pdf (дата звернення: 28.09.2022).

References

1. Paladiieva, Ya. (2022), “Corporate social responsibility: what does it mean and why it is important” ,Available at: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu> (accessed 28 August 2022).

2. e-VUE (2022), “Corporate social responsibility”, Available at: https://vue.gov.ua/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83 (accessed 28 September 2022).

3. Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine (2022), “Legislation of Ukraine”, Available at: <https://zakon.rada.gov.ua> (accessed 28 September 2022).

4. Klymenko, I. M. (2018), “Principles and implementation of social responsibility. Sustainable development and corporate social responsibility”, Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok, vol. 8, Available at: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/107.pdf (accessed 28 September 2022).

5. Roshen (2018), “Social Report”, Available at: https://roshen.com/uploads/presentation/Roshen__AR-2018__32_1.pdf (accessed 28 September 2022).

Стаття надійшла до редакції 11.10.2022 р.