

ПЕРСПЕКТИВА ТА АНАЛІЗ МЕТОДУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ТРАНСПОРТНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Мікуліна Марина Олександрівна

Кандидат економічних наук, доцент

Сумський національний аграрний університет

Клещ Олег Віталійович

Студент

Сумський національний аграрний університет

Анотація. Корпоративна соціальна відповідальність (далі КСВ) – це добровільна політика компанії, спрямована на фінансування проектів задля вирішення соціальних проблем. Вперше КСВ було в якості експерименту впроваджено в XX сторіччі в Сполучених Штатах Америки в банківській сфері і згодом зі звичайної політики компанії, заснованої на благих намірах допомоги суспільству та вирішення його суспільних проблем, перетворилося на один з основних факторів вибору банків американським населенням.

Нині, корпоративна соціальна відповідальність є невід’ємною частиною більшості великих, багатьох середніх та деяких дрібних компаній. Цифрові гіганти створюють безкоштовні платформи для навчання, виробники техніки обладнують лікарні, школи та надають свою продукцію в малозабезпечені сім’ї. Крупні аграрні підприємства у співпраці з виробниками харчових продуктів разом із фармацевтичними компаніями відправляють гуманітарну допомогу у міста, регіони, країни, континенти, де існує дефіцит їхньої продукції.

Завдяки широкому застосуванню КСВ стали створюватися рейтинги, де різноманітні видання порівнюють компанії по багатьом факторах, і головна мета яких – це створення списків тих компаній, які активно вкладають свої прибутки у вирішення соціальних проблем. Рейтинги створені таким чином, щоб чесно оцінювати роль компаній у вирішенні тих чи інших соціальних проблем, тому навіть невеличкі компанії, які не володіють значними капіталами, можуть очолити той чи інший рейтинг через те, що зробили для суспільства більше, ніж умовні транснаціональні корпорації [1].

Ключові слова: логістика, процес транспортування, ланцюги постачання, транспортна система, автомобільний транспорт, постачання товарів, корпоративна соціальна відповідальність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Огляд літературних джерел стосовно теми нашого дослідження, показав що, через те, що КСВ є відносно молодого корпоративною політикою бізнесу (зазвичай впроваджується в нашій країні філіалами іноземних компаній), виникає дефіцит прикладів впровадження корпоративної соціальної політики в Україні, особливо в галузі транспорту [2].

Мета. Метою нашого дослідження є аналіз впровадження КСВ в транспортній галузі України на теоретичному прикладі.

Основні результати дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність від благодійності має ряд відмінностей, серед яких: вирішення певної соціальної проблеми, а не допомога окремій особі чи групі осіб, які постраждали внаслідок цієї самої проблеми; створення відокремлених підрозділів компанії, що займаються розробкою стратегії КСВ та прямують затвердженому плану на постійній основі, а не епізодично; корпоративна соціальна відповідальність є повноцінним елементом стратегії розвитку компанії, адже, як було зазначено вище, КСВ перетворилося на фактор, за яким обирають ту чи іншу компанію [3].

Як приклад: клієнт готовий обрати банк з більшими відсотками за переведення грошей через те, що він чув, або особисто відчув на собі, здійснення політики корпоративної соціальної відповідальності.

Також, як було зазначено вище, КСВ є молодого та інноваційною політикою, яку на території України зазвичай впроваджують філіали іноземних компаній. Саме тому українці у випадку пасажирських компаній намагаються обирати іноземні: окрім вищої якості обслуговування, в деяких випадках нижчої ціни на перевезення, клієнт отримує гарантію того, що частину прибутку компанія спрямує на вирішення соціальної проблеми. Тому, надалі ми будемо аналізувати впровадження корпоративної соціальної відповідальності на умовному прикладі.

Десять транспортних компаній з одного населеного пункту створюють бізнес-асоціацію, від імені якої і будуть здійснювати політику корпоративної соціальної відповідальності. Затвердивши стратегію, компанії частину прибутку спрямовуватимуть на рахунок асоціації, менеджмент якої спрямовуватиме ці кошти на вирішення локальних та глобальних міських проблем [4].

Прикладами локальної міської проблеми, пов'язаної з транспортом, є: відсутність або поганий стан тротуарів, велосипедних доріжок, несправність світлофорів, відсутність дорожніх знаків на тих чи інших ділянках дороги через брак коштів, повністю стерта або погано видима дорожня розмітка, освітлення тротуарів, пішохідних, надземних та підземних переходів тощо.

На вирішення цих локальних соціальних проблем умовна бізнес-асоціація може спрямовувати меншу частину коштів, а більшу витрачати на вирішення більш глобальних соціальних проблем.

Прикладами глобальної міської проблеми є: пошкодження дороги чи траси, нестача громадського транспорту, часткова або повна відсутність паркінгів тощо. Вищенаведені проблеми потребують як значних капіталовкладень, так і тривалого проміжку часу, перед тим, як будуть вирішені [5].

Для прикладу беремо, що наша умова бізнес-асоціація, через рік після створення, накопичивши певну суму грошей, придбає автобус для міських муніципальних органів. Асоціація покриває всі витрати, пов'язані з експлуатацією автобусу та робить проїзд безкоштовним. Також за рік асоціація змогла обладнати міський парк тротуарами з велосипедними доріжками та оновила старі дорожні знаки по всій території центру міста та певного району.

Висновок. Таким чином, якщо аналізувати наш умовний приклад впровадження корпоративної соціальної відповідальності на умовному прикладі, можна дійти висновку, що:

1. Умовна асоціація вирішує ряд соціальних проблем, які роблять життя людей більш зручним, безпечним та комфортним.

2. З часом, створена асоціація стає відомою та перетворюється на достатньо солідний бренд, стати частиною якого стає ділом честі. Завдяки розголосу, компанії, які вступили до умовної асоціації, автоматично вважаються більш привабливими, відповідальними та надійними, оскільки окрім мети заробити гроші, компанії асоціації ставлять перед собою мету вирішення певної соціальної проблеми.

Таким чином, КСВ та створення асоціації може підвищити рейтинг цих компаній та допомогти їм у подальшому розвитку, адже як мінімум через свою КСВ вони стають привалими для тендерів чи інвестицій.

Загалом, впровадження КСВ у будь-якій галузі є чудовим рішенням з боку менеджменту, адже окрім репутаційних переваг, корпоративна соціальна політика може залучити клієнтів до компанії або взагалі віднайти інвесторів, які з радістю вкладуть свої гроші в цю компанію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мікуліна М. О., Поливаний А. Д. Проблеми та перспективи розвитку транспортної мережі України [Електронний ресурс] / М. О. Мікуліна, А. Д. Поливаний // Збірник тез доповідей по матеріалах 27-ї Міжнародної науковопрактичної конференції «Технології ХХІ сторіччя», (Суми, 24-26 листопада 2021 р.). – Суми : СНАУ, 2021. – Ч. 1. – С. 152-154
2. Мікуліна М. О. Логістика як фактор забезпечення конкурентноздатності підприємства [Електронний ресурс] // Науковий журнал «Наукові інновації та передові технології» - 2022 - №11(13). – С. 200-208. – Режим доступу: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-11\(13\)-200-208](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-11(13)-200-208)
3. Mikulina M., Polyvanyi A. International aspects of controlling of transport and logistics complexes [Electronicrecurs] / M. Mikulina, A. Polyvanyi // The 2nd International scientific and practical conference «Modern directions of scientific research development», (August 4-6, 2021). – Chicago : BoScience Publisher, 2021. P. 59-64
4. Мікуліна М. О., Клєщ О. В. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ЛОГІСТИКИ НА ТРАНСПОРТНУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ. Збірник тез по матеріалах міжнародної науково-практичної інтернет-конференції “ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАУКИ І ОСВІТИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ” (28 лютого 2023 року, м. Переяслав): науковий збірник УНІВЕРСИТЕТУ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ В ПЕРЕЯСЛАВІ, Україна. Переяслав, 2023. С. 195-197
5. Мікуліна М.О., Клєщ О. В. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ У ТРАНСПОРТНІЙ ЛОГІСТИЦІ В УМОВАХ БОЙОВИХ ДІЙ // The 5 th International scientific and practical conference “Science and technology: problems, prospects and innovations”(February 16-18, 2023) CPN Publishing Group, Osaka, Japan. 2023. P. 114-118.