

## Корпоративна соціальна відповідальність підприємств

Тетяна Іванова, Юлія Соловійова

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

**Вступ.** Сьогодні більшість підприємств цікавляться питаннями корпоративної соціальної відповідальності або, як ще її називають, корпоративної відповідальності, урахуванням корпоративної етики, корпоративною громадянською позицією, стійким розвитком, відповідальним бізнесом та ін. За словами керівників комерційних організацій, які дотримуються соціальної політики, соціальна відповідальність бізнесу сьогодні не просто гучні слова, це складова корпоративної стратегії будь-якої авторитетної компанії.

**Матеріали та методи.** Проблеми соціальної відповідальності бізнесу висвітлювалися у працях таких науковців, як А. Керролл, Ф. Котлер, Д. Віндзор, М. Ван Марревійк, Р. Штойер, М. Герет, Дж. Клоноскі, В. Апопій та ін.

**Результати.** Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сфері, пов'язаний безпосередньо з основною діяльністю компанії і не виходить за визначені законом межі.

Прикладом соціальної відповідальності підприємства є компанія AB InBev Effes – одна з провідних міжнародних компаній з виробництва пива. Вона виготовляє і продає пиво для відповідального споживання особам, які досягли віку, з якого, згідно з законодавством, дозволено купувати і споживати пиво. Тому для компанії особливо важливо дотримуватися стандартів соціальної відповідальності в рекламі і в продажу пива.

Стратегія соціальної відповідальності AB InBev Effes заснована на трьох основних напрямках – відповідальне споживання алкоголю, захист навколишнього середовища і розвиток суспільства.

Компанія розвиває культуру споживання алкоголю. Щорічно AB InBev Effes реалізує безліч програм, спрямованих на профілактику продажу алкоголю неповнолітнім і управління транспортними засобами у стані алкогольного сп'яніння. Також виступає проти надмірного споживання алкоголю. І керується Кодексом відповідального маркетингу та комерційних комунікацій, щоб донести правильну інформацію до споживача. Соціально відповідальні проекти, інформація про те, що корисного компанія зробила для суспільства, позначається і на кількості некомерційних згадувань в ЗМІ.

Головна функція корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому, що вона запускає «ланцюгову реакцію»: побачивши успіх соціальних проектів і їх позитивний вплив на репутацію бренду, конкуренти компанії замислюються над реалізацією чогось схожого.

**Висновки.** Отже, під соціальною відповідальністю розуміють ступінь готовності суб'єкта виконувати свої зобов'язання, реалізувати оптимальний, з точки зору суспільства, варіант розвитку події. Корпоративна соціальна відповідальність дозволяє компанії заявити про себе і не загубитися у величезному потоці конкурентів.