

## ОСОБЛИВОСТІ КСВ В ПИВОВАРНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*А.Ю. Філіппенко<sup>1</sup>, О.М. Нащекіна<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *магістрант кафедри менеджменту та оподаткування, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

<sup>2</sup> *доцент кафедри менеджменту та оподаткування, канд. фіз.-мат. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

*anastasiia.filippenko@emmb.khpi.edu.ua, Olga.Nashchekina@khpi.edu.ua*

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає дедалі все важливішим аспектом функціонування бізнес-організацій, як у формі окремих проектів і заходів, так і як інтегральна складова бізнес-моделі, або навіть як філософія, що лежить в основі бізнес-моделі. За умов зростання вимог і очікувань суспільства щодо внеску бізнесу у вирішення соціальних проблем і проблем збереження довкілля, соціально-відповідальна поведінка компаній стає невід'ємною складовою конкурентного лідерства на ринку. А при сучасному темпі розвитку та копіювання технологій і практик, в тому числі у сфері КСВ, компанії повинні постійно удосконалювати свою діяльність у цій сфері, щоб принаймні не втратити свої конкурентні позиції.

Пивоварна галузь в Україні є важливою складовою харчової промисловості, що робить значний внесок у створення робочих місць і наповнення державного бюджету. Галузь визначається високим рівнем конкуренції, а основними гравцями на ринку пива є ПрАТ «АБ ІнБев Ефес Україна», ПАТ «Карлсберг Україна» і ПрАТ «Оболонь». Питання КСВ є найбільш актуальними саме для великих компаній, зважаючи на той вплив, який вони чинять на суспільство і навколишнє середовище. Метою нашого дослідження є визначення особливостей діяльності крупних пивоварних компаній у сфері КСВ, а також якості розкриття ними інформації щодо внеску у сталий розвиток суспільства.

Зазначимо, що при аналізі діяльності з КСВ слід брати до уваги особливий статус пивоварної галузі, адже основним її продуктом є алкогольні напої, надмірне споживання яких може призводити до надзвичайно негативних соціальних наслідків і наслідків для здоров'я людини. Цей особливий статус визначає додаткову відповідальність або додатковий аспект КСВ, який притаманний саме цій галузі. Саме тому компанії роблять наголос на відповідальному споживанні алкоголю, намагаються обмежити вхід на свої сайти неповнолітніх та розміщують на сайті попередження про шкоду для здоров'я від надмірного споживання алкоголю та інше.

Як промислові підприємства, що споживають природні ресурси у процесі виробництва і продукують відходи, компанії галузі ставлять перед собою цілі, що відповідають Глобальним цілям сталого розвитку ООН, а саме зменшити негативний вплив за довкілля. Це досягається зниженням викидів вуглецю і втрат води, переробкою пластикової тари та ін. Як великі роботодавці, підприємства беруть на себе певні зобов'язання щодо безпеки праці, розвитку персоналу, забезпечення гендерної рівності. Окрім системних дій, пов'язаних з організацією виробництва та управлінням персоналом, компанії ініціюють різноманітні заходи і проекти, спрямовані на розвиток місцевих громад, наприклад, освітні програми, спортивні програми, підтримка дитячих будинків, розширюючи сфери впливу свого бренду.

Щодо розкриття інформації про КСВ, компанії використовують різні підходи, а саме, публікують звіти про сталий розвиток, представляють переліки стейкхолдерів і принципів взаємодії з ними, а також матриці істотності, описують конкретні проекти і їхні результати. Слід зазначити, що в порівнянні зі світовими практиками, комунікації з КСВ у вітчизняній пивоварній галузі є обмеженими і нерегулярними.