

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАНЬ ПІДПРИЄМСТВ

*Осташевський В.С., здобувач вищої освіти,  
Vladislavost.99@gmail.com*

*Wyższa Szkoła Zarządzania Ochroną Pracy, Poland*

*Даниленко К.О., здобувач вищої освіти,  
Kdanilenko887@gmail.com*

*Самойлова В.С., здобувач вищої освіти,  
03samoylova05@gmail.com*

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент  
Харківській національній автомобільно-дорожній університет*

Сучасні умови розвитку економічної системи країни призвели до того, що багато українських компаній взяли курс на корпоративну соціальну відповідальність (КСВ). Кожного дня до них приєднуються підприємства з різних галузей та різного напрямку діяльності.

Корпоративна соціальна відповідальність у центрі уваги підіймає питання щодо дотримання прав людини, охорона довкілля та праці, промислової безпеки, боротьби з корупцією та відповідальної ділової практики.

Дуже багато закордонних та вітчизняних вчених приділяють увагу питання КСВ. Серед них потрібно виділити Асан Д.С., Хамитову Д.М., Алієву Є.М. [1], Basel J. A. Ali, Hamzeh Ahmad Alawamleh, Mahmoud Izzat Othman Allahham, Jameel Mohammad Alsarairh [2], Saxena, M., Seth, N. [3], Д'якон Д., Асланзаде Р. [4], Сардак С.Е., Гасленко К.С. [5], Ситник Й.С., Юрченко Г.М. [6].

Для підприємств автомобільного транспорту дуже актуальним є питання щодо скорочення шкідливих викидів під час роботи рухомого складу, зменшення витрачання води та її очищення, використання альтернативних видів пального. Але й серед інших компаній починається реальна боротьба за зменшення викидів парникових газів, економію води під час виробництва, відмови від пластмас й надлишкових виробничих відходів, використання відновлюваних джерел енергії і т. і.

Але значну роль КСВ відіграє не лише щодо зменшення шкідливого впливу на оточуюче середовище. У закупівель – також центральна роль у корпоративній соціальній відповідальності.

Великі компанії у всьому світі несуть відповідальність (на законодавчому рівні країн) за належну перевірку екологічної,

соціальної та етичної практики дочірніх компаній та постачальників. Вони зобов'язані повідомляти про можливість виникнення соціальних, екологічних та етичних ризиків у ланцюзі постачання.

Неабияку роль грає і громадянське суспільство – покупці оголошують бойкот компаніям, постачальники яких, наприклад, використовували дитячу чи рабську працю, не бажають витратити кошти на переобладнання шкідливих підприємств, на застосування альтернативних видів пального, відмовляються закуповувати очисне обладнання та використовувати його на власному виробництві в повсякденній діяльності.

Команди фахівців із закупівель на підприємствах найбільше зацікавлені в економії коштів та управлінні ризиками, які можуть бути вирішені за допомогою стійких закупівель (Sustainable Procurement).

Є така думка, що корпоративна соціальна відповідальність обходиться надто дорого компаніям. Але не набагато дорожче за ризики та погану репутацію.

Перехід компанії до нових умов праці на засадах КСВ справді коштує грошей, часом серйозних, але це інвестиції, які згодом окупляться.

КСВ створює конкурентні відмінності підприємства, його переваги, що підвищують імідж компанії та лояльність споживачів.

При цьому можливий cost savings (економія коштів) при застосуванні корпоративної соціальної відповідальності у діяльності підприємства. Це можливе, якщо ми будемо наголошувати на TCO (сукупна вартість володіння) й TVO (сукупна цінність володіння).

За цих умов підхід КСВ спонукає ретельно перевіряти всіх своїх контрагентів та заглядати далі по ланцюгу постачань, що обов'язково призведе до прозорості нашого ланцюга постачань для нас та розумію ризиків у ньому.

КСВ стимулює встановлювати довірчі відносини з постачальниками. За цих умов виникає справжня система SRM (управління взаєминами з постачальниками).

Корпоративна соціальна відповідальність на підприємстві автоматично призведе до зростання інновацій у мережі постачальників і позитивно вплине на витрати в ланцюзі постачання та закупівельні ціни.

Для впровадження КСВ на підприємстві потрібно застосувати наступний алгоритм:

1. Визначаємо вимоги зацікавлених сторін. Очікування, поточні та майбутні пріоритети, дорожня карта компанії – це основа для стратегії стійких закупівель.

2. Встановити чіткі цілі та наміри, визначити місію, скласти план дій.

3. Вибрати іструментацій, тобто інструменти та методи для дослідження ринку постачань. Необхідно зібрати дані та визначити показники стійкості постачальників. Ідеально, якщо можна буде "защити" дані та рейтинги постачальників у програмне забезпечення, так що при відкритті картки постачальника автоматично буде показано його статус.

4. Оцінити постачальників відповідно до цілей КСВ.

5. Скласти програму розвитку постачальників та розробити стимули.

6. Розпочати програму.

7. Призначити відповідальних на кожному етапі впровадження КСВ на підприємстві.

8. Здійснити контроль виконання встановлених цілей.

9. Визначити та розрахувати показники ефективності застосування КСВ на підприємстві.

Тому найголовнішим на сьогодні завданням для будь-якого підприємства є пошуки такого рішення, яке дозволить підвищити якість, зменшити витрати, збільшити конкурентні переваги. І тоді екологічні ефекти будуть побічним продуктом.

Як приклад успішного застосування КСВ в ланцюгах постачань можна розглянути Німецькі підприємства вантажних перевезень.

Як відомо, німецькі автобани – одні з найшвидших у світі. Але що найцікавіше тут створюють так звані вантажні села (Güterverkehrszentren). Сюди приїжджають товари різними видами транспорту. Після чого вантажі перевантажують для подальшого перевезення.

Головна відмінність від традиційних розподільчих центрів у тому, що потужностями «вантажного села» можуть користуватися кілька компаній – від експедиторів до постачальників консалтингових послуг. Таким чином, всі учасники ланцюжка постачання можуть консолідувати свої зусилля.

Крім того, Німеччина активно інвестує у діджиталізацію логістики. Наприклад, лише в одному Гамбурзі розробляють десять інтелектуальних транспортних систем. Вони допомагають

випробувати безпілотні автомобілі; прогнозувати перемикання світлофора, щоб проїхати на зелене світло без зупинок; швидко знаходити вільні місця для паркування і так далі [7].

Це також категорійний менеджмент. Для більшості українських компаній – це вже наступна ланка. Але ж всі успішні підприємства мають орієнтуватися на стратегічний підхід.

Кожна компанію ставить перед собою питання, що особисто вона можете зробити, щоб зменшити шкоду довкіллю та забезпечити відповідальну ділову практику. Тільки такий підхід може забезпечити успішну діяльність підприємств у сучасних умовах.

КСВ (корпоративна соціальна відповідальність) – це серйозна та важлива тема у бізнесі, у нашому житті та у сучасних закупівлях.

### Література.

1. D.S. Asan, M.S. Murzamadiyeva, E.M. Alieva. Corporate social responsibility of small and medium-sized businesses before and after the pandemic. *Bulletin of national academy of sciences of the republic of Kazakhstan*. 2022. V. 2, № 396. P. 246 -261.
2. Basel J. A. Ali, Hamzeh Ahmad Alawamleh, Mahmoud Izzat Othman Allahham, Jameel Mohammad Alsaraireh. Integration of Supply Chains and Operational Performance: The Moderating Effects of Knowledge Management. *Information Sciences Letters*. 2022. № 11 (4). P. 1168-1076.
3. Mohit Saxena, Nitin Seth. Analyzing the determinants of sustainability and firm performance in automotive supply chains: a Delphi approach. *Academy of Marketing Studies Journal*. 2022. V. 26 (3). P. 1-16.
4. Д'якон Деніс, Асланзаде Рустам. Соціально відповідальна діяльність будівельних компаній у міжнародних ланцюгах поставок. *Міжнародна економічна політика*. 2020. № 1-2 (32-33). С. 81-99.
5. Сардак С.Е., Гасленко К.С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 12. С. 342-347.
6. Ситник Й.С., Юрченко Г.М. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. *Економіка та суспільство*. 2021. № 4. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/189/181>
7. Ісаченко О. Чемпіон з доставки: як Німеччина зробила свою логістику найсильнішою в Європі. 2021. URL: <https://mind.ua/openmind/20227513-chempion-z-dostavki-yak-nimechchina-zrobila-svoyu-logistiku-najsilnishoyu-v-evropi>