

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ BMW

Автор – Карлова Ольга, студ. гр. МАГ-19мп

Науковий керівник – к. н. держ. упр., доц. каф. міжнародної економіки Кахович О. О.  
*ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

Корпоративна соціальна відповідальність для приватних компаній західних країн це звичне явище, натомість для українського бізнесу вона є порівняно новою та маловтілюваною. Ця різниця спричинена історичними відмінностями. Адже про розповсюдження приватного бізнесу на території України можна говорити починаючи лише з 1991 року, до цього довгий період часу існували тільки державні підприємства. Тому корпоративній соціальній відповідальності нашої країни варто повчитися на західних прикладах.

Провідною європейською компанією по кількості соціальних ініціатив та підтримок можна вважати BMW Group. Ця компанія є відомим німецьким виробником автомобілів і мотоциклів. На сьогоднішній день BMW Group має 31 виробництво у 15 країнах світу, широку мережу брендівих салонів продажу, а також є постачальником фінансових та мобільних послуг. Кількість співробітників задіяних у компанії на кінець 2019 року складала 133 778 чоловік [1].

Брати на себе відповідальність за вплив на екологію, економіку та суспільство BMW Group почала ще з середини минулого століття. Так, визначальним для компанії є 1973 рік, коли вперше була введена посада Environmental Officer (співробітник, який наглядає за дотриманням екологічних норм) [2]. В подальшому з однієї посади сформувався цілий відділ, який займається питаннями соціальної корпоративної відповідальності. Так в світовій історії BMW Group залишилась першим виробником автомобілів, який призначив власного співробітника на посаду по охороні навколишнього середовища.

Компанія виділяє 5 основних цілей в області корпоративної соціальної відповідальності, виконання яких є найбільш важливим та необхідним для суспільства.

До цих цілей відносять:

1. Якісну освіту.
2. Гендерну рівність.
3. Забезпечення очистки води та дотримання санітарії.
4. Подолання расової та культурної нерівності.
5. Розвиток міст та громад.

Усі вони втілюються в життя за допомогою різних програм та соціальних ініціатив. Наприклад, якісна освіта розуміє під собою інвестування у навчання своїх майбутніх молодих співробітників. Це інвестування здійснюється завдяки програмам: Tech4Kids (для молодших школярів), Young Engineers Dream (для учнів технічних старших класів), Dual excellence in education (для студентів вищих технічних шкіл), BMW Scholars (стипендіальна програма на навчання в коледжі та паралельну роботу в BMW), Joblinge (для малоосвічених молодих людей без роботи) [3] і т. д.

Дані освітні програми допомагають виховувати нових молодих спеціалістів, які згодом стають співробітниками BMW Group та направляють усі свої знання, здібності й вміння у розвиток автомобільної компанії. Варто відзначити, що вище перераховані ініціативи діють не лише на території Німеччини, але й в інших країнах світу. Кількість випускників цих освітніх програм безпосередньо впливає й на рівень зайнятості населення в регіонах, де знаходяться виробничі потужності BMW Group. Таким чином

можна говорити про втілення в життя компанією одразу двох соціальнозначимих цілей: надання якісної освіти та працевлаштування населення.

BMW Group також не стоїть осторонь проблеми гендерної рівності, за стереотипними уявленнями в автомобільній промисловості мають працювати переважно чоловіки. Але німецька компанія своєю соціальною діяльністю ламає ці стереотипи. Щорічно вона проводить у Німеччині та Великій Британії захід для дівчат шкільного віку Girl's day. На цьому заході близько 150 школярок можуть познайомитися з технічними процесами виробництва автомобілів та навіть спробувати себе у ролі різних працівників компанії. BMW Group підтримує також жінок-підприємців та заохочує їх ставати постачальниками компанії. Ця ініціатива називається Minorities and women owned enterprises [3]. В результаті даних активностей зростає кількість працівників жіночої статі та число компаній-постачальників BMW Group, що належать жінкам.

Сьогодні майже всі всесвітньо відомі компанії підтримують навколишнє середовище. Піклування про екологію стає трендовим. BMW Group досить давно почала приділяти увагу захисту навколишнього середовища, зокрема очистці води та дотриманню санітарних норм. Для цього був створений проєкт Care4Water за ідеєю якого компанія розповсюджує системи фільтрації води у регіонах, де стоять виробничі потужності BMW Group та країнах, що розвиваються. Окрім цього компанія жертвує кошти на різні соціальні ініціативи, як-то пошуки альтернативних видів пального, очищення атмосферного повітря, збереження енергетичних витрат на підприємствах.

Варто відзначити, що уряд Німеччини забезпечує фінансову підтримку підприємствам для розвитку політики, спрямованої на підтримку навколишнього середовища (наприклад, консультаційні послуги з питань збереження енергії, навчання, ознайомлення зі схемами управління навколишнім середовищем, інвестування у відновлювані енергії) [4]. Такою підтримкою користується й BMW Group, та навіть надає деякі поради іншим членам суспільства.

До основних соціальних цілей компанії належить також ціль подолання расової та культурної нерівності, яка досягається завдяки функціонуванню програми The Life Concept, що спрямована на розвиток та розповсюдження міжнародної, міжкультурної освіти, долаючи бар'єри культурних відмінностей. Існують ініціативи й по розвитку та підтримці громад, це п'ята основна ціль соціальної відповідальності. Наприклад Livelihood for Youth, вона спрямована на підтримку індійських міст та молоді.

Окрім п'яти головних напрямів спрямування корпоративної соціальної відповідальності існують й інші вектори допомоги суспільству, економіці та екології. Так, досить популярним є напрям розвитку культури. Для своїх співробітників BMW Group створила інтернет-платформу CultureAutomobil, на якій постійно оновлюється інформація про культурні події та заходи компанії. У минулому столітті працівниками чоловічої статі був створений музичний хор BMW, який діє і сьогодні. Задля оформлення своїх офісів в еко стилі компанія створила Науково-інноваційний центр дизайну [3]. Для усіх бажаючих BMW Group також проводить активності: відкриті музичні фестивалі, виставки сучасного мистецтва, конкурси серед художників та багато іншого.

Компанія не лише сама займається соціальною діяльністю, але й стимулює своїх працівників долучатися до активної волонтерської діяльності направленої на допомогу суспільству. Так щорічно BMW Group нагороджує 3-х співробітників-волонтерів премією Award for Social Commitment у розмірі 5 000 євро [5].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність німецької компанії має багато напрямів, серед яких виділяються 5 головних. Для втілення цілей кожного напрямку

BMW Group, не залежно від того зарахований він до першочергового, чи ні, функціонує велика кількість соціальних програм та ініціатив. Ці соціальні програми спрямовані як на працівників компанії та її виробництво, так і на інші соціальні групи та вирішення глобальних екологічних проблем. Українським підприємствам безперечно є чому повчитися у BMW Group, а владі у свою чергу можна спробувати перейняти соціальний досвід німецького уряду.

### Список використаних джерел

1. Who we are. BMW Group. 2020. URL : <https://www.bmwgroup.com/en/company.html>
2. 5 примеров корпоративной ответственности : мировая практика. *Ліга. Новости*. 2018. URL : <https://news.liga.net/all/pr/5-primerov-korporativnoy-otvetstvennosti-mirovaya-praktika>
3. Social commitment. BMW Group. 2020. URL : <https://www.bmwgroup.com/en/verantwortung/gesellschaftliches-engagement.html>
4. Нападовська Л. А. Європейський досвід корпоративної соціальної відповідальності та екологічного менеджменту (на прикладі Німеччини). *Вісник СумДУ. Серія : Економіка*. № 2. 2012. С. 39–48.
5. Bayerische Motoren Werke : BMW Group recognises employee commitment. Ceremony honours four employees for volunteer work. *MarketScreener*. 2019. URL: <https://www.marketscreener.com/BMW-AG-56358353/news/Bayerische-Motoren-Werke-BMW-Group-recognises-employee-commitment-Ceremony-honours-four-employee-29673458/>