

Ганна Лобачевська, Клаус-Генріх Дауб

Роль корпоративної соціальної відповідальності у процесі прийняття рішень споживачами в Україні

Мета статті – дослідити питання впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) компаній, що спеціалізуються на виготовленні товарів повсякденного вжитку, на поведінку споживачів на українському ринку. Якісні дані для дослідження зібрані за допомогою напівструктурованих інтерв'ю 10 респондентів, зокрема п'яти українських споживачів (з різним рівнем прийняття відповідального споживання) та п'яти експертів з КСВ з компаній з виробництва товарів широкого вжитку, розташованих в Україні (як локальні, так і глобальні; рівень прийняття КСВ варіюється від низького до високого).

Дані вказали на низький рівень обізнаності українських споживачів щодо КСВ. Однак рівні обізнаності та фактичного відповідального споживання продукції постійно зростають. Результати також показують, що українські споживачі, які вже мають певний рівень обізнаності щодо КСВ, сприймають інформацію про КСВ як більш достовірну, коли вона не йде безпосередньо від компанії або схвалена третьою стороною. Опитані ж експерти заявили, що для підвищення обізнаності серед населення компанії з виробництва товарів широкого вжитку повинні безпосередньо та масово повідомляти про свої досягнення у сфері КСВ. На українських споживачів найбільше впливає тип КСВ, пов'язаний з продуктами, наприклад, біоінгредієнти та екологічне упакування. Надбавка в ціні за відповідальну продукцію є ключовим фактором, який спричиняє розрив у намірах та поведінці споживачів в Україні.

Практики з галузі виробництва товарів широкого вжитку в Україні можуть використовувати надану в дослідженні інформацію для формування своїх стратегій КСВ, що дозволить їм задовольнити суспільні вимоги і, як результат, вплинути на поведінку покупців.

Ключові слова: відповідальне споживання, поведінка споживачів, товари повсякденного вжитку, обізнаність стосовно КСВ, інформація про КСВ, розрив між намірами та поведінкою, дослідження якісних показників

Класифікація JEL: M14, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.