

**ИВЕНТЫ «МАКДОНАЛДС» КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ВЛИЯНИЯ НА
ЭКОЛОГИЮ ТЕРРИТОРИЙ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

Аннотация: В статье рассмотрены примеры реализации корпоративной социальной ответственности некоторыми компаниями. Представлена краткая характеристика экологического ивента «Мой Экодень». Приведены результаты анализа проведенного мероприятия компанией ООО «Макдоналдс».

Ключевые слова: устойчивое развитие, экология, корпоративная социальная ответственность, event.

Smirnova M.A. student

Supervisor: Charushina E.I., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate

Professor of the Department of Management and Marketing

Kostroma State University

Russian Federation, Kostroma

**MCDONALD'S EVENTS AS AN OPPORTUNITY TO INFLUENCE THE
ECOLOGY OF THE KOSTROMA REGION TERRITORIES**

Abstract: The article discusses examples of the implementation of corporate social responsibility by some companies. A brief description of the ecological event "My Eco-Day" is presented. The results of the analysis of the event conducted by McDonald's LLC are presented.

Keywords: ecology, corporate social responsibility, event.

Важность и роль сохранения и поддержания экологии на высоком уровне в жизни каждого человека и всего общества в целом на сегодняшний

день сложно переоценить, что обуславливает актуальность выбранной темы. Важно отметить, что 25 сентября 2015 года государства - члены ООН приняли Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Она содержит ряд целей, направленных на ликвидацию нищеты, сохранение ресурсов планеты и обеспечение благополучия для всех. Каждая из 17 Целей содержит ряд показателей, которые должны быть достигнуты в течение 15 лет, среди которых присутствуют такие направления как ответственное потребление природопользования, сохранение морских экосистем и экосистем суши и другие [6].

С приходом новых поколений ожидания от бренда сильно изменились. Согласно исследованию Cone Communication, 86% аудитории уже не ждет от брендов ярких, агрессивных рекламных кампаний, а хочет видеть нечто большее: социальную ответственность и участие в жизни общества [1]. В связи с этим, экологические инициативы стали глобальным трендом, который быстро набирает обороты и меняет работу международных корпораций.

Так компания ПАО «Газпром» особое внимание уделяет социальной и экономической поддержке регионов присутствия компании, ведет активную работу в области развития и благоустройства городов и поселков, повышения уровня жизни населения. Так компания, работая в тесном диалоге с администрациями регионов присутствия, финансирует строительство жилых домов, спортивных объектов, оказывает безвозмездную помощь социально-незащищенным слоям населения [2, С. 46]. Следует отметить, что «Газпром» имеет такие направления устойчивого развития как экология, производственная безопасность, развитие и поддержка сотрудников, энергосбережение и энергоэффективность, поддержка спорта и другие [3].

Известная швейцарская компания «Нестле» реализует различные социальные проекты во всех странах, где ведет свою деятельность, в том числе и в России. Во всем, что делает компания, прослеживается социально-значимый результат [4]. Компания выделила три наиболее приоритетные

области, в которых ее деятельность наиболее тесно связана с обществом (Рис. 1):

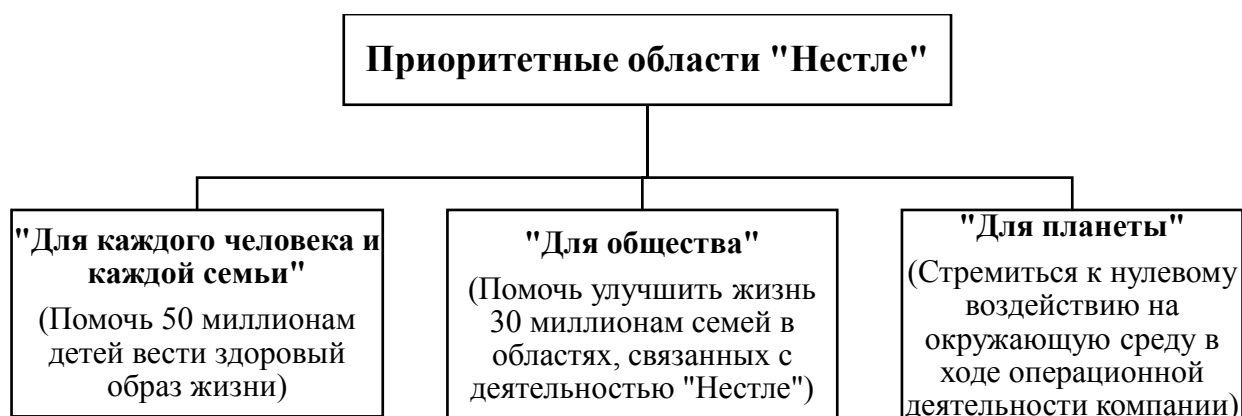


Рис. 1. Приоритетные области ООО «Нестле Россия» [5]

Таким образом, реализуя указанные выше направления, «Нестле» является одним из примеров использования широкого спектра инструментов КСО.

Еще одним ярким примером, демонстрирующим социальную ответственность и участие в жизни общества, является ООО «Макдоналдс».

Компания «Макдоналдс» в России и во всем мире ставит перед собой амбициозные цели по устойчивому развитию бизнеса с заботой о людях и окружающей среде.

Повышение экологической культуры жителей в городах присутствия компании, в том числе в Костромской области, а также продвижение экологического образования и развитие волонтерского движения – одно из развивающихся направлений компании ООО «Макдоналдс».

ООО «Макдоналдс» — это сеть предприятий быстрого питания, разработавшая в 2020 году в рамках «Глобальных приоритетов Макдоналдс в области устойчивого развития» инициативу «Программа корпоративного волонтерства». Данная инициатива подразумевает создание на базе каждого предприятия «Макдоналдс» в городах присутствия команды сотрудников, стремящейся помочь в продвижении экологического образования местного населения своего города.

ООО «Макдоналдс» в России в 2020 году провел самую большую волонтерскую акцию в своей истории. В рамках поддержки национального проекта «Экология» компания выступила с инициативой, направленной на повышение экологической культуры жителей России, продвижение экологического образования и развитие волонтерского движения.

В период с 20.05.2021 по 31.07.2021 по согласованию и при поддержке региональных органов власти волонтеры «Макдоналдс» повели плоггинг-забеги, приняли участие в субботниках и рассказали школьникам и студентам о раздельном сборе отходов и полезных экологических привычках. Данный проект получил название «Мой ЭкоДень».

«Макдоналдс» поддерживает реализацию национального проекта «Экология» и совместно с учебными заведениями города Костромы провел ряд занятий, направленных на повышение экологической культуры жителей города, продвижение экологического образования и развитие волонтерского движения, а также на повышение качества жизни в России, рациональное использование ценных природных ресурсов, развитие цикличной экономики и устойчивое развитие бизнеса с заботой о людях и окружающей среде.

Кроме того, благодаря усилиям волонтеров «Макдоналдс», а также ученикам Гридинского пос. во время проведения плоггинг-забега было собрано более 500 кг. мусора на территории поселения.

Уровень удовлетворенности участников инициативы «Мой Экодень» был выявлен с помощью использования первичных методов сбора информации путем сплошного исследования (охват всех единиц генеральной совокупности). В качестве сбора первичной информации выступил онлайн-опрос. Данный выбор метода сбора первичной информации обусловлен тем, что с помощью опроса существует возможность выявления субъективных мнений респондентов.

В опросе приняли участие 132 респондента в возрасте от 13 до 55 лет.

Анализ результатов онлайн-опроса позволил сделать следующие выводы:

1. 100 % респондентов отмечают высокую значимость проведенной инициативы для окружающей среды, а также жизни общества в целом.

2. Среди основных ценных знаний, полученных во время реализации мероприятий, респонденты выделяют полезные привычки, рекомендуемые волонтерами во время проведения экологических уроков.

3. Средняя оценка уровня организации мероприятия равняется 4,74 по 5-ти бальной шкале. Более половины респондентов (74.3%) оценили уровень организации мероприятия на «Отлично» - 5 баллов; треть опрошенных (25,7%) оценили уровень организации мероприятий на оценку «Хорошо» - 4 балла.

4. Комментарии респондентов позволили определить недочеты в реализованном мероприятии, среди которых наиболее часто встречающимся является сложность восприятия статистической информации об окружающей среде некоторыми учениками.

Результаты анализа мероприятия позволили сделать вывод о том, что ООО «Макдоналдс» с помощью инициативы «Мой Экодень» смог не только увеличить приток визитов гостей, но и достичь своей главной цели – повышение осведомленности о культуре осознанного потребления и рационального природопользования среди населения Костромской области.

Таким образом, благодаря результатам успешно реализованного корпоративного мероприятия, было принято решение о ежегодном проведении инициативы «Мой Экодень» для волонтеров «Макдоналдс» при участии местного населения на выбранной территории Костромской области. В настоящее время компания активно разрабатывает новые инициативы и мероприятия по сохранению и поддержанию экологии на высоком уровне на территории Костромской области.

Использованные источники

1) Ахмедов Н.А., Широченская И.П. Маркетинг социально значимой проблемы как новое направление в повышении лояльности по отношению к компании и ее торговым маркам [Электронный ресурс]: //

Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. - № 1. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2003/1/296.html> (дата обращения: 10.09.2021)

2) Косикова, Ю. А. Корпоративная социальная ответственность — традиции компании «Нестле Россия» / Ю. А. Косикова, Н. А. Пирогова. — [Электронный ресурс]: // Молодой ученый. — 2016. — № 26 (130). — С. 326-328. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/130/36198/> (дата обращения: 10.09.2021).

3) О целях устойчивого развития//Официальный сайт «Федеральная служба государственной статистики» [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/sdg> (дата обращения: 10.09.2021)

4) Создание общих ценностей// Официальный сайт компании ООО «Нестле Россия». [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://www.nestle.ru/sharedvalues> (дата обращения: 10.09.2021)

5) Социальная ответственность // Официальный сайт компании ОАО «Газпром нефть». [электронный ресурс] <http://www.gazprom-neft.ru/social/> (дата обращения 10.09.2021)

6) Тагиров Р.А. Корпоративная социальная ответственность крупного бизнеса и повышение социально-экономического благополучия общества на примере ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://earchive.tpu.ru/handle/11683/24887> (дата обращения: 10.09.2021)