**СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС КОМПАНИИ KELLOGG**

**Котейко Д. В.,** специальность 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование»

Научный руководитель – Лукин С.В., д-р эконом.наук, профессор

Цель работы: Основной целью данной работы является изучение теории корпоративной социальной ответственности и практики социально- ответственного бизнеса в США компании Kellogg.

«Корпоративная социальная ответственность компании Kellogg направлена на создание лучшего будущего для наших потребителей, сотрудников, клиентов, общества и окружающей среды». [1]

Компания Kellogg является мировым лидером в производстве готовых завтраков и одним из ведущих производителей продуктов питания, в том числе печенья, крекеров, батончиков, вафель и вегетарианских продуктов. К фирменным брендам Компании относятся Kellogg’s®, Любятово®, Keebler®, Pop-Tarts®, Eggo®, Cheez-It®, All-Bran®, Mini-Wheats® Nutri-Grain®, Rice Krispies®, Special K®, Chips Deluxe®, Famous Amos®, Sandies®, Carr’s®, Bear Naked®, Kashi®, Morningstar Farm®, Gardenburger® и Stretch Island®. Продукция компании Kellogg производится в 19 странах мира и продается более чем в 180 странах. Чистый объём продаж на декабрь 2013 составил 14.8 млн. долларов США. [2, с.15]

*История компании*

Уилл Кейт Келлог, вместе со своим братом, доктором Джоном Харви Келлогг, был одним из изобретателей зерновых хлопьев. Они навсегда изменили отношение к завтраку, случайно получив хлопья из зерен пшеницы. Уилл продолжает экспериментировать с зернами, пока ему не удается сделать кукурузные хлопья и таким образом создать восхитительный рецепт первого продукта Kellogg’s. 19 февраля 1906 года в Мичигане Уилл Кейт Келлог (Will Keith Kellogg) и Чарльз Болин (Charles D.Bolin) зарегистрировали компанию Battle Creek, которая специализировалась на производстве овсяных и кукурузных хлопьев.

*Обещание Kellogg*

«Kellogg все время ищет новые пути, чтобы сделать вашу жизнь еще ярче. Поэтому мы прилагаем все усилия, чтобы обеспечить вас качественным и вкусным питанием. Это наше обязательство, скрепленное подписью основателя Kellogg, У. К. Келлогга, на каждой упаковке наших продуктов. Знаменитая красная подпись на коробке — гарантия того, что вы накормите свою семью качественным завтраком Kellogg’s.» [3]

*Окружающая среда*

Охрана и сохранение природных ресурсов являются ключом к миссии устойчивого роста компании. Kellogg оказывает все усилия, чтобы добиться минимизации воздействия процесса производства на окружающую среду.

Внедряя новые технологии на производство, компания снизила использование энергии до шести процентов по состоянию на 2012 год. Например, на некоторых заводах установили светодиодные лампы, которые являются экологически чистыми и потребляют на 70% меньше электроэнергии. С 2012 года начали установку новых моделей компьютеров, которые на 25 % более энергоэффективны, чем предыдущие модели.

Для Kellogg очень важно иметь постоянный доступ к чистой воде. Компания осознает растущий дефицит мировых запасов пресной воды и, поэтому, полна решимости внести свой вклад в снижение потребления воды. Примером может быть завод в городе Манчестер, Великобритания, который сократил использование воды на 26% в 2012 году за счет установки системы очистки воды с помощью обратного осмоса, позволяющую фильтровать «сточную воду», которая будет потом использоваться для охлаждения.

Компания использует экологически чистые материалы, что минимизирует воздействие на окружающую среду (бумагу, картон, гофрированные материалы). В 2012 году 84% упаковочных коробок были сделаны из переработанных материалов. Этот материал сертифицирован через Лесной попечительский совет. Сертификация гарантирует, что древесина и изделия из бумаги – возобновляемые и хорошо управляемые ресурсы. Также компанией приняты меры в отношении к хладагентам, которые являются крупным источником выбросов парниковых газов. Было принято использовать аммиак в своих крупномасштабных системах охлаждения. Аммиак является естественным хладагентом и не выделяет парниковые газы.

Компания делает всё возможное, чтобы минимизировать отходы и найти новые способы для их применения. В Kellogg около 3 процентов от общих отходов попадает на свалку. Оставшиеся 97 процентов перерабатываются или продаются хозяйствам на корм животным. Небольшая часть - менее 0,01% – направляется для восстановления энергии. [4, с.80]

*Здоровье потребителей*

Kellogg стремится к разработке новых и усовершенствованию существующих продуктов за счет увеличения количества питательных элементов, которые необходимы для хорошего здоровья их потребителям. Например, набор Special K ®: продукты, содержащие белок, в том числе злаки, коктейли, лепешки для сэндвичей и некоторые закуски, как мюсли, – всё это разработано для потребителей, желающих управлять своим весом. Некоторые наборы (в США) такие, как Rice Krispies ® и Mini Wheats ®, питательно необходимы во время беременности. Продукты для детей: Scooby Doo® и Cinnamon Jacks® являются хорошим источником природного волокна и клетчатки, которые так необходимы детям в их возрасте. Новая линия вафель Eggo® содержит на 50% меньше жира, чем в обычных вафлях.

*Благотворительность*

Мы не задумываемся об этом, но не все могут позволить себе завтракать каждый день. Поэтому благотворительная работа Kellogg преследует цель обеспечить как можно большее количество людей вкусным и здоровым завтраком. Каждый год, через посредничество некоммерческих благотворительных организаций, компания помогаем тем, кто действительно в этом нуждается. В начале 2013 года компания запустила новую программу «Завтраки для лучших времен ™». К концу 2016 года, Kellogg выделит 1 миллиард зерновых хлопьев и закусок - более половины из которых станут завтраком для нуждающихся детей и семей во всем мире. В 2013 году Kellogg поддержала различные некоммерческие организации и благотворительные программы, обеспечив их 13$ млн. наличными и 39$ млн. в виде продуктов питания в течение года.

Kellogg поддерживает и инвестирует различные спортивные программы. Например, в 2012 году в Мексике компания организовала серию 10-километровых забегов, в которых приняли участие около 16 тысяч бегунов из пяти государств. Компания начинает сотрудничество с Ассоциацией любительского плавания. В Великобритании инвестировано 2,4 млн. долларов на проект, который дает возможность получить ряд специальных уроков в бассейне для детей-инвалидов, а также 3200 школьников получат дополнительные уроки плавания.

*Сотрудники*

Безопасность сотрудников всегда была одной из основных ценностей в Kellogg. Общее количество сотрудников компании Kellogg - приблизительно 30 300 чел. (по состоянию на декабрь 2013 г. [2, с.15]).

Компания уделяет особое внимание безопасности сотрудников на рабочем месте. Например, чтобы устранить риск травматизма при использовании лестниц и специальной техники для отгрузки товара, продукция на складах хранится не на высоких полках, а на движущихся тележках. В настоящее время используется около 7000 таких тележек. Они добились значительных результатов: количество инцидентов на производстве снизилось на 45% по сравнению с 2008 г. Ежегодно компания проводит глобальный опрос среди своих сотрудников. В результате они обычно получают около 22 000 ответов (это около 75%) - это позволяет узнать общественное мнение работников, их предложения и жалобы. В 2012 году Kellogg запустила глобальный интранет «K Connect», который позволяет создать сплоченную единую команду среди сотрудников, а также легко доводить информацию до них.

В Kellogg Company понимают, что корпоративная ответственность имеет большое значение для их нынешнего и будущего успеха в бизнесе. Высокий профессионализм сотрудников, тщательный контроль качества в соответствии с международными стандартами, личная ответственность в вопросах безопасности, стремление к непрерывному развитию и защита окружающей среды – вот фундамент успешного развития компании Kellogg.

Вот уже третий год подряд компания Kellogg входит в первую десятку компаний с высочайшей деловой репутацией, согласно списку, опубликованному в американском журнале Forbes. Производитель готовых завтраков в 2012 занял четвертое место – это стало самым высоким результатом среди компаний, находящихся в штате Мичиган. В 2012 году Kellogg в журнале корпоративной социальной ответственности была включена в список «100 лучших корпоративных граждан»; в 2013 году - в список Maclean’s (Канада) – «50 самых социально-ответственных компаний»[6,7].

Учитывая яркую индивидуальность бренда, популярные линейки продуктов и новую тенденцию к росту в других странах, Kellogg's не только сохранит свои позиции в категории продуктов питания, но и продолжит развиваться, радуя каждый день потребителей своими полезными готовыми завтраками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт компании Kellogg / Социальная ответственность бизнеса // URL: http://goo.gl/m4GUfc - Дата доступа: 15.04.2014.
2. Официальный сайт компании Kellogg / Годовой отчет (2013) // URL: http://goo.gl/uTy0Sk - Дата доступа: 15.04.2014.
3. Официальный сайт компании Kellogg в России / Обещание Kellogg // URL: [http://www.kelloggs.ru/ru\_RU/marketplace-commitment.html -](http://www.kelloggs.ru/ru_RU/marketplace-commitment.html%20/) Дата доступа: 20.04.2014.
4. Отчет о корпоративной ответственности компании Kellogg – 2012 г.// URL: http://goo.gl/9ShjFW - Дата доступа: 23.04.2014.
5. Отчет о корпоративной ответственности компании Kellogg – 2013 г. // URL: [http://goo.gl/tYRxLf](http://www.kelloggcompany.com/content/dam/kelloggcompanyus/corporate_responsibility/pdf/2013/2013_Kellogg_Global_CR_Report.pdf%20/)  - Дата доступа: 23.04.2014.
6. 100 лучших корпоративных граждан 2012 // URL: http://goo.gl/h1maeD - Дата доступа: 28.04.2014.
7. 50 самых социально-ответственных компаний (2013г.) // URL: http://goo.gl/rhGLuY - Дата доступа: 28.04.2014.