

**Титаренко Любов Михайлівна**, кандидат економічних наук доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 36011, м. Полтава, Першотравневий проспект, 24, тел.: +38(0532)56-16-04, e-mail: titarenkolm@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2112-7380>

**Сакало Тетяна Борисівна**, юрист, ПРАТ «Завод «ЛТАВА», 36000, м.Полава, вул.. Раїси Кириченко, 72, e-mail:tan2803@ukr.net

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Вступ.** В умовах сучасного глобалізованого світу як перед людством загалом, так і перед окремими державами постають різноманітні проблеми та кризи, що потребують вирішення. Серед викликів сучасності – забруднення навколишнього середовища, соціальна незахищеність, порушення прав людини, необхідність боротьби з бідністю, завдання забезпечення доступу до якісної освіти для мешканців країн та багато інших. У світлі того, що державні структури не завжди в змозі ефективно та самостійно вирішити ці завдання, особливої популярності набуває концепція корпоративної соціальної відповідальності, в рамках якої частина навантаження по врегулюванню перерахованих вище проблем беруть на себе багатонаціональні підприємства (БНП), що працюють у міжнародному бізнес-середовищі.

**Виклад основного матеріалу.** У міжнародному розумінні корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) трактується як добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній та

екологічній сферах, пов'язаний безпосередньо з основною діяльністю компанії та виходить за межі певного законом мінімуму.

На сучасному етапі розвитку існує низка міжнародних документів, що впливають на відносини у сфері КСВ. До них входять конвенції та декларації Міжнародної організації праці (ILO Conventions [1], ILO Declarations [2]), Рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку для транснаціональних корпорацій (OECD Guidelines for Multinational Enterprises [3]), Норми ООН про обов'язки компаній у сфері прав людини (UN Human Right Norms for Business [4]) та інші нормативні документи. Перші стандарти були розроблені ще в Англії на рубежі дев'ятнадцятого і двадцятого століть, а в даний час публічна нефінансова звітність підприємств є однією з найважливіших вимог, які пред'являються компаніям громадськістю розвинених країн.

В рамках даного дослідження доцільною є типізація та класифікація соціальної відповідальності бізнесу. Так, до рівнів соціальної відповідальності бізнесу відносять: базовий рівень, другий рівень та найвищий рівень (Рис. 1).

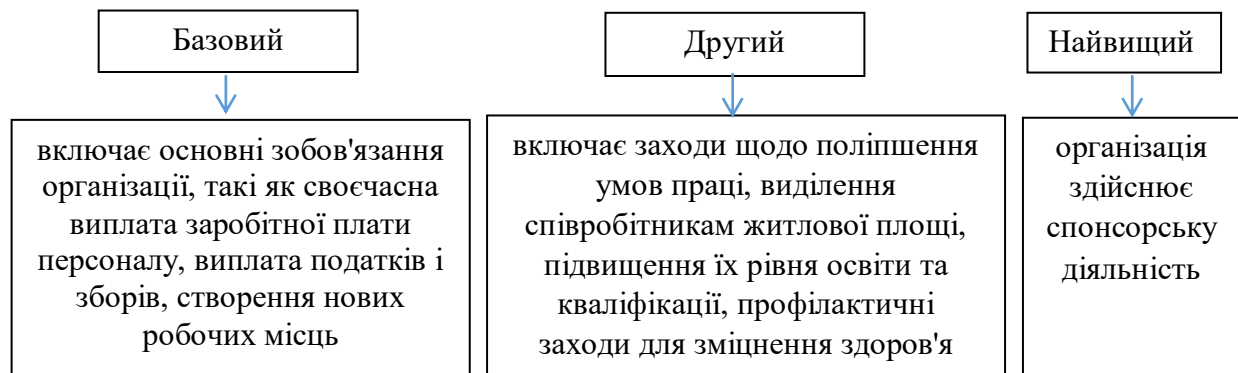


Рис. 1. Рівні соціальної відповідальності бізнесу [5]

Розрізняють два види соціальної відповідальності бізнесу:

1) внутрішня соціальна відповідальність бізнесу передбачає комфортні та безпечні умови праці для працівників, гідну оплату праці, додаткове медичне страхування, постійне навчання співробітників, додаткову допомогу у важких життєвих ситуаціях;

2) зовнішня соціальна відповідальність бізнесу передбачає заходи, спрямовані на благодійність, захист екології, роботу з громадськістю та взаємодію з різними організаціями, сприяння роботі з ліквідацією надзвичайних ситуацій та ін.

Вирізняють також типи програм соціально відповідального бізнесу:

- проведені разом із державними органами;
- спільні із некомерційними об'єднаннями;
- у взаємодії із профспілковими організаціями та іншими громадськими об'єднаннями;
- по роботі із засобами масової інформації та зв'язків із громадськістю;
- програми, створені безпосередньо організацією.

На сучасному міжнародному ринку дотримання принципів діяльності компаній у сфері КСВ користується популярністю. Але варто зазначити, що концепція корпоративної соціальної відповідальності з'явилася відносно нещодавно, і її виникнення у різних країнах пояснювалося своїми соціально-історичними передумовами. З цих обставин існують різні моделі КСВ: британська, канадська, японська, американська та інші [6]. У більшості країн держава підтримує соціально відповідальні компанії, оскільки впровадження принципів КСВ дозволяє ефективніше вирішувати соціальні, економічні та екологічні проблеми, створює можливості для [6]:

- підвищення якості соціального забезпечення та освіти;

- боротьби з корупцією, дискримінацією, порушенням прав людини;
- функціонування в рамках довгострокового сталого соціально-економічного та екологічного розвитку;
- зниження навантаження на державу під час вирішення суспільних проблем.

Дослідники виділяють також такі мотиви соціальної відповідальності бізнесу: зростання ефективності праці працівників; стабільне закріплення на робочих місцях кваліфікованих кадрів, мінімізація плинності; спеціальні рекламні акції, спрямовані на висвітлення організації та виробленого товару; підвищення іміджу організації, її товарних знаків; перспектива додаткового інформування про роботу бізнесу у ЗМІ; зміцнення позицій компанії та додаткові можливості просування в регіоні; пільгове оподаткування; співучасть у федеральних та регіональних інвестиційних проектах. При цьому Інструменти реалізації програм соціально відповідального бізнесу: інвестування у соціальні програми; благодійна діяльність; спонсорська допомога; створення фінансових грантів; створення корпоративного фонду.

При цьому основними інструментами реалізації програм соціально відповідального бізнесу є: інвестування у соціальні програми; благодійна діяльність; спонсорська допомога; створення фінансових грантів; створення корпоративного фонду тощо.

Особливо важливим і показовим стало розуміння принципів КСВ власниками бізнесу під час кризи, коли соціальна відповідальність фірми чи компанії стає подвійно важливою для суспільства. Тому доцільно представити перелік топ-25 найкращих програм КСВ. До нього увійшли як загальноосвітні програми, ініційовані найбільшими компаніями, що

поставили собі за мету відповідати найвищим стандартам, так і реалізовані на вітчизняному ринку.

Високі показники активності в області КСВ демонструє і один з флагманів економіки ОАЕ – авіакомпанія «Emirates». Особливий напрямок діяльності – підтримка місцевих громад і благодійних проектів в країнах, де компанія є найбільшим перевізником (Індія, Пакистан і ін.). Серед соціальних ініціатив – підтримка великих спортивних подій і організацій, включаючи Чемпіонат світу з футболу і Міжнародна рада крикету. Авіакомпанія виступає генеральним спонсором відомого британського клубу Arsenal, давши своє ім'я новому стадіону і розмістивши логотип на футболках гравців. За 100 млн фунтів стерлінгів компанія придбала можливість до 2021 р. пов'язувати себе з одним з найдорожчих спортивних брендів. Одна з головних задач авіакомпанія «Emirates» в області корпоративного громадянства – формування позитивного образу Дубая за межами країни і Близькосхідного регіону [6].

Серед компаній технологічного спрямування зацікавленість викликає досвід компанії «Microsoft», яка давно інтегрувала рішення задач в області соціальної відповідальності в свою бізнес-стратегію. Більш того, ініціативи в області КСВ стали частиною корпоративної культури. Щорічно організовуючи сотні спеціалізованих заходів, співробітники компанії протягом 30 років пожертвували на соціально важливі проекти більше \$ 1 млрд. Величезний резонанс отримав проект корпорації під назвою «Yo soy empleo» («Я працюю»), спрямований на працевлаштування іспанців під час кризи. У програму було інвестовано EURO 26,5 млн., чверть з яких вклали в комунікації. Соціальна ініціатива передбачала комплексну підтримку не працевлаштованих громадян: надання фінансової допомоги, організацію

тренінгів, перекваліфікацію фахівців і юридичні консультації. В результаті реалізації проекту були працевлаштовані 10 тис. іспанців, 55% з яких отримали постійну роботу, 13% - можливість реалізувати власні проекти. З усіх працевлаштованих фахівців 40% були у віці до 35 років і до цього моменту не могли знайти роботу на протязі 14 місяців [6].

Компанія Avon [7] у своєму прагненні бути кращою косметичною компанією для світу активно працює у двох напрямках: підтримує жінок, які постраждали від домашнього насильства, та робить свій внесок у боротьбу з раком грудей. За 19 років роботи програми «Місія проти раку молочної залози» було зібрано понад 19 млн. грн. на боротьбу з раком молочної залози, придбано 19 одиниць сучасного обладнання для 11 обласних онкоклінік. Завдяки Avon в Україні вперше з'явилися мобільні мамографічні комплекси – їх передали Черкаському та Сімферопольському онкоцентрам. Благодійна програма «Місія проти насильства над жінками» в Україні існує з 2009 р. У листопаді 2019-го компанія передала благодійну допомогу у розпорядження UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення, 77 000 одиниць продукції загальною вартістю понад 10 млн грн на потреби тисяч жінок постраждалих від домашнього насильства.

Принцип сталого розвитку є основою корпоративної стратегії німецького хімічного концерну BASF. У своїй діяльності компанія поєднує економічні успіхи з дбайливим ставленням до навколишнього середовища та соціальною відповідальністю. Співробітники Групи BASF, загальна чисельність яких становить понад 117 тис. осіб, роблять внесок у успішний розвиток бізнесу клієнтів у різних індустріях практично у всіх країнах світу, забезпечуючи надійне майбутнє та кращу якість життя для кожної людини. В Україні концерн BASF реалізує проект реставрації об'єктів Шарівського

палацово-паркового комплексу в Харківській області – історичної пам'ятки української архітектури XIX ст. Крім того, вже більше трьох років компанія розвиває освітній проект BASF Kids Lab, завданням якого є познайомити школярів із захоплюючим світом хімічної науки [7].

Компанія Carlsberg Ukraine [8] реалізує в нашій країні програму сталого розвитку «Мета 4 нуля: разом до майбутнього». Йдеться, зокрема, про дії, які дозволяють до «0» знизити вуглецевий слід виробництв компанії, зменшуючи викиди пивоварних заводів та збільшуючи частку відновлюваних джерел енергії. Сюди ж – «Нуль безвідповідального споживання» (надання максимального вибору споживачеві безалкогольної альтернативи, його інформування, боротьба зі споживанням алкоголю неповнолітніми), «Нуль нещасних випадків» (турбота про здоров'я співробітників та безпеки на виробництві), «Нуль втрат води» (вода, що використовується у виробництві, очищається і використовується повторно у технічних потребах). Також у рамках проекту Green Fibre Bottle компанія Carlsberg розробляє першу у світі на 100% біорозкладну «паперову» пляшку з деревного волокна. І це не єдина інновація у рамках боротьби зі зміною клімату.

КСВ та стратегія сталого розвитку є невід'ємною частиною діяльності L'Oréal [9]. Компанія реалізує програми, спрямовані на підтримку жінок, визнання їхньої ролі в суспільстві. Компанія підтримує місцеву спільноту в умовах пандемії, робить конкретні кроки щодо вирішення гострих екологічних та соціальних проблем. 2020-го L'Oréal вже втретє реалізує українську Премію L'Oréal-UNESCO «Для Жінок у Науці», мета якої – відзначити молодих жінок-науковців та заохотити їх вибирати наукові професії. Вже четвертий сезон освітня програма «Краса для всіх» компанії L'Oréal Україна спільно з Фондом ООН у галузі народонаселення (UNFPA)

допомагає жінкам, які постраждали від домашнього та гендерного насильства, безкоштовно освоїти професію перукаря. А в рамках боротьби з Covid-19 L'Oréal в Україні передала лікарням, аптекам та продовольчим мережам понад 100 тис. продуктів, включаючи спиртові гелі для санітарної обробки рук.

Світовий косметичний бренд Mary Kay [7] – компанія з розвитку жіночого підприємництва. Вже понад 56 років Mary Kay надихає жінок на досягнення своїх підприємницьких цілей майже у 40 країнах світу. Соціальна місія компанії – збагачувати життя жінок та їхніх сімей у всьому світі. У компанії діє глобальна благодійна ініціатива «Рожевий змінює життя». Щорічно Mary Kay представляє новий продукт в обмеженій колекції, частина коштів від продажу якого спрямовується на благодійні цілі. В Україні компанія вже понад 15 років підтримує жінок, які борються з раком молочної залози, а також лікарні та медичний персонал у боротьбі з пандемією, спричиненою Covid-19. Mary Kay продовжує свою місію в Україні, розвиваючи жіноче підприємництво, а також надаючи українкам якісний сервіс та продукцію.

Компанія PepsiCo [10] реалізує в Україні різноманітні соціальні та благодійні ініціативи, спрямовані на захист екології та допомогу суспільству. Цього року у фокусі компанії виявилася боротьба з коронавірусом. PepsiCo пожертвувала на неї понад 30 млн грн, цілеспрямовано підтримала медиків та лікарні на передовій боротьбі з вірусом, а також людей, які опинилися у складних життєвих обставинах. Зокрема, за підтримки благодійного фонду PepsiCo Foundation було закуплено понад 16 тисяч захисних костюмів для медиків у Миколаєві, Одесі, Києві, Львові, Вишгороді та Вишневому, а також медичне обладнання для лікарень в Одесі та Миколаївській області. Також



PepsiCo Україна допомагає продуктами медпрацівникам та людям у складних життєвих обставинах. За час карантину компанія передала їм понад 450 т продукції, понад 80% із якої – молочна продукція, дитяче харчування, а також соки та нектари.

Сфери КСВ компанії «Агрорегіон» – освітній проект «АгроШкола» та школа для учасників АТО TractorEAST. «АгроШкола» включає агрономічний курс, технічний курс і стажування в одному з підрозділів компанії. Це дає людям можливість здобути нову, затребувану спеціальність в агропромисловому комплексі України. TractorEAST дає можливість ветеранам АТО відкрити нову сторінку свого життя, безкоштовно отримати за півроку професій тракториста, який дуже затребуваний в Україні. Компанія «Агро регіон» при цьому не тільки вчить людей, забезпечує їх житлом та харчуванням, а й виплачує стипендію. Саме ця ініціатива була реалізована після того, як 14 співробітників компанії відслужили в АТО [11].

Здоров'я, ліквідація бідності, збереження екосистеми, якісна освіта – пріоритетні напрямки КСВ-роботи Альфа-Банку. Співробітники банку беруть участь у проекті ECODAY. У рамках екологічної ініціативи вони наводять лад у громадських зонах відпочинку, парках, на дитячих майданчиках, ділянках, що межують з річками та озерами, роблять свій внесок у озеленення рідних міст. Також банк займається підвищенням рівня фінансової грамотності населення. Зокрема для дітей, позбавлених батьківського піклування, діє благодійний проект «Повний портфель»: до 1 вересня співробітники банку збирають кошти на закупівлю портфельів та шкільного приладдя. Банк підтримує вихованців понад 10 дитячих будинків та шкіл-інтернатів у різних регіонах України. Також Альфа-Банк допомагає Національному інституту серцево-судинної хірургії ім. М. Амосова.

«Біосфера» – великий виробник та дистриб’ютор товарів для догляду за будинком та персональної гігієни. Корпорація працює у двох основних КСВ-напрямах: турбота про навколишнє середовище та допомогу дітям. Біосфера є креативним партнером дитячих благодійних фестивалів, а також ініціює благодійні ярмарки та марафони, підтримує благодійні фонди. Другий напрямок КСВ – відповідальне ставлення до навколишнього середовища та виховання культури поводження зі сміттям як із ресурсом. Корпорація переробляє поліетилен і використовує рециклінговий ресурс при виробництві пакетів для сміття «Фрекен БОК», «Бонус+», PRO service для домашніх тварин «ЛайKit». «Біосфера» пропагує роздільне збирання та сортування сміття, підтримуючи екоініціативи No Waste Ukraine, Let's Do It Ukraine, EcoNike та ін., є ініціатором плогінг-руху в Україні.

«Інтерпайп» – українська промислова компанія, виробник сталевих труб та залізничних коліс. Пріоритет компанії в КСВ-діяльності – популяризація інженерії та точних наук. Щорічно компанія проводить головне інженерне шоу країни Interpipe TechFest, ініціює навчальні програми зі школами та вишами. У 2019–2020 роках компанія відкрила кілька лабораторій мехатроніки у Дніпрі, мета яких – знайомити школярів та студентів з інноваційними промисловими технологіями. У рамках боротьби з пандемією «Інтерпайп» взяв на себе ініціативу щодо координації зусиль представників бізнесу та влади Дніпропетровської області за допомогою благодійного фонду «Відродження регіону». Загалом акціонери компанії, а також фонди Віктора та Олени Пінчук, перерахували понад 2 млн. USD на боротьбу з коронавірусом на загальнодержавному та локальному рівнях.

Київстар – соціально відповідальна компанія, яка активно працює у цьому напрямі з 2006 р. Як лідер телекомринку України Київстар вважає

своєю місією відкривати нові можливості для України та змінювати життя людей на краще. Саме цей принцип закладено в основу стратегії корпоративної соціальної відповідальності компанії, основними напрямками якої є Цифрова інклюзія, Розвиток підприємництва, Безпека в Інтернеті, Корпоративне волонтерство та Партнерство заради миру. Ключовими проектами Київстару у сфері КСВ стали: онлайн-школа мобільної грамотності для старшого покоління «Смартфон для батьків», інформаційно-просвітницький портал про безпеку дітей в інтернеті та програма «Інновації та підприємництво» в освітніх дитячих таборах GoCamp [7].

Компанія «Кока-Кола Беверіджіз Україна» слідує трьом стратегічним пріоритетам: сталий розвиток, підтримка та розвиток молоді, а також управління відходами упаковки. А найсвіжіше – проекти компанії, спрямовані на подолання наслідків пандемії Covid-19. Спільно із Товариством Червоного Хреста України компанія забезпечує лікарні необхідним життєво важливим обладнанням, надає продукцію для медичних працівників та соціально незахищених груп населення, популяризує донорство крові в Україні. Окрім цього, два місяці співробітники компанії працювали волонтерами на гарячій урядовій лінії з питань Covid-19 [7].

Агрохолдинг МХП займається широким спектром КСВ-проектів – від сталого розвитку регіонів України до екологічних проектів та примноження людського капіталу. Усі КСВ-ініціативи здійснюються разом із БФ «МХП – Громаді». Компанія щорічно збільшує масштаби соціальних та інфраструктурних інвестицій у 16-ти регіонах, де працюють її підприємства. Нова парадигма участі локальних підрозділів МХП у проектах для громад передбачає зміну формату фінансової підтримки. Наприклад, якщо потрібне медобладнання, громада виділяє скільки може: хоч би 5 тис. грн. Решту

інвестує холдинг. Діє також проект «Час діяти, Україно!» – конкурс мікрогрантів для громад до 50 тис. грн. Особливістю є великий етап навчання написання бізнес-планів. Проекту п'ять років, і цього року він став всеукраїнським. За 2019 р. агрохолдинг направив на КСВ-проекти 177 млн. грн.

**Висновки.** Аналіз світових трендів у сфері корпоративної соціальної відповідальності свідчить, що на сучасному етапі розвитку глобальної економіки великого значення набувають питання вивчення світового досвіду реалізації стратегій провідних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Діяльність в області корпоративної соціальної відповідальності сприймається, як один з інструментів підвищення ділової репутації бізнесу і капіталізації компанії. Компанії використовують різні підходи до реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності. Характеристика топ-кращих програм КСВ компаній, які діють у міжнародному середовищі, дозволяє стверджувати, що соціально-відповідальний бізнес сприяє задоволенню інтересів певних категорій громадян та довгострокових суспільних інтересів, регулюванню суспільно-політичних відносин, забезпеченню фінансової стабільності громадян, створенню рівних соціальних умов становлення комфортного рівня життєдіяльності, дотриманню соціально-економічних прав населення, наданню допомоги соціально незахищеним верствам населення, створенню екологічно безпечних умов життя у країні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Conventions and Recommendations. *International labor Organisation*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/amuzo> (дата звернення: 24.10.2021).

2. ILO Declarations. *International labor Organisation*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/amvdx> (дата звернення: 24.10.2021).

3. Guidelines for Multinational Enterprises. *Organisation for Economic Co-operation and Development*: веб-сайт. URL: <https://www.oecd.org/corporate/mne/> (дата звернення: 24.10.2021).

4. The UN Human Rights Norms For Business: Towards Legal Accountability. *Amnesty International Publications*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/amvfm> (дата звернення: 26.10.2021).

5. Reports & Policies. URL: <https://www.kinross.com/corporate-responsibility/reports-and-policies/default.aspx> (дата звернення: 26.10.2021).

6. Чупріна М. О., Жалдак Г. П. Світові тренди у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8365> (дата звернення: 26.10.2021).

7. Денис Стаджи Топ-25 лучших программ КСО. *Dsnews.ua*. URL: <http://surl.li/amuoz> (дата звернення: 26.10.2021).

8. Carlsberg Ukraine: веб-сайт. URL: <https://carlsbergukraine.com/> (дата звернення: 26.10.2021).

9. L'Oréal Україна веб-сайт. URL: <http://surl.li/amvow> (дата звернення: 26.10.2021).

10. PepsiCo: веб-сайт. URL: <http://pepsico.ua/> (дата звернення: 25.10.2021).

11. Агрорегіон: веб-сайт. URL: <https://agro-region.com/> (дата звернення: 25.10.2021).