

## РОЗВИТОК ТА ОСОБЛИВОСТІ СВІТОВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Проблема корпоративної відповідальності, як відомо, вперше була висунута на початку ХХст. американським підприємцем, великим філантропом Ендрю Карнегі. Поняття соціальної відповідальності він пов'язував з благодійністю і милосердям, підкреслюючи при цьому головний принцип «допомагай тому, хто здатний допомогти собі сам». Істотний вплив на розвиток теорії і практики соціально відповідального бізнесу надав революційний рух в 1918 р. в Німеччині та інших європейських державах. Страх змусив США і Європу задуматися над вирішенням соціальних проблем і зниженням соціальної напруженості в суспільстві. У 1920-і - 1930-і рр. в умовах економічної кризи і великої депресії в США розробляються і реалізуються соціально орієнтовані програми і проекти в рамках реформ Ф. Д. Рузвельта, відомих як «новий курс».

Пізніше, вже в кінці 1960-х - початку 1970-х рр. в США, Великобританії, Японії та Німеччині формується концепція соціально відповідального бізнесу, основний зміст якої зводився до наступного. Бізнес повинен не тільки дбати про прибуток та сплати податків, які розподіляються державою на вирішення соціально значущих проблем, а й розділити з суспільством відповідальність за соціальну несправедливість, економічну нерівність та екологічні проблеми, беручи участь в економічній адаптації соціально незахищених верств населення, охорони навколишнього середовища [1].

Кінець ХХ ст. характеризується масовим рухом великого бізнесу в напрямку соціальної відповідальності. Справа в тому, що прихильність до соціальної відповідальності забезпечує крупним компаніям лояльне ставлення споживачів та інших цільових груп громадськості. За даними MORI (Міжнародного інституту досліджень ринку і громадської думки), в 1998 р. 30% британців купували продукцію компаній, які вважалися соціально відповідальними, а 28% - бойкотували продукцію соціально безвідповідальних виробників. За даними американської Conference Board, в 1999 р. дохід соціально відповідальних компаній на інвестований капітал був на 9,8% вище, ніж у конкуруючих компаній, які не виявляли себе як соціально відповідальні. Дохід же з активів таких компаній перевищував на 3,55%, а прибуток - на 63,5%. Увага громадськості до соціально відповідальних компаній продовжує зростати і в ХХІ ст.

У багатьох європейських державах в ранг закону введені запити держорганів на предмет корпоративної соціальної звітності. Такі закони прийняті в Данії, Швеції, Норвегії, Голландії, Франції і Великобританії.

Відмінною рисою європейської моделі є висока роль органів державної влади в процесі розвитку КСВ.

У британській моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) велику роль відіграє ініціатива приватного сектора економіки. Але увагу держави і суспільства до цього питання не менше, ніж в інших європейських країнах. Це підтверджується тим, що в британському уряді існує посада міністра з КСВ, а газета Times щотижня публікує індекси соціальної відповідальності корпорацій.

Особливістю КСВ в США є те, що компанії вважають за краще адресну підтримку нужденних замість філантропічної участі в благодійних фондах. Роль держави в системі корпоративної соціальної відповідальності тут куди менше, ніж в Європі.

У Канаді особлива роль приділяється програмам підвищення якості робочих умов для персоналу, зниження виробничого травматизму, а також шкідливого впливу виробництва на здоров'я співробітників.

У безлічі країн Європейського союзу на компанії офіційно покладено функції обов'язкового медичного страхування працівників, їх пенсійного забезпечення, а також природоохоронної діяльності та ін. Правова база КСВ в Європі досить широко розвинена і має різні рівні: наднаціональний, національний і місцевий. Вона ґрунтується на Загальній декларації прав людини, рішеннях всесвітніх самітів і т.п.

В наші дні посилюється регулювання КСВ за допомогою залучення сторонніх учасників, таких як некомерційні організації, профспілки, представництва міжнародних асоціацій, які сприяють інтеграції КСВ в сферу публічної політики [2].

В Європі є кілька десятків наукових центрів з дослідження і реалізації програм соціальної відповідальності. Великі корпорації починають розглядати взаємодію з суспільством як інструмент для пошуку нових бізнес-можливостей. Найчастіше це реалізується у вигляді створення експертних та громадських рад; включення до рад директорів незалежних членів громадських палат; реалізації соціально або екологічно спрямованих проектів спільно з некомерційними організаціями.

Для багатьох компаній привабливість КСВ часто пов'язана з отриманням реальних економічних вигод. Внаслідок того що КСВ підвищує привабливість бізнесу для потенційних інвесторів, компанія прагне потрапити в такі міжнародні рейтинги, такі як індекс Доу - Джонса зі сталого розвитку (Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) і загальноєвропейський DJSI STOXX) і, відповідно, підвищити вартість своїх акцій на ринку. Даний індикатор відображає зміну вартості акцій компанії з урахуванням економічних, екологічних та соціальних показників.

Яскравим прикладом прояву корпоративної соціальної відповідальності в сучасному світі в умовах глобалізації може служити організація Product Red (RED).

Установа укладає договори з великими корпораціями про безоплатне пожертвування засобів для допомоги хворим на СНІД. За 10 років було зібрано 350 млн дол. США. Основною ідеєю є продаж партнерами організації продуктів червоного кольору, від реалізації яких частина прибутку йде цієї організації. Головними партнерами є такі транснаціональні корпорації, як Apple, Bank of America, Coca-Cola, Starbucks, Gap, Facebook, Google та ін.

Наприклад, Apple, одна з найбільш інноваційних компаній світу, яка займається комп'ютерами і програмним забезпеченням, крім партнерства з Product Red, щорічно витрачає значну частину прибутку на власні корпоративні проекти. У звіті за 2015 року вона представила основні напрямки своїх соціальних програм (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні напрямки соціальних програм компанії Apple

Соціальна програма	Заходи
Підтримка місцевих громад	Глобальна волонтерська програма, основним завданням якої є залучення співробітників до волонтерства
Навчання працівників	280 000 працівників взяли участь у програмах підвищення кваліфікації та закінчення різних курсів
Здоров'я працівників і безпеку	Програма Apple Supplier EHS Academy, метою якої є поліпшення стану здоров'я і умов роботи співробітників компаній-постачальників. У програмі взяли участь 240 організацій і 270 000 працівників
Екологія: - споживання енергії - переробка відходів	Apple - єдина компанія, яка була винагороджена Clean Energy Index of 100% відповідно до Greenpeace`s Clicking Clean Report. Компанія пропонує програми з переробки в 99% країн, де вона веде бізнес

Джерело: [3]

Ще один технологічний бізнес-гігант - IBM - активно застосовує принципи корпоративної соціальної відповідальності. Компанія почала проводити політику охорони навколишнього середовища ще в 1971 р її програми захисту клімату на планеті та ефективного використання ресурсів включають в себе:

- заходи боротьби з парниковим ефектом;
- зниження шкідливих відходів при виробництві комп'ютерів і корекція коефіцієнта їх потужності;
- інвестування в розробки поновлюваних ресурсів, застосування їх в своєму виробництві;
- підвищення ефективності логістики;
- розробку енергоефективних продуктів і центрів обробки даних.

Зарубіжні корпорації встигли досягти досить високого рівня соціальної відповідальності, так що можна з упевненістю стверджувати, що їх програми виходять за рамки національних інтересів і зачіпають проблеми загальносвітового масштабу.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність бізнесу в різних країнах має свої особливості в області участі держави і розвитку пріоритетних завдань КСВ.

Процес глобалізації, що охопив практично всі сфери діяльності людини, зачіпає і корпоративну соціальну відповідальність. Тому область КСВ транснаціональних корпорацій отримує загальносвітовий масштаб.

#### Література:

1. Кричевський Н. А., Гончаров С. Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. М.: Дашков і Ко, 2007. 195 с.
2. Китчин Т. Корпоративна соціальна відповідальність. Менеджмент сьогодні. 2013. 24 с.
3. Apple Supplier Responsibility 2014 Progress Report. URL: <http://research-methodology.net/apple-corporate-social-responsibility-csr/> (дата звернення 23.03.2020).

Науковий керівник: к.е.н., доц. Манаєнко І.М.