

6. Annual report 2021. *Johnson and Johnson*. URL: <https://www.investor.jnj.com/annual-meeting-materials/2021-annual-report>
7. Annual report 2021. *Coca-Cola*. URL: <https://investor.cokeconsolidated.com/static-files/70870dd5-11b4-4792-a37f-9afb0a57d7e>
8. Annual report 2021. *McDonald's*. URL: <https://corporate.mcdonalds.com/content/dam/gwscorp/assets/investors/events-presentations/meeting-resources/MCD%202021%20Annual%20Report.pdf>
9. Annual report 2021. *The Walt Disney Company*. URL: <https://thewaltdisneycompany.com/app/uploads/2022/01/2021-Annual-Report.pdf>
10. Understanding market capitalization. *Fidelity*. URL: <https://www.fidelity.com/learning-center/trading-investing/fundamental-analysis/understanding-market-capitalization#:~:text=It%20allows%20investors%20to%20understand,to%20pay%20for%20its%20stock>

УДК 330.8

## КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

*І. В. Біла, М. В. Дубель*

*Анотація.* У цій статті розглядається концепція дослідження корпоративної соціальної відповідальності у транснаціональних корпораціях. У світовій практиці поняття корпоративної соціальної відповідальності є синонімом ефективного та прозорого підприємства зі стійким ефектом. Корпоративну соціальну відповідальність розглядають як здатність організації чи бізнесу оцінювати вплив своїх дій на сталий соціальний розвиток. Багатонаціональні корпорації створили позитивний імідж у суспільстві, розширили моделі прибутку та продемонстрували переваги корпоративних інвестицій у суспільстві. Завданням є визначити виклики і проблеми корпоративної соціальної відповідальності та проаналізувати стан і майбутній напрям розвитку багатонаціональних компаній.

*Ключові слова:* корпоративна соціальна відповідальність, транснаціональні корпорації, конкурентоспроможність, бізнес, прибуток.

**Вступ.** Із початку 2015 року моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) змінюються у зв'язку з тенденцією до переходу спільного створення цінності корпоративної діяльності та врахування інтересів стейкхолдерів. Результати показують, що практика корпоративної соціальної відповідальності інтегрована у стратегію сталого розвитку ТНК, яка визначає методи, напрями та форми комунікації, а також сфери відповідальності стейкхолдерів.

**Мета статті** – дослідження особливостей моделі соціально відповідального підприємництва транснаціональних корпорацій та можливостей для зростання цих ТНК.

Дослідження моделей корпоративної соціальної відповідальності наразі є актуальним, і тому широко освітлюється у працях таких закордонних та вітчизняних вчених: Г. Боуен, Дж. Поулсон, М. Адамс, А. Генрікс, Дж.-М. Клейн, Л. Одентел, М. Саприкіна, Я. Паладієва, А. Чередніченко, Д. Стаджі та ін. Засновник теорії Корпоративної соціальної відповідальності Говард Боуен визначає концепцію соціальної відповідальності як зобов'язання бізнесменів проводити таку політику, приймати такі рішення або іти таким шляхом дій, які є бажаними погляду цілей і цінностей нашого суспільства.

**Основна частина.** Внутрішня практика корпоративної соціальної відповідальності спрямована на вироблення норм і стандартів моральної поведінки зі стейкхолдерами з метою максимізації економічних і соціальних цілей. Економічні цілі спрямовані не лише на отримання прибутку, а й на мінімізацію витрат через потенційні ризики корупції, шахрайства, конфлікту інтересів. Система корпоративної соціальної відповідальності сучасних ТНК чітко регламентована внутрішніми документами, які визначають перелік зацікавлених сторін та стейкхолдерів, зони їх відповідальності, що значно спрощує процеси співпраці та відповідальності. Внаслідок цього корпорації формують власне внутрішнє інституційне середовище.

Етичні норми допомагають уникнути ризиків конфлікту інтересів, випадків хабарництва, корупції та шахрайства. Теоретична цінність дослідження полягає в доповненні теорії корпоративної соціальної відповідальності у контексті важливості комплексного, системного підходу до інтеграції теорії ресурсів, інституційної теорії, теорії стейкхолдерів у розробку стратегій сталого розвитку ТНК, практика корпоративного управління та соціальної відповідальності.

Моделі корпоративної соціальної відповідальності транснаціональних компаній трансформуються через законодавчі зміни, посилення державних вимог щодо охорони навколишнього середовища, захисту трудових прав та зміни форм і умов праці. Компанії все частіше впроваджують комплексну систему корпоративної соціальної відповідальності, засновану на стратегіях сталого розвитку, що включає досягнення економічних, соціальних, екологічних цілей розвитку та водночас врахування інтересів різних стейкхолдерів. Комплексний підхід передбачає поєднання теорії ресурсів, інституційної теорії та теорії зацікавлених сторін як основних для пояснення та впровадження корпоративної соціальної відповідальності [1]. Окреслений підхід є важливим у контексті того факту, що реалізація моделі корпоративної соціальної відповідальності зосереджена на людях і трудових ресурсах через низку незадоволених потреб і прав, а також вплив корпорацій на якість життя [2]. Зазначені вище тенденції вимагають детального вивчення практичної реалізації заходів у межах моделей корпоративної соціальної відповідальності, які запроваджуються в корпораціях. Основою для побудови системи соціальної відповідальності компаній є внутрішня документація корпоративного управління, стратегічні документи сталого розвитку ТНК, звіти менеджменту.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності охоплює стандарти належної ділової практики, які можуть застосовуватися до всіх фірм, незалежно від того, є вони національними чи міжнародними за своїм масштабом і орієнтацією. Проте зв'язок соціальної відповідальності з ТНК вніс у дебати з 1970-х роках кілька відмінних елементів, які раніше не виникали настільки помітно. Як зазначалося вище, розробка міжнародно-правового регулювання діяльності ТНК може бути складною через задіяність кількох суверенних урядів і велику різноманітність поглядів, політики та пріоритетів відповідних країн.

Соціальна відповідальність ТНК може справляти різний вплив на країни, що розвиваються, які найчастіше є ціллю, а не ініціатором таких дій. Значна частина цієї різниці випливає з практичної реальності, що країни, які розвиваються, більше приймають ТНК, ніж країни базування, а це означає, що підприємство розвиватиметься, використовуючи операційні стандарти, розроблені відповідно до набору іноземних правових і соціальних очікувань. Незважаючи на те, що ТНК можуть пристосовуватися до приймаючих суспільств і пристосовуються до них, там, де зустрічаються суттєво відмінні стандарти, інвестоване підприємство має вирішити, як реагувати, створюючи потенціал для впровадження змін у приймаючому суспільстві до рівня, який перевищує наслідки, що виникають у межах традиційних комерційних торговельних відносин.

Зростання важливості соціальної відповідальності ТНК відповідає все більшому масштабу діяльності, яку здійснюють ці підприємства в умовах глобалізації світової економіки [3]. Іншим чинником, який пояснює розширення значення ТНК у світовій економіці, є концептуальне та операційне розширення визначення ТНК, оскільки зараз вони – на додаток до традиційного способу прямих іноземних інвестицій (ПІІ) – дедалі частіше визначаються низкою інвестицій в акціонерний капітал. Великі роздрібні торговці, наприклад, стикаються із закликами вжити заходів проти жорстоких умов праці на іноземних підприємствах, які виробляють для них одяг на умовах субпідряду, хоча роздрібний продавець не має акціонерного капіталу чи навіть іноземної присутності в країні, де існують жорсткі умови праці.

Зміни у масштабах і характері діяльності ТНК підвищують актуальність і важливість соціальної відповідальності двома взаємопов'язаними способами. По-перше, вплив ТНК на людей в усьому світі експоненціально зріс, оскільки ці агенти економічної глобалізації проникають у життя національних суспільств через механізми акціонерного капіталу і без нього. Відображаючи збільшення глобального охоплення та масштабів, ТНК стали більш спроможними, близькими та обізнаними акторами, чия діяльність може створювати причинно-наслідкові зв'язки з суспільними результатами в багатьох країнах і культурах. Цей вплив може викликати особливе занепокоєння для урядів, якщо головний постачальник змін ТНК навіть не має інвестованої місцевої присутності, яка підпадає під юридичну юрисдикцію країни. Така ситуація, імовірно, виникне в менших країнах, що розвиваються, чий суспільства вже можуть бути одними із найвразливіших до впливу зовнішніх сил. Серед пов'язаних змінних соціальної відповідальності спроможність ТНК, здається, стає найвидатнішим чинником остан-

ніх закликів до більшої чуйності компаній. Близькість через ПП, безумовно, підвищує обізнаність ТНК і здатність діяти в місцевих ситуаціях. Але, як було очевидно під час соціального тиску на роздрібних торговців без інвестицій, ані місцева присутність, ані прямі причинно-наслідкові зв'язки з умовами зловживань не є обов'язковими передумовами для того, щоб стверджувати, що закордонні ділові зв'язки фірми породжують значні зобов'язання щодо соціальної відповідальності. ТНК можна закликати використовувати свої розширені можливості для запобігання або виправлення наступальних умов навіть у країнах, де фірма не відіграла жодної причинної ролі у їх створенні.

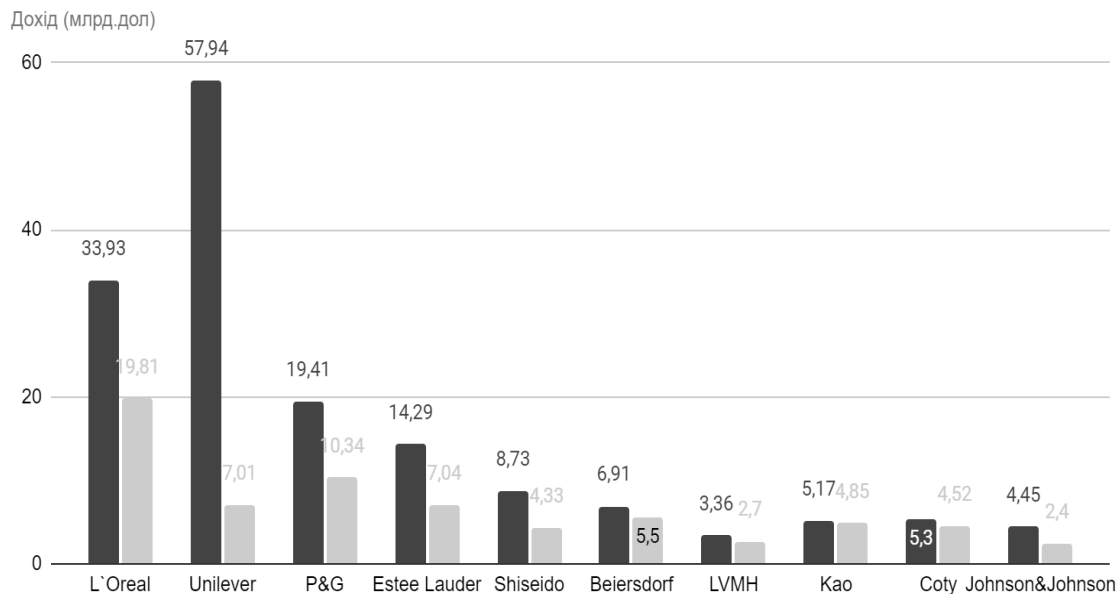
Розширені можливості для підвищення ефективності бізнесу, реалізовані внаслідок лібералізованих економічних умов, здається, приносять із собою нове сприйняття «глобального суспільного договору», згідно з яким ТНК, які користуються свободою та перевагами глобалізації, повинні взяти на себе певну розширену відповідальність за управління її впливом на різні суспільства.

Останні події, що впливають на застосування концепцій соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі, походять із багатьох різних джерел, серед яких зацікавлені сторони ТНК, а також самі корпорації. Головною новою подією, принаймні в розвинутих країнах, є поширення груп, що представляють інтереси широкої громадськості чи конкретні проблеми, які використовують широкий спектр тактик громадського тиску, змішаних із випадками більш прямого діалогу, щоб просувати активістське бачення обов'язків ТНК щодо розширення програми цілей соціальної відповідальності. Усе більша кількість приватних підприємств створюють та / або переглядають окремі заяви про бізнес-принципи або кодекси, хоча ця група все ще становитиме лише невеликий відсоток загальної спільноти ТНК. Організації колективного підприємництва прийняли змішаний підхід.

Важливою подією, особливо очевидною за останнє десятиліття, є розширення кількості, діапазону, координації та активності серед частин громадянського суспільства в питаннях, що стосуються соціальної відповідальності ТНК. Незважаючи на те, що деякі групи об'єднуються навколо дуже конкретних продуктів, як-от тютюн або ядерна енергія, більшість активістів зосереджується на відносно невеликому наборі основних проблемних тем, які потім ілюструються та розглядаються з погляду конкретних продуктів, компаній або подій. Як згадувалося раніше, найбільш поширеними питаннями за останнє десятиліття є трудові права та умови праці, навколишнє середовище та права людини, що відображає передусім погляд розвинених країн на соціальну відповідальність ТНК. Деякі групи вирішують зосередитися в переважно на одній із цих сфер, як-от Greenpeace щодо навколишнього середовища або Amnesty International щодо прав людини. Певні групи, наприклад, релігійні організації чи інші соціально керовані інституційні інвестори, можуть бути активними в широкому спектрі соціальних питань. Незважаючи на те, що більшість груп походять із розвинених країн і отримують найбільш активне членство з цієї бази, все більше організацій з'являється також і в країнах, що розвиваються. Там, де спільні інтереси та погляди, групи можуть налагоджувати міжнародні зв'язки через афілійовані мережі, конференції, інформаційні бюлетені та експоненціальне зростання відносно недорогих інтернет-зв'язків. Поява інтернету практично не має собі рівних за впливом на розширення міжнародної комунікації між елементами громадянського суспільства і на сприяння охопленню цих груп медіа-каналами, які можуть миттєво зосередити увагу на діяльності ТНК у усьому світі [6].

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності не тільки сприяє вирішенню соціальних проблем, але й підвищує лояльність до бренду. Існують різні моделі та стратегії, які можна використовувати для вирішення соціальних проблем зацікавлених громад, підвищуючи цим ефективність компанії та сприяючи прийняттю споживачів.

Необхідно зазначити причину, чому корпоративна соціальна відповідальність стала такою актуальною сучасною проблемою. Очевидно, що компанії вмотивовані приділяти особливу увагу питанням корпоративної соціальної відповідальності в період усе більшої глобалізації, яка призводить до зростання конкуренції не лише на ринку збуту, але й у боротьбі за персонал. Це також впливає на бренд і репутацію компанії, а також на їх доходи (рис. 1). Наприклад, у ХХІ столітті споживання косметичних засобів, які тестуються на тваринах, поступається споживанню більш етичної косметики [4].



*Рис. 1 – Порівняльна характеристика найбільших косметичних компаній світу за доходами (2020 та 2007 роки) [10]*

Щороку, починаючи з 2010 року, L'Oréal пропонує своїм співробітникам по всьому світу можливість брати участь у соціальних і благодійних заходах. Ці заходи підтримують місцеві соціальні, екологічні та громадські організації.

День громадянства – це день, коли співробітники L'Oréal можуть брати участь у різноманітних соціальних заходах, наприклад, ремонт соціальних чи громадських приміщень, надання різноманітних робочих місць для незахищених груп населення, підтримка молодих підприємців, прибирання сміття чи проведення семінарів для покращення добробуту неблагополучних груп населення.

L'Oreal Україна запустила краудфандингову кампанію з благодійним фондом «Таблеточки» для збору коштів для співробітників на придбання ліків для онкохворих дітей. Спільними зусиллями співробітників компанія пожертвувала кошти на суму 250 тис. грн. Ініціативу підтримують бренди компанії La Roche-Posay і L'Oreal Paris [9].

Потужність GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft) викликає тривогу та занепокоєння щодо їх впливу зараз і в майбутньому. Ці гіганти керують цифровим ринком, відіграють важливу роль у нашому повсякденному житті та демонструють нашу залежність від цифрових і глобальних мереж. Успіх і зростання цих корпорацій були швидкими та стабільними протягом десятиліття чи більше. Навіть зараз вони продовжують рости з кожним днем і накопичувати капітал.

Потенційна стратегія цих компаній базується на зв'язку з користувачами: не лише через участь у повсякденному житті, але й через управління інформацією про користувачів і престиж кожного бренду. Ці міжнародні корпорації стали необхідним складником інфраструктури глобальної економіки та мають реальну можливість нав'язувати кожному свій вибір. На щастя, все ще є способи врегулювати їх модель корпоративної соціальної відповідальності. Уся справа в ресурсах, якими володіє GAFAM. Ці компанії володіють майже всіма ресурсами економіки: людськими ресурсами, капіталом, підприємницьким талантом та інформацією. Зрештою, чим більше ресурсів має у володінні та контролює GAFAM, тим більше поширюється влада GAFAM у відносинах на міжнародному рівні. І це можна виправити, скорегувавши пріоритети самої держави, у цьому випадку США [5].

Іншими словами, в основі проблеми домінування GAFAM лежить фактор поблажливості держави, який можна простежити від ухилення від корпоративної соціальної відповідальності до ухилення від сплати податків. Ці компанії успішно керують прийняттям державних рішень, опосередковано оплачуючи або здійснюючи прямий тиск на політичних чиновників.

Усе це робиться для досягнення приватних інтересів, а також для того, щоб ці інтереси збігалися з державним законодавством, політичними та нормативними результатами [7]. Про це також свідчать величезні податкові пільги від уряду, мільярди доларів субсидій і сотні контрактів на закупівлі з Міністерством внутрішньої безпеки, Міністерством оборони й імміграційною та митною службою. У США економічна та політична влада йдуть пліч-о-пліч, і бажання уряду поставити приватні інтереси GAFAM вище суспільного блага не лише американського населення, а й усього світу, псує поняття демократії [8].

**Висновки.** Система корпоративної соціальної відповідальності сучасних ТНК чітко регламентована внутрішніми документами, що визначають перелік зацікавлених сторін та стейкхолдерів, зони їх відповідальності, що значно спрощує процеси співпраці та відповідальності. Етичні норми допомагають уникнути ризиків опортуністичної поведінки персоналу, конфлікту інтересів, випадків хабарництва, корупції, шахрайства. Реорганізація системи управління (зокрема організаційної структури) є одним із напрямів реалізації корпоративної соціальної відповідальності, що сприяє чіткому визначенню сфер відповідальності в рамках планів взаємодії та корпоративних програм розвитку. Розвиток корпоративної культури базується на використанні моральних принципів етичного кодексу компаній.

*Abstract.* This article examines the concept of corporate social responsibility research in transnational corporations. In global practice, the concept of corporate social responsibility is synonymous with an efficient and transparent enterprise with a sustainable effect. Corporate social responsibility is considered as the ability of an organization or business to assess the impact of its actions on sustainable social development. Multinational corporations have created a positive image in society, expanded profit models and demonstrated the benefits of corporate investment in society. The task is to determine the challenges and problems of corporate social responsibility and to analyze the state of development and the future direction of development of multinational companies.

*Keywords:* corporate social responsibility, transnational corporations, competitiveness, business, profit.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ashrafi M., Magnan G. M., Adams M., Walker T. R. Understanding the conceptual evolutionary path and theoretical underpinnings of corporate social responsibility and corporate sustainability. *Sustainability*. 2020. № 12 (3), 760 p.
2. Renouard C., Ezvan C. Corporate social responsibility towards human development: A capabilities framework. *Business Ethics: A European Review*. 2018. № 27 (2). P. 144–155.
3. The social responsibility of transnational corporations. *UNCTAD*. New York; Geneva: UN, 1999. 75 p. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/poiteiitm21\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/poiteiitm21_en.pdf)
4. Top ten cosmetics companies in the world. *Cosmetics technology*. 26.02.2021. URL: <https://www.cosmetics-technology.com/features/top-ten-cosmetics-companies-in-the-world/>
5. Getting at Gafam's «Power» in Society: A Structural Relational Framework. *Heliotrope*. 20.01.2020. URL: <https://www.heliotropejournal.net/helio/gafams-power-in-society>
6. Poulson J. Reports of a Silicon Valley / Military divide have been greatly exaggerated. *Tech inquiry*. 2020. URL: <https://techinquiry.org/SiliconValley-Military/>
7. US cities and states give big tech \$9,3 bn in subsidies in five years. *The Guardian*. 02.07.2018. URL: <https://www.theguardian.com/cities/2018/jul/02/us-cities-and-states-give-big-tech93bn-in-subsidies-in-five-years-tax-breaks>
8. Why Amazon paid no 2018 US federal income tax. *CNBC*. 04.04.2019. URL: <https://www.cnbc.com/2019/04/03/why-amazon-paid-no-federal-income-tax.html>
9. День Соціальної корпоративної відповідальності «Citizen Day». *L'Oreal Groupe*. URL: <https://www.loreal.com/uk-ua/ukraine/articles/commitment/ukraine-citizen-day/>
10. The Estee Lauder Companies Inc 2007 Annual Report. *Estee Lauder Companies Inc*. URL: [https://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReportArchive/e/NYSE\\_EL\\_2007.pdf](https://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReportArchive/e/NYSE_EL_2007.pdf)

УДК 339.976.2

#### ОСНОВНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

*С. А. Варцаба, Т. В. Орехова*

*Анотація.* У цьому дослідженні подана інформація про сучасні виклики, що загострюють проблеми глобальної продовольчої безпеки, до яких автор відносить кліматичні зміни, деградацію земель, природні катаклізми, повені, посухи, що, зі свого боку, спричиняє падіння врожайності, зростання цін на світових ринках продовольчих товарів, зростання голоду у країнах, що розвиваються. Методологічною основою дослідження є концепція