

Шифр
КСВ ТНК

**ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА
РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ТНК**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТНК.....	5
1.1. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності у контексті розвитку міжнародних економічних відносин.....	5
1.2. Вплив корпоративної соціальної відповідальності ТНК на зацікавлені сторони та на уникнення неправомірних дій ТНК.....	7
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ МОДЕЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	12
РОЗДІЛ 3. ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СВІТОВИХ ТНК ДЛЯ УКРАЇНИ.....	24
ВИСНОВКИ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31
ДОДАТКИ.....	37

ВСТУП

Актуальність обраної теми. В останні десятиліття все більше уваги приділяється корпоративній соціальній відповідальності (КСВ) – добровільній інтеграції ініціатив з вирішення соціальних і екологічних проблем в діяльність світових транснаціональних корпорацій (ТНК). Діяльність будь-якої компанії не обмежується досягненням певних фінансових показників. ТНК відіграють важливу роль в суспільстві, впливаючи на своїх стейкхолдерів (зацікавлені сторони: акціонерів, співробітників, економічних партнерів, які включають споживачів і постачальників) та на розвиток регіонів. Їхній бізнес впливає на економіку, суспільство та навколишнє середовище, і саме це формує корпоративну соціальну відповідальність компанії. Надзвичайно важливо для бізнесу намагатися зменшити негативний вплив та примножувати позитивний. Досягання цієї мети можливо лише при дотримуванні принципів сталого розвитку, а саме балансу між задоволенням сучасних потреб і захистом інтересів майбутніх поколінь. Незважаючи на те, що КСВ в Україні популяризується вже більше 10 років, рівень розуміння її сутності та принципів в українському бізнесі вкрай низький. Отже, поширення обізнаності українських компаній про основні практики впровадження КСВ, використання міжнародного досвіду та співпраця з неурядовими профільними експертними організаціями є нагальним питанням для України.

Ступінь вивчення проблеми. Вказана проблема є об'єктом вивчення широкого кола зарубіжних вчених-економістів, зокрема: Й. Фернандез-Гуадано, Й. Сарріа-Педроза, Й. Суї, С. Сеалу, С. Агогліа, Д. Піерцеу, Е. Караосманоглу, Н. Чрістенсен, Л. Наїл, С. Леуз, Е. Рубалтеллі, Л. Лотто, І. Рітов, Р. Руміаті, П. Мартін, Д. Мосер, Л. Ліао, Г. Чен, Д. Женг, Д. Ратмоно, А. Йуліарто, Й. Кнудсен, Й. Неелам, Г. Шаства, С. Боубакер, а також низка українських вчених та вчених країн СНГ: Родіонова Т. А., Павлов Э. Л., Толстов І. В., Лагута Я. М., Бичкова Н. В., Кірікова О. П., Кологойда О., Харченко І. М., Овчарова І. В., Дмитренко О. М. та інші. Однак в умовах

зростання світових проблем екологічного, соціального та управлінського характеру, які державні структури не завжди в змозі ефективно і самостійно вирішити, концепція корпоративної соціальної відповідальності, в рамках якої частина навантаження по врегулюванню перерахованих вище проблем беруть на себе ТНК, потребує подальшого вивчення.

Мета і задачі дослідження. Метою роботи є дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток сучасних транснаціональних корпорацій.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішені наступні завдання:

- Дослідити формування концепції корпоративної соціальної відповідальності у контексті розвитку міжнародних економічних відносин;
- Охарактеризувати вплив КСВ ТНК на зацікавлені сторони;
- Розглянути КСВ як спосіб уникнення неправомірних дій ТНК;
- Проаналізувати методи моделювання КСВ;
- Визначити досвід впровадження КСВ світових ТНК для України.

Об'єктом дослідження є корпоративна соціальна відповідальність сучасних ТНК.

Предметом дослідження є вплив корпоративної соціальної відповідальності на розвиток сучасних ТНК.

Методи дослідження. У процесі дослідження в рамках комплексного підходу використані такі загальнонаукові методи пізнання як порівняльні, статистичні та графічні. Для виявлення впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток сучасних ТНК був використаний математико-статистичний метод вивчення взаємозв'язку, а саме регресійний аналіз.

Основні результати дослідження були представлені на десятій міжнародній науково-практичній конференції «Добробут націй в умовах глобальної нестабільності» 27-28 травня 2020 року, матеріали по темі роботи прийняті до друку у науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» у випуск 51/2021 від 30 березня 2021 року.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТНК

1.1. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності у контексті розвитку міжнародних економічних відносин

Ще з кінця XIX століття підприємці почали все частіше приділяти увагу добробуту своїх працівників, а також підіймати питання впливу діяльності їхніх підприємств на суспільство в цілому. З появою робочих рухів, викликаних промисловою революцією, підприємства, хоча і в обмеженому масштабі, почали надавати соціальне забезпечення, включаючи, наприклад, будівництво лікарень та лазень, надання продовольчих талонів, тощо. У той же період в США активізувалися окремі бізнес-філантропи (наприклад, Джон Д. Рокфеллер і Корнеліус Вандербільт). І хоча легітимність філантропії ще не була остаточно встановлена, подальші її вигоди визнавалися місцевими громадами і різними соціальними групами. Велика депресія 1929 року ще більше посилила цю тенденцію з введенням державного піклування. Благодійність бізнесу в цей період можна виділити як рушійну силу розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності [1].

Перші концепції КСВ почали виникати ще в 1950-х роках. Головні ідеї науковців цих років можна узагальнити у три тези: корпоративні менеджери повинні представляти собою громадських піклувальників через систему акціонерного капіталу; вимоги зацікавлених сторін до корпоративних ресурсів повинні бути збалансовані; ділова філантропія повинна бути прийнята.

Наступний етап — 1960-ті і 1970-ті роки — відрізнявся особливо бурхливим зростанням соціальних рухів за трудові права, посиленням захисту прав споживачів і розвитком охорони навколишнього середовища. У цей період трудові питання зазнали перехід від статусу особливого інтересу до предмету формального державного регулювання [2]. Зміна соціального середовища

бізнесу привели до дискусії про те, чи слід компанії виходити за рамки правових вимог і активно намагатися поліпшити суспільство і навколишнє середовище [3].

Протягом 1980-х і 1990-х років попередні концепції були розширені наступними науковцями, сформована концепція послужила основою сучасних принципів КСВ. Зокрема, у 1984 році в монографії Е. Фрімана «Стратегічне управління: роль зацікавлених сторін» був введений термін «stakeholder» (стейкхолдер), що стало початком бурхливого розвитку теорії зацікавлених сторін, яка зараз і лежить в основі сучасної концепції КСВ [4].

З початком XXI століття все більша увага приділяється саме реалізації ініціатив в області КСВ і емпіричному вивченню її впливу. Однак деякий розвиток концепцій корпоративної соціальної відповідальності спостерігається постійно [5]. У додатку А коротко викладаються основні напрямки розвитку концепцій КСВ.

В основі сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності лежить «концепція потрійного критерію» («Triple Bottom Line» або «3Ps»). Ця концепція розглядає 3 сфери: «People» — соціальний результат, «Planet» — екологічний результат, «Profit» — економічний результат (див. рис. 1.1).



Рис. 1.1. Сутність концепції потрійного критерію.

Джерело: складено автором на основі [6].

Це концепція спонукає світові корпорації більш об'єктивно поглянути на вплив своєї діяльності на людей і планету, а не зосереджуватися тільки на прибутку. Сьогодні все більше і більше компаній використовують цю концепцію, яка робить акцент на зборі даних, аналізі та прийнятті рішень з використанням економічної, екологічної та соціальної інформації про результати діяльності, що в результаті зможе призвести до успішного та сталого розвитку компанії в умовах сучасних міжнародних економічних відносин. На сьогоднішній день ця концепція все частіше використовується в якості критерію для оцінки стійкості фінансових ринків, галузей, установ і корпорацій [6].

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин у світових компаній є більш широкі зобов'язання, ніж максимізація прибутку. Впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності, включаючи конкретну відповідальність перед клієнтами, співробітниками, постачальниками і суспільством в цілому, хоча і не в короткостроковій перспективі, але призведе до підвищення світового іміджу компанії, збільшення обсягу продажів, відкриття додаткових можливостей для вигідного задоволення існуючих або виникаючих потреб. А в глобальному масштабі — до економічного зростання та соціальної і політичної стабільності.

1.2 Вплив корпоративної соціальної відповідальності ТНК на зацікавлені сторони та на уникнення неправомірних дій ТНК

В останні роки світові компанії докладають значних зусиль для розробки політики корпоративної соціальної відповідальності, засновуючи свої рішення на поліпшенні результатів діяльності компанії і подальших вигодах для акціонерів та інших зацікавлених сторін. Наприклад, інститути в Іспанії просувають цілий ряд стратегій на користь ефективного корпоративного управління та сталого розвитку за підтримки Європейського Союзу, який розглядає КСВ як ключовий елемент конкурентоспроможності бізнесу, який

дозволить компаніям бути в оптимальних умовах для досягнення амбітних цілей зростання. Згідно результатам досліджень з використанням корельованих випадкових ефектів на базі іспанських компаній звітність з питань сталого розвитку добре зарекомендувала себе саме у великих компаніях Іспанії, але її необхідно ширше впроваджувати на малих і середніх підприємствах. Однак це дослідження має певні обмеження, які повинні бути розглянуті в майбутніх роботах. Необхідно вміти вимірювати «створення цінності зацікавленими сторонами», що є одним з найскладніших питань в теорії зацікавлених сторін. Майбутні дослідження повинні включати в себе збір саме якісних показників, встановлених в рамках Глобальної ініціативи зі звітності і, крім того, повинні включати в себе ринкові коефіцієнти [7].

Корпоративна соціальна відповідальність пов'язана з такими позитивними результатами як підвищення репутації, підвищення якості доходів і зниження вартості власного капіталу [8]. В результаті цього звітність по КСВ стала стандартною практикою для багатьох великих і середніх компаній по всьому світу. У той час як попередні дослідження показували, що компанії можуть отримати вигоду з реалізації ініціатив КСВ, зростання і впровадження звітності по КСВ призвели до виникнення питань про те, чи завжди результати ініціатив КСВ сприятливі для компаній та їх інвесторів [9].

Одним з факторів, який може вплинути на інвестиційні переваги, є те, наскільки добре діяльність компанії в області КСВ відповідає її бізнес-операціям, наприклад: кампанія PepsiCo «All In On Recycling» може розглядатися як високоефективна КСВ-ініціатива, в той час як їх участь в ініціативі, спрямованої на лікування малярії в Африці, буде розглядатися як низькоефективна КСВ. Попередні дослідження показали, що мотиви керівництва брати участь у діяльності КСВ можуть варіюватися в діапазоні від зовнішніх і корисливих (наприклад, отримання прибутку від ініціатив КСВ) до внутрішніх і громадських (наприклад, позитивний вплив на навколишнє середовище і суспільство) [10].

Тривалість часу, протягом якого інвестори мають намір здійснювати інвестиції, також може вплинути на їх сприйняття діяльності в області КСВ. КСВ тісно пов'язана з нефінансовими інтересами та цілями [11], і попередні дослідження показують, що інвестори інтегрують нефінансові інвестиційні цілі в свої інвестиційні рішення в спробі максимізувати їх загальну корисність [12]. Довгострокові інвестори тримають акції протягом тривалого періоду часу, і тому продукти, цілі та соціальні взаємодії компанії можуть стати для них більш важливими і значущими. Короткострокові інвестори, як правило, пов'язані з простою метою швидкого заробітку грошей. Таким чином, нефінансові інвестиційні наслідки, пов'язані з відповідністю діяльності компанії в області КСВ її бізнес-операціям, повинні надавати більш сильний вплив на довгострокових інвесторів, ніж на короткострокових. Насправді, короткостроковий інвестор може розглядати участь компанії в КСВ як непотрібну вартість, яка відхиляється від основної мети інвестора — максимізації багатства [13].

КСВ на сьогоднішній день служить перспективним інструментом розширення сучасного бізнесу і виходу на нові ринки. В результаті загострення ринкової конкуренції компанії використовують різноманітні інструменти з метою розширення свого впливу, впровадження на нові ринки та формування позитивного маркетингового образу. Для вирішення цього завдання на соціальні проекти виділяються значні кошти. При цьому дослідження та опитування показують, що діяльність КСВ приносить певний фінансовий ефект, що дає перевагу в подальшій конкурентній боротьбі [14].

Фірми, які здійснюють заходи з КСВ, більше стурбовані зміцненням відносин із зацікавленими сторонами та готові вживати етичні дії для досягнення соціального благополуччя. Емпіричні результати, представлені в одному з досліджень, яке ґрунтується на вибірці китайських фірм, дозволяють припустити, що КСВ може ефективно знизити ймовірність шахрайської корпоративної діяльності. Цей ефект більш виражений для фірм з добровільною і постійною участю в КСВ. Інвестори і регулюючі органи відчувають значні

хвилювання щодо корпоративного шахрайства, оскільки більша кількість випадків шахрайства може призвести до значних негативних санкцій, таких як публічна критика, осуд, грошові штрафи та, що більш серйозно, призупинення торгівлі та відкликання ліцензії на ведення бізнесу фірм [15].

Крім цього рівень розкриття корпоративної соціальної відповідальності може впливати на рівень податкової агресивності в компаніях. Статистичне тестування цієї гіпотези проводилося з використанням регресійного аналізу методом найменших квадратів, вибірка складалася з нефінансових компаній, зареєстрованих на індонезійській фондовій біржі IDX в 2015-2017 роках. Результати описового статистичного аналізу показали, що компанії з низьким рівнем розкриття інформації про КСВ, як правило, більш агресивні у прийнятті різних заходів для мінімізації суми податку, що підлягає сплаті. Погана корпоративна культура призведе до менш етичної діяльності, а саме — до низької КСВ і високого рівня податкової агресивності. Ці результати дають емпіричну підтримку теорії легітимності, згідно з якою компанії завжди намагаються отримати підтримку від свого інституційного середовища, використовуючи корпоративну соціальну відповідальність для підтримки іміджу в очах громадськості [16]. Іншими словами, суспільство наділяє бізнес владою та забезпечує йому легітимність, і цю владу в довгостроковій перспективі втрачає той бізнес, хто з точки зору суспільства, не використовує її відповідально [17].

Традиційно програми КСВ визначалися як добровільні соціальні, екологічні та управлінські ініціативи, що виходять за рамки дотримання законодавства. Однак оскільки національні уряди вживають значних ініціатив та проводять політику КСВ, точка зору, за якою уряди не відіграють жодної ролі, стає все більш недоречною. Наприклад, регулювання нефінансової звітності в Данії, країні-лідері по залученню уряду в КСВ, з'явилося після схвалення і сприяння ініціатив КСВ (наприклад, Глобальний договір ООН), розширення регулювання відбувалося через дуже м'яку версію закону (тобто звіти були потрібні тільки від тих компаній, які стверджували, що мають

програми КСВ), і навіть у своєму нинішньому прояві вимоги є «м'якими» за формами дотримання. Після прийняття Директиви ЄС про нефінансову звітність великі фірми повинні також звітувати з соціальних і пов'язаних з працівниками питань, питань боротьби з корупцією та хабарництвом на додаток до звітності з питань навколишнього середовища і прав людини. У той час як більшість обов'язкових заходів з КСВ все ще в переважній більшості своїй «м'які», деякі недавні урядові ініціативи підкреслюють більш конкретні обов'язкові нормативні вимоги. Наприклад, ряд урядів приймають більш конкретні нормативні ініціативи для підвищення прозорості КСВ в ланцюжках поставок: у лютому 2017 року парламент Нідерландів прийняв законопроект, який вимагає від компаній проводити належну перевірку того, чи використовується дитяча праця в їхніх власних операціях або в їхніх ланцюжках поставок. Закон про корпоративну відповідальність 2017 року у Франції встановлює обов'язок материнських компаній виявляти і запобігати несприятливих наслідків для прав людини і навколишнього середовища, що виникають в результаті їхньої власної діяльності, діяльності компаній, які вони контролюють, а також діяльності їхніх субпідрядників і постачальників, з якими вони мають встановлені комерційні відносини. У 2015 році Уряд Великобританії прийняв закон про сучасне рабство, перший законодавчий акт Великобританії, присвячений попередженню і судовому переслідуванню сучасного рабства і захисту жертв [18]. У додатку Б наведені приклади різних видів регулювання корпоративної соціальної відповідальності, які здійснює держава. Визначення оптимального поєднання між «жорстким» і «м'яким» обов'язковим регулюванням КСВ та іншими необов'язковими програмами КСВ для вирішення основних соціальних проблем залишається ключовим завданням як для урядів, так і для лідерів бізнесу [18].

З кожним роком кількість досліджень на тему зв'язку корпоративної соціальної відповідальності з успішним розвитком сучасних ТНК все збільшується, теми стають більш різноманітними, а значимість КСВ як невід'ємної складової існування будь-якої компанії в умовах глобалізації все більш зростає.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИ МОДЕЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

На даному етапі економічних досліджень не існує єдиного загально визнаного способу вимірювання та оцінки корпоративної соціальної відповідальності. КСВ має доволі складну структуру та відрізняється від корпорації до корпорації, тому винайти засоби надання їй об'єктивної оцінки — головна задача, яка стоїть зараз перед науковцями, які досліджують цю сферу.

Одним з найбільш поширених методів оцінки КСВ є рейтинги та індекси, саме вони після їх оприлюднення можуть впливати на «соціально відповідальні» інвестиції, а також на деяких споживачів та теперішніх і потенційних співробітників. Одним з найпопулярніших є рейтинг, який публікується американською фінансовою компанією MSCI. Задля виміру ступеню корпоративної соціальної відповідальності компанія використовує рейтинг ESG (Environmental, Social and Corporate Governance). Цей рейтинг призначений допомагати інвесторам визначити ризики і можливості та інтегрувати ці фактори в процес побудови свого портфеля і управління ним. MSCI оцінює компанії за 37 ключовими пунктами, які згруповані у 3 основні напрями, які відповідають назві рейтингу: екологічний, соціальний та управлінський напрями (див. додаток В). Щоб отримати остаточний рейтинг MSCI ESG, зважені середні бали за кожним ключовим пунктом підсумовуються та нормалізуються по галузям. Підсумкова скоригована по галузі оцінка кожної компанії відповідає буквеному значенню за шкалою від найкращої (AAA) до найгіршої (CCC). Ці оцінки ефективності діяльності компанії не є абсолютними, вони є відносними до стандартів і показників діяльності галузевих колег компанії [19].

Спираючись на все вищесказане, можна зробити висновок, що для дослідження взаємозв'язку між КСВ та фінансовою результативністю світових

ТНК за допомогою регресійного аналізу в якості незалежної змінної буде раціональним узяти показник КСВ за рейтингом MSCI ESG.

Задля адекватного моделювання корпоративної соціальної відповідальності за допомогою саме рейтингу MSCI ESG доцільним буде присвоїти буквеним значенням рейтингу цифрові. У подальших моделюваннях будуть використані саме цифрові аналоги рейтингу КСВ, представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Шкала рейтингу MSCI ESG

Буквене значення рейтингу	CCC	B	BB	BBB	A	AA	AAA
Цифрове значення рейтингу	1	2	3	4	5	6	7
Тип компанії згідно рейтингу	Відстаюча		Середня			Лідуюча	

Джерело: [20].

Згідно з попередніми дослідженнями саме на тему впливу КСВ на фінансову результативність компаній, доцільним буде спробувати виявити вплив на наступні показники ефективності: рентабельність активів (ROA), рентабельність власного капіталу (ROE), рентабельність інвестованого капіталу (ROIC) та загальний обсяг продажів (Sales).

Ефективність діяльності компанії можна вимірити за допомогою коефіцієнту рентабельності активів у контексті ефективності розпорядження активами для отримання чистого прибутку. А за допомогою коефіцієнту рентабельності власного капіталу ефективність найчастіше вимірюють аналітики та інвестори. Рентабельність інвестованого капіталу є універсальним показником оцінки ефективності використання фінансових ресурсів, які належать як власникам, інвесторам, так і кредиторам [21]. Щодо загального обсягу продажів, цей показник відображає ефективність діяльності компанії у якості індикатора попиту споживачів.

Таким чином, можна зробити висновок, що ці чотири показники при моделюванні нададуть змогу показати вплив корпоративної соціальної відповідальності на всіх стейкхолдерів ТНК.

Для побудови адекватної моделі за допомогою регресійного аналізу необхідно вибрати декілька контрольних незалежних змінних. Попередні дослідники більш ранніх років, наприклад, Ульман А., вважали розмір компанії та ризик тими показниками, які впливали на залежність між КСВ та фінансовою результативністю компаній, зокрема, Берк Л., Берден П. та Гесслінг Т. вважали, що розмір компанії є найбільш значущим фактором у цій залежності [22]. Очевидно, що великі транснаціональні корпорації зі значною кількістю активів більш розвинені в області корпоративної соціальної відповідальності, вони виділяють більше коштів та здійснюють більш масштабні КСВ-ініціативи, ніж маленькі фірми. Для стейкхолдерів розмір компанії та її залучення до КСВ є позитивним показником стабільності та майбутнього розвитку, адже залученість компанії у КСВ-діяльність є показником того, що вона вийшла на ринок на довго, що пояснюється довгостроковим ефектом КСВ. Отже, з огляду на вищесказане, можна зробити висновок, що у якості першої контрольної незалежної змінної доцільно буде використати розмір компанії. При моделюванні розмір компанії буде виражений через сукупність її активів, як один з методів оцінки розмірів компанії через фінансові показники [23].

Як зазначалося вище, ще одним фактором, який впливає на залежність між корпоративною соціальною відповідальністю та фінансовою результативністю компаній є ризик. Від ступеню ризику залежить такий показник як вартість акціонерного капіталу. Можна сказати, що це норма доходності, яку вимагають акціонери в якості компенсації за ризик інвестування в акції компанії. Для оцінки ризику використовують модель ціноутворення капітальних активів (Capital asset pricing model, CAPM) [24]. Цей підхід базується на теорії, що вартість акціонерного капіталу залежить від ставок, які склалися на ринку, а також від долі ризику, з якою пов'язують вкладення в дану компанію. Так як абсолютну долю ризику оцінити вкрай складно, на практиці застосовують відносний показник, який визначає, наскільки вкладення в дану компанію ризиковане у порівнянні зі середнім значенням по ринку. Цей показник — бета-коефіцієнт (β) — міра оцінки систематичного ризику. Бета-

коефіцієнт як показник ризику буде використаний у якості ще одної доцільної контрольної незалежної змінної у моделі.

Отже, гіпотеза, яка буде досліджуватися — це гіпотеза впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток сучасних транснаціональних корпорацій. У якості незалежної змінної виступає показник КСВ компаній за індексом MSCI ESG, яка впливає на залежну змінну — фінансову результативність компаній, виражену через такі чотири показники як рентабельність активів, власного капіталу, інвестованого капіталу та загальний обсяг продажів. В модель також включені дві контрольні незалежні змінні: розмір компаній та ризик. Доцільним буде провести регресійний аналіз чотирьох окремих моделей.

З метою оцінки впливу корпоративної соціальної відповідальності на ключові фінансові показники діяльності провідних ТНК були систематизовані дані 8 компаній за чотири роки (2016-2019). Кількість обраних компаній є обмеженою оскільки була зроблена вибірка з топу компаній рейтингу Fortune Global 500, який формується раз на рік діловим журналом «Fortune». Кожна з цих ТНК займала провідні місця у даному рейтингу протягом 2016-2019 роки. Описова статистика обраних змінних наведена в таблиці 2.2. Детальна інформація щодо обраних показників наведена в Додатку Г.

Таблиця 2.2

Описова статистика змінних

Змінна	Середнє значення	Медіана	Стандартне відхилення	Мінімум	Максимум
ROA	0,06934	0,0560	0,05783	-0,0160	0,201
ROE	0,1957	0,129	0,1929	-0,0440	0,680
ROIC	0,09002	0,06315	0,07620	0,00150	0,2878
Sales	283,7	255,6	92,75	186,6	514,4
ESG	3,656	4,00	0,9019	2,00	5,00
Risk	0,8834	0,8776	0,2851	0,1886	1,313
Size	302,2	308,4	203,1	47,43	817,73

Джерело: розраховано автором.

Таким чином, було сформовано панельну структуру даних загальним обсягом у 24 спостереження (1:1-8:4). На основі вищенаведених припущень щодо впливу КСВ на ефективність діяльності компаній була проаналізована регресійна модель залежності фінансових показників діяльності ТНК від рейтингу якості КСВ з лагом в один рік. Незалежна змінна була включена в модель з даним лагом, оскільки ефект впливу від діяльності компаній у сфері КСВ доцільно оцінювати з певним часовим розривом, бо, як зазначалося раніше, КСВ має довгостроковий ефект. На основі аналізу кореляційної матриці були обрані статистично значущі змінні та були формалізовані наступним чином чотири моделі:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_1_{it} + \beta_2 Risk_{it} + \beta_3 l_Size_{it} + \varepsilon_{it} \quad i=1,\dots,N, t=1,\dots,T. \quad (2.1)$$

Формула 2.1

де i – номер компаній, t – час, $\beta_1, \beta_2, \beta_3$, – вільний невідомий компонент моделі, ε_{it} – похибка моделі, де ROA – рентабельність активів, %, ESG_1 – оцінка КСВ за рейтингом MSCI ESG з лагом в один рік, $Risk$ – бета, міра оцінки систематичного ризику, l_Size – логарифм сукупних активів компанії, млн. дол. США. Логарифмізація змінної була зроблена з метою нормалізації залишків та для підвищення якості статистичних оцінок.

Коефіцієнти специфікації моделі 2.1 та їх статистичні оцінки представлені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Результати оцінки моделі 2.1

Змінна	Коефіцієнт	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	
const	-0,102921	0,0663328	-1,552	0,1364	
ESG_1	0,0334216	0,0111447	2,999	0,0071	***
Risk	0,0413461	0,0361351	1,144	0,2660	
l_Size	0,00356357	0,0113386	0,3143	0,7566	
R-квадрат	0,414535				
F(3, 20)	4,720289				

Джерело: розраховано автором.

Коефіцієнт детермінації R^2 моделі 2.1 становить 0,414, що означає, що варіативність залежної змінної на 41,4% пояснюється даним набором

незалежних змінних. Отриманий коефіцієнт детермінації невисокий, але основне завдання даного дослідження не пояснити певні фінансові показники певними незалежними змінними, а простежити вплив саме корпоративної соціальної відповідальності на окремі показники результативності компаній. Спираючись на це, треба звертати увагу на інші статистичні оцінки саме змінної ESG_1.

Низькі Р-значення свідчать про слабкість нульової гіпотези та відповідно про справедливість альтернативної гіпотези. Така змінна як ESG_1 згідно результатам моделі 2.1 є статистично значущою за рівнем 1% (***) , що свідчить про низьку ймовірність нульового значення відповідного β коефіцієнта. Це означає, що існує тільки 1% ймовірності того, що коефіцієнт цієї змінної дорівнює нулю, і 99% того, що він статистично відрізняється від 0. Інші змінні, які були контрольними, виявилися статистично не значущими.

Модуль коефіцієнта Стюдента (t-статистика) змінної ESG_1 перевищує критичне значення, яке дорівнює 1,745, що означає, що вона є значущою, у той час як модуль коефіцієнта Стюдента інших змінних нижче за критичне значення.

Значення розрахункового критерію F статистики Фішера свідчить про адекватність моделі в цілому. Критерій F моделі 2.1 дорівнює 4,72, що більше, ніж критичне значення F-критерії, яке дорівнює 3,098. Отже, можна зробити висновок, що гіпотеза о незначущості регресії в цілому відкидається.

Крім аналізу статистичних оцінок моделі 2.1 був проведений тест на мультиколінеарність (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Перевірка на мультиколінеарність

Змінні	VIF-коефіцієнт
ESG_1	1,168
Risk	1,036
I_Size	1,131

Джерело: розраховано автором.

Мінімальне можливе значення критерію VIF дорівнює 1, значення більше 10 можуть вказувати на наявність мультиколінеарності. Значення критерію VIF для усіх змінних моделі 2.1 менше, ніж 10, тому дані фактори визнаються неколінеарними, а це свідчить про те, що їх можна включати в модель регресії одночасно.

Треба зазначити, що панельні дані вимагають певних методів аналізу та інтерпретацій. При аналізі панельних даних необхідно вибрати, яка з моделей панельних даних (об'єднана модель МНК, модель з фіксованими ефектами або модель з випадковими ефектами) найбільше підходить для певної ситуації. В якості критеріїв перевірки використовуються три окремих тести: критерій Хаусмана, критерій Бройша-Пагана та тест на відмінність констант в групах [25]. Тому наступним кроком була проведена панельна діагностика моделі 2.1, щоб перевірити, чи має перевагу представлена модель об'єданого МНК над панельними моделями з фіксованими та випадковими ефектами. Згідно результатів панельної діагностики моделі 2.1 можна зробити висновок, що адекватність використаної об'єднаної моделі панельних даних МНК була підтверджена, використовувати панельні моделі з фіксованими та випадковими ефектами для обраної незалежної змінної, набору залежних змінних та представленої вибірки ТНК буде недоцільним.

Отже, на основі застосування методу МНК були отримані наступні значення:

$$ROA = -0,102921 + 0,033ESG_1 + 0,041Risk + 0,003l_Size \quad (2.1)$$

(-1,552)
(2,999***)
(1,144)
(0,314)

Друга модель 2.2 була формалізована наступним чином:

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_1_{it} + \beta_2 Risk_{it} + \beta_3 l_Size_{it} + \varepsilon_{it} \quad i=1, \dots, N, t=1, \dots, T. \quad (2.2)$$

Формула 2.2

де ROE — рентабельність власного капіталу, %.

Коефіцієнти специфікації моделі 2.2 та їх статистичні оцінки представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Результати оцінки моделі 2.2

Змінна	Коефіцієнт	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	
const	-0,161720	0,252828	-0,6396	0,5297	
ESG_1	0,0964950	0,0424780	2,272	0,0343	**
Risk	0,229642	0,137729	1,667	0,1110	
l_Size	-0,0336857	0,0432171	-0,7795	0,4448	
R-квадрат	0,324330				
F(3, 20)	3,200080				

Джерело: розраховано автором.

Коефіцієнт детермінації R^2 моделі 2.2 становить 0,324, що означає, що варіативність залежної змінної на 32,4% пояснюється даним набором незалежних змінних. Отриманий коефіцієнт детермінації моделі 2.2 нижче, ніж в попередній моделі 2.1.

Така змінна як ESG_1 згідно результатам моделі 2.2 є статистично значущою за рівнем 5% (**), що свідчить про низьку ймовірність нульового значення відповідного β коефіцієнта. Це означає, що існує тільки 5% ймовірності того, що коефіцієнт цієї змінної дорівнює нулю, і 95% того, що він статистично відрізняється від 0. Інші змінні, які були контрольними, виявилися статистично не значущими.

Модуль коефіцієнта Стюдента змінної ESG_1 перевищує критичне значення (1,745), що означає, що вона є значущою, у той час як модуль коефіцієнта Стюдента інших змінних нижче за критичне значення.

Критерій F моделі 2.2 дорівнює 3,2, що менше, ніж критичне значення F-критерії (3,098). Оскільки фактичне значення F менше за F-критичне, то коефіцієнт детермінації статистично не значимий, тобто знайдена оцінка рівняння регресії статистично не надійна.

Згідно проведеного тесту на мультиколінеарність, дані фактори виявилися неколінеарними, а це свідчить про те, що їх можна включати в модель регресії одночасно.

Вибір моделі МНК обґрунтований результатами панельної діагностики.

Отже, на основі застосування методу МНК були отримані наступні значення:

$$ROE = -0,161 + 0,096ESG_1 + 0,076Risk - 0,033l_Size \quad (2.2)$$

$$(-0,639) \quad (2,272^{**}) \quad (1,667) \quad (0,111)$$

Третя модель 2.3 була формалізована наступним чином:

$$ROIC_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_1_{it} + \beta_2 Risk_{it} + \beta_3 l_Size_{it} + \varepsilon_{it} \quad i=1, \dots, N, t=1, \dots, T. \quad (2.3)$$

Формула 2.3

де ROIC — рентабельність інвестованого капіталу, %.

Коефіцієнти специфікації моделі 2.3 та їх статистичні оцінки представлені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Результати оцінки моделі 2.3

Змінна	Коефіцієнт	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	
const	-0,0775997	0,101691	-0,7631	0,4543	
ESG_1	0,0362774	0,0170853	2,123	0,0464	**
Risk	0,0765137	0,0553967	1,381	0,1825	
l_Size	-0,00474479	0,0173825	-0,2730	0,7877	
R-квадрат	0,286436				
F(3, 20)	2,676107				

Джерело: розраховано автором.

Коефіцієнт детермінації R^2 моделі 2.3 становить 0,286, що означає, що варіативність залежної змінної на 28,6% пояснюється даним набором незалежних змінних. Отриманий коефіцієнт детермінації моделі 2.2 нижче, ніж в попередніх моделях 2.1 та 2.2.

Така змінна як ESG_1 згідно результатам моделі 2.3 є статистично значущою за рівнем 5% (**), що свідчить про низьку ймовірність нульового значення відповідного β коефіцієнта. Інші змінні, які були контрольними, виявилися статистично не значущими.

Модуль коефіцієнта Стюдента змінної ESG_1 перевищує критичне значення (1,745), що означає, що вона є значущою, у той час як модуль коефіцієнта Стюдента інших змінних нижче за критичне значення.

Критерій F нашої моделі дорівнює 2,676, що менше, ніж критичне значення F-критерії (3,098). Оскільки фактичне значення F менше за F-критичне, то коефіцієнт детермінації статистично не значимий, тобто знайдена оцінка рівняння регресії статистично не надійна.

Згідно проведеного тесту на мультиколінеарність, дані фактори виявилися неколінеарними, а це свідчить про те, що їх можна включати в модель регресії одночасно.

Вибір моделі МНК обґрунтований результатами панельної діагностики.

Отже, на основі застосування методу МНК були отримані наступні значення:

$$ROIC = -0,077 + 0,036ESG_1 + 6,14Risk - 0,004l_Size \quad (2.3)$$

$$(-0,763) \quad (2,123^{**}) \quad (1,381) \quad (-0,273)$$

Четверта модель 2.4 була формалізована наступним чином:

$$l_Sales_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_1_{it} + \beta_2 Risk_{it} + \beta_3 l_Size_{it} + \varepsilon_{it} \quad i=1, \dots, N, t=1, \dots, T. \quad (2.4)$$

Формула 2.4

де l_Sales – логарифм загального обсягу продажів, млн. дол. США. Логарифмізація змінної була зроблена з метою нормалізації залишків та для підвищення якості статистичних оцінок.

Коефіцієнти специфікації моделі 2.4 та їх статистичні оцінки представлені в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Результати оцінки моделі 2.4

Змінна	Коефіцієнт	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	
const	5,80823	0,243274	23,88	<0,0001	***
ESG_1	0,0756569	0,0408729	1,851	0,0790	*
Risk	-0,768643	0,132525	-5,800	<0,0001	***
l_Size	0,0474269	0,0415840	1,141	0,2675	
R-квадрат	0,647602				
F(3, 20)	12,25133				

Джерело: розраховано автором.

Коефіцієнт детермінації R^2 моделі 2.4 становить 0,647, що означає, що варіативність залежної змінної на 64,7% пояснюється даним набором

незалежних змінних. Отриманий коефіцієнт детермінації доволі високий, порівняно з моделями 2.1, 2.2 та 2.3.

Така змінна як ESG_1 згідно результатам моделі 2.4 є статистично значущою за рівнем 10% (*), що свідчить про низьку ймовірність нульового значення відповідного β коефіцієнта. Це означає, що існує тільки 10% ймовірності того, що коефіцієнт цієї змінної дорівнює нулю, і 90% того, що він статистично відрізняється від 0. Змінна Risk є статистично значущою за рівнем 1% (***). Інша змінна, яка була контрольною, виявилася статистично не значущою.

Модуль коефіцієнта Стюдента змінних ESG_1 та Risk перевищують критичне значення (1,745), що означає, що вони є значущими.

Критерій F моделі 2.4 дорівнює 12,251, що більше, ніж критичне значення F-критерії (3,098). Отже, можна зробити висновок, що гіпотеза о незначущості регресії в цілому відкидається.

Згідно проведеного тесту на мультиколінеарність, дані фактори виявилися неколінеарними, а це свідчить про те, що їх можна включати в модель регресії одночасно.

Вибір моделі МНК обґрунтований результатами панельної діагностики.

Отже, на основі застосування методу МНК були отримані наступні значення:

$$l_Sales = 5,808 + 0,075ESG_1 - 0,768Risk + 0,047l_Size \quad (2.4)$$

$$(23,88^{***}) \quad (1,851^*) \quad (-5,8^{***}) \quad (1,141)$$

На основі проведених регресійних аналізів чотирьох моделей була побудована зведена таблиця 2.11 отриманих даних.

Таблиця 2.11

Коефіцієнти специфікації моделей 2.1-2.4 та їх статистична оцінка

Параметри моделі	Модель 2.1 (ROA)	Модель 2.2 (ROE)	Модель 2.3 (ROIC)	Модель 2.4 (Sales)
	Коефіцієнт (t-статистика)			
const	-0,102921 (-1,552)	-0,161720 (-0,6396)	-0,0775997 (-0,7631)	5,80823 *** (23,88)
ESG_1	0,0334216 *** (2,999)	0,0964950 ** (2,272)	0,0362774** (2,123)	0,0756569 * (1,851)
Risk	0,0413461 (1,144)	0,229642 (1,667)	0,0765137 (1,381)	-0,768643 *** (-5,800)
l_Size	0,00356357 (0,3143)	-0,0336857 (0,1110)	-0,00474479 (-0,2730)	0,0474269 (1,141)
R ²	0,414535	0,324330	0,286436	0,647602
F (3, 20)	4,720289	3,200080	2,676107	12,25133

*** — статистична значущість за рівня 0,01; ** — статистична значущість за рівня 0,05; * — статистична значущість за рівня 0,1.

Джерело: розраховано автором.

Таким чином, можна зробити висновок, що представлені моделі досить добре апроксимують представлені дані та можуть бути використані для подальших цілей прогнозування. Економічне значення кожної моделі доводить, що саме минулорічний обсяг корпоративної соціальної відповідальності позитивно впливає на фінансовий стан провідних світових ТНК, а саме на рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність інвестованого капіталу та обсяг їх продажів за поточний рік. Крім того, модель 2.4 показала, що ризик компанії також впливає на обсяг її продажів, але впливає негативно: чим вище у компанії показник ризику, бета, тим нижче обсяг її продажів.

РОЗДІЛ 3

ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СВІТОВИХ ТНК ДЛЯ УКРАЇНИ

Корпоративна соціальна відповідальність в Україні з кожним роком все більше розвивається та набуває поширення серед українських компаній різного типу власності та різних розмірів. У грудні 2010 року в Україні був заснований Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», який вже більше 10 років займається впровадженням корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку для системних і якісних змін в Україні. Ця експертна організація просуває принципи сталого ведення бізнесу та соціальної відповідальності в Україні, об'єднуючи компанії, адвокатуючи розвиток КСВ на національному рівні, а також спільно з бізнесом і донорами впроваджуючи сталі КСВ-проекти задля системних змін в Україні [26].

У 2019 році було опубліковане дослідження «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні 2010-2018», проведене за підтримки Посольства Нідерландів в Україні та компаній Syngenta, МСЛ та ДТЕК. Це найбільш актуальне та третє за рахунком дослідження в Україні. Перше дослідження було проведене ще в 2005 році на замовлення Офісу координатора системи ООН в Україні, друге — «Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010 роки: стан та перспективи розвитку» — провів Центр «Розвиток КСВ» в партнерстві з мережею Глобального договору ООН в Україні у 2010 році.

Дослідження 2019 року спрямоване на виявлення основних тенденцій, бар'єрів і перспектив розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. В рамках дослідження було опитано 400 респондентів: 195 мікропідприємств, 111 малих підприємств, 59 середніх підприємств та 35 великих підприємств. Базою для дослідження стало опитування, яке проводив Київський міжнародний інститут соціології. За основу вибірки був узятий

Єдиний державний реєстр юридичних осіб та громадських організацій України (крім індивідуальних підприємців).

Респондентами виступили особи, які володіли інформацією хоча б на 70% про кожен з таких напрямів: стосунки компанії з громадськістю, екологічні аспекти діяльності підприємства, діяльність компанії з корпоративної соціальної відповідальності, що дало змогу отримати більш об'єктивні дані щодо кожного запитання.

Якщо раніше корпоративна соціальна відповідальність сприймалась підприємцями як благодійність, то тепер більшість респондентів, а саме 75%, розуміє КСВ як політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу. Третина опитаних асоціює її з інвестиціями в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів. Трохи більш ніж чверть опитаних віднесли до КСВ допомогу воїнам АТО та мешканцям зони АТО, благодійну допомогу й охорону довкілля. Найменше українські компанії сприймають КСВ як боротьбу з корупцією та допомогу переселенцям.

Цікаво простежити також мотиви, які спонукають українські компанії впроваджувати політику КСВ. На першому місці стоять моральні міркування, ця категорія складає 55%. Це може свідчити про те, що більшість компаній ще недостатньо усвідомила позитивний вплив КСВ на репутацію компанії та фінансові показники своєї діяльності. На думку експертів Центру це також може бути пов'язано з бажанням компаній зробити свій внесок у розв'язання актуальних соціально-економічних і гуманітарних проблем, які постали в країні внаслідок анексії Криму та конфлікту на Сході країни. Ця думка може бути підтверджена тим, що майже третина опитаних відносить до КСВ допомогу воїнам АТО та мешканцям зони АТО і благодійність. Згідно статистиці майже для кожної четвертої компанії розуміння того, що КСВ сприяє поліпшенню репутації та допомагає підвищити лояльність персоналу, є головним стимулом впровадження КСВ. Для кожної десятої компанії важливо те, що КСВ допомагає запровадити інновації та збільшити продажі.

Вплив зовнішніх чинників на впровадження КСВ, таких як вимоги материнської компанії та інвесторів, запит органів місцевої влади та досвід конкурентів зовсім мінімальний. Ілюстрація розуміння корпоративної соціальної відповідальності в Україні наведена у додатку Д.

Попри те, що більшість українських компаній (83% за результатами дослідження) реалізують КСВ, все ж таки існує багато недоліків у системі впровадження. Головним недоліком є відсутність у половини українських компаній стратегії або політики КСВ, а бюджет на її виконання має взагалі лише четверта частина опитаних компаній. Щодо підготовки звітів з КСВ, їх готують лише 13% компаній. Крім того, тільки 48% українських компаній-респондентів мають Етичні кодекси або Кодекси ділової поведінки, а політику захисту прав споживачів проводять лише 42%.

Щодо рушійної сили, яка впливає на впровадження політики КСВ в українських компаніях, то це найчастіше або керівництво, або співробітники компаній. За даними дослідження ні стейкхолдери, ні зовнішні джерела, ні організації, які розвивають соціальну відповідальність бізнесу в Україні, не відіграють значної ролі при виборі українськими компаніями ідей для впровадження КСВ-ініціатив.

Задля того, щоб корпоративна соціальна відповідальність стала невід'ємною частиною українського бізнесу, вона повинна бути міцно інкорпорована в українське законодавство. Правове регулювання на даний час є найбільш дієвим та актуальним способом поширення КСВ-практик в Україні. Правове регулювання КСВ може здійснюватися кількома способами: шляхом впровадження принципів КСВ в саме законодавство та включення інформації про КСВ у фінансову звітність українських компаній [28].

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин, коли відкритість та прозорість діяльності компаній не є чимось незвичним, звітування тільки лише за фінансовими показниками не є достатнім. Зараз актуальною є нефінансова звітність, яка надає інформацію щодо діяльності компаній, яка впливає на соціум, економіку та навколишнє середовище. Одним з

найважливіших кроків, які повинні зробити українські компанії, від малих підприємств до ТНК, є надання саме такої інформації.

У контексті реалізації стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства в Європейському Союзі, гармонізувати законодавство та модернізувати звітність треба за рекомендаціями ЄС. Відповідно до однієї вимог ЄС, а саме Директиви 2014/95/ЄС від 22 жовтня 2014 року, великі підприємства повинні готувати нефінансовий звіт, в якому повинна бути інформація як мінімум з приводу таких аспектів як охорона навколишнього середовища, питання зайнятості, соціальні питання, дотримання прав людини, боротьба з корупцією і хабарництвом. Такий звіт повинен включати опис політики, результатів і ризиків, пов'язаних із цими питаннями, і бути включений у звіт про управління підприємством [29].

Задля ефективного впровадження політики КСВ та звітів з КСВ-діяльності в українські компанії, необхідно проаналізувати досвід світових ТНК. Виділяють чотири найбільш поширені стандарти ведення соціальної звітності:

1. «Директиви глобальної звітності» (GRI – Global Reporting Initiative), які містять три основні частини: економіка підприємства, його соціальна та екологічна політика;
2. «Відповідальність 1000» (Accountability 1000, AA1000), стандарт, який спрямований на впорядкування соціальних ініціатив компанії й підвищення їхньої ефективності;
3. ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», стандарт, який має добровільну форму застосування;
4. «Соціальна відповідальність» SA 8000, стандарт, який здебільшого приділяє увагу саме трудовим відносинам [30].

На сьогодні українські компанії здійснюють підготовку нефінансової звітності здебільшого за вимогами системи стандартів Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), або за показниками, які визначаються компанією самостійно, виходячи з особливостей діяльності та очікувань основних груп стейкхолдерів [31]. У додатку Е наданий приклад такого звіту чотирьох відомих в Україні

компаній, які в 2018 році вперше оприлюднили свої нефінансові звіти: Ашан Рітейл Україна [32], система компаній Кока-Кола Україна [33], компанія «Делойт» [34] та група Метінвест [35].

Деякі українські компанії, які ще не публікують не фінансових звітів, роблять великі кроки у розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, Публічне акціонерне товариство «МТБ БАНК» має свій Кодекс корпоративної етики та поведінки співробітників [36], активно бере участь у регіональних та загальнодержавних соціальних заходах та невпинно надає фінансову підтримку у боротьбі з COVID-19. Керівництво ПАТ «МТБ БАНК» наголошує, що «соціальна відповідальність – це не гасло, а фундаментальний принцип життя» [37]. Основні приклади розвитку корпоративної соціальної відповідальності цього акціонерного товариства представлені в додатку Ж.

Основним недоліком інформації про корпоративну соціальну відповідальність тих компаній, які звітують про неї, є її подання у описовій формі. Кількісні показники, які б дали змогу надати оцінку ефективності цієї діяльності, відсутні, тому така нефінансова звітність залишається неповною та не до кінця достовірною. Цей недолік можуть виправити фінансові компанії та рейтингові агентства, які оцінюють нефінансові звіти різноманітних компаній та присвоюють кількісну оцінку їх корпоративній соціальній відповідальності. Рейтинг присвоюється або за певною шкалою, як у компанії MSCI, оцінка якої послугувала базою для проведеного моделювання КСВ, або за системою балів чи відсотків.

Світові ТНК кожен рік публікують свої нефінансові звіти, надаючи фінансовим компаніям та рейтинговим агентствам змогу надалі опублікувати рейтинг або бал їх КСВ-діяльності. Цей кількісний результат вже може бути досліджений акціонерами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами, цей кількісний результат вже можна пов'язати з подальшим фінансовим результатом, що було доведено при моделюванні взаємозв'язку КСВ та фінансовою результативністю. Отож, після кількісної оцінки нефінансового звіту можна розраховувати і на вигоди від такого звітування.

Найбільшим проривом у сфері КСВ в Україні стала схвалена Кабінетом Міністрів України 24 січня 2020 року Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [39]. Основні витримки з нової Концепції представлені в додатку 3. Прийняття національної стратегії з корпоративної соціальної відповідальності зможе надати українському бізнесу орієнтири і перспективу підтримки та визнання з боку держави.

ВИСНОВКИ

У науковій роботі здійснено теоретичне узагальнення та проведений аналіз впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток сучасних ТНК та обґрунтовано пріоритетні напрями поширення світових практик впровадження КСВ в Україні. На основі зазначеного сформовано наступні висновки теоретичного, методичного та науково-практичного характеру відповідно до поставленої мети.

Визначені історичні витоки формування концепції корпоративної соціальної відповідальності та систематизований вплив впровадження КСВ на результати діяльності світових ТНК: високий рівень корпоративної соціальної відповідальності та її відповідність сфері діяльності ТНК посилює привабливість корпорації для інвесторів, а також позитивно впливає на інші зацікавлені сторони; дотримання правил звітності з КСВ може впливати на справну сплату податків та зменшення корпоративного шахрайства.

На основі проведеного регресійного аналізу чотирьох моделей виявлено, що заходи з КСВ провідних ТНК підвищують їхню фінансову результативність у майбутньому. Масштабні КСВ-ініціативи впливають на рейтингову оцінку ТНК, високий рейтинговий бал привертає нових інвесторів, які скоріше нададуть перевагу тій компанії, яка приділяє увагу КСВ, ніж тій, яка зовсім нехтує нею. Для акціонерів компаній високий рівень корпоративної соціальної відповідальності може бути показником стабільності та надійності компанії. Для споживачів активність ТНК у сфері КСВ-ініціатив також є тим позитивним

фактором, який впливає на сприйняття діяльності ТНК та продукції, що випускається нею. Крім того, імідж та впізнанність самої ТНК, бренду та продукції може бути підвищений завдяки ефективним заходам з корпоративної соціальної відповідальності.

З огляду на проведений аналіз стану впровадження КСВ в Україні можна винести певні рекомендації для більш динамічного та ефективного розвитку корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу. Першочерговим кроком для впровадження КСВ повинне стати оприлюднення великими та державними українськими компаніями щорічних нефінансових звітів у відповідності до Директив Європейського Союзу. З боку держави стимулом для розвитку КСВ можуть стати або певні пільги, зокрема для компаній, які з спрямовували свою діяльність на вирішення нагальних проблем екології, або актуальних соціальних проблем, або підвищення позиції компанії у рейтингах, надання винагород. Одним з наглядних засобів популяризації корпоративної соціальної відповідальності, зокрема в Україні, є висвітлення наукових досліджень на тему впливу соціальної відповідальності на фінансові показники через різноманітні джерела інформації.

Крім формування або підвищення іміджу компанії до переваг оприлюднення звітів з корпоративної соціальної відповідальності можна віднести наступні позитивні наслідки: зростання або отримання нових конкурентних переваг перед компаніями галузі в межах держави або поза нею; покращення відносин зі стейкхолдерами, зокрема зміцнення відносин з акціонерами, партнерами, підвищення лояльності персоналу, підвищення довіри як з боку місцевих громад, громадських організацій, органів державної влади, так і з боку суспільства в цілому. Основним консолідованим наслідком буде створення сприятливого середовища для ведення бізнесу не тільки в межах України, а й для залучення іноземних інвесторів, або виходу на іноземні ринки. А у довгостроковій перспективі — покращення фінансових показників ефективності діяльності, як це було виявлено за допомогою моделювання корпоративної соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Neelam J., Shasta G. Understanding CSR - Its History and the Recent Developments [Електронний ресурс]. / J. Neelam, G. Shasta // Journal of Business and Management (IOSR-JBM) – 2017. – №19(5). – Режим доступу: <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol19-issue5/Version-6/P190506105109.pdf>
2. From corporate social responsibility to corporate sustainability: Moving the agenda forward in Asia and the Pacific [Електронний ресурс] // ESCAP. – 2013. – Режим доступу: https://www.unescap.org/sites/default/files/0%20-%20Full%20Report_3.pdf
3. Albaum G. International marketing and export management [Електронний ресурс] / G. Albaum. // Pearson Education Ltd. – 2016. – Режим доступу: <http://41.33.248.151/bitstream/handle/123456789/4381/7791.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. Лагута Я. М. Стейкхолдерський підхід в корпоративній соціальній відповідальності компанії [Електронний ресурс] / Я. М. Лагута. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – №25(1). – С. 130–133. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/29.pdf>
5. Шишкіна В. І., Родіонова Т. А. Етапи формування концепцій корпоративної соціальної відповідальності / В. І. Шишкіна, Т. А. Родіонова // Матеріали Десятої міжнародної науково-практичної конференції «Добробут нації в умовах глобальної нестабільності». – Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова. – 27-28 травня 2020. – С. 54–55.
6. Boubaker S., Cumming D., Nguyen D. Research Handbook of Investing in the Triple Bottom Line [Електронний ресурс] / S. Boubaker, D. Cumming, D. Nguyen – 2017. – Режим доступу: <https://ssrn.com/abstract=3087488>
7. Fernandez-Guadano J., Sarria-Pedroza. J. Impact of corporate social responsibility on value creation from a stakeholder perspective [Електронний

ресурс] / J. Fernandez-Guadano, J. Sarria-Pedroza. // Sustainability 10.6. – 2018. – Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3446726>

8. Cui J., Jo H., Na, H. Does Corporate Social Responsibility Affect Information Asymmetry? [Электронный ресурс] / J. Cui, H. Jo, H. Na. // Journal of Business Ethics. – 2016. – С. 1–24. Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-3003-8>

9. Sealy C., Agoglia C., Piercey D. When doing good backfires: the effects of corporate social responsibility fit on long- and short-term investors [Электронный ресурс] / C. Sealy, C. Agoglia, D. Piercey. – 2019. – Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3468399>

10. Karaosmanoglu E., Altinigne N., Isiksal D. CSR motivation and customer extra-role behavior: Moderation of ethical corporate identity. [Электронный ресурс] / E. Karaosmanoglu, N. Altinigne, D. Isiksal // Journal of Business Research. – 2016. – №69(10) – С. 4161–4167. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296316300558>

11. Christensen H., Hail L., Leuz C. Economic Analysis of Widespread Adoption of CSR and Sustainability Reporting Standards. [Электронный ресурс] / H. Christensen, L. Hail, C. Leuz. // SSRN Scholarly Paper. – 2018. Режим доступа: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3315673

12. Rubaltelli E., Lotto L., Ritov I., Rumiati, R. Moral investing: Psychological motivations and implications. [Электронный ресурс] / E. Rubaltelli, L. Lotto, I. Ritov, R. Rumiati. // Judgment and Decision Making. – 2015. – №10(1). – С. 64–75. Режим доступа: https://www.academia.edu/37189362/Moral_investing_Psychological_motivations_and_implications

13. Martin P., Moser D. Managers' green investment disclosures and investors' reaction. [Электронный ресурс] / P. Martin, D. Moser. // Journal of Accounting and Economics. – 2016. – №61(1). – С. 239–254. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0165410115000610>

14. Павлов Э. Л. Корпоративная социальная ответственность как перспективный инструмент расширения деятельности международного бизнеса [Электронный ресурс] / Э. Л. Павлов. // Экономические отношения. – 2019. – Том 9. – № 4. – С. 2611-2620. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/338257721_Korporativnaa_socialnaa_otvetsivennost_kak_perspektivnyj_instrument_rassirenija_deatelnosti_mezdunarodnogo_biznesadoi
15. Liao L., Chen G., Zheng D. Corporate Social Responsibility and Financial Fraud: Evidence from China [Электронный ресурс] / L. Liao, G. Chen, D. Zheng. // Accounting and Finance. – 2019. – Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3472661>
16. Ratmono D., Juliarto A. Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) as a Means of Legitimacy: It's Impact on the Level of Tax Aggresiveness [Электронный ресурс] / D. Ratmono, A. Juliarto // International Journal of Civil Engineering and Technology. – 2019. – №10(8). – С. 101–111. – Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3450308>
17. Толстов І. В. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності: Конспект лекції [Електронний ресурс] / І. В. Толстов // УкрДУЗТ. – 2016. – Режим доступу: http://metod.kart.edu.ua/uploads/books/filos_103.pdf
18. Knudsen J. Government Regulation of Corporate Social Responsibility (CSR): Implications for Corporate Governance [Электронный ресурс] / J. Knudsen // Oxford University Press. – 2017. – Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3045494>
19. MSCI ESG Ratings Methodology: Executive Summary [Электронный ресурс] // MSCI ESG Research. – 2019. – Режим доступа: <https://www.msci.com/documents/1296102/14524248/MSCI+ESG+Ratings+Methodology+-+Exec+Summary+2019.pdf/2dfcaeee-2c70-d10b-69c8-3058b14109e3?t=1571404887226>

20. Шишкіна В. І, Родіонова Т. А., Якубовський С. А. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на розвиток сучасних ТНК [Електронний ресурс] / В. І. Шишкіна, Т. А. Родіонова, С. А. Якубовський. // Науково-практичний журнал Інфраструктура ринку. – 2021. – №51.

21. Бичкова Н. В. Детермінанти ефективності фінансової діяльності ТНК в умовах глобальних економічних трансформацій [Електронний ресурс] / Н. В. Бичкова, А. А. Коновалова. // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – №4(1). – С. 21–25. – Режим доступу: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2013_18_4_1/06.pdf

22. Кірікова О. П. Взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и финансовой результативности компаний [Електронний ресурс] / О. П. Кірікова. – 2016. – Режим доступу: <https://gigabaza.ru/doc/193468-pall.html>

23. Dang C., Li F., Yang C. Measuring Firm Size in Empirical Corporate Finance [Електронний ресурс] / C. Dang, F. Li, C. Yang. // Journal of Banking & Finance. – 2018. – №86. – С. 159–176. – Режим доступу: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2345506

24. Давидов О. І. Визначення вартості власного капіталу під час оцінки вартості підприємств [Електронний ресурс] / О. І. Давидов // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/23.pdf>

25. Елісеєва І. І. Эконометрика: учебник для магистров [Електронний ресурс] / І. І. Елісеєва – М. : Юрайт, 2014. – 453 с. – Режим доступу: https://studme.org/72697/ekonomika/vybor_modeli

26. Офіційний сайт Центру «Розвиток КСВ» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://csr-ukraine.org>

27. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018 [Електронний ресурс] / А. Зінченко, М. Саприкіна // Київ: Юстон. – 2017. – 52 с. – Режим доступу: http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_research-1.pdf

28. Кологойда О., Лукач І., Поєдинок В. Legal aspects of corporate social responsibility in Ukraine on the way to European integration [Електронний ресурс] / О. Кологойда, І. Лукач, В. Поєдинок. // Croatian yearbook of European law & policy. – 2017. – №13(13). – С. 291–312. – Режим доступу: <https://hrcak.srce.hr/193064>

29. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of nonfinancial and diversity information by certain large undertakings and groups [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj>

30. Харченко І. М., Овчарова І. В. Соціальна звітність у системі обліково-аналітичного забезпечення менеджменту [Електронний ресурс] / І. М. Харченко, І. В. Овчарова // Інфраструктура ринку. – 2018. – Вип. №44. – С. 443-450. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/77.pdf

31. Дмитренко О. М., Вітер С. А. Відображення соціальних аспектів діяльності у нефінансовій звітності підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Дмитренко, С. А. Вітер. // Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітянські аспекти: Збірник наукових праць за матеріалами IV Всеукраїнської науковопрактичної конференції. – Дніпро: НМетАУ. – 2020. – Режим доступу: https://nmetau.edu.ua/file/conf-nmetau_accounting_2020.pdf

32. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності 2018 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт компанії «Ашан Рітейл Україна». – Режим доступу: <https://eba.com.ua/zvit-ashanu-zkorporatyvnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-2018/>.

33. Звіт зі сталого розвитку системи компаній Кока-Кола в Україні 2018 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Системи Компаній Кока-Кола в Україні. – Режим доступу: <https://ua.coca-colahellenic.com/media/2859/coca-cola-corporate-report-gri-73-2018.pdf>

34. Звіт зі сталого розвитку «Делойт» в Україні 2018 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт компанії Делойт. – Режим доступу:

<https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/pressrelease/2018/deloitte-ukraine-first-sustainable-development-report.html>

35. Звіт зі сталого розвитку 2017-2018 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Групи Метінвест. – Режим доступу: https://metinvestholding.com/Content/Entities/Report/24/ua/Metinvest_social_2019.pdf

36. Кодекс корпоративної етики та поведінки співробітників публічного акціонерного товариства «МТБ банк» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://mtb.ua/uploads/elFinder/Кодекс_корпоративної%20етики_29012020.pdf

37. МТБ БАНК – на передньому рубежі боротьби з коронавірусом [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mtb.ua/news/item/mtb-bank-na-perednomu-rubezi-borotbi-z-koronavirusom>

38. Новини та акції публічного акціонерного товариства «МТБ банк» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mtb.ua/news>

39. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року від 24 січня 2020 р. № 66-р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p>

ДОДАТКИ

Додаток А

Розробка концепцій корпоративної соціальної відповідальності

	Назва	Сутність
1950-ті	Соціальна відповідальність підприємців	Обов'язки підприємців: політика, рішення, напрямками діяльності, узгоджені з цілями і цінностями суспільства (Боуен, 1953)
		Соціально відповідальні бізнес-рішення можуть бути виправдані довгостроковою економічною вигодою фірми (Девіс, 1960)
		Приватний внесок фірм в економічні та людські ресурси з їх використанням в широких соціальних цілях (Фредерік, 1960)
1960-ті — 1970-ті	Підхід стейкхолдерів	Соціально відповідальне підприємство враховує інтереси не тільки акціонерів, а й працівників, постачальників, дилерів, місцевих спільнот і нації в цілому (Джонсон, 1971)
	Тривимірна модель	Концепція включає в себе корпоративну відповідальність (економічну, правову, етичну, філантропічну), соціальні питання бізнесу (трудові стандарти, права людини, охорона навколишнього середовища, боротьба з корупцією) та корпоративні дії (реактивні, оборонні, адаптивні, попереджувальні) (Керролл, 1979)
1980-ті — 1990-ті	Тривимірна модель принципів, політики і процесів	Інтеграція принципів корпоративної відповідальності, політики управління соціальними питаннями і процесу дій в загальну систему, що розвивається (Уортік і Кокран, 1985)
	Інституційна основа та розширені корпоративні дії	Чотири види КСВ (економічна, юридична, етична, філантропічна) пов'язані з трьома інституційними рівнями (юридичним, організаційним, індивідуальним); корпоративні дії поширюються на оцінку, управління акціонерами та управління реалізацією (Вуд, 1991)
2000-ні	Підхід трьох сфер	Три сфери корпоративної відповідальності: економічна, юридична та етична (Шварц і Керролл, 2003)
	Нова концепція	Процес інтеграції соціальних, екологічних, етичних, правозахисних та споживчих інтересів у бізнес-операції та основну стратегію у тісній співпраці із зацікавленими сторонами (Європейська Комісія, 2011)

Джерело: складено автором на основі [5].

Приклади державного регулювання КСВ

Тип	Сутність
Підтримуюче	Політична підтримка КСВ через загальні інформаційні кампанії та сайти, політичну риторику, нагороди.
Полегшуюче	Стимулювання компаній до прийняття КСВ за допомогою субсидій або податкових пільг; державні закупівлі.
Партнерське	Співпраця державних організацій з комерційними організаціями в розробці стандартів, керівних принципів і т. д. (наприклад, Ініціатива етичної торгівлі, Ініціатива прозорості видобувних галузей).
Мандатне	Регулювання мінімальних стандартів для ведення бізнесу (наприклад, Закон Великобританії про боротьбу з хабарництвом, обов'язкова нефінансова звітність).

Джерело: складено автором на основі [18].

Ієрархія ключових напрямків рейтингу MSCI ESG

	Тематики	Ключові питання ESG
Екологічний	Зміна клімату	<ul style="list-style-type: none"> - викиди вуглецю, - «вуглецевий слід» товару, - фінансування природоохоронної діяльності, - вразливість до зміни клімату.
	Природні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> - дефіцит водних ресурсів, - біорізноманіття та землекористування, - джерела сировини.
	Забруднення та відходи	<ul style="list-style-type: none"> - токсичні викиди та відходи, - пакувальний матеріал та відходи, - електронні відходи.
	Екологічні можливості	<ul style="list-style-type: none"> - можливості в області чистих технологій, - можливості в зеленому будівництві, - можливості використання відновлюваних джерел енергії.
Соціальний	Людський капітал	<ul style="list-style-type: none"> - організація праці, - здоров'я та безпека, - розвиток людського капіталу, - трудові стандарти ланцюжка поставок.
	Відповідальність за якість продукції	<ul style="list-style-type: none"> - безпека і якість продукції, - хімічна безпека, - безпека фінансових продуктів, - конфіденційність та безпека даних, - соціально-відповідальне інвестування, - демографічний ризик та ризик для здоров'я.
	Опозиція зацікавлених сторін	<ul style="list-style-type: none"> - спірне джерело фінансування.
	Соціальні можливості	<ul style="list-style-type: none"> - доступ до комунікацій, - доступ до фінансування, - доступ до медичного обслуговування, - можливості в області харчування і здоров'я.
Управлінський	Корпоративне управління	<ul style="list-style-type: none"> - Рада директорів, - виплати, - власність, - облік.
	Корпоративна поведінка	<ul style="list-style-type: none"> - ділова етика, - анти-конкурентні практики, - податкова прозорість, - корупція і нестабільність, - нестабільність фінансової системи.

Джерело: складено автором на основі [19].

Зведена таблиця даних

Компанія	Рік	ROA	ROE	ROIC	Sales	ESG	Risk	Size
Apple	2016	20,1%	49,6%	21,95%	215,639	5	1,127	321,69
Apple	2017	18,4%	48,9%	19,86%	229,234	5	1,242	375,32
Apple	2018	19,7%	60,5%	24,41%	265,595	5	1,269	365,73
Apple	2019	18,7%	66,5%	25,75%	260,174	5	1,214	338,52
Berkshire Hathaway	2016	5,7%	12,4%	5,28%	215,114	2	0,771	620,85
Berkshire Hathaway	2017	3,6%	7,5%	8,83%	239,933	3	0,855	702,10
Berkshire Hathaway	2018	0,6%	1,1%	1,31%	247,837	3	0,882	707,79
Berkshire Hathaway	2019	13,5%	26,3%	12,32%	254,616	3	0,833	817,73
British Petroleum	2016	-1,6%	-4,4%	0,15%	186,606	3	1,313	263,32
British Petroleum	2017	1,7%	4,7%	1,76%	244,582	3	0,988	276,52
British Petroleum	2018	4,6%	12,8%	6,32%	303,738	4	0,872	282,18
British Petroleum	2019	1,7%	4,8%	3,31%	282,616	4	0,765	295,19
Exxon Mobil	2016	2,4%	4,6%	3,87%	208,114	4	0,847	330,31
Exxon Mobil	2017	5,5%	10,1%	9,12%	244,363	4	0,839	348,69
Exxon Mobil	2018	8,9%	15,8%	9,28%	290,212	4	0,905	346,20
Exxon Mobil	2019	5,7%	10,1%	6,36%	264,938	4	0,968	362,60
McKesson	2016	5,9%	38,0%	14,31%	190,884	3	0,955	56,52
McKesson	2017	11,7%	68,0%	28,78%	198,533	2	1,155	60,97
McKesson	2018	0,4%	2,2%	1,34%	208,357	2	1,224	60,38
McKesson	2019	1,0%	6,7%	1,19%	214,319	3	1,153	59,67
Royal Dutch Shell	2016	1,5%	3,2%	0,9%	240,033	5	1,122	411,28
Royal Dutch Shell	2017	4,4%	9,4%	5,2%	311,87	4	1,037	407,10
Royal Dutch Shell	2018	8,8%	17,8%	8,4%	396,556	4	1,015	399,19
Royal Dutch Shell	2019	6,3%	13,0%	6,27%	352,106	5	0,846	404,34
Toyota Motor	2016	6,3%	16,7%	6,27%	235,746	3	0,704	47,428
Toyota Motor	2017	4,6%	11,9%	4,82%	256,654	3	0,638	48,750
Toyota Motor	2018	5,3%	13,6%	6,31%	264,416	4	0,72	50,308
Toyota Motor	2019	4,5%	11,3%	4,45%	272,031	4	0,715	51,936
Walmart	2016	10,3%	25,0%	12,51%	482,13	4	0,188	198,83
Walmart	2017	7,5%	18,7%	11,97%	485,873	3	0,234	204,52
Walmart	2018	5,4%	14,3%	9,17%	500,343	3	0,484	219,30
Walmart	2019	8,8%	25,0%	6,28%	514,405	4	0,375	236,50

Джерело: розраховано автором.

Розуміння корпоративної соціальної відповідальності в Україні



Рис. Д.1 Сприйняття КСВ в українських компаніях, 2019 рік

Джерело: складено автором на основі [26].



Рис. Д.2 Мотиви впровадження КСВ в українських компаніях, 2019 рік

Джерело: складено автором на основі [27].

Соціальні показники в нефінансовій звітності

	Показники соціальної складової за напрямками співробітники		
	співробітники	клієнти/ споживачі	суспільство
Ашан Рітейл Україна	<ul style="list-style-type: none"> - робочі умови та соціальний пакет; - підтримане працевлаштування молоді з синдромом Дауна; - доступна комунікація для людей з порушенням слуху; - професійний розвиток співробітників; - проект «Жити краще» (увага до здорового харчування та здорового способу життя). 	<ul style="list-style-type: none"> - контроль якості продукції; дієтичні та органічні товари; - підтримка малих та середніх локальних виробників; - комфортне здійснення покупок людьми з інвалідністю. 	<ul style="list-style-type: none"> - підтримка дитбудинків; - участь у благодійних спортивних заходах; - співпраця з університетами; - благодійні соціальні проекти та акції із залученням клієнтів; - відмова від продажу зрубаних ялинок.
Система компаній Кока-Кола Україна	<ul style="list-style-type: none"> - нефінансова мотивація (соціальний пакет); - система винагород та заохочень; - програми розвитку і навчання персоналу; - дотримання прав людини, попередження дискримінації; - захист здоров'я та безпечні умови праці. 	<ul style="list-style-type: none"> - клієнто-орієнтованість; - безпечність та якість продукції. 	<ul style="list-style-type: none"> - підтримка дитбудинків; - програма розвитку молоді; проведення літнього табору; - розширення прав і можливостей жінок; - підтримка спортивних змагань та турнірів; - спеціальна олімпіада для людей з вадами розумового розвитку.
Компанія «Делойт»	<ul style="list-style-type: none"> - залучення та розвиток майбутніх лідерів; - забезпечення добробуту співробітників; - культивация різноманіття та інклюзивності. 	<ul style="list-style-type: none"> - сильні команди задля успіху клієнта. 	<ul style="list-style-type: none"> - інвестиції у соціальні проекти, освітні програми; - благодійні ярмарки; - участь у благодійних спортивних заходах.
Група Метінвест	<ul style="list-style-type: none"> - мотивація співробітників; - здоров'я та безпека; - соціальні пільги; - розвиток і навчання персоналу; - співпраця з навчальними закладами; - права людини; - корпоративна етика. 	<ul style="list-style-type: none"> - клієнто-орієнтованість 	<ul style="list-style-type: none"> - інвестиції в розвиток регіону; - освіта (шкільні стипендії, новий дитячий садок, та ін.); - охорона здоров'я, спорт і культура; - благодійність.

Джерело: [31].

**Приклади заходів з корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «МТБ
БАНК» за 2019-початок 2020 роки**

Дата	Події
2019	Банк став партнером Міжнародного фестивалю «Оksamитовий сезон», який проводить Одеський національний театр опери та балету. Крім того, банк увійшов до опікунської ради Одеської опери.
	Банк знову став Преміум-партнером міжнародного музичного фестивалю «Одеса Класик».
	Продовжилася співпраця з благодійним Фондом «Корпорація монстрів».
	Банк прийняв участь у проєкті «Ветерани: від діалогу до працевлаштування» по працевлаштуванню ветеранів-учасників АТО.
	Банк став лідером в номінації «За взаємну підтримку, відкритість та чесність у відношеннях з клієнтами» за підсумками XI Всеукраїнського конкурсу «БАНК РОКУ-2019».
30.03.2020	Банк перерахував кошти на придбання 1420 захисних медичних костюмів багаторазового використання «Корпорації монстрів», яка стоїть в авангарді у забезпеченні лікарень необхідними засобами захисту та ліками. Захисні костюми розподілили по лікарнях, які були визначені як опорні в Одесі та Одеській області.
07.04.2020	Банк перерахував 500 000 грн. благодійному фонду «Здоров'я Чорноморська».
29.04.2020	Чергова партія обладнання, закупленого за кошти Банку, надійшла до лікарень Одещини. Опорна лікарня в Ізмаїлі отримала два монітори пацієнта, один – відправлений до Чорноморська, два – спрямовано до Одеського обласного клінічного медичного центру (лікарня водників).
20.05.2020	Кошти, перераховані благодійному фонду «Здоров'я Чорноморська», пішли на придбання сучасного обладнання для проведення лабораторних досліджень біоматеріалів для виявлення коронавірусу SARS-CoV-2 методом ПЛР-діагностики. Обладнання було передано Державній установі «Одеський обласний лабораторний центр міністерства охорони здоров'я України» для проведення лабораторних досліджень.

Джерело: складено автором на основі [38].

Витримки з Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, схваленої Кабінетом Міністрів України

Поняття «соціально відповідальний бізнес» визначає відповідальну поведінку суб'єктів господарської діяльності за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності.

Процес розвитку в Україні соціально відповідального бізнесу потребує активної участі держави, яка визначає розвиток соціально відповідального бізнесу одним із пріоритетів державної політики.

Мета і строки реалізації Концепції

Метою Концепції є створення нормативно-правової бази та здійснення заходів для впровадження міжнародних стандартів ведення соціально відповідального бізнесу в діяльність суб'єктів господарської діяльності для забезпечення сталого розвитку України та підвищення суспільного добробуту.

Реалізація Концепції передбачена на період до 2030 року. Концепцію передбачається реалізувати двома етапами (перший етап до 2025 року, другий - до 2030 року).

Очікувані результати

У результаті реалізації Концепції передбачається досягти таких показників:

Показник	Одиниця виміру	2015 рік	2025 рік	2030 рік
Співвідношення середньої заробітної плати жінок і чоловіків	відсотків	74,9	83	85
Співвідношення середньомісячної заробітної плати (доходів) десятої та першої децильних груп працівників	разів	31,2	18	15
Темпи номінального росту середньомісячної заробітної плати	відсотків	100	понад 500	понад 850
Частка об'єктів громадського та цивільного призначення, благоустрою, транспортної	відсотків	0-15	70	90
Частка транспортних засобів загального користування, пристосованих для користування особами з інвалідністю	відсотків	0-15	70	90
Частка веб-сайтів, доступних для осіб з порушенням зору та слуху	відсотків	0-15	70	90
Частка телевізійного ефірного часу, адаптованого для сприйняття особами з порушенням слуху субтитрами	відсотків	0-15	65	80
Частка роботодавців, які забезпечили належне виконання статей 19 і 20 Закону України "Про основи	відсотків	75	90	100
Кількість осіб, потерпілих від нещасних випадків на виробництві, які призвели до втрати працездатності на	відсотків до рівня 2015	100	60	50
Кількість осіб, що загинули внаслідок нещасних випадків на виробництві	відсотків до рівня 2015	100	50	45
Частка працівників, зайнятих на роботах із шкідливими умовами праці, у загальнообліковій кількості штатних	відсотків	26	17	12
Частка скидів забруднених (забруднених без очищення та недостатньо очищених) стічних вод у водні об'єкти в	відсотків	15,7	10	5
Індекс прозорості суб'єкта господарської діяльності	відсотків	19,3	45	60
Приріст прямих іноземних інвестицій в економіку України	млрд. доларів США	3	16	17,5

Обсяг фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів

Фінансове забезпечення реалізації Концепції буде здійснюватися за рахунок коштів, передбачених у державному бюджеті на відповідний рік виконавцям, відповідальним за здійснення заходів, міжнародної технічної допомоги та інших джерел, не заборонених законодавством.

Джерело: [38].