

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

МАРУЦАК НАТАЛІЯ ВІКТОРІВНА

УДК. 330.12. 334.726

ЕФЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТНК

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство
і міжнародні економічні відносини

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Дисертація на правах рукопису.

Роботу виконано на кафедрі міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник доктор економічних наук, професор
Кредісов Анатолій Іванович,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Інститут міжнародних відносин
професор кафедри міжнародного бізнесу

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Панченко Євген Григорович,
ДВНЗ «Київський національний університет
ім. Вадима Гетьмана»
професор кафедри міжнародного менеджменту

кандидат економічних наук,
Чорноусова Марія Олександрівна,
Донецький національний університет МОН України
доцент кафедри міжнародної економіки

Захист дисертації відбудеться «17» червня 2014 р. о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.02 Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, Київ, вул. Мельникова, 36/1, зал засідань вченої ради.

З дисертацією можна ознайомитися в Науковій бібліотеці ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 58, к. 12.

Автореферат розісланий «16» травня 2014 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Л.С. Поліщук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Сучасна світова спільнота зіткнулася з низкою гострих суспільно-економічних проблем (зміни клімату, екологічні катастрофи, недостатність ресурсів, фінансові кризи, соціально-економічна нестабільність тощо). Окремі уряди та неурядові організації не в змозі подолати їх самотійно, а тому все більш активну позицію у вирішенні найнагальніших проблем займає бізнес. Компанії, особливо великі корпорації, зважаючи на свою потужність та ресурси, беруть на себе все більше зобов'язань, відповідаючи в такий спосіб на виклики суспільства. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) та рівень її ефективності в умовах розширення ринкових відносин стають надзвичайно важливими проблемами, що потребують поглиблених досліджень.

У сучасному суспільстві зростає увага корпорацій до питань соціальної відповідальності, які стали невід'ємною частиною їхнього іміджу та успіху в конкурентній боротьбі. Основними причинами такого явища є посилення ролі нематеріальних чинників у процесі економічного розвитку, перетворення бізнесу в рушійну силу соціального прогресу, зростання впливу великих компаній на економіку. Особливої уваги потребують питання ефективного впровадження програм КСВ, визначення їхньої доцільності та результативності. Таким чином, актуальність теми дисертаційного дослідження зумовлена суттєвим впливом соціальної відповідальності бізнесу на розвиток економіки, якість життя населення, еволюцію суспільства та цивілізаційних процесів у країнах світової спільноти.

Питання ділової етики, соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності є предметом досліджень насамперед західних фахівців. Серед зарубіжних праць, присвячених аналізу проблем підприємницької етики, соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі, становлення відповідної системи цінностей, слід виділити насамперед праці Г. Боуена, Т. Веблена, К. Девіса, П. Друкера, Е. Карнегі, А. Керолла, Дж. МакГуіра, Г. Мюрдаля, Р. Оуена, Дж. Поста, М. Портера, Л. Престона, С. Сакса, С. Сеті, М. Фрідмена, Р. Фрімена, П. Хейне та ін. Варто зазначити, що в західній літературі до сьогодні відсутній спільний погляд на феномен соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, його особливості, сфери та рівні прояву, критерії оцінювання.

Певні досягнення в дослідженні соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності має й російська економічна наука. Найбільш істотні результати отримали такі автори, як Ю. Благов, С. Перегудов, Ю. Туркін та ін. Окремі аспекти КСВ знайшли своє відображення в дослідженнях ТНК та міжнародного бізнесу А. Кредісова, А. Філіпенка, Є. Панченка, О. Рогача, В. Вергуна, О. Шниркова, О. Канищенко, Т. Орехової, М. Черноусової та ін.

Вивчають категорію соціальної відповідальності бізнесу ТНК й українські вчені М. Бутко, В. Воробей, С. Мельник, Л. Грицина, М. Саприкіна, М. Юрков. Об'єктом таких досліджень стають перш за все великі компанії, які діють на міжнародних товарних ринках та виходять на ринки капіталу. При цьому дослідники розглядають лише окремі аспекти соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності або галузі в цілому. Питання інституціонального оформлення, ефекти корпоративної соціальної відповідальності ТНК для країн, у

яких ведеться бізнес, а також універсальна система оцінювання ефективності програм КСВ лишаються поза увагою науковців.

Дослідження ефективності у сфері соціальної відповідальності компанії є непростим завданням, оскільки найважливіші елементи аналізу – мету та результат програм КСВ – часто важко визначити. Так, мету покращити взаємини з постачальниками складно операціоналізувати, але вона може існувати в межах довгострокової програми розвитку компанії. Часто результати дій компаній щодо реалізації принципів КСВ виявляються відтермінованими в часі, і, окрім того, в окремих випадках вони досить суб'єктивно сприймаються тією чи іншою групою стейкхолдерів. Відповідальність корпорацій може розглядатися з позиції боргу перед зацікавленими сторонами або провини за отриманий у результаті конкретних дій та рішень результат. Корпоративна соціальна відповідальність є одним із основних способів втілення соціальної позиції компанії. На сьогодні КСВ є ефективною стратегією для компаній, що працюють на сучасних ринках. Результат соціальних інвестицій визначається тим, наскільки знижуються витрати виробництва та показники плинності кадрів, підвищується продуктивність праці та кваліфікація спеціалістів, корегуються часові витрати, вдається уникнути державного втручання.

Аналіз вітчизняних та зарубіжних публікацій, які стосуються визначення ефективності КСВ, напрямів її підвищення та пошуку систем оцінювання, свідчить, що ці питання залишаються не до кінця вирішеними. Саме недостатня розробленість зазначених проблем, їх актуальність та практичне значення зумовили вибір теми дисертаційної роботи, визначили мету, завдання, предмет та об'єкт дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано відповідно до наукової теми "Стратегія інтеграції України у світову економіку", що є складовою частиною загальної наукової теми Інституту міжнародних відносин "Україна у міжнародних інтеграційних процесах" №11БФ048-01, яка входить до комплексної наукової програми Київського національного університету імені Тараса Шевченка "Модернізація суспільного розвитку України в умовах світових процесів глобалізації", прийнятої на 2011-2015 рр. Основний внесок автора в дослідження цієї теми полягає в аналізі та систематизації сучасних підходів до поняття соціальної відповідальності бізнесу як однієї із основних складових частин успішного ведення бізнесу на міжнародному рівні, у виявленні можливих вигод та загроз, що можуть виникати в процесі інтеграції принципів соціальної відповідальності в повсякденну діяльність як міжнародних, так і вітчизняних компаній. Надані рекомендації щодо методів оцінювання ефективності соціального складника інвестиційної діяльності компаній, особливо в контексті перспектив інтеграції України в європейський простір.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є комплексне дослідження корпоративної соціальної відповідальності ТНК у контексті оцінювання ефективності та розробка інноваційних шляхів її підвищення сучасними компаніями на світовому та національному ринках.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити такі завдання:

- систематизувати суспільно-історичні та теоретико-методологічні засади формування КСВ, обґрунтувати необхідність і суспільну значущість її ефективної реалізації;
- дослідити сучасні тенденції розвитку концепції соціальної відповідальності ТНК та особливості її формування з урахуванням світового досвіду;
- здійснити економічну діагностику практики реалізації КСВ із метою визначення її ефективності;
- розробити методику визначення та систему показників оцінювання ефективності КСВ;
- виокремити складові елементи та класифікувати заходи підвищення ефективності соціальної відповідальності ТНК у їх взаємодії та взаємозалежності;
- розробити механізм формування КСВ, визначити його структурні елементи, принципи їх взаємодії та напрями практичного застосування;
- визначити особливості формування та тенденції розвитку КСВ в Україні, надати практичні рекомендації впровадження сучасних заходів підвищення рівня КСВ та обґрунтувати довгострокове оцінювання її ефективності.

Об'єктом дослідження є історичний процес розвитку соціальної відповідальності ТНК та сучасна практика їхньої діяльності на глобальному ринку.

Предметом дослідження є ефективність соціальної відповідальності ТНК, особливості економічної діагностики практики її реалізації.

Методи дослідження. Методологічну основу дисертаційної роботи склали загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, використані для дослідження теоретичних і методологічних основ, змісту та сутності соціальної відповідальності бізнесу, особливостей її становлення та розвитку (п. 1.2, 1.3); історичний – для аналізу еволюції поглядів на концепцію КСВ та визначення її ефективності (п. 1.1); статистичні, математичні методи та економетричне моделювання – для виокремлення та дослідження критеріїв оцінювання ефективності практик соціальної відповідальності корпорацій (п. 3.1, 3.2); графічний метод – для схематичного зображення узагальнень (п. 2.3, 3.3).

Наукова новизна одержаних результатів. Основні результати роботи, які містять наукову новизну, полягають у такому:

вперше:

- систематизовано основні наукові підходи до з'ясування сутності КСВ та запропоновано її авторське визначення як концепції та стратегії ведення бізнесу, за допомогою якої компанія інтегрує цілі та цінності суспільства, в якому вона діє, соціальні та екологічні аспекти, а також принципи взаємодії зі стейкхолдерами в повсякденну діяльність на добровільній основі, несе відповідальність за результати своєї діяльності та впливу на суспільство (як на місцеву громаду, в якій функціонує, так і суспільство в цілому);

- здійснено теоретичне обґрунтування ефективності КСВ та представлено її комплексну характеристику, яка відображає результативність та доцільність добровільно обраних та реалізованих компанією соціальних програм, спрямованих як на внутрішнє (підвищення компетенції працівників, охорону праці, техніку безпеки, розвиток корпоративної культури тощо), так і на зовнішнє середовище

(охорону довкілля, соціальну підтримку та захист певних груп населення, підтримку регіонів присутності). КСВ демонструє ступінь раціонального використання ресурсів компанії, ступінь забезпечення позитивного результату (ефекту) діяльності та досягнення запланованих результатів з погляду поставлених перед компанією цілей;

удосконалено:

- матрицю ефективності соціальних інвестицій для визначення ступеня освоєння компанією їх різновекторних напрямів. Моніторинг динаміки абсолютної величини соціальних інвестицій дозволяє визначити соціальну орієнтацію компанії та її зміну в часі, продемонструвати перспективи розвитку соціальної відповідальності компанії, з'ясувати напрями, які потребують детальнішої уваги для досягнення обраних цілей;

- систему якісних індикаторів ефективності соціальних інвестицій, для чого використано бальну шкалу їхніх показників. Останні покладено в основу побудованої багатофакторної моделі залежності рівня конкурентоспроможності ТНК від індикаторів ефективності корпоративної соціальної відповідальності, що дозволяє удосконалити процес формалізації процедур відбору соціальних програм для визначення пріоритетних напрямів соціальних вкладень;

- функціональні форми реалізації КСВ компаній як добровільної діяльності, що перевищує визначені в законодавстві вимоги до роботи підприємства й охоплює екологічну, соціальну, трудову та економічну сфери відповідальності перед довкіллям, суспільством, працівниками, постачальниками, споживачами й акціонерами. Система оцінювання рівня КСВ компаній дає можливість сформулювати основи для ефективного моніторингу й визначення напрямів оптимізації діяльності підприємства в цій сфері. Запропоновано класифікацію та нормативні характеристики показників КСВ, що дозволяє розробити напрями оптимізації відповідної практики ТНК та визначити пріоритетні орієнтири її ефективного застосування;

набули подальшого розвитку:

- комплекс заходів, що дозволяють підвищити рівень КСВ компанії та її ефективність, забезпечують формування системи зворотного зв'язку із зацікавленими сторонами та побудову ефективної системи управління, яка відповідає сучасним умовам та стандартам функціонування економічної системи;

- механізм впливу принципів та практик КСВ на ефективність діяльності та фінансові показники компаній. З'ясовано основні чинники, які спонукають українські та зарубіжні компанії ставати більш відповідальними в соціальному плані. До них належать перспективи виходу на ринки цінних паперів, посилення ринкової капіталізації, залучення кредитних ресурсів, покращення репутації та іміджу компаній, зростання продуктивності праці, просування товарів та послуг, сталий розвиток компаній у довгостроковій перспективі.

Практичне та теоретичне значення одержаних результатів. Висновки та рекомендації, запропоновані в роботі, дають можливість поглибити концептуальні засади дослідження діяльності сучасного бізнесу та ТНК як його основного представника, а також розробити шляхи вдосконалення взаємодії бізнесу та суспільства з метою вирішення спільних завдань. Запропонований механізм

формування КСВ може використовуватися в практиці управління соціально-економічним розвитком підприємства на різних рівнях з метою удосконалення соціально орієнтованого підходу до розвитку економіки та ведення соціально відповідального бізнесу як іноземних, так і вітчизняних підприємств.

Розроблені рекомендації, напрями та методичні підходи до оцінювання соціальної відповідальності використовуються комунальним підприємством «ЖИТЛО-СЕРВІС» Департаменту будівництва та житлового забезпечення Київської міської державної адміністрації (довідка № 110/013-1748 від 21.10.2013 р.), «Всеукраїнським Акціонерним Банком» (ПАТ «ВіЕйБі Банк») (м. Київ, довідка № 98/013-32 від 19.09.2013 р.), Асоціацією землевласників та підприємців Херсонської області «Регіон» (м. Київ, довідка № 5/13 від 18.10.2013 р.). Окремі положення дисертаційного дослідження були використані кафедрою міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка у процесі підготовки навчально-методичних матеріалів із дисциплін “Безпека життєдіяльності”, “Екологічний менеджмент у міжнародному бізнесі”, “Міжнародний бізнес”, “Менеджмент і маркетинг”, “Міжнародні фінансові ризики”, “Корпоративний менеджмент”, “Соціальні аспекти розвитку міжнародного бізнесу”, “Кризовий менеджмент у міжнародному бізнесі” (м. Київ, довідка № 048/11-459 від 21.10.2013 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій обґрунтовано нові теоретико-методологічні положення щодо подальшого розвитку концепції соціальної відповідальності суб’єктів підприємницької діяльності та визначення її ефективності. Усі представлені в дисертаційній роботі наукові результати, які виносяться на захист, отримані автором особисто й відображені в наукових публікаціях.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні та методологічні положення, що містяться в дисертаційній роботі, було апробовано автором на міжнародних і вітчизняних наукових та науково-практичних конференціях, а саме: Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та викладачів «Корпоративна соціальна відповідальність – фактор сталого розвитку держави» (Київ, 2012); VI Міжнародній конференції «Соціальна відповідальність бізнесу: інвестиції в майбутнє» (Київ, 2012); конференції «Підприємство 2020: ідеї студентів» (Київ, 2012); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми міжнародних відносин» (Київ, 2012); IX Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Шевченківська весна» (Київ, 2011); I Міжнародній науково-практичній конференції «Менеджмент суб’єктів господарювання: проблеми та перспективи розвитку» (Житомир, 2013); Науково-практичній конференції «Економічні механізми Євразес» (Київ, 2013); Науково-практичній конференції «Україна-ЄС: новий етап економічної інтеграції» (Київ, 2014).

Публікації. Основні наукові положення та результати дисертаційного дослідження викладено в 12 наукових працях: 4 одноосібних наукових статтях у провідних наукових фахових виданнях України, 2 статтях у закордонних наукових виданнях і 6 тезах доповідей, опублікованих у збірниках міжнародних, всеукраїнських, міжвідомчих, міжвузівських науково-практичних і науково-

теоретичних конференцій. Загальний обсяг надрукованого матеріалу - 4,6 д.а.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Структура дисертації відбиває логіку дослідження та особливості розробки наукової проблеми. Основний зміст дисертації викладено на 199 сторінках. Дисертація містить 11 таблиць та 30 рисунків. Список використаних джерел містить 254 найменування на 23 сторінках. Робота також має 23 додатки, що розміщені на 80 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет та методи дослідження, розкрито наукову новизну та представлено особистий внесок здобувача.

Перший розділ **«Теоретико-методологічні засади дослідження корпоративної соціальної відповідальності»** присвячено аналізу теоретико-методологічних засад дослідження КСВ, розглянуто генезис наукових підходів до формування соціальної відповідальності корпорацій, проаналізовано світові тенденції та особливості розвитку КСВ, а також економічний зміст і сутність сучасних підходів до розуміння зазначеної концепції.

Дослідження еволюції наукових підходів до формування корпоративної соціальної відповідальності дозволило визначити основні характеристики та принципи, на яких будується це поняття, окреслити зміни в розумінні його сутності, виділити історичні етапи розвитку концепції КСВ. З часу свого зародження концепція зазнала значних змін, трансформувалася від повного заперечення будь-якої іншої ідеї соціальної відповідальності підприємства, окрім відповідальності за отримання прибутку, до визнання відповідальності підприємства за розвиток суспільства на рівні з державою (концепція “корпоративного громадянства”). У сучасному світі формування та розвиток глобалізаційних процесів в економіці характеризується зменшенням її врегульованості, зміною суспільних настроїв, очікувань та цінностей. Це, в свою чергу, підвищує роль бізнесу у вирішенні важливих суспільних завдань, у підтримці гідного рівня життя та дотриманні необхідних стандартів. Підхід, в основі якого лежить пріоритет не приватних інтересів, а суспільства в цілому, і знайшов відображення в концепції КСВ. Зміст концепції КСВ, форми прояву та результати соціальної діяльності до цього часу залишаються предметом дискусії. Проведений у роботі аналіз наявних на сьогодні концепцій (соціального реагування, корпоративної соціальної діяльності, корпоративного громадянства та ін.) дозволяє стверджувати, що в ході еволюції вони змінювалися й поглиблювалися, доповнюючи одна одну і взаємодіючи між собою.

Багатосторонність концепції КСВ зумовлена, по-перше, різноманітністю засобів та процесів, які визначають соціально відповідальну поведінку компаній (її можна представити не як один процес, а як цілий комплекс процесів та засобів, якими визначається соціальна діяльність компаній); по-друге, широким колом зацікавлених сторін із різними, часто протилежними інтересами (може виникати конфлікт між різноманітними вимогами зацікавлених сторін); по-третє, різницею в

корпоративних завданнях та цінностях, які мотивують фірми долучатися до соціальної активності; по-четверте, діями та рішеннями, які можуть бути сприйняті як соціально відповідальні. Розуміння соціальної відповідальності зумовлюється також суб'єктивністю ставлення до окремих складників соціально відповідальної поведінки.

Термін КСВ до цього часу так і не отримав однозначного тлумачення (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття КСВ

Назва організації	Визначення КСВ
Світова рада компаній зі сталого розвитку	Це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, водночас покращуючи якість життя працівників та їхніх родин, громади й суспільства загалом
ОЕСР	Сталий розвиток, що передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства
Світовий банк	Комплекс спрямованої політики та дій бізнес-структур, що пов'язані з ключовими зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) та етичними цінностями, які враховують інтереси місцевих громад і навколишнього середовища та націлені на стійкий розвиток
Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності	Це концепція залучення соціальних і екологічних компонентів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами
Форум соціально відповідального бізнесу (Україна)	Це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі в розв'язанні найгостріших соціальних проблем
Європейська комісія	Це концепція, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля
Глобальна некомерційна організація Бізнес заради соціальної відповідальності	Корпоративна соціальна відповідальність означає таке ведення бізнесу, яке відповідає законодавчим та етичним нормам, а також суспільним очікуванням або навіть перевищує останні

Джерело: складено автором

Корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати в трьох взаємопов'язаних формах. Перша – як спосіб та форма організації бізнес сектору, спрямовані на вирішення важливих соціальних завдань. По-друге – це регулятивні рамки, які визначають нові вимоги для компаній. І по-третє – як сучасний та необхідний спосіб побудови принципів діяльності та менеджменту компаній. Але, не дивлячись на множинність визначень та механізмів реалізації, корпоративна соціальна відповідальність як концепція об'єднує та доповняє різні аспекти, які забезпечують взаємний розвиток суспільства та бізнес сектору. Ідеологія КСВ проявляється у формуванні нового розуміння «вартості», в участі бізнесу в соціальних програмах, постійній співпраці з урядами та неурядовими організаціями, а також у таких нових стратегічних напрямках, як відповідальне інвестування.

У другому розділі «Економічна діагностика практики впровадження корпоративної соціальної відповідальності та її ефективності» подано аналіз формування та розвитку, описано методику визначення та оцінювання ефектів КСВ. Представлено основні чинники, що впливають на практику соціальної відповідальності корпорацій, а також мотиви такої діяльності. Сьогодні бізнес-сектор має широкі можливості обирати власні способи взаємодії із суспільством та громадами, беручи до уваги як власні можливості та потреби, так і вимоги суспільства.

Продумана та налагоджена система КСВ не лише дозволяє компаніям зробити позитивний внесок у соціальний добробут та екологічну стабільність, але й сприяє підвищенню результативності, ефективності та стабільності бізнесу. До основних стимулів, які спонукають суб'єктів бізнесу інтегрувати концепцію соціальної відповідальності у стратегію розвитку, належать: покращення ділової репутації, налагодження та побудова конструктивних відносин із зацікавленими сторонами, впровадження інновацій, підвищення лояльності персоналу, покращення ефективності управління та мінімізація нефінансових ризиків, поліпшення фінансових та економічних показників діяльності, залучення інвестицій та підвищення ринкової вартості компанії, збільшення продажу та ринкової частки, оптимізація операційних процесів і забезпечення економії (рис. 1).

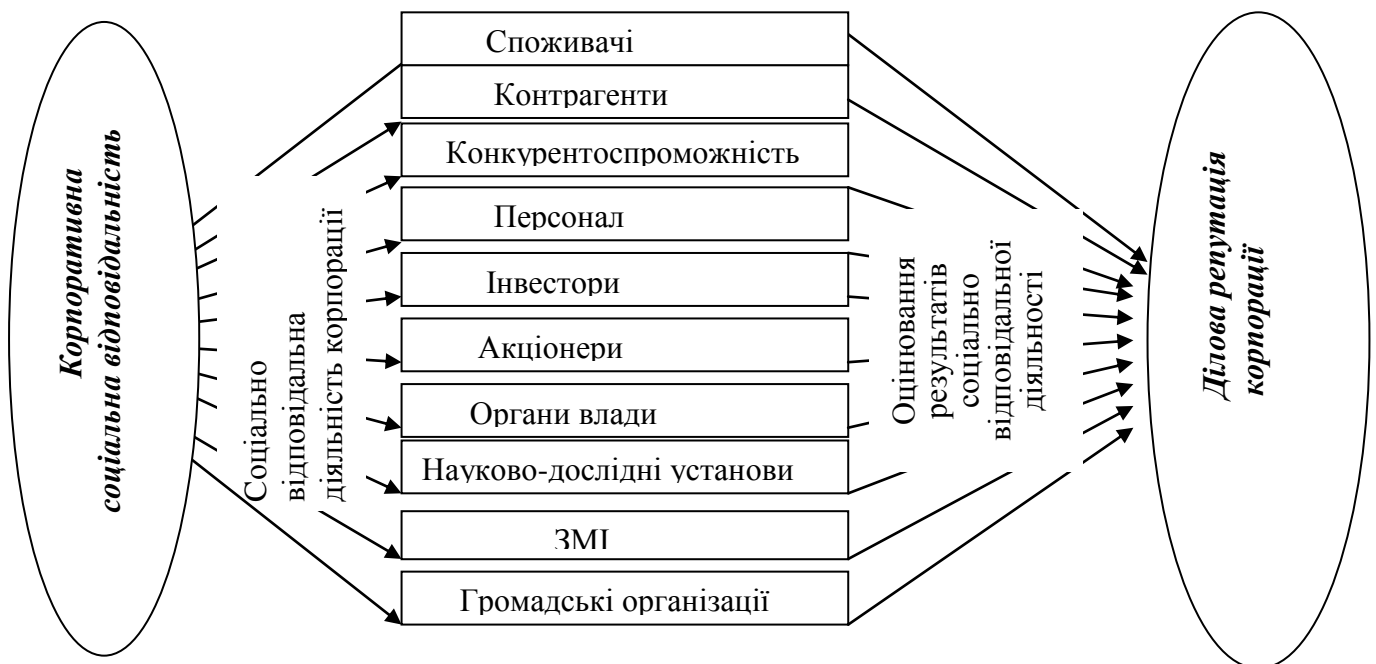


Рис. 1. Взаємозв'язок між КСВ та діловою репутацією корпорації

Джерело: складено автором

Дослідження соціальної звітності продемонстрували, що концепція КСВ поступово стає фундаментальним імперативом діяльності найбільших ТНК у світі. Вже в 2011 році близько 95% із 250 найбільших транснаціональних компаній світу

опублікували нефінансові звіти, а ще 4% представили інформацію про КСВ у межах фінансової звітності*.

Результат соціальних інвестицій визначається тим, наскільки знижуються витрати виробництва, показники плинності кадрів, підвищується продуктивність праці та кваліфікація спеціалістів, корегуються часові витрати, вдається уникнути санкцій чи попередити їх та зменшити можливість державного втручання.

Для оцінювання показників соціальної відповідальності ТНК, представництва яких розміщені в Україні, застосовано методику, що дозволяє побудувати рейтинг КСВ цих компаній на основі вивчення якісних та кількісних показників нефінансової звітності. Методика передбачає такі етапи:

- 1) визначення якісних параметрів КСВ;
- 2) розрахунок кількісних показників КСВ;
- 3) корегування кількісних показників на коефіцієнт, що враховує якісний аспект соціальної звітності.

До якісних параметрів КСВ належать: заява керівництва компанії про підтримку КСВ (CB_1); характеристика організації (CB_2); опис місії, цінностей та підходу компанії до КСВ (CB_3); створення організаційного підрозділу на підприємстві, що відповідає за КСВ (CB_4); опис конкретних практик, використовуваних у сфері КСВ (CB_5); наявність ключових фінансових показників компанії (CB_6); наявність у загальнодоступному щорічному звіті про управлінські заходи у сфері КСВ порівняння з даними попередніх періодів (CB_7); відповідність даних звіту стандартам GRI (CB_8); встановлення взаємодії із зацікавленими сторонами (CB_9); верифікація звіту (CB_{10}).

У результаті контент-аналізу нефінансової звітності компаній можна розрахувати інтегральний якісний показник соціальної відповідальності ($CB_{Як}$):

$$CB_{Як} = \frac{1}{i} \sum_1^i CB_i, \quad (1)$$

де i – якісний показник відносно загальної кількості показників;

$\sum CB_i$ – сума якісних показників, $CB_i=1$, якщо показник наявний у звітності, $CB_i=0$ у випадку, якщо показник у звітності відсутній.

На основі контент-аналізу нефінансової звітності ТНК в Україні за 2011 р. було визначено інтегральні якісні показники КСВ для низки компаній. Виявилось, що в Україні склалася неоднозначна ситуація, коли переважна частина фінансової звітності формується національними компаніями. З усього переліку ТНК, представлених в Україні, соціальну звітність надає лише третина компаній, рівень інформативної наповненості їхньої звітності відповідно до міжнародного стандарту GRI становить у середньому 31%, досить складно прослідкувати показники КСВ у

* Результатом моніторингу соціальної звітності ТНК, який охоплює 34 країни та 16 секторів економіки, стала матриця розвитку КСВ. Для оцінювання рівня розвитку КСВ у ній застосовуються два критерії: ступінь сформованості системи КСВ у більшості компаній, які представляють певну країну або належать до певного сектора, та якість комунікації у сфері КСВ із зацікавленими сторонами. У матриці враховано такі чинники: рівень впровадження в повсякденну діяльність інформаційних систем та процесів; верифікація достовірності оприлюдненої інформації та рівня застосування міжнародних стандартів (додаткові бали нараховувалися за впровадження системи GRI); корегування звітності у зв'язку з нововиявленими обставинами; наявність мультиканальних комунікаційних систем; комплексність звітності.

динаміці. Дослідження першопричин такої ситуації дозволило навести аргументи на користь поширення результатів соціально важливої діяльності ТНК у межах країни, де проводиться діяльність. Застосування авторської методики, яка передбачає розрахунок інтегрального якісного показника КСВ та корегування величини соціальних інвестицій компанії відповідно до його значення, дозволило виділити чотири дійсно соціально відповідальні корпорації в Україні: Групу СКМ, АрселорМіттал Кривий Ріг, Ernst & Young Україна, Nemiroff Україна.

У третьому розділі «Шляхи підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності ТНК» обґрунтовано необхідність застосування системного та процесного підходів до соціально відповідальної діяльності ТНК, окреслено проблеми та напрями підвищення ефективності КСВ як умови успішного суспільного розвитку. Запропоновано систему заходів і механізмів їх упровадження з метою оцінювання довгострокової ефективності.

Вивчення існуючих практик дозволило виокремити та доповнити систему показників, прийнятну для оцінки подібних проектів у ТНК в Україні з метою визначення раціональних напрямів та оптимальних масштабів соціальних інвестицій. Прикладом для практичної адаптації даної методики слугувала Група СКМ.

Визначити ступінь освоєння компанією відповідних векторів соціальних інвестицій можна за допомогою матриці ефективності (ЕСІ) яка включає чотири квадранти в залежності від спрямування інвестицій (внутрішнє чи зовнішнє) та ознаки суб'єктивності інтересів (бізнес-інтерес або суспільний інтерес) (табл.2).

Таблиця .2

Ефективність соціальних інвестицій компанії

Спрямування СІ	Внутрішні СІ	Зовнішні СІ
Суб'єктивність інтересу СІ		
Суспільний інтерес (зовнішній)	Турбота (ЗВСІ)	Співпричетність (ЗЗСІ)
Бізнес-інтерес (внутрішній)	Добросовісність (ВВСІ)	Успіх (ВЗСІ)

Джерело [KPMG International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting, 2011 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.kpmg.com/GR/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Sustainability/Documents/ss-KPMG-International-Survey-of-CR-Reporting-2011-Nov-2011-web.pdf>.]¹

Вивчення чинних практик та методичних підходів, що застосовуються з метою оцінювання соціальних інвестицій, дозволило розробити систему показників,

¹¹ Квадрант ЗВСІ «Турбота» охоплює соціальні інвестиції у збільшення кадрового потенціалу, що передбачає зростання заробітної плати, підвищення кваліфікації, високий рівень безпеки праці, розвиток корпоративної культури. Квадрант ВВСІ «Добросовісність» охоплює соціальні інвестиції у розвиток тих елементів та якостей бізнесу, що стимулюють клієнтів, партнерів, інвесторів, кредиторів підтримувати ділові стосунки саме з даною компанією. Квадрант ЗЗСІ «Співпричетність» вміщує напрями соціальних інвестицій, пов'язані з покращенням якості життя суспільства (екологія, благоустрій, охорона здоров'я, освіта, культура, соціальна, психологічна та професійна самореалізація тощо). Квадрант ВЗСІ «Успіх» включає такі якісні параметри, як визнання у суспільних, ділових та політичних колах, пізнаваність компанії на ринку, стабільність та позитивна динаміка основних показників ефективності бізнесу. Матриця демонструє шлях та послідовність досягнення максимальної ефективності соціальних інвестицій: турбота про персонал, добросовісна ділова практика та корпоративне громадянство.

прийнятну для відстеження та визначення ефективності соціальних інвестицій підприємств будь-якої галузевої та національної належності. З метою виявлення ступеня освоєння компанією різновекторних напрямів соціальних інвестицій запропоновано застосовувати матрицю їх ефективності. Аналіз динаміки абсолютної величини соціальних інвестицій з погляду її розподілу за визначеними векторами дозволяє оцінити соціальну орієнтацію компанії та її зміну в часі, виявити перспективи розвитку соціальної відповідальності компанії, визначити вузькі місця та напрями, на які потрібно звернути увагу для досягнення обраних цілей

З метою визначення характеру та ступеня їх взаємозв'язків рівня ефективності соціальних інвестицій компанії від індикаторів КСВ було використати вибірку компаній відповідної галузевої приналежності, в даному випадку – це металургійна та гірничодобувна сфери.

На основі аналізу наявної он-лайн бібліотеки нефінансових звітів було сформовано вибірку із 12 компаній. Попередньо проведений аналіз їх соціальної звітності дозволив обчислити показники ефективності соціальних інвестицій (результативні ознаки), а також обрати індикатори, які можуть бути включені до моделі в якості факторних ознак. Для кожного індикатора були розраховані коефіцієнти кореляції з рівнем ефективності соціальних інвестицій на основі лінійної форми зв'язку, що дозволило відібрати показники, які мають достатньо тісний взаємозв'язок з результативною ознакою (табл. 3).

Таблиця 3

Індикатори КСВ ТНК та ступінь їх статистичного взаємозв'язку з рівнем ефективності соціальних інвестицій

Фактор	Назва індикатора КСВ	Коефіцієнт кореляції з рівнем ефективності соціальних інвестицій ТНК
X1	Темп зростання заробітної плати, %	0,7832
X2	Співвідношення зарплати ТНК до зарплати по галузі	0,7865
X3	Коефіцієнт плинності кадрів, %	0,7685
X4	Коефіцієнт частоти виробничого травматизму	0,0173
X5	Коефіцієнт втрачених днів, %	0,684
X6	Коефіцієнт зростання освітнього рівня	0,7212
X7	Інтегральний показник екологічної ефективності, %	0,2526
X8	Частка інвестицій у розвиток регіонів присутності у чистому прибутку, %	0,7146
X9	Кількість опублікованих позитивних відгуків ЗМІ	0,8753
X10	Рентабельність EBITDA, %	0,0141

Джерело: Побудовано автором

В багатфакторній моделі залежності рівня ефективності соціальних інвестицій від індикаторів КСВ шляхом покрокового відбору було включено усі обрані фактори, крім X4, X7, X10:

Побудована модель, яка включає сім факторних ознак, дозволяє визначити який вплив матиме зміна кожної з них на рівень ефективності соціальних інвестицій ТНК, а саме: збільшення темпу зростання зарплати на 1% має наслідком зростання рівня

ефективності соціальних інвестицій на 0,26%; зростання значення середньомісячної зарплати в ТНК відносно середньогалузевого рівня призведе до підвищення рівня ефективності соціальних інвестицій на 0,03%; зменшення коефіцієнту плинності кадрів на 1% дозволить підвищити рівень ефективності соціальних інвестицій на 1,02%; зменшення коефіцієнту втрачених днів на 1% призведе до зростання рівня ефективності КСВ-інвестицій на 0,02 процентних пункти; зростання коефіцієнту освітнього рівня на 1% викличе підвищення ефективності соціальних інвестицій ТНК на 0,04%; збільшення частки інвестицій у розвиток регіонів присутності у чистому прибутку на 1% дозволить підвищити рівень ефективності соціальних капіталовкладень на 1,15%; збільшення кількості опублікованих позитивних відгуків у ЗМІ на одиницю очікувано призведе до зростання рівня ефективності соціальних інвестицій на 0,07%.

Порівняти вплив факторів на результат можна за допомогою середніх коефіцієнтів еластичності, які характеризують на скільки відсотків зміниться рівень ефективності соціальних інвестицій ТНК при збільшенні значення відповідного фактора на 1% (табл. 4).

Таблиця 4

Ранжування впливу індикаторів КСВ на рівень ефективності соціальних інвестицій

Назва індикатора КСВ	Коефіцієнт еластичності, %	Ранг
Темп зростання заробітної плати	0,85	1
Співвідношення зарплати ТНК до зарплати по галузі	0,11	4
Коефіцієнт плинності кадрів	-0,33	2
Коефіцієнт втрачених днів	-0,01	7
Коефіцієнт зростання освітнього рівня	0,18	3
Частка інвестицій у розвиток регіонів присутності у чистому прибутку	0,05	6
Кількість опублікованих позитивних відгуків ЗМІ	0,09	5

Джерело: Розраховано автором

Розрахункові значення рівня ефективності соціальних інвестицій для кожної ТНК, що увійшла до статистичної вибірки дослідження, несуттєво відрізняються від фактичного значення, що підтверджує достовірність запропонованої моделі, яка може бути використана для удосконалення процесу формалізації процедур відбору соціальних програм для визначення пріоритетних напрямів соціальних вкладень. При цьому показники, за якими компанія має найменший рейтинг та найбільший коефіцієнт еластичності, вказуватимуть на найбільші можливості для підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності ТНК.

Дослідження поточної діяльності українських компаній дозволяє зробити висновок, що в перспективі компанії повинні рухатися в напрямку повної інтеграції соціальних інвестицій у корпоративну стратегію та проактивної соціальної політики. Досягнути цього можна на основі впровадження цілісної системи заходів підвищення ефективності КСВ, які об'єднані в такі блоки: гнучка система бонусів; моральне стимулювання; додаткові вигоди; кадрові соціальні програми; нові форми

профілактичної роботи у сфері промислової безпеки та охорони праці; модернізація технологій пошуку, підбору та розвитку персоналу; розвиток внутрішніх інформаційно-комунікаційних мереж; відповідальність за продукцію; система корпоративного збуту; партнерські програми; антикорупційна політика; розвиток корпоративної системи екологічного менеджменту та аудиту; добровільний маркетинг; комунікаційний консалтинг; комунікаційний аудит; репутаційний менеджмент.

Дослідження поточного стану та ретроспективний аналіз соціально важливої діяльності ТНК в Україні, а також вивчення найбільш успішних соціально важливих практик у світі дозволив сформуванати систему заходів для підвищення ефективності КСВ компаній. Їх укрупнені блоки, розподілені за основними векторами соціальних інвестицій представлено на рис. 3.

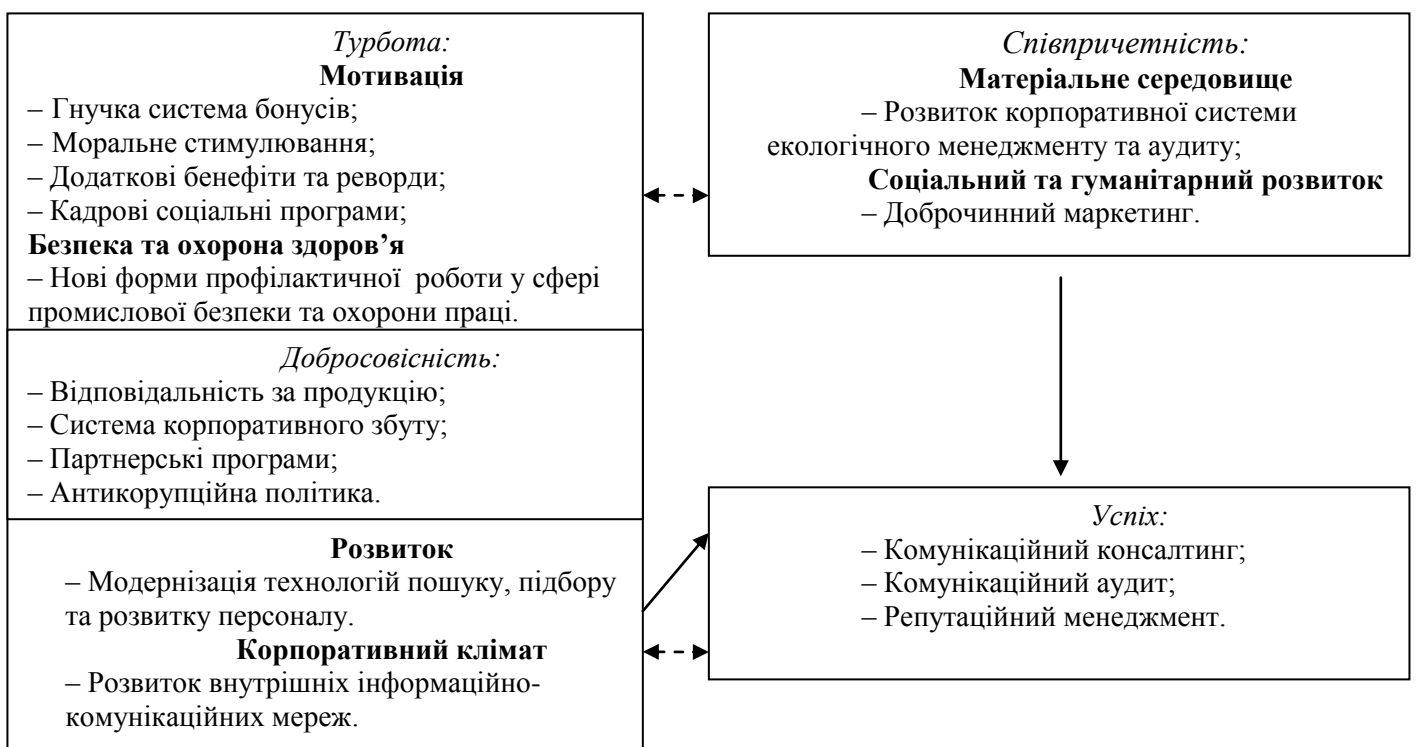


Рис. 2. Укрупнені блоки заходів підвищення КСВ ТНК в Україні

Джерело: Розробка автора

У роботі запропоновано систему рекомендацій щодо заходів та методів ефективної реалізації принципів КСВ, які охоплюють основні напрями діяльності компаній та безпосередньо соціальної політики, зокрема кадрову політику, систему контролю якості, програму соціального партнерства, взаємодію з громадами та державними органами тощо. Системний підхід до управління заходами у сфері КСВ передбачає розгляд процесу впровадження соціально важливих нововведень як складного цілісного комплексу взаємопов'язаних компонентів, що беруть участь в управлінні такими змінами та особливим чином пов'язані із зовнішнім середовищем компанії.

Дослідження поточної діяльності українських компаній дозволяє зробити висновок, що в перспективі компанії повинні рухатися в напрямку повної інтеграції соціальних інвестицій у корпоративну стратегію та проактивної соціальної політики.

Досягнути цього можна на основі впровадження цілісної системи заходів підвищення ефективності КСВ, які об'єднані в такі блоки: гнучка система бонусів; моральне стимулювання; додаткові вигоди; кадрові соціальні програми; нові форми профілактичної роботи у сфері промислової безпеки та охорони праці; модернізація технологій пошуку, підбору та розвитку персоналу; розвиток внутрішніх інформаційно-комунікаційних мереж; відповідальність за продукцію; система корпоративного збуту; партнерські програми; антикорупційна політика; розвиток корпоративної системи екологічного менеджменту та аудиту; добродійний маркетинг; комунікаційний консалтинг; комунікаційний аудит; репутаційний менеджмент.

Основні інструменти реалізації заходів КСВ наведено в табл. 5.

Таблиця 5

Інструменти реалізації заходів у сфері КСВ та їх характеристика

Назва інструменту	Сутність	Особливості застосування
Грошові гранти	Один із традиційних і водночас найдоступніших інструментів у формі адресної допомоги, що виділяється компанією на реалізацію соціальних програм у сфері освіти, проведення прикладних досліджень	Разові зовнішні інструменти реалізації соціальних програм компанії
Благодійні пожертви	Добровільна безкорислива передача засобів компанії у формі матеріальної, фінансової, органі-заційної та іншої допомоги для життя чи професійної і суспільно значущої діяльності особам, організаціям та юридичним особам переважно бюджетної сфери чи іншим структурам благодійної діяльності	
Спонсорство	Добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка компанією будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого найменування, бренду, знака для товарів і послуг	
Соціально значущий маркетинг	Форма адресної фінансової допомоги, що полягає у спрямуванні процента від продажу конкретного товару на проведення соціальних програм компанії	Довгостроковий характер дії, що потребує відповідного планування, організації та управління
Часткове фінансування	Форма адресної фінансової допомоги, що полягає у спільному фінансуванні соціальної відповідальності з боку компанії, органів державного управління та некомерційного сектору. Різновидом часткового фінансування є форма збору коштів, коли кожна вкладена гривня співробітників компанії (як правило, сума від зарплати) спрямовується на реалізацію певного соціального проекту компанії	
Делегування співробітників в компанії	Залучення на принципах добровільності спів-робітників компанії до соціальних програм зовнішньої спрямованості через безоплатне надання одержувачам часу, знань, навичок, контактів та зв'язків співробітників	Внутрішньокорпоративний характер за-стосування, що потребує змін кор-поративного менеджменту, координації діяльності різних служб компанії
Соціальний бюджет	Фінансові кошти, що виділяються компанією на реалізацію власних соціальних програм	

Джерело: складено автором

Результати застосування методичного підходу до оцінювання рівня соціальної відповідальності можуть використовуватися під час складання рейтингів соціальної

відповідальності великих підприємств, бути основою для розробки підприємством заходів щодо підвищення рівня соціальної відповідальності та для ухвалення відповідних управлінських рішень.

ВИСНОВКИ

Дослідження дозволило сформулювати висновки й рекомендації, які мають теоретичне та практичне значення й характеризуються науковою новизною.

1. Корпоративна соціальна відповідальність – це концепція та стратегія ведення бізнесу, за допомогою якої компанія інтегрує цілі та цінності суспільства, в якому вона діє, соціальні та екологічні аспекти, а також взаємодію зі стейкхолдерами в повсякденну діяльність на добровільній основі з урахуванням наявних ресурсів та можливостей, несе відповідальність за результати своєї діяльності та впливу на суспільство. Це філософія поведінки та концепція побудови діловою спільнотою, компаніями, окремими представниками бізнесу своєї діяльності орієнтуючись на такі орієнтири як виробництво якісної продукції та послуг, створення привабливих робочих місць, виплата легальних заробітних плат та інвестиції в розвиток людського потенціалу, виконання вимог законодавства: податкового, трудового, екологічного та ін., побудова довірливих відносин з усіма стейкхолдерами, ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості та ріст добробуту своїх акціонерів, врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм в практиці ведення справ, вклад у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти розвитку місцевої спільноти.

2. Зміст соціальної відповідальності змінювався разом із еволюцією цінностей та суспільних переконань, а також загроз, які виникали на певному етапі розвитку суспільства. Соціальну відповідальність тісно пов'язують із питаннями сталого розвитку. Послідовно розвиваючись, зазначені концепції не стільки замінювали одна одну, скільки акумулювали в собі попередні досягнення. Проведене дослідження дало змогу запропонувати авторське визначення соціальної відповідальності.

3. Соціальна відповідальність упродовж свого розвитку трансформувалась від звичайної благодійності до сучасної стратегії ефективного ведення діяльності. Кожний наступний етап розвитку соціальної відповідальності передбачав появу нових методів і технологій, які доповнювали та розширювали це поняття. Дискусії щодо сутності, значення, форм та ефектів КСВ досі тривають. Як основні джерела соціальної відповідальності ТНК розглядають суспільний договір, політичні теорії тощо, адже в сучасних умовах корпорації мають значний вплив на економіку та інші аспекти суспільного буття, особливо в країнах, що розвиваються.

4. Мотивація соціально відповідальної поведінки зумовлюється як внутрішніми потребами, так і сукупністю зовнішніх обставин, які впливають на ухвалення рішень щодо соціально відповідальної поведінки. Остання може по-різному сприйматися з погляду впливу на діяльність: з одного боку, вона може спричиняти збільшення витрат, а з другого – стимулювати інвестиційну діяльність, знижувати підприємницькі ризики, збільшувати конкурентні переваги, підвищувати ефективність роботи персоналу і лояльність споживачів, а також репутацію компаній. Можна стверджувати, що мотивами компаній в соціально відповідальній діяльності варто вважати їхню зацікавленість чи незацікавленість у процесі й

результатах цієї діяльності. На прикладах найактивніших соціально відповідальних корпорацій України доведено необхідність формування інституту позитивної соціальної відповідальності, основними характеристиками якого є домінування позитивних методів мотивації, добровільний вибір обсягу соціальних зобов'язань, спрямованість на досягнення ефективних результатів, активний характер соціальних заходів.

5. Соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності існує в конкретному суспільстві з його специфічними соціальними нормами, національними й історичними традиціями, політичною й економічною ситуацією, які певним чином впливають на її формування й становлення. Вона розвивається в часі й просторі, а тому й підходи до неї змінюються відповідно до традицій і проблем конкретних держав. Форми прояву соціальної відповідальності найчастіше є позитивною реакцією на зовнішній запит і визначаються за принципом доцільності та актуальності. Таким чином, рівень соціальної відповідальності тієї чи тієї бізнес-організації залежить від умов функціонування та від того, на якому реальному рівні розвитку вона перебуває і які має ресурсні можливості для відповідної поведінки.

6. Керівники компаній все більше надають уваги питанням соціальної відповідальності не лише тому, що так необхідно вчиняти з етичних міркувань, але і тому, що для багатьох компаній це має і прагматичний інтерес. Така стратегія ведення бізнесу сприяє виживанню компаній на ринку оскільки підтримує репутацію та зменшує тиск державного регулювання як компаній, так і галузей в цілому. Існує коло аргументів, що стосуються як самих принципів, так і форм соціальної відповідальності, які ставлять під питання доцільність застосування концепції КСВ та впровадження її в діяльність компаній. Сюди можна віднести порушення принципу максимізації прибутку та витратність соціальних програм. В кінцевому результаті витрати за соціальну активність компанії, як і будь-які інші витрати, можуть бути покладені на споживачів в якості підвищених цін. Ще одним аргументом, що породжує негативну оцінку КСВ є розширення впливу бізнесу на суспільство, який може бути неправильно нею використаний в своїх власних цілях. На жаль, і сьогодні діяльність багатьох ТНК в соціальній сфері можна охарактеризувати як Greenwash («Зелене відмивання»), тобто наданням завідомо неправдивої інформації для створення позитивного екологічного іміджу в очах суспільства. Подібні зусилля ТНК спрямовані на своє позиціонування як екологічно відповідальної компанії задля уникнення санкцій державних та міжнародних організацій за забруднення природи та порушення екологічних стандартів.

7. Вимоги посиленої соціальної відповідальності компаній на сьогодні є фактом, який не можна недооцінювати. На міжнародному рівні ведеться активна робота по визначенню та уточненню меж КСВ, а також її інституційних рамок. Починаючи з 1990-х років робляться численні спроби створення інструментарію та стандартів, які можна було б використати для уніфікації принципів КСВ, а також об'єктивного оцінювання внеску корпорацій в соціальну, екологічну та економічну сфери. Принципи та рекомендації в сфері КСВ розробляються такими організаціями як ЮНКТАД, Міжнародна організація праці, Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) та багатьма іншими. Ініціатива Глобального договору ООН представляє об'єднання установ системи ООН та компаній, метою

якої є сприяння поширенню та відбору принципів соціальної відповідальності та сталого розвитку. Зростаюча кількість глобальних конвенцій, керівних принципів, рекомендацій та стандартів, які певною мірою регламентують відповідальності бізнесу, а також підвищення загального інтересу до цих питань в розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, допомагають компаніям враховувати питання КСВ в своїй повсякденній діяльності. Велика кількість та різноманіття груп, які працюють над такого роду ініціативами свідчить про значний потенціал даної сфери.

8. Формування КСВ базується на основі принципу послідовної розробки стратегії соціальної відповідальності, що дозволяє усунути фрагментарність соціально відповідальної діяльності ТНК, подолати проблеми обмеженості ресурсів та запровадити дієву систему моніторингу проміжних та кінцевих результатів. На основі вивчення наявних практик та методичних підходів, що застосовуються для оцінювання соціальних практик та інвестицій, була розроблена система показників, які використовуються для відстеження та визначення ефективності соціальної відповідальності підприємств будь-якої галузевої належності. На основі якісних та кількісних показників нефінансової звітності компаній та запропонованої у роботі методики побудовано рейтинг соціальної відповідальності ТНК, представництва яких розміщені в Україні.

9. Соціальна відповідальність виступає елементом формування позитивної корпоративної репутації, що, в свою чергу, може суттєво підвищити вартість самої компанії. Це корпоративна позиція, що визначає цінності, стандарти і норми, якими керується компанія у своїй діяльності і яка пов'язана з її бізнес-стратегією. Однією з основних проблем імплементації принципів КСВ у бізнес-практику є орієнтованість на короткострокові інвестиції та підвищення поточної фінансової результативності. Відсутність довгострокової стратегії розвитку підприємства та недосконалість системи корпоративного управління є причинами низького рівня соціальної відповідальності. Для більшості вітчизняних компаній втілення принципів КСВ на практиці залишається нелегкою справою, але конкурентна боротьба все більше зміщується в площину корпоративної репутації. В наступні роки ця тенденція зберігатиметься, тому у виграші залишаться ті, кому вдасться повною мірою втілити ідею КСВ.

10. Аналіз факторів та показників соціальної відповідальності ряду компаній дав можливість побудована модель, яка включає сім факторних ознак (темپ зростання заробітної плати, співвідношення зарплати ТНК до зарплати по галузі, коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт частоти виробничого травматизму, коефіцієнт втрачених днів, коефіцієнт зростання освітнього рівня, інтегральний показник екологічної ефективності, частка інвестицій у розвиток регіонів присутності у чистому прибутку, кількість опублікованих позитивних відгуків ЗМІ, рентабельність ЕВІТДА) і дозволяє визначити який вплив матиме зміна кожної з них на рівень ефективності соціальних інвестицій ТНК.

11. Корпоративна соціальна відповідальність українських компаній та представництв глобальних ТНК характеризується поєднанням добровільності ініціатив бізнесу та потреби встановлення державою принаймні мінімальних вимог та меж соціальної відповідальності. Через недоліки розвитку бізнес-сектору в нашій країні та недостатнє розуміння цілісності концепції соціальної відповідальності

розвинуті моделі КСВ не можуть повною мірою автоматично впроваджуватися на всіх вітчизняних підприємствах. У результаті дослідження було визначено та вдосконалено систему заходів соціальної відповідальності компаній в Україні, яка детермінує напрями та механізми підвищення ефективності впровадження концепції соціальної відповідальності як відносно самих компаній, так і суспільства в цілому.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях:

1. Марущак Н.В. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності / Н.В. Марущак // Науково-практичний журнал «Європейські перспективи». – Київ, 2012. – №2, ч.1. – С. 213-221.
2. Марущак Н.В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні у контексті світового досвіду / Н.В. Марущак // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Серія: Економіка. – 2012. – № 138. – С. 68-71.
3. Марущак Н.В. Вплив міжнародних стандартів та національної політики на розвиток соціальної відповідальності компаній / Н.В. Марущак // Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук «Інноваційні виміри світової економіки». – Дніпропетровськ, 2013. – С. 111-122.
4. Марущак Н.В. Сучасні форми реалізації соціальної відповідальності компаній / Н.В.Марущак // Збірник наукових праць «Проблеми и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ» . – Ростов-на-Дону – Донецьк, 2013. – С. 253-257.

Статті у виданнях іноземних держав:

5. Марущак Н.В. Социальная ответственность как фактор повышения эффективности функционирования компаний [Електронний ресурс] / Н. Марущак // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6. – Режим доступа:<http://www.science-education.ru/113-10902>
6. Марущак Н.В. Мировые подходы к оценке корпоративной социальной ответственности // Н.В.Марущак // Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции «Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития». – Новосибирск, 2013. – С.137-146.

Тези наукових доповідей:

7. Марущак Н.В. Реалії та перспективи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Н.В. Марущак // Збірник наукових праць «Актуальні проблеми міжнародних відносин». – Київ, 2011. – №98, ч.2. – С.65-67.
8. Марущак Н.В. Еволюція концепції соціальної відповідальності / Н.В. Марущак // Матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Шевченківська весна». – Київ, 2011. – С. 58-59.

9. Марущак Н.В. Сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності / Н.В. Марущак // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Актуальні проблеми міжнародних відносин». – Київ, 2012. – Ч.2. – С.55-56.

10. Марущак Н.В. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній / Н.В. Марущак // Збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та викладачів «Корпоративна соціальна відповідальність – фактор сталого розвитку держави». – Київ: Акад. праці і соц. відносин Федер. проф. спілок України, 2012. – С.59-60.

11. Марущак Н.В. Стан формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності ТНК / Н.В.Марущак // Менеджмент суб'єктів господарювання: проблеми та перспективи розвитку: зб. матер. I Міжнар. науково-практичної конф. – 20-21 червня 2013р. – Житомир: ЖДТУ, 2013. – С. 38-40.

12. Марущак Н.В. Оцінка ефективності КСВ як умова соціалізації суспільного розвитку / Н.В. Марущак // Підвищення національної конкурентоспроможності: управлінські, соціально-економічні та науково-технологічні аспекти / Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції. – 19-23 листопада 2013 р. – Сімферополь – Ялта – Сімферополь: Кримський інститут бізнесу, 2013. – С. 78-81.

АНОТАЦІЯ

Марущак Н.В. Ефективність соціальної відповідальності ТНК. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ, 2013.

У дисертації здійснено аналіз історичних та теоретико-методологічних засад розвитку корпоративної соціальної відповідальності ТНК. Досліджено еволюцію наукових підходів, визначено основні світові тенденції розвитку концепції та особливості впровадження цього підходу в діяльності вітчизняних компаній. Здійснено комплексне дослідження основних наукових підходів до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності та запропоновано її авторське визначення.

Удосконалено модель формування КСВ і визначено її місце в управлінні компанії. У результаті використання системного підходу класифіковано показники та нормативні характеристики їх складників, що дозволяє розробити напрями покращення ефективності практик корпоративної соціальної відповідальності. Подальшого розвитку дістав комплекс методів, застосування яких дозволяє підвищити рівень корпоративної соціальної відповідальності підприємства та її ефективність, забезпечує формування системи зворотного зв'язку із зацікавленими сторонами та побудову ефективної системи управління, яка відповідає сучасним умовам існування та функціонування економічної системи.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, управління, оцінка ефективності, соціалізація суспільного розвитку.

АННОТАЦИЯ

Марущак Н.В. Эффективность социальной ответственности ТНК. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 – мировое хозяйство и международные экономические отношения. – Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко. – Киев, 2013.

В диссертации представлен анализ исторических и теоретико-методологических основ развития корпоративной социальной ответственности ТНК. Исследована эволюция научных подходов, определены основные мировые тенденции развития концепции, особенности внедрения социально-ответственного подхода в деятельности отечественных компаний.

Осуществлено комплексное исследование основных научных подходов к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности и предложено ее авторское определение.

Усовершенствована модель формирования корпоративной социальной ответственности и определено ее место в управлении компаниями. В результате использования системного подхода классифицированы показатели и нормативные характеристики их составляющих, что позволяет разработать направления повышения эффективности практик корпоративной социальной ответственности. Дальнейшее развитие получил комплекс методов, применение которых позволяет повысить уровень корпоративной социальной ответственности предприятия и ее эффективность, обеспечивает формирование системы обратной связи с заинтересованными сторонами и построение в компаниях эффективной системы управления, соответствующей современным условиям существования и функционирования экономической системы.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, управление, оценка эффективности, социализация общественного развития.

SUMMARY

Marushchak N.V. Effectiveness of corporate social responsibility of MNC. - Manuscript.

The dissertation for acquiring the Candidate of Sciences degree in economic sciences under speciality 08.00.02 – world economy and international economic relations. – Institute of International Relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 2013.

The author analyzes the historical and theoretical- methodological principles of corporate social responsibility of MNCs. The evolution of scientific approaches, basic concept of global trends and features of the implementation of this approach in the activities of domestic companies. The complex study of basic scientific approaches to understanding the nature of corporate social responsibility and suggests author's definition: Corporate social responsibility - a concept and strategy of business in which the company integrates daily activities goals and values of the society in which it operates, social and

environmental aspects, interaction with stakeholders stakeholders on a voluntary basis and is responsible for the results of their operations and the impact on society (as the local community, which operates and the global community as a whole). Based on the definition and classification of the components of corporate social responsibility of TNCs as a set of environmental, social, labor and economic responsibility, proposed an integrated approach to development and implementation of the corporate principles and calculation TNC interests of different stakeholder groups.

The model of corporate social responsibility determine its place in the management of the company. As a result of the use of systems approaches classified values and normative characteristics of their components, allowing you to develop areas of improving the efficiency of their corporate social responsibility. Further development took a set of directions, that allow to promote corporate social responsibility of the enterprise and its effectiveness, provides for the formation of feedback from stakeholders and building effective management system in companies that meet modern conditions of existence and functioning of the economic system.

It was found that the main factors that motivate most domestic and foreign companies to become more socially responsible include: the prospects of entering the equity markets , increased market capitalization, increased market capitalization, attracting credit resources, improving the reputation and image of companies, labor productivity growth, promotion of goods and services, sustainable companies in the long run.

The author investigates and analyzes ways to improve CSR companies, the necessity of improving social programs and their effectiveness as a condition of general socialization of social development. In order to improve the efficiency of the proposed measures for the creation of a diversified system of social responsibility of the companies used an integrated approach based on the interaction of classical management and general scientific and methodological approaches.

Has been identified and improved the system for social responsibility of companies in Ukraine which determines the direction and mechanisms for improving the efficiency of the concept of CSR both inside the companies and within society they work in.

Keywords: corporate social responsibility, management, evaluation, socialization social development.