

УДК 339.923

М. Лещенко

M. Leshchenko

**СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ  
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОВІДНИХ ТНК****MODERN ASPECTS OF FORMATION  
OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF LEADING TNCs**

*У статті розкрито та досліджено сучасні аспекти формування соціальної відповідальності провідних ТНК. Визначено особливості зміни концепції соціальної відповідальності в сучасних умовах. Проаналізовано екологічні та соціальні практики корпоративної соціальної відповідальності.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, корпорація, концепція, політика, екологія.

*В статье раскрыты и исследованы современные аспекты формирования социальной ответственности ведущих ТНК. Определены особенности изменения концепции социальной ответственности в современных условиях. Исследованы экологические и социальные практики корпоративной социальной ответственности.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность, корпорация, концепция, политика, экология.

*The modern aspects of formation of the social responsibility of leading TNCs are disclosed and analyzed in the article. The features of change of the corporate social responsibility concept in the modern conditions are determined. The environmental and social practices of corporate social responsibility are analyzed.*

**Keywords:** social responsibility, corporation, concept, politics, ecology.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах зміни ролі держави та появи нових гравців міжнародного бізнесу, одночасно з'являються нові можливості його розвитку, вимоги та обмеження. Саме тому, під впливом ринку і суспільства все сильніше зростає роль відповідальності бізнесу. Від сучасного бізнесу очікують, що він стане відповідально використовувати суспільні ресурси, діючи не тільки на благо своїх компаній, але і всього суспільства. У сучасному суспільстві формуються нові стандарти і процедури етики бізнесу, особливою частиною якої є принцип соціальної відповідальності, що починає активно і успішно реалізуватися у всьому світі. Компанії не просто вирішують проблеми суспільства, інвестуючи кошти в розвиток освіти, медицини, науки, виробництва, підтримуючи соціально незахищені верстви і піклуючись про природоохоронні заходи, – вони отримують певні вигоди від цієї діяльності. У західних країнах корпоративна соціальна відповідальність функціонує як стійкий соціальний інститут, з високим рівнем раціональності та ефективності. Саме тому, обрана проблематика дослідження є надзвичайно актуальною, оскільки дозволяє не лише поглибити теоретичне підґрунтя соціальної відповідальності, а також розкрити практичні аспекти її реалізації найбільшими транснаціональними корпораціями (ТНК).

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання формування та розвитку концепції соціальної відповідальності знайшли своє відображення у працях вітчизняних та закордонних дослідників, таких як: Л. Бейлі, О. Брінцева, Х. Боуен, У. Волинець, В. Воробей, Д. Гібоні, А. Гессен, Д. Грейсон, О. Грішнова, Н. Держак, О. Дробіленко, Дж. Елкінгтон, А. Керол, Л. Козин, А. Колот, А. Кузнецова, Дж. Ленсен, Д. Лажняк, М. Меліховський, С. Ничипоренко, Л. Престон, А. Решетніков, С. Сімпсон, Т. Смовженко, Н. Ткаченко, З. Хілтон, М. Фрідман, А. Шерер та інші. Разом з тим, концепції корпоративної соціальної відповідальності ще не сприймаються як обов'язковість сьогодення в українському суспільстві, що свідчить про доцільність подальшого опрацювання її теоретичних та практичних засад та дослідженні досвіду провідних ТНК щодо інструментів соціальної відповідальності бізнесу.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є поглиблення теоретичних засад та висвітлення практичних аспектів формування соціальної відповідальності провідних ТНК. Досягнення мети стало можливим шляхом виконання таких завдань: визначення ключових акцентів сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності; висвітлення основних напрямів зміни пріоритетності за-

вдань соціальної відповідальності; дослідження основних складових корпоративної соціальної відповідальності та особливості їх реалізації для найбільших ТНК.

**Виклад основного матеріалу.** Протягом останніх десятиліть в цілому ряді теоретичних і практичних напрямків соціально-економічних наук проявляються парадигмальні зміни. Трансформації обумовлені розвитком гуманістичних і когнітивних технологій в економіці, наукових дослідженнях, освіті. Істотних змін зазнає і бізнес-етика, що стала невід'ємною складовою сучасних підприємств та організацій. Тому, в етико-економічних концепціях сучасного бізнесу проявляються такі складові, як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), корпоративне суспільство, корпоративна свідомість та ін.. Соціально відповідальний бізнес спрямований на сталий розвиток, в основі якого лежать три взаємопов'язані складові – соціальна, екологічна та економічна. В умовах глобальних процесів, така спрямованість вимагає нових підходів до діяльності бізнес-організацій, що і призводить до формування нової парадигми КСВ.

Корпоративна соціальна відповідальність як результат «стратегії потрійного результату сталого розвитку» впроваджений в економічну науку відомим американським дослідником Дж. Елкінгтон [4]. Розглядаючи проблематику корпоративного суспільства, науковець акцентує увагу на появі нових стратегій розвитку бізнесу, в яких, поряд з економічним інтересом, виникають соціальні та екологічні практики, які є відповіддю на запити суспільного розвитку. Учений дійшов висновку, що і в усьому світі люди бізнесу усвідомлюють той факт, що ключові ринки знаходяться на межі швидких змін, обумовлених новими екологічними стандартами і пов'язані із запитамі споживачів.

В той же час, Смовженко Т. та Кузнецова А. зазначає, що проблема корпоративного суспільства, була оцінена як низько пріоритетна багатьма науковцями, тому її дослідження повинно стати стратегічним для основних ланок індустрії і комерції [9].

Таким чином, відбувається зміна пріоритетності та статусу проблематики КСВ. За словами А. Г. Шерера, одночасно відбуваються і інші, не менш значущі, трансформації, на основі яких можна прослідкувати наявність істотних відмінностей між традиційної та сучасної парадигмами КСВ [8, с. 414]. При цьому традиційна концепція базується на філантропії та передбачає періодичні несистемні взаємодії компаній з локальними спільнотами; друга ж ґрунтується на концепції сталого розвитку і зумовлює інтеграцію соціальної відповідальності з постійною бізнес-практикою компаній. Загальним теоретичним підґрунтям традиційної парадигми КСВ є неокласичний економічний підхід чіткого розподілу політичної та економічної сфер бізнес-діяльності. Це й зумовлює сутність критики цієї парадигми, яка спочатку оберталася виключно навколо теми доцільності КСВ. Яскравим прикладом цієї критики можна вважати поширений у світовій практиці вираз «The business of business is business», авторство приписується М. Фрідману [5]. Цей вираз означає недоцільність втручання бізнесу у зовнішню, по відношенню нього, діяльність. Бізнес-єдиниці, діючи в економічній сфері, повинні дбати виключно про власний прибуток. Забезпечуючи його зростання і дотримуючись законів, вони автоматично діють відповідально. Всі інші сфери (соціальна або екологічна) повинні знаходитися в компетенції спеціальних органів і регулюватися політичною сферою, а не економічною.

На підтримку даної концепції дослідники [1; 2] наводять такі аргументи:

1) втручання бізнесу у справи, які знаходяться в компетенції держави, вносить дисбаланс у політичну сферу і може призвести до різноманітних порушень як взаємодії бізнесу і держави, так і прямого порушення вимог закону;

2) проблеми, які знаходяться за межами безпосередньої компетентності корпорації, вирішуються в повній мірі, недостатньо професійно; більш ефективним виступає централізоване вирішення цих проблем компетентними державними органами;

3) зростання витрат на благодійність, в кінцевому підсумку, призводить до зростання вартості продукції, отже, за корпоративну соціальну відповідальність платить споживач;

4) корпоративна соціальна відповідальність тільки відволікає громадськість від справжніх наслідків бізнес-діяльності, в реальності ж її наслідки можуть бути несприятливими для навколишнього середовища або для соціуму;

5) корпорації не займаються ні забрудненим навколишнім середовищем, ні бідністю та іншими соціальними проблемами, вони використовують ці проблеми лише для поліпшення власного іміджу і, нарешті, – для отримання прибутку [21].

Саме це і проблематизує недоліки як традиційної парадигми КСВ, так і критичного дискурсу навколо неї. Адже, як справедливо зауважив Е. Шерер, традиційну парадигму КСВ можна вважати

«парадигмою національних держав», не придатною для епохи глобалізації, в умовах якої міжнародні корпорації можуть володіти надпотужними ресурсами, зв'язками, впливовості [8, с. 415].

Таким чином, внаслідок глибокої дискусії та глобальних процесів відбувається перетворення корпоративної соціальної відповідальності в новий спосіб саморегуляції корпораціями власної діяльності, формуються нові механізми впровадження соціальної відповідальності бізнесу.

З огляду на такі складові концепції соціальної відповідальності, як роль держави, законодавчі рамки, ключові учасники соціальної відповідальності, механізм взаємодії між основними учасниками, розрізняють різні моделі КСВ. Сучасні дослідники розглядають чотири моделі соціальної відповідальності американську, європейську, японську і британську.

Американська модель є найбільш лібералізованим варіантом соціальної політики держави, заснований на принципі виокремлення соціального захисту від вільного ринку та обмеження захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат. Держава регулює соціально-трудові відносини на рівні підприємства і значно менше – на рівні галузі та регіону шляхом прийняття відповідних законодавчих та нормативних актів. Американська модель соціальної відповідальності передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного вкладу. Держава підтримує і стимулює цей напрямок діяльності бізнесу шляхом просвітництва і створення системи стимулів, а саме, через пільги чи субсидії, не втручаючись у формування програм соціальної відповідальності. Відповідальна соціальна діяльність та благодійність корпорацій стимулюються відповідними податковими пільгами, які встановлені на законодавчому рівні. Крім благодійності, важливим напрямком соціальної відповідальності американських корпорацій є заходи з охорони навколишнього середовища. Наприклад, якщо загальнонаціональні екологічні витрати США становлять приблизно 3 % валового національного прибутку, то 70-90 % цих витрат припадає на приватний сектор [9].

Європейська модель КСВ принципово відрізняється від американської. Сьогодні соціальну відповідальність у Європі розглядають як один з механізмів підвищення конкурентоспроможності та дієвий спосіб зростання стандартів життя громадян. Більшою мірою європейська модель соціальної відповідальності орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив, а саме: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища [11]. Порівнюючи її з американською моделлю, слід наголосити на тому, що європейська модель відносить до американської додаткові питання відповідальності перед працівниками та місцевими громадами. Зокрема, соціальна відповідальність поширюється на умови праці, заробітну плату, випуск якісної продукції та послуг, охорони навколишнього середовища, зайнятість в конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення тощо. У Європі соціальна відповідальність є складовою стратегією розвитку держав. Саме тому, більшість країн ЄС вже розробили або розробляють національні стратегії соціальної відповідальності. Наприклад, голландські урядові установи приділяють особливу увагу умовам, за яких вироблені товари, які вони купують, до 2 % закупівель, зроблених державою, повинні бути екологічно чистими [9]. Це стимулює вітчизняні компанії виробляти екологічно чисті товари та послуги.

Особлива увага сучасних дослідників присвячена японській моделі соціальної відповідальності. Характерною її рисою є активна роль держави. У зв'язку з тим, що держава довгий час брала участь у стратегічному плануванні бізнесу, частково підхід до соціальної відповідальності японської моделі нагадує європейський, оскільки роль держави теж дуже впливовою. В той же час, японський бізнес все зосереджується на внутрішніх програмах, завдяки яким компанія стає для працівника сім'єю. Соціальна відповідальність корпорації в Японії активно підтримується культурними традиціями країни. Згідно японська модель відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. Управління бізнесом орієнтоване не тільки на отримання прибутку, воно також передбачає орієнтацію на правильне сприйняття буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагнення до прогресу цивілізації взагалі [11, с. 6].

Принциповим моментом британської моделі соціальної відповідальності є яскраво виражена активність самого бізнесу у створенні проектів у сфері соціальної відповідальності, що по своїй суті цілком відповідає принципу добровільності [10]. Особливою рисою цієї моделі є, насамперед, активна підтримка бізнесу з боку держави і добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. У Великобританії ініціатором прояву соціальної відповідальності з боку підприємницьких структур виступають в основному урядові органи. Їм також доручена і координація зусиль по впровадженню соціальної відповідальності в практику. Участь влади у розвитку соціальної відпо-

відальності проявляється у налагодженні партнерства з власниками підприємств, які беруть участь у фінансуванні соціальних проектів [11, с. 7].

Сучасні транснаціональні корпорації, як основні суб'єкти корпоративної соціальної відповідальності, відіграють все більш важливу роль у сфері сталого розвитку. Протягом багатьох років, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) підкреслювала важливу розвиваючу роль, яку ТНК можуть відіграти в якості каналів руху капіталу, технології та управління ноу-хау. В даний час, все частіше, ТНК у власній діяльності заглиблюються в більш широкі екологічні, соціальні та управлінські питання.

Протягом більш ніж десяти років, ТНК реагували на ці проблеми, використовуючи вдосконалені програми діяльності для вирішення своїх соціальних та екологічних обов'язків. Перша організація, що звернула увагу на це питання, була ЮНКТАД, у звіті «World Investment Report: Foreign direct investment and the challenge of development» (WIR) [12] і продовжувала вирішувати це питання в ряді наступних публікацій, у тому числі наступних серіях WIR, а також у серії власних публікацій щодо міжнародних інвестиційних угод та з міжнародних питань бухгалтерського обліку та звітності. Сучасні дослідження практики корпоративної соціальної відповідальності передбачають доволі детальні дослідження у розрізі головних учасників та інструментів КСВ.

Результати дослідження практики КСВ найбільших ТНК показують, головними областями практики корпоративної соціальної відповідальності ТНК, є: практика компанії стосовно екологічних проблем та практики, що стосуються корупції (рис. 1). В обох цих областях, майже всі з 100 найбільших ТНК розробили політику і практику звітності. Більше третини також ввели політику управління для вирішення питань в галузі прав людини і більше половини забезпечили суспільну звітність про свою діяльність у цій галузі.

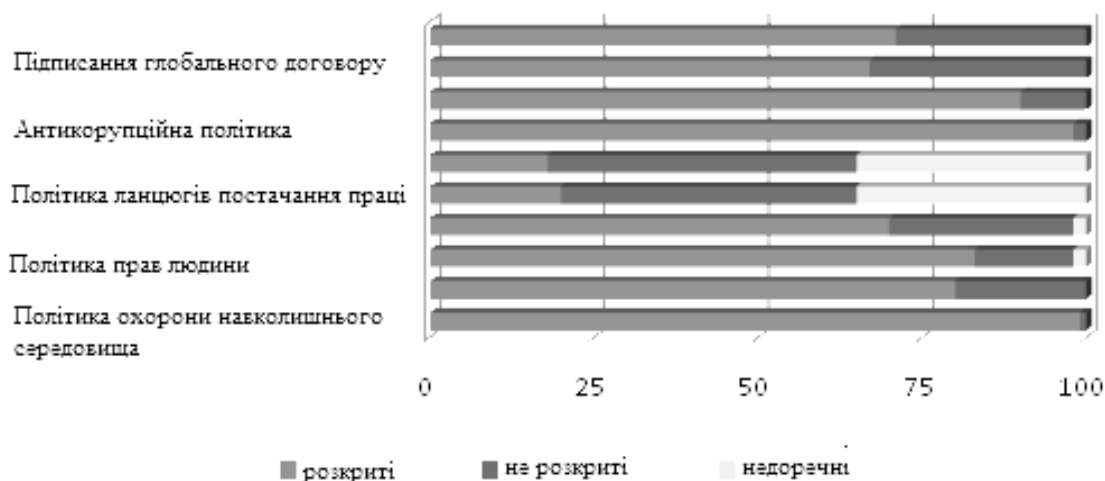


Рис. 1. Практики КСВ серед 100 найбільших ТНК (% фірм, які розкривають кожен пункт), 2011 р. [7, с. 12]

В той же час, варто зауважити про певну невідповідність між кількістю стратегій з прав людини та стратегій з питань ланцюга поставок, так як питання прав людини часто можуть виникнути в ланцюгах поставок. У той час як напрями КСВ в ланцюгу поставок вже, як правило, є добре інтегрованими у багатьох трудомістких галузях, залишаються менш розвиненими в інших галузях промисловості.

Оскільки у власній діяльності ТНК покладаються на великі виробничо-збутові ланцюги диверсифікації власної діяльності по всьому світу, провідні корпорації впровадили політику КСВ з сильним акцентом на даних елементах стратегії КСВ. Одним з інструментів, найбільш популярних сфер ТНК з управління ланцюжка поставок є кодекс поведінки в поєднанні з регулярними перевірками всередині ТНК або третьою стороною. Управління щодо сертифікації також є поширеним інструментом серед ТНК і включає вимоги постачальників прийняти завірені стандарти третьої особи, такі як «International Organization for Standardization» (ISO) 14000 (для управління охороною навколишнього середовища) або «Social Accountability» (SA) 8000 (для трудової практики).

Також, майже дві третини найбільших ТНК світу є учасниками Глобального договору ООН та використовують рекомендаційні принципи Global Report Initiative (GRI). Велика кількість ТНК, яка

підписала Глобальний договір, засвідчила таким чином власні прагнення щодо необхідності збалансувати економічні права з соціальними та екологічними обов'язками.

Важливо відзначити, що більшість сучасних корпорацій за рівнем розвитку КСВ оцінюються за цілою низкою критерій, що охоплюють екологічну (ecological), соціальну (social) і управлінську (governance) – ESG. Дані складові оцінюються дослідницькою компанією «Ethical Investment Research Services» (EIRIS) [3] для аналізу практики соціальної відповідальності найбільших ТНК. Цей метод ранжирування оцінює політику і практику корпорацій в першу чергу шляхом вивчення загальнодоступної інформації, знайденої в: річних звітах підприємства; звітах сталого розвитку або корпоративної соціальної відповідальності; інші документи компаній, що знаходяться у відкритому доступі; інформація на веб-сайтах компанії тощо. Відповідно, всі досліджувані компанії поділені на 5 груп, залежно від рівня імплементації конкретного напрямку КСВ.

З наведеного дослідження можна дійти висновку, що трохи менше половини (46) з 100 найбільших ТНК світу потрапляють в першу і другу групи в загальному рейтингу (рис. 2), що свідчить про певний прогрес в інтеграції політики ESG, методах управління та звітності, ніж їх партнерів в нижніх трьох групах ефективності управління. Це, мабуть, свідчить про проблеми, з якими стикаються компанії в цій області, тому що найбільше число ТНК (43) потрапляють в третю групу за ефективністю управління. Це може бути пов'язано з низкою запитань, у тому числі ефективних методів управління в одній області (наприклад довкілля) та відносно слабкою практики управління в іншій області (наприклад соціальної). Тим не менш, очевидно, що багато компаній третьої групи мають доволі послідовну і достатню ефективність управління в усіх трьох категоріях ESG. Таким чином, сприйняття КСВ серед найбільших світових компаній, можна пояснити так: більшість ТНК знають про проблеми, але поки ще не повністю розробили відповідну політику і практику.

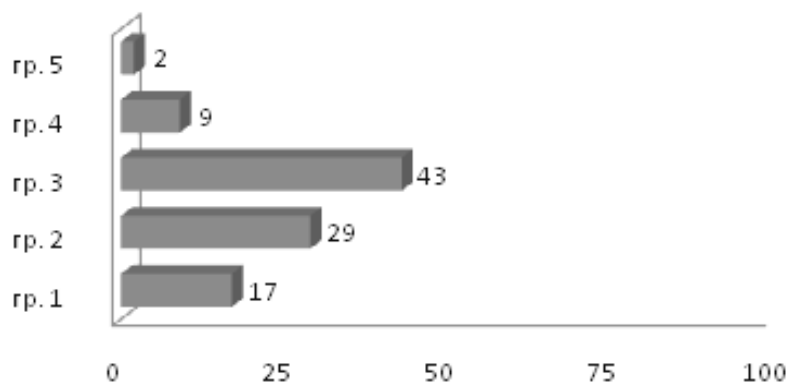


Рис. 2. Загальна кількість ТНК у сфері ESG, по групах, 2011 р.[7, с. 14]

Особливо важливо проаналізувати практичні аспекти реалізації концепції КСВ за найважливішими складовими – ESG. Зокрема, з 100 найбільших ТНК, більшість (75) були оцінені як такі, що мають високий вплив на навколишнє середовище, і ці компанії знаходяться у всіх з п'яти груп. Можна припустити, що сильні екологічні оцінки компаній пов'язані з великою кількістю корпорацій, що працюють в секторі «високого впливу» та своєю діяльністю можуть створювати істотний ризик нанесення шкоди навколишньому середовищу.

Табл. 1 показує 11 пунктів, з розповсюдження інформації, які були обрані в якості орієнтиру для оцінки практики ТНК в екологічній діяльності та зміни клімату. Ці складові були відібрані з числа існуючого діапазону міжнародних, галузевих і цивільно-суспільних стандартів, практик та керівних інструментів. Результати показують, що переважна більшість ТНК поширює інформацію з питань їх екологічної діяльності та зміни клімату. Принаймні, 98 з 100 найбільших ТНК, поширюють деяку інформацію, пов'язану з екологічними проблемами, і 87 підприємств, забезпечують конкретні дані про викиди парникових газів (ПГ). Окремі механізми щодо викидів парникових газів, розкриті на 75 компаніях, 73 використовують екологічну систему управління відповідно до стандарту ISO 14000 та 69 компаній несуть відповідальність за екологічні показники на рівні ради директорів.

Отже, можна дійти висновку, що переважна більшість транснаціональних корпорацій впроваджують у свою діяльність політику щодо захисту навколишнього середовища і боротьби зі зміною

клімату. Доказом є той факт, що з 100 досліджуваних компаній, 26 і 48, потрапляють в першу і другу групи, відповідно, за рівнем ефективної політики та звітності в даній сфері.

Таблиця 1

**Кількість ТНК, які відображають у звітності кожен елемент зміни клімату, 2011 р. [7, с. 58]**

Оцінені дані за категоріями	Кількість підприємств (макс. 100)
Політика, управління та регулювання	
Політика щодо викидів парникових газів (ПГ)	75
Сертифікація ISO 1400	73
Цілі щодо зменшення ПГ	69
Відповідальність за екологічними питаннями	69
Оцінка рівня ризику щодо зміни клімату	40
Запровадження механізму чистого розвитку (МЧР) за Кіотським протоколом	19
Оцінки виконання	
Дані щодо викидів парникових газів	87
Дані щодо дотримання законів приймаючих країн ПГ	21
Звітність та гарантії	
Гарантії екологічної звітності	49
Посилання на організацію Carbon Disclosure Project (CDP)	28
Посилання на корпоративний протокол щодо викидів ПГ	25

Для того щоб оцінити практику управління з соціальних питань, компанії оцінювалися за їх стратегіями вирішення ризиків, пов'язаних з правами людини, трудовими нормами в ланцюгах поставок, здоров'ям і безпекою. Всі 100 компаній були продемонстрували власні механізми дій з питань охорони здоров'я та безпеки, в той час як 98 з них мають певний рівень ризику щодо порушень прав людини. Дослідження показали, що більшість (71) компаній перебувають у другій і третій групах з 38 і 33 компаній відповідно. Тільки 13 компаній оцінюються в першій групі управління ефективністю і 16 відносяться в нижніх четвертої та п'ятої групах.

Результати показують, що тільки 17 з 98 компаній, які були оцінені по категорії прав людини, входять в перші дві групи ефективності управління (які можуть вважатися найкращими практиками), і тільки 3 в першій групі і 14 у другій групі. Решта – 81, знаходяться в третій, четвертій та п'ятій групах. Більшість (90), розробили політику в галузі прав людини, і 66 представили доповіді з цього питання. Це означає, що більшість компаній, принаймні, усвідомлюють важливість даної проблематики і прийняли перші кроки щодо їх вирішення.

**Висновки.** Таким чином, корпоративну соціальну відповідальність можна визначити як сферу діяльності корпорацій, яка спрямована на поліпшення взаємодій із зацікавленими особами при отриманні довгострокової вигоди. Найбільш актуальним питанням у соціальній відповідальності є питання щодо взаємин між корпоративною і універсальною етикою, соціальною відповідальністю бізнесу, можливості застосування загальних етичних принципів до конкретних ситуацій. Аналіз практики корпоративної соціальної відповідальності найбільших ТНК дав можливість дійти висновку, що концепції КСВ стали невід'ємним елементом стратегічного розвитку сучасного бізнесу. Оскільки соціальна відповідальність охоплює широкий спектр заходів (охорона навколишнього середовища, боротьба зі зміною клімату, забезпечення прав людини, безпечних умов праці, прозорість діяльності та управління та ін.), кожна компанія вибирає для себе найбільш важливу політику і практику. Перспективи подальших досліджень визначаються необхідністю аналізу досвіду практичної реалізації ключових постулатів концепції КСВ у діяльності вітчизняних бізнес-структур.

#### References

1. Baillie, L., Llott, L. (2010) Promoting the Dignity of Patients in Preoperative Practice. *Journal of Preoperative Practice*, 20 (8), pp. 278–282.
2. Caroll, A. (2003) The four faces of corporate citizenship. *Business and Society*, 100, pp. 1–7.

3. EIRIS global sustainability ratings (2013). EIRIS [Internet]. Available from : <<http://www.eiris.org/wp-content/uploads/2013/04/EIRIS-Global-Sustainability-Ratings.pdf>> [Accessed 20 December 2014].
4. Elkington, J. (1997) *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21 Century Business*. Capstone, Oxford
5. Friedman, M. (1970) *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. New York : The New York Times Company
6. Hessen, A. (2009) Stagnation of the system of corporate component of responsibility. *Visnyk Dnipropetrovs'koyi derzhavnoyi akademiyi*, 2(22), pp. 25–30.
7. Investment and Enterprise Responsibility Review (2011) *Analysis of investor and enterprise policies on corporate social responsibility*. UNCTAD. New York-Geneva: United Nations Publications.
8. Scherer, A. (2008) *Globalization and Corporate Social Responsibility. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
9. Smovzhenko, T., Kuznyetsova, A. (2010) *Corporate social responsibility*, 2<sup>nd</sup> ed. Kyiv : UBS NBU.
10. Tkachenko, N. (2008) *Motyvatsiya sotsial'noyi vidpovidal'nosti*. *Ekonomika. Menedzhment. Pidpryyemnytstvo*, 19(1), pp. 102–109.
11. Volynets', U. (2013) *Models of social responsibility*. *Visnyk L'vivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu* [Internet]. Available from : <[http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vlnau\\_econ\\_2013\\_20\(1\)\\_21.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vlnau_econ_2013_20(1)_21.pdf)> [Accessed 20 December 2014].
12. *World Investment Report (1999) Foreign direct investment and the challenge of development*. UNCTAD. New York; Geneva : United Nations Publications.

*Стаття надійшла до редакції 15.09.2014.*

*Рецензенти: Л. О. Петкова, д.е.н., професор, зав. кафедри міжнародної економіки ЧДТУ; Р. В. Манн, д.е.н., професор, ЧДТУ.*