

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF MULTINATIONAL CORPORATIONS IN UKRAINE

В статті розглянуто роль корпоративної соціальної відповідальності в підвищенні рівня конкурентоспроможності ТНК. Здійснено аналіз загального стану розвитку КСВ компаній в Україні. На конкретних прикладах виявлено ключові особливості відповідальних ініціатив компаній на вітчизняному ринку. Запропоновано шляхи підвищення рівня розвитку КСВ в українському бізнес-середовищі.

The role of corporate social responsibility in MNCs' competitiveness enhancement is analyzed. Consumers prefer and recommend products of MNCs with high level of CSR, good reputation attracts investors and increases market capitalization. Microsoft, The Walt Disney Company and Google have the best corporate reputations in the world with consumers and are considered to be the best among US consumers, the best corporate citizen and the best place to work respectively.

The general state of CSR development in Ukraine is studied. Despite numerous responsible initiatives in home and developed host countries of multinational corporations, their activity in the sphere of CSR in Ukraine is often limited to single projects. Moreover according to key CSR ratings relatively small amount of multinational corporations are recognized to be systematic and open in the sphere of corporate social responsibility. The article also deals with several examples of companies' responsible practices, demonstrating the main spheres of CSR in Ukraine. Companies in Ukraine tend to invest in community involvement and development and labor practices, whereas organizational governance, human rights, fair operating practices are considered not worthy of regard.

The ways of CSR level enhancement in Ukraine are proposed. The author comes to the conclusion that adequate governmental support and CSR information popularization in society may contribute under favorable economic conditions to transformation of CSR into integral part of doing business in Ukraine.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), сталий розвиток, відповідальна практика, створення спільних цінностей, нефінансова звітність, транснаціональна корпорація

Keywords: corporate social responsibility (CSR), sustainable development, responsible practice, creating shared value, non-financial reporting, multinational corporation

Марина Кір'якова
к. е. н., доцент
кафедри міжнародного менеджменту
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Maryna Kiriakova
PhD, Associate Professor,
SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

КОРПОРАТИВНІ ФІНАНСИ

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Практика діяльності ТНК протягом останнього десятиліття переконливо свідчить про зростання уваги менеджменту та акціонерів компаній до різноманітних елементів корпоративної соціальної відповідальності. Якщо КСВ ТНК на домашньому та розвинутих зарубіжних ринках вбудована в стратегію ведення бізнесу, то на ринку України ТНК часто обмежуються поодинокими відповідальними ініціативами. Саме тому актуальним є дослідження особливостей КСВ ТНК на вітчизняному ринку, а також формулювання пропозицій щодо підвищення рівня розвитку КСВ в українському бізнес-середовищі в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних засад та особливостей бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності присвячені праці зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема, С. Бенн, Д. Болтон, В. Б. Вертера, В. Воробей, Т. Дональдсона, М. Епштейна, Дж. Б. Каллена, А. Колота, Ф. Котлера, Е. Крейна, В. Т. Кумбса, Д. Меттена, Є. Панченка, П. Парботи, Л. Петрашко, М. Портера, М. Саприкіної, Д. Б. Шендлера та інших. Разом з тим подальшого дослідження потребують сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності ТНК та особливості їх впровадження на вітчизняному ринку.

Цілі статті. Основною ціллю статті є виявлення особливостей корпоративної соціальної відповідальності транснаціональних корпорацій в Україні, а також формулювання пропозицій щодо підвищення рівня КСВ компаній на вітчизняному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є невід'ємною складовою діяльності транснаціональних корпорацій в сучасному бізнес-середовищі. Так, CEO компанії Starbucks, визнаний журналом Fortune «Персоною бізнесу» 2011р. за свої соціально відповідальні ініціативи Говард Шульц впевнений, що

компанії мають зберігати баланс між комерційним інтересом та корпоративною відповідальністю, а ті з них, яким це по-справжньому вдається в кінцевому рахунку будуть заробляти більше. Після повернення в компанію в якості CEO Шульц відхилив прохання інституційних інвесторів скоротити видатки на медичне забезпечення персоналу. Він пояснив, що це не відповідає корпоративній культурі компанії і буде мати руйнівні наслідки, оскільки спустошить резервуар довіри у співробітників. Компанія щорічно виділяє більше \$250 млн. на покриття медичних страховок персоналу. Половину чистого прибутку від своїх кав'ярень, розміщених в бідних міських кварталах, компанія направляє на розвиток місцевих громад [9, с. 15].

Зважаючи на результати дослідження Reputation Institute, згідно з яким 73% з 55 тис. опитаних споживачів в 15 країнах на чотирьох континентах світу готові рекомендувати продукцію компаній, які мають високий рівень КСВ [12], Говард Шульц та інші керівники успішних транснаціональних корпорацій, які впроваджують в діяльність компаній концепцію стійкого розвитку мають рацію. Крім того, при проведенні ІРО хороша репутація, запорукою якої є КСВ, підвищує капіталізацію компанії на п'яту частину, а ріст продажів у соціально активних компаній вище на 3%, активів – на 4%, капіталу – на 10% порівняно зі структурами, які не проявляють себе в сфері КСВ [7, с. 13]. За результатами дослідження Global CSR RepTrak 100 компаніями з найбільш якісною КСВ були визнані Microsoft, Walt Disney Company, Google, BMW (табл. 1). При цьому компанія Microsoft визнана лідером американськими споживачами, а європейську трійку лідерів очолює Walt Disney Company. Слід також звернути увагу на те, що кожна з цих компаній є кращою в певній категорії. Так, Walt Disney Company є світовим лідером в категорії «хороший корпоративний громадянин», який підтримує добрі справи та захищає оточуюче середовище. 51% опитаних

споживачів визнали компанію Google кращим роботодавцем, а лідером в категорії «управління» є компанія BMW, яка на думку 49% споживачів управляється найбільш прозоро та етично в світі.

Практики корпоративної соціальної відповідальності стали з'являтися в Україні з розвитком на її території діяльності відділень транснаціональних корпорацій. Почали публікувати звіти з КСВ і ті компанії, які виходили на біржу, оскільки це є нормативною вимогою. Але разом з тим з'являється все більше вітчизняних компаній, які усвідомлюють переваги здійснення відповідальних ініціатив. Наведені три категорії компаній-провайдерів практик сталого розвитку яскраво репрезентовані в переліку учасників мережі Глобального договору (ГД)

ООН в Україні. ГД ООН – стратегічна ініціатива, яка забезпечує приведення операцій та стратегій учасників у відповідність з десяти принципами в сфері прав людини, трудових відносин, захисту навколишнього середовища та протидії корупції [11]. ГД ООН об'єднує не тільки компанії, а й неурядові організації, бізнес-асоціації, академічні інститути та громадські організації. Мережа ГД ООН розпочала свою діяльність в Україні 25 травня 2006 р., а станом на 19 лютого 2015 р. об'єднує 184 учасники, серед яких 48 компаній. Перелік найбільш крупних компаній-учасників ГД ООН в Україні представлений в таблиці 1.

З даної таблиці можна зробити висновок, що дуже незначна частина транснаціональних корпорацій, присутніх на ринку України, є учасни-

Таблиця 1

**Компанії з кращою репутацією в сфері КСВ
за результатами дослідження 2013 Global CSR RepTrak 100**

№	Компанія	Країна	Галузь	Індекс (0-100 б.)
1.	Microsoft	США	Комп'ютерна техніка	72,97
2.	The Walt Disney Company	США	Інформація та медіа	72,83
3.	Google	США	Інформація та медіа	72,71
4.	BMW	Німеччина	Автомобілі	72,14
5.	Daimler	Німеччина	Автомобілі	70,65
6.	Sony	Японія	Електроніка	69,49
7.	Intel	США	Комп'ютерна техніка	69,32
8.	Volkswagen	Німеччина	Автомобілі	69,29
9.	Apple	США	Комп'ютерна техніка	69,21
10.	Nestlé	Швейцарія	Харчова промисловість	69,00

Джерело: [12]

Таблиця 1

Компанії – учасники ГД ООН в Україні

Компанія	Галузь	Рік приєднання
Impel Griffin	Нерухомість	2014
KPMG Україна	Аудит та консалтинг	2011
Platinum Банк	Банки	2010
Carlsberg Україна	Напої	2010
ІСД	Металургія	2010
Холдинг Nemiroff	Напої	2008
Ernst and Young Україна	Аудит та консалтинг	2008
Оболонь	Напої	2007
Концерн Галнафтогаз	Роздрібна торгівля	2007
СКМ	Металургія, енергетика	2006
Київстар	Телекомунікації	2006

Адаптовано: [14]

ками локальної мережі ГД ООН. При цьому, переглядаючи звіти з КСВ ТНК в Україні дуже часто можна зустріти посилення на ГД ООН та участь компанії в ньому. Так, наприклад, компанія Tetra Pak Україна активно використовує участь своєї штаб-квартири в даній ініціативі, при тому, що український підрозділ не є членом локальної мережі.

Слід також звернути увагу на те, що з листопада 2013 р. мережа ГД ООН дещо змінила формат своєї діяльності в Україні та перейшла в нову організаційну форму – об'єднання компаній підписантів, що передбачає оплату членського внеску компаніями, що в свою чергу також може негативно відобразитися на кількості компаній-підписантів [1]. Цікавим є також той факт, що серед 48 компаній-учасників ГД ООН в Україні станом на 19 лютого 2015 р. 19 визнані не комунікативними (майже 40% компаній), тобто такими які не надіслали звіт про прогрес до встановленого терміну і фактично не можуть вважатися повноцінними учасниками ініціативи.

Серед вітчизняних рейтингів соціально відповідальних компаній України найбільш авторитетним є рейтинг відкритості та системності в сфері КСВ «ГВардія соціально відповідальних компаній України», опублікований на сторінках журналу ГВардія (ВД «Галицькі контракти»). Рейтинг складається на основі аналізу наданих анкет, публічних соціальних

звітів, а також незалежних оцінок експертів – членів Експертної ради. До участі в експертній раді долучаються спеціалісти, які працюють в сфері КСВ в суспільних організаціях, дослідницьких агентствах, профільних ділових асоціаціях, наукових інститутах та державних закладах. Варто звернути увагу на те, що серед членів Експертної ради є співробітники компанії Бюро Верітас, яка є світовим лідером у наданні широкого спектру послуг з сертифікації, класифікації, інспекції та консалтингу. Звіти багатьох відомих ТНК, які активно впроваджують відповідальні ініціативи, верифіковані БюроВерітас. Так, наприклад, нефінансові звіти компанії Nestle, визнані одними з кращих в світі, верифіковані саме БюроВерітас. Інтегрована оцінка рівня відкритості та активності компаній в сфері КСВ, на основі якої складається рейтинг, враховує наявність та рівень підготовки соціального звіту компанії, системність в управлінні КСВ, відкритість та системність у взаємодії з зацікавленими сторонами та за основними напрямками КСВ. В таблиці 2 наведені основні показники, на основі яких присвоюються бали та складається рейтинг.

Найвищий рівень КСВ за результатами рейтингу 2013 р. демонструють такі компанії як ДТЕК, ArcelorMittal Кривий Ріг, Platinum Банк, СКМ та Оболонь. Так, інвестиції компанії ДТЕК на реалізацію проектів стійкого розвитку в 2012 р. перевищили

Таблиця 2

Інтегрована оцінка рівня відкритості та активності компаній в сфері КСВ

Назва блоку	Показники
Соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством	Підготовка звіту на базі GRI 3 (рівень В, рівень С); співпраця з ГД ООН; публічна доступність звіту; повністю заповнена анкета редакції
Системність в управлінні КСВ	Єдиний координуючий центр; ряд координаторів; відсутність системності в управлінні КСВ
Відкритість та системність у взаємодії з зацікавленими сторонами	Рівень інтегрованості взаємодії з зацікавленими сторонами у загальну корпоративну стратегію
Відкритість та системність діяльності за основними напрямками КСВ	Системна діяльність або епізодична участь у розвитку персоналу, охороні праці та здоров'я працівників, охороні оточуючого середовища і т.д.

Адаптовано: [2, с. 44-45]

2,8 млрд. грн. – компанія фінансує проекти соціального розвитку міст присутності, утримання об'єктів соціальної сфери, забезпечення промислової безпеки та охорону навколишнього середовища. З 2008 р. компанія почала публікувати соціальну звітність за стандартами GRI (рівень С+, пізніше рівень В+). ArcelorMittal Кривий Ріг, Platinum Банк, СКМ та Оболонь також публікують свою нефінансову звітність у відповідності до міжнародних стандартів. В Таблиці 3 представлена перша десятка «ГВардії соціально відповідальних компаній України - 2013».

Серед інших ТНК, які ведуть бізнес на ринку України, до рейтингу потра-

пили наступні: SUN In Bev Україна (13 місце), Carlsberg Україна (14 місце), Coca-Cola Beverages Україна (15 місце), Amway Україна (22 місце), Metro Cash& Carry Україна (25 місце), McDonald's Україна (28 місце), Philips Україна (34 місце).

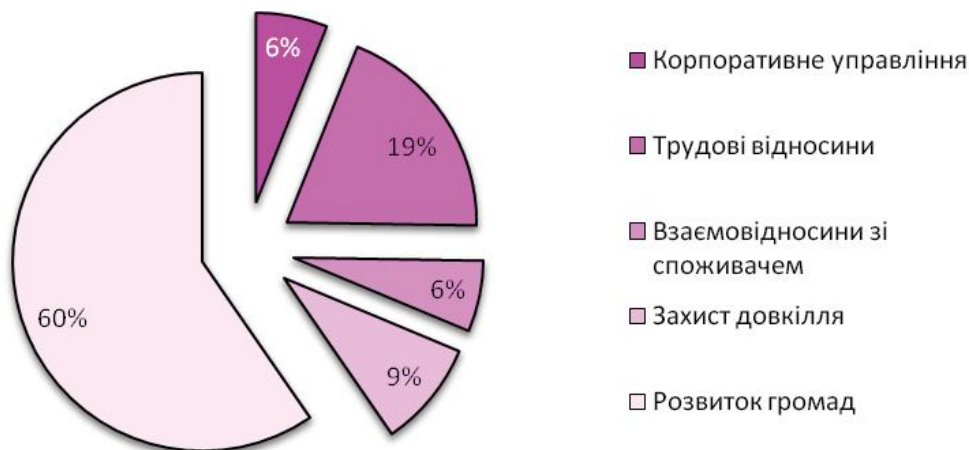
Для кращого розуміння напрямів КСВ ТНК в Україні варто розглянути їх відповідальні практики. В рамках конкурсу бізнес-кейсів з КСВ, який проводиться Центром «Розвиток КСВ» за підтримки провідних ТНК в Україні, у 2013 р. було отримано 32 кейси, які описують практики КСВ компаній. Кількість та співвідношення бізнес-кейсів за сферами КСВ наведено на рис. 1.

Таблиця 3

**Рейтинг відкритості та системності в сфері КСВ-2013
(перші 10 компаній)**

	Компанія	Вид діяльності	Результуючий бал
1.	ДТЕК	Енергетика	89,25
2.	ArcelorMittal Кривий Ріг	Металургія	87,56
3.	Platinum Банк	Банки	86,92
4.	СКМ	Управляюча компанія	85,39
5.	Оболонь	Напої	75,50
6.	СП «Нібулон»	АПК	73,98
7.	Ernst & Young Україна	Аудит та консалтинг	73,50
8.	Метінвест Холдинг	ГМК	69,81
9.	Київстар	Телекомунікації	69,00
10.	Samsung Electronics Україна	Комп'ютери, електроніка	68,64

Джерело: [6, с. 30-31]



КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ	2
ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ	6
ВЗАЄМОВІДНОСИНИ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ	2
ЗАХИСТ ДОВКІЛЛЯ	3
РОЗВИТОК ГРОМАД	19
ПРАВА ЛЮДИНИ	0
ПРОЗОРИ ОПЕРАЦІЙНІ ПРАКТИКИ	0

Рис. 1. Кількість та співвідношення кейсів за сферами КСВ

Адаптовано: [5, с. 3-4]

З наведених даних можна зробити висновок, що найбільш активно компанії України впроваджують відповідні практики з розвитку громад (59% отриманих кейсів), а також трудові практики (19%). Схожою була ситуація і в попередні роки проведення конкурсу. Наведене співвідношення кейсів фактично віддзеркалює ключові напрямки впровадження практик з КСВ компаніями в Україні.

Досить цікавою є ініціатива компанії ЕУ, націлена на збереження цілісності колективу та запобігання втраті цінних кадрів. Керівництво компанії зіштовхнулося з проблемами підтримки атмосфери відкритості та довіри в колективі, непоінформованості про потреби співробітників та відповідно невчасного реагування на них. Впоратися із вищеперерахованими викликами компанії ЕУ допомогли різноманітні інструменти для отримання зворотного зв'язку, серед яких:

- комітет з питань персоналу, який об'єднує представників всіх відділів та рівнів організації;

- опитування (в українських офісах ЕУ щорічно проводиться опитування з КСВ, яке включає два блоки: ініціативи для персоналу та соціальні програми компанії);

- загальні зустрічі співробітників з керівництвом (окрім зустрічей в департаментах, щорічно в компанії проводиться День персоналу, де у форматі відкритого діалогу співробітники можуть отримати відповіді на питання, що їх хвилюють, а керівництво - ідеї для покращення різноманітних аспектів ведення бізнесу);

- SMS-сесії (надання можливості співробітникам, які не наважуються на усний діалог з керівництвом, поставити питання за допомогою повідомлення);

- бокси для анонімних відгуків;

- загальні чати;

- конкурси ідей (краудсорсинг) з питань КСВ.

За результатами опитування, проведеного в 2013 р., більше 80% співробітників вважають достатніми канали комунікації в компанії [5, с. 15-17].

Не можна оминати увагою ініціативу Групи СКМ в межах програми

компанії «Соціальна освіта» з розробки сучасних професійних стандартів – «паспортів професії», – у яких чітко прописано, що повинен знати і вміти фахівець, щоб роботодавець був готовий брати його на роботу, а в самого фахівця при цьому була гідна зарплата й можливості для кар'єрного зростання. Між компанією СКМ, Міністерством освіти і науки та Конфедерацією роботодавців було підписано меморандум про взаєморозуміння, що став початком впровадження нового проекту, завдання якого полягало у створенні тристороннього партнерства бізнесу, держави і ВНЗ для підвищення якості вищої освіти. До розробки 8 професійних стандартів у металургії, енергетиці та цифровій журналістиці були залучені 23 ВНЗ, понад 30 українських компаній, 4 профільні міністерства. Не маючи подібного досвіду в Україні, розробники спиралися на досвід Великобританії та ЄС, а розроблені проекти профстандартів пройшли експертизу якості експертами Європейського фонду освіти й Ради Європи. Галузеві професійні стандарти, розроблені в межах проекту, є єдиними в Україні. Викладачі ВНЗ-учасників проекту, пройшли стажування на промислових підприємствах Групи СКМ і в редакціях медіа-видань [5, с. 31-33].

Навчився заробляти на відповідальних ініціативах один з провідних гравців вітчизняного пивобезалкогольного ринку - компанія «Оболонь», яка вийшла на ринок Європи і Близького Сходу із кормом для худоби у вигляді пивної дробини (нерозчинний матеріал фільтрації суслу) в сухих гранулах. Його головною перевагою над традиційним ячменем став в 2 рази більший вміст протеїну. Пристрій для переробки дробини в сухі гранули із потужністю 700 т/день запрацював у квітні 2008 року на головному заводі компанії в Києві. «Оболонь» також першою в Україні почала переробку РЕТ-пляшок: з цією метою у 2002 р. виробник пива запустив власний завод в Александрії Кіровоградської області. Спочатку пластикові пляшки просто подрібнювалися у так званий флекс, який потім йшов на експорт

для виготовлення різноманітних виробів. Після придбання у 2008 році додаткового обладнання компанії вдалося переробляти 100% флексу в пакувальну стрічку, об'єм виробництва якої задовольняє не тільки внутрішні потреби самої компанії Оболонь, але й частково реалізується іншим підприємствам в Україні. Тільки у 2013 р. «Оболонь» реалізувала 27 млн. метрів екологічної стрічки, виготовленої із 25 млн. пластикових пляшок об'ємом 1 літр [3].

Досить цікавою відповідальною практикою відзначився оператор мобільного зв'язку – компанія «Київстар», яка входить до складу VimpelCom. Компанія «Київстар» ініціювала довгострокову соціальну програму «Мобільне здоров'я від «Київстар»». Першим проектом в рамках даної програми став додаток «Моя зірочка», за допомогою якого майбутні батьки можуть підготуватися до народження дитини. Встановивши безкоштовно «Мою зірочку» на смартфон або планшет, майбутня мама може стежити за станом свого здоров'я і розвитком малюка, вести власну карту вагітності, планувати відвідування лікаря і багато іншого. Щоб батьки могли повністю довіряти порадам мобільного помічника, до розробки контенту залучалися спеціалісти клініки ISIDA. Успіх першого проекту надихнув телеком-оператора і в липні 2013 року «Київстар» випустив наступний додаток - «Моя зірочка. Перший рік», покликаний допомогти батькам у догляді за немовлям у найвідповідальніший період – від народження до першого року життя дитини. Контент для програми розроблений за участю кращих фахівців – педіатрів медичної мережі «Добробут». Безкоштовні мобільні додатки від «Київстар» за перші півроку завантажили понад 6 000 українців. Найактивніші користувачі додатків - мешканці України (Київська, Львівська, Дніпропетровська, Одеська обл.). Додатком також користуються в Росії, США, Польщі, Австрії, Канаді, Португалії, Великобританії. До сторінки «Київстар. Мобільне здоров'я» у фейсбук приєдналося 1 800

користувачів, а кількість переглядів перевищила 70 000 [5, с. 67-70].

Не зважаючи на відсутність компанії Tetra Pak Україна серед підписантів локальної мережі ГД ООН, не можна оминати увагою її відповідальні ініціативи. Виконавчий директор компанії Tetra Pak в світі Деніс Йонсон впевнений, що єдиним шляхом забезпечення стійкого розвитку пакувальної промисловості є підвищення рівня використання відновлювальних ресурсів. Амбітна ціль Tetra Pak – створити упаковку повністю з відновлювальних матеріалів та досягнути 100% рівня її переробки. В Україні переробка відбувається у м. Харків, на підприємствах партнера компанії – корпорації «АСС», до складу якої входить паперова фабрика «АСС Кронекс», на якій картон та інші різновиди паперу розпускаються, вбирають вологу та легко відділяються від пластику та алюмінію. Отримане таким чином целюлозне волокно використовується у виробництві нових продуктів з паперу - картонних пакетів різного формату, крафт-паперу та ін. Суміш алюмінію та пластику, що залишається після вилучення паперового волокна, використовується для виробництва гранул, з яких створюють різноманітні пластикові вироби (наприклад, ємності для побутового застосування, панелі для зовнішнього облаштування будинків та ін.) на фабриці «АСС-Харківпласт», яка також входить до корпорації «АСС». Протягом останніх 6 років обсяги переробленої використаної споживачами упаковки в Україні помітно зросли: якщо у 2006-2007 рр. об'єм не перевищував півтонни, то у 2013 році було перероблено вже понад 4,5 тис. тонн [5, с. 47-49]. Компанія використовує лісові ресурси, сертифіковані на відповідність стандартам відповідального лісокористування, і прагне відстежувати картон на всіх ділянках ланцюжка поставок. Для цього компанія співпрацює з Лісовою опікунською радою™ (Forest Stewardship Council, FSC™) у сфері сертифікації управління лісами (Forest Management) і сертифікації ланцюжків поставок (Chain-of-Custody, CoC) [8, с. 12-14].

ВИСНОВКИ і перспективи подальших розвідок (досліджень) у даному напрямі. Звичайно можна навести і чимало інших відповідальних ініціатив вищезгаданих компаній в Україні, проте слід погодитися з тим, що активність компаній недостатня для перетворення КСВ в запоруку успішного ведення бізнесу на вітчизняному ринку. З однієї сторони, відсутня адекватна участь держави в розвитку КСВ. Лише в червні 2013 р. указом Президента України Кабінету Міністрів та Координаційній раді з розвитку громадянського суспільства була доручена розробка Національної стратегії з корпоративної соціальної відповідальності, завданням якої є окреслення ролі та пріоритетів країни в розвитку КСВ. В Данії, наприклад, така урядова програма існує з 2008 р. і в її основі лежить підхід створення спільної цінності, розроблений М. Портером разом з колегою з Гарварду. Піраміда створення спільної цінності вбудована і в філософію ведення бізнесу транснаціональних корпорацій. Так, компанія Nestle повністю змінила ланцюжок поставок для Nespresso з метою втілення у життя реальних змін для фермерів та масштабної екологічної діяльності, що є вершиною піраміди створення спільної цінності на відміну від філантропії та КСВ як управління ризиками [13, с. 15]. З іншої сторони, споживач не готовий переплачувати за продукти компаній, відомі своїми відповідальними ініціативами.

Отже, створення сприятливого регуляторного середовища та підвищення рівня обізнаності з питань КСВ і таким чином виховання менеджерів компаній та споживачів за сприятливих економічних умов неодмінно призведе до перетворення КСВ в невід'ємну складову діяльності компаній на ринку України.

Щодо перспектив подальших досліджень в даному напрямку, то більш ґрунтовного вивчення потребують форми імплементації стратегії створення спільних цінностей транснаціональними корпораціями на вітчизняному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Данилюк А. Сеть Глобального договору ООН в Україні меняет формат [Електронний ресурс] / А. Данилюк // Дело. – 1 листопада 2013 р. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/pochemu-set-globalnogo-dogovora-onn-v-ukraine-menjaet-format-218826>
2. Методика рейтинга открытости и системности компаний в сфере КСО -2013 [Електронний ресурс] // ГВардия. – 2013. – май. – С. 44-45. – Режим доступу: <http://kontrakty.ua/article/62569>
3. Павленко Д. Как заработать на ответственных инициативах / Д. Павленко // Дело. – 1 листопада 2013 р. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/kak-zarabotat-na-otvetstvennyh-iniziativah-218336>
4. Петрашко Л. П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. – К.: КНЕУ, 2013. – 263 с.
5. Практики КСВ в Україні 2013 / під ред. Саприкіної М. А., Янковської О. І.; Центр «Розвиток КСВ». – К.: 2014. – 113 с.
6. Рейтинг открытости и системности в сфере КСО – 2013 [Електронний ресурс] // ГВардия. – 2013. – май. – С. 30-31. – Режим доступу: <http://kontrakty.ua/article/62569>
7. Снежко Е. Корпоративная социальная ответственность как неотъемлемая часть ведения бизнеса / Е. Снежко // Капитал. – 2015. – № 232, 11 лютого. – С. 11-19
8. Тетра Пак: баланс рентабельного розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. – 2010. – 56 с.
9. ROI соціальності. Сторінки з Fortune // Комп&ньон. – 2012. – № 22. – С. 15
10. Epstein-Reeves J. «Pioneers of Sustainability: Lessons from Trailblazers» [Електронний ресурс] / J. Epstein-Reeves, E. Weinreb. - September 2013. – Режим доступу: <http://weinrebgroup.com/wp-content/uploads/2013/09/SustainabilityPioneersWeinrebGroup.pdf>
11. Overview of the UN Global Compact [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>

12. The 2013 Global CSR RepTrak[®] 100: Results and Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/global-csr-reptrak-100>

13. The Nestlé in Society: Creating Shared Value and meeting our commitments [Електронний ресурс]. – 2012. – 45 p. – Режим доступу: <http://nestle.com/nestle-csr-summary-report-2013-en>

14. UN Global Compact Participant Search [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/participants/search>

REFERENCES

1. Danilyuk A. (2013) UN Global Compact in Ukraine changes format, Delo, Nov. 1, available at: <http://delo.ua/business/pochemu-set-globalnogo-dogovora-oon-v-ukraine-menjaet-format-218826> (Accessed 17.09.2014)

2. Methodology of companies' rating of openness and systematicity in the sphere of CSR (2013), GVardiya, May, P. 44-45, available at: <http://kontrakty.ua/article/62569> (Accessed 19.02.2015)

3. Pavlenko D. (2013) How to earn providing responsible practices, Delo, Nov. 1 available at: [kak-zarabotat-na-otvetstvennuh-iniziativah-218336](http://delo.ua/business/kak-zarabotat-na-otvetstvennuh-iniziativah-218336) (Accessed 17.09.2014)

4. Petrashko L.P. (2013) Corporate social responsibility: cross-cultural models and business practices, KYIV: DVNZ «KNEU», 263 p.

5. Saprykina M., Jankovsjka O. (2014) CSR practices in Ukraine, Center «CSR Development», 113 p.

6. Companies' rating of openness and systematicity in the sphere of CSR (2013), GVardiya, May, P. 30-31, available at: <http://kontrakty.ua/article/62569> (Accessed 19.02.2015)

7. Snegko E. (2015) Corporate social responsibility as an integral part of doing business, Kapital, № 232, Feb. 11, P. 11-19

8. Tetra Pak: the balance of profitable development and CSR (2010), 56 p.

9. ROI of Sociality. Pages from Fortune (2012), Comp&union, № 22, P. 15

10. Epstein-Reeves J. (2013) «Pioneers of Sustainability: Lessons from Trailblazers», available at: <http://weinrebgroup.com/wp-content/uploads/2013/09/SustainabilityPioneersWeinrebGroup.pdf> (Accessed 17.09.2014)

11. Overview of the UN Global Compact, available at: <https://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html> (Accessed 17.09.2014)

12. The Global CSR RepTrak[®] 100: Results and Report (2013), available at: <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/global-csr-reptrak-100> (Accessed 19.02.2015)

13. The Nestlé in Society: Creating Shared Value and meeting our commitments (2012), 45 p., available at: <http://nestle.com/nestle-csr-summary-report-2013-en> (Accessed 19.09.2014)

14. UN Global Compact Participant Search, available at: <https://www.unglobalcompact.org/participants/search> (Accessed 17.09.2014)

РІЦП