

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ШЕВЧЕНКО ТЕТЯНА ПЕТРІВНА

УДК 339.9: 005.35

**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство
і міжнародні економічні відносини

Автореферат дисертації
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Євтушенко Вікторія Анатоліївна,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України,
завідувач кафедрою маркетингу та менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Орехова Тетяна Вікторівна,
Донецький національний університет
Міністерства освіти і науки України,
завідувач кафедрою міжнародного бізнесу і прикладної
економіки

кандидат економічних наук
Марущак Наталія Вікторівна,
Інститут міжнародних відносин Київського
національного університету імені Тараса Шевченка
Міністерства освіти і науки України,
економіст другої категорії науково дослідної частини

Захист відбудеться «04» червня 2015 р. о 12 годині 00 хв. на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.051.25 у Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна за адресою: 61022, Харків, майдан Свободи, 6, ауд. 369.

З дисертацією можна ознайомитися в Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.

Автореферат розісланий «30» квітня 2015 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради
кандидат економічних наук, доцент

Гончаренко Н.І.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Дослідження об'єктивних основ і конкретних форм реалізації соціальної відповідальності міжнародного бізнесу пов'язано з необхідністю визначення фундаментальних причин його функціонування та тенденцій розвитку у світовому співтоваристві.

Конкурентоспроможність національної та міжнародної економіки в сучасних умовах все більше визначається не природними, а соціальними чинниками. Суспільство впливає на ефективність діяльності бізнесу якістю робочої сили, рівнем купівельної здатності. Лояльне соціальне оточення допомагає розвитку бізнесу, який забезпечує робочі місця, підвищує якість товарів і послуг, виплачує податки і сприяє соціально-економічному розвитку країни. Разом з тим, основним вектором сучасного економічного розвитку є процес глобалізації. Поява глобальних економічних гравців обумовила виникнення нових соціальних викликів, для вирішення яких використовується концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в міжнародному бізнесі.

Розширення і поглиблення ринкових відносин в глобальних умовах розвитку світової економіки змушує міжнародний бізнес бути соціально відповідальним. Глобалізація ринків, збільшення числа гравців на них і зростання конкуренції зумовили постійне зростання транзакційних витрат, мінімізувати які можливо на основі створення формальних інститутів узгодження інтересів між усіма основними учасниками ринкових відносин: бізнесом, державою, суспільством. У цих умовах бізнес змушений брати на себе відповідальність за багато напрямків розвитку суспільства, що безпосередньо ніяк не пов'язані з його господарською діяльністю.

Поглиблення глобалізації та інтеграції сучасного світового господарства призвело до зростання ролі транснаціональних корпорацій (ТНК) та їхнього безпосереднього впливу на економічне, політичне та соціальне життя суспільства. Розвиток КСВ як інструменту побудови ефективних та гармонійних відносин між транснаціональними корпораціями та суспільством стає надзвичайно важливим та першочерговим завданням, що стоїть не тільки перед владою держав, але й перед представниками вітчизняного та міжнародного бізнесу.

Концептуальні та практичні аспекти взаємодії бізнесу, держави та суспільства досліджуються такими вченими як: Л. Антонюк, С. Архієреєв, В. Вергун, С. Воробйов, А. Голіков, І. Голубій, В. Гончаренко, Т. Гордєєва, Р. Гріффін, О. Довгаль, В. Копійка, А. Кредісов, В. Куриляк, Ю. Макогон, Н. Марущак, Л. Михайлова, Т. Орехова, Є. Панченко, Б. Паньшин, М. Пастей, Л. Петрашко, А. Румянцев, В. Сідоров, А. Філіпенко, Т. Циганкова, С. Циганов, С. Якубовський та інші.

Основні положення концепції відповідальних соціальних відносин містяться в працях таких учених, як Ю. Благов, М. Бутко, Л. Витковська, В. Воробей, І. Іванова, Х. Йонас, С. Карпунін, Х. Ленк, С. Мельник, К. Мітчем, А. Нецадін, А. Ореховський, І. Панарін, С. Перегудов, В. Подшивалов, С. Сакс, Ю. Туркін та інші.

Питання соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності висвітлені в роботах таких вітчизняних та закордонних вчених-економістів, як Г. Боуен, Т. Веблен, Д. Віндзор, К. Девіс, О. Грішнова, С. Гончаров, В. Євтушенко, А. Єрмоленко, Г. Задорожний, В. Звонар, В. Кашин, А. Колот, Є. Мохова, Л. Петрашко, І. Петрова, М. Фрідмен, О. Цимбал, В. Шаповал, М. Юрков та інші.

У сучасній економічній науці і практиці питанням сутності міжнародного бізнесу, його КСВ перед суспільством приділяється чимала увага. Основний акцент при цьому робиться на дослідженні проблем ефективного використання наявних ресурсів на базі інтегрування КСВ в систему корпоративного управління.

Однак недостатньо вивченим залишаються питання аналізу причинно-наслідкових зв'язків КСВ міжнародного бізнесу, що не дозволяє судити про його глибинний зміст, функції, форми прояву, тенденції розвитку, стратегічні напрямки та роль в глобальних умовах розвитку. З іншого боку, інтенсивний розвиток міжнародних економічних відносин зумовлює необхідність дослідження умов та факторів, які впливають на механізм формування КСВ міжнародного бізнесу. Усе вищевикладене обумовило вибір теми, мету і структуру дисертаційного дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження є складовою частиною науково-дослідної роботи кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Соціальна відповідальність економічних суб'єктів на внутрішніх і зовнішніх ринках» (державний реєстровий номер 010112U006089). Автором особисто розроблено рекомендації щодо удосконалення схеми соціальної архітектури в процесі реалізації державної політики економічного та соціального розвитку.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є поглиблення теоретико-методичних засад дослідження КСВ ТНК та розробка науково-практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності її реалізації світовими компаніями в умовах глобального економічного розвитку.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання низки завдань, що визначають структуру наукової роботи:

- систематизувати теоретичні підходи до дослідження КСВ;
- виявити об'єктивні чинники формування КСВ в міжнародному бізнесі;
- визначити інституційні детермінанти розвитку КСВ та розробити механізм впровадження КСВ в діяльність міжнародної компанії;
- проаналізувати існуючі технології КСВ в міжнародному бізнесі у світлі підвищення ролі неринкових форм поведінки компаній
- дослідити особливості реалізації сукупності специфічних технологій КСВ ТНК;
- проаналізувати рівень КСВ найбільших міжнародних компаній України на національних та міжнародних ринках за допомогою побудови інтегрального рейтингу найбільш соціально відповідальних компаній;
- розробити пропозиції щодо удосконалення механізму взаємодії із зацікавленими сторонами в контексті КСВ в міжнародному бізнесі;
- обґрунтувати концептуальну схему моделювання впровадження КСВ в міжнародному бізнесі.

Об'єктом дослідження є процес формування соціальної відповідальності міжнародних ТНК та практика їх реалізації на глобальному рівні.

Предметом дослідження є умови, фактори, структура та технології реалізації КСВ в міжнародному бізнесі в контексті глобального економічного розвитку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети в роботі використані такі методи дослідження: методи аналізу та синтезу при дослідженні теоретико-методологічних основ розвитку та становлення концепції КСВ (п. 1.1), розробці

механізму впровадження КСВ в діяльність міжнародної компанії (п. 1.3); індуктивно-дедуктивний метод при дослідженні змісту та сутності категорії «корпоративної соціальної відповідальності»; методи порівняння та групувань, економіко-математичні методи для побудови математичної моделі нерівноважного ринку (п. 2.1); графічний метод для наочного зображення теоретичних доказів дисертаційного дослідження (п. 2.1; п. 1.3); метод системного узагальнення для визначення детермінантів КСВ в міжнародному бізнесі.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці та звіти вітчизняних та іноземних фахівців, присвячені розвитку КСВ та міжнародного бізнесу, матеріали науково-практичних конференцій, періодичні видання. Емпіричною базою дослідження виступають дані офіційних джерел статистичної інформації: матеріали економічних досліджень Світового банку, звіти Державної служби статистики України, звіти вітчизняних та міжнародних компаній та інші інформаційні видання.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні теоретико-методичних засад дослідження корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі і представлена основними положеннями, які є особистим внеском автора у вирішення поставлених завдань, розкривають наукове значення і характеризують новизну одержаних ним результатів дослідження:

вперше:

– розроблено і обґрунтовано модель нерівноважного ринку для емпіричної оцінки стійкості позиції компанії, яка дозволяє довести зростаючу роль неринкової поведінки компаній на міжнародному ринку в отриманні конкурентних переваг, зокрема: у підвищенні репутації фірми, у залученні нових і закріпленні постійних покупців, у зміцненні зв'язків зі стейкхолдерами, з органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями;

удосконалено:

– системний підхід до аналізу бізнес-практик міжнародної КСВ за рахунок ідентифікації інституційних детермінантів її формування та розвитку через виокремлення економічних, державних (правових і політичних), культурних, соціальних та екологічних складових, та розробки механізму впровадження КСВ в діяльність міжнародної компанії, що включає чотири етапи: визначення сфери КСВ, її закріплення, визначення персональної відповідальності за дотримання компанією політики КСВ та реалізацію програм з КСВ;

– організаційно-економічні засади дослідження корпоративної відповідальності національних та міжнародних корпорацій, а саме розроблено логіко-структурну схему взаємодії компанії зі стейкхолдерами, що включає визначене коло зацікавлених сторін, на яких впливають економічні, технологічні, соціокультурні, демографічні, політико-правові, міжнародні сили, етапи розвитку КСВ перед стейкхолдерами, напрями удосконалення взаємодії із зацікавленими сторонами, що дозволяє розробити комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності діалогу між компанією та стейкхолдерами;

– концептуальні основи процесу імплементації ініціатив КСВ у діяльність компанії на міжнародному рівні шляхом розробки концептуальної схеми моделювання впровадження КСВ в міжнародному бізнесі з урахуванням внутрішніх (розмір підприємства, рівень його прибутковості, лояльність працівників та клієнтів, рівень свідомості керівництва та працівників) та зовнішніх чинників (доля підприємства на

ринку, рівень законодавства, економічне становище в країні, настрої в суспільстві), а також принципів КСВ (підзвітність, прозорість, етична поведінка, урахування інтересів стейкхолдерів, повага до верховенства права та до міжнародних норм поведінки);

– методичне підґрунтя моніторингу процесу вибору, впровадження та контролю за реалізацією КСВ на основі розробленого алгоритму використання технологій КСВ у міжнародному бізнесі: визначення поточного стану компанії; визначення пріоритетної для компанії сфери КСВ; визначення масштабу застосування технології КСВ; вибір технології КСВ; контроль за реалізацією обраною технологією; вимірювання та оцінка отриманого результату;

дістало подальшого розвитку:

– науково-теоретичні засади дослідження еволюції міжнародного бізнесу шляхом включення до її складу етапа глобальної регіоналізації, який характеризується фрагментацією світу та виокремленням самодостатніх економічних та політичних елементів, які в подальшому вбудовуються в глобальну ієрархію;

– понятійно-категоріальний апарат дослідження КСВ через надання авторського визначення поняття сутності КСВ як політики, що добровільно та непримусово реалізує організація як всередині країни, так і на міжнародному рівні по відношенню до своїх зацікавлених сторін, на які прямо чи опосередковано впливають прийняті організацією рішення, та така, що у перспективі може позитивно впливати на прибутковість компанії, а також трактування «глобальної корпоративної відповідальності», яку запропоновано розуміти як політику міжнародних корпорацій, що здійснюється шляхом використання інструментів КСВ (спонсорство, корпоративна філантропія, благодійність, соціальний маркетинг, захист прав людини тощо) в межах одного чи декількох пріоритетних напрямків розвитку глобальної відповідальності (збереження довкілля, інформування стейкхолдерів, співробітництво з державою) з метою досягнення довгострокової стійкості;

– обґрунтування науково-практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності реалізації КСВ, які включають два напрямки: 1) спрямовані на підвищення ефективності реалізації КСВ по відношенню до працівників як основного елементу проведення такої політики з боку компанії (проведення роз'яснювальної роботи серед співробітників компанії; введення системи заохочення працівників; спроби корелювати соціальну активність працівників з їхнім професійним зростанням); 2) спрямовані на підвищення ефективності реалізації КСВ по відношенню до компанії з боку держави та інституційних органів (запровадження системи пільг в сфері оподаткування; суспільне визнання компаній, які активно реалізують КСВ; проведення заходів, спрямованих на підвищення обізнаності компаній у сфері КСВ).

Практичне значення дослідження. Розроблені в ході дисертаційного дослідження теоретичні положення та практичні рекомендації можуть бути використані компаніями України для підвищення ефективності реалізації політики КСВ на національних та міжнародних ринках.

Одержані в результаті дослідження наукові та науково-практичні висновки використовуються у роботі Департаменту економіки і міжнародних відносин Харківської обласної державної адміністрації у частині використання схеми державної соціальної архітектури при визначенні пріоритетів економічного та соціального розвитку області, забезпеченні реалізації державної політики економічного та соціального розвитку (довідка № 03-44/1550 від 19.12.2014 р.); Харківської торгово-

промислової палати в частині використання структурно-логічної схеми взаємодії компанії зі стейкхолдерами при підвищенні ефективності зовнішньоекономічних зв'язків, а також налагоджуванні взаємовигідних економічних зв'язків між іноземними партнерами та українськими підприємствами (довідка № 167/63.01-6 від 24.04.2015 року); АТ «ПКТБ «Електротехмонтаж» в частині використання механізму впровадження КСВ в діяльність компанії при визначенні етапів та послідовності дій при формуванні соціальної відповідальності підприємства та реалізації соціальних проєктів, а також в ході реалізації зовнішньоторговельних контрактів (довідка № 12-56/118 від 16.01.2015 р.); під час викладання дисциплін «Корпоративна соціальна відповідальність», «Європейська інтеграція», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання» у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна (довідка).

Особистий внесок здобувача. Усі результати, викладені в дисертації, отримані здобувачем самостійно та були відображені в опублікованих працях автора. З робіт, які були опубліковані у співавторстві, були використані лише ті ідеї та матеріали, які належать автору особисто.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні та методологічні положення, практичні результати дисертаційного дослідження доповідались автором на міжнародних і всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях: Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих учених «Актуальні проблеми сталого розвитку національного господарства України: інтеграційний контекст», Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (2010 р.) II Всеукраїнська студентська наукова конференція «Українське суспільство на шляху ринкових перетворень», Харківський інститут бізнесу і менеджменту III Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні національні економічні моделі: проблеми та перспективи розвитку», Кримський інститут бізнесу (2010 р.) Всеукраїнська науково-практична конференція «Проблеми соціально-економічного розвитку України : досвід, перспективи, інновації», Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (2011 р.) Науково-практична конференція з міжнародною участю «Сучасні проблеми реформування економіки в моделі інноваційного розвитку держави», Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (2011 р.) Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих учених «Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення», Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (2012 р.) IV Всеукраїнська науково-практична конференція «Проблеми трансформаційної економіки», Криворізький факультет Запорізького національного університету (2012 р.) Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 20-річчю наукової діяльності факультету економіки та менеджменту Сумського державного університету «Економічні проблеми стійкого розвитку», Сумський державний університет (2012 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція «Фінансовий потенціал суб'єктів господарювання як чинник сталого розвитку ринкової економіки» Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (2013 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих учених «Актуальні проблеми стабілізації соціально-економічного розвитку в сучасних умовах» (2013 р.), Міжнародна науково-практична конференція

«Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта» (2013 р.) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Публікації. За темою дисертації автором самостійно та у співавторстві опубліковано 27 наукових праць, серед яких: 9 статей у провідних наукових фахових виданнях; 10 тез доповідей у матеріалах наукових конференцій; 2 розділи у двох монографіях. Загальний обсяг публікацій складає 9,5 д.а., з яких здобувачу належить 8,9 д.а.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, додатків та списку використаних джерел із 187 найменувань на 18 сторінках. Зміст дисертації викладено на 184 сторінках друкованого тексту, включаючи 66 рисунків, 18 таблиць.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

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

У першому розділі «**Теоретико-методичні засади дослідження корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі**» систематизовано теоретичні підходи до дослідження КСВ та визначено її структуру; виявлено об'єктивні чинники формування КСВ в міжнародному бізнесі; визначено інституційні детермінанти розвитку КСВ та розроблено механізм впровадження КСВ в діяльність міжнародної компанії.

Узагальнення наукових підходів до дослідження концепції КСВ дозволило визначити основні історичні етапи розвитку концепції КСВ, які включають в себе такі стадії як розвиток благодійності, розвиток стратегічної філантропії та розвиток таких концепцій, як «етика бізнесу», «зацікавлених сторін», «корпоративного громадянства». Визначено, що на сучасному етапі розвитку концепції КСВ відбувається впровадження основ етичного бізнесу в стратегію розвитку підприємств.

У результаті семантичного аналізу теоретичних підходів до визначення терміну «корпоративна соціальна відповідальність» (Басовський Л., Бесєдін М., Боуен Г., Гірняк О., Гріфін Р., Дафт Р., Девіс К., Кравченко П., Кузьмін О., Лазановський П., Мельник О., Мошек Г., Осовська Г., Поканевич Ю. та інші) зроблено висновок про те, що не існує єдиного погляду стосовно головної характеристики КСВ як політики, ініціативи або концепції. Більшість визначень терміна «корпоративної соціальної відповідальності» витікає з її економічної функції та підкреслює економічну спрямованість КСВ, при цьому робиться акцент на її добровільному характері і не простежується прямий зв'язок між вигодою ТНК та самою КСВ.

Таким чином, аналіз наукових поглядів сучасних вітчизняних та зарубіжних вчених дозволив надати власну дефініцію КСВ як політики, яку добровільно та непримусово реалізує організація, як всередині країни, так і на міжнародному рівні, по відношенню до своїх зацікавлених сторін, на які прямо чи опосередковано впливають прийняті організацією рішення, та така, що у перспективі може позитивно впливати на прибутковість компанії.

На основі узагальнення теоретичних засад формування та розвитку КСВ в міжнародному бізнесі уточнено термін «глобальна корпоративна відповідальність»: це політика міжнародних корпорацій, яка здійснюється шляхом використання інструментів КСВ (спонсорство, корпоративна філантропія, благодійність, соціальний маркетинг,

захист прав людини тощо) в межах одного чи декількох пріоритетних напрямків розвитку глобальної відповідальності (збереження довкілля, інформування стейкхолдерів, співробітництво з державою) з метою досягнення довгострокової стійкості.

Аналіз науково-теоретичних джерел дозволив узагальнити інституційні детермінанти розвитку КСВ, а саме: економічні, державні (які включають правові та політичні), культурні, соціальні та екологічні. На основі проведеного узагальнення встановлено фактори та сили, які впливають на формування КСВ.

Вивчення чинних практик та методичних підходів до оцінювання КСВ дозволило розробити методика оцінки КСВ компанії (рис.1), яка використовує три основні ефекти від впровадження КСВ: економічний, екологічний, соціальний.

У ході проведеного дослідження розроблено механізм впровадження КСВ в діяльність компанії (рис.2), який включає такі етапи як: визначення сфери КСВ, її закріплення, визначення персональної відповідальності за дотримання компанією політики КСВ та реалізацію програм з КСВ. Використання запропонованого механізму надасть можливість оптимізувати зусилля компанії у сфері організації КСВ та запобігти розосередженню ресурсів.

На основі проведеного дослідження висунуто гіпотезу, що в умовах глобалізації економічного розвитку укріплення позицій компанії на міжнародних ринках шляхом реалізації КСВ є однією з конкурентних переваг та існують пряма та зворотна залежність між показниками міжнародної конкурентоздатності компанії та реалізацією КСВ.

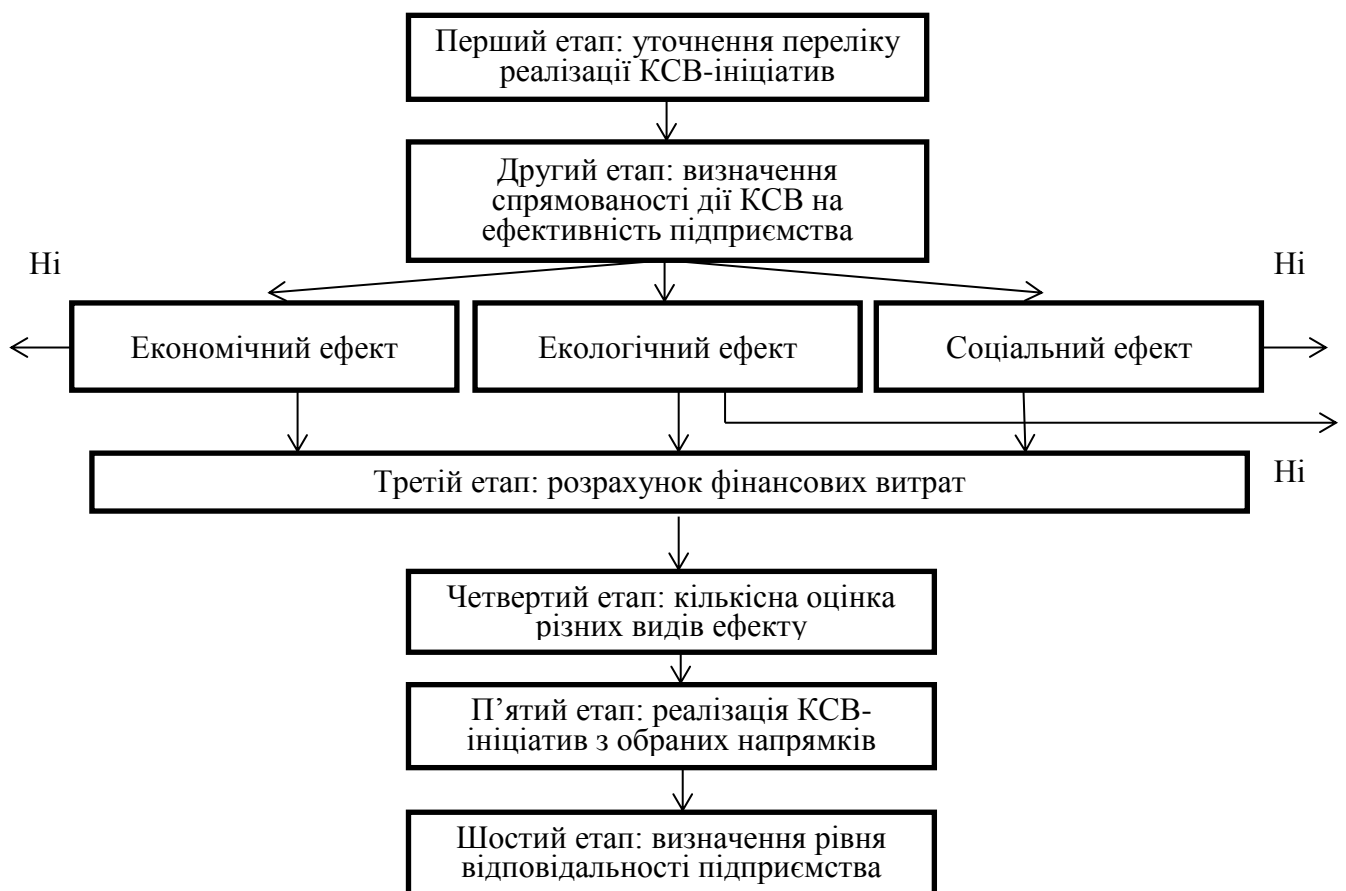


Рис. 1. Методика оцінки КСВ компанії (розроблено автором)

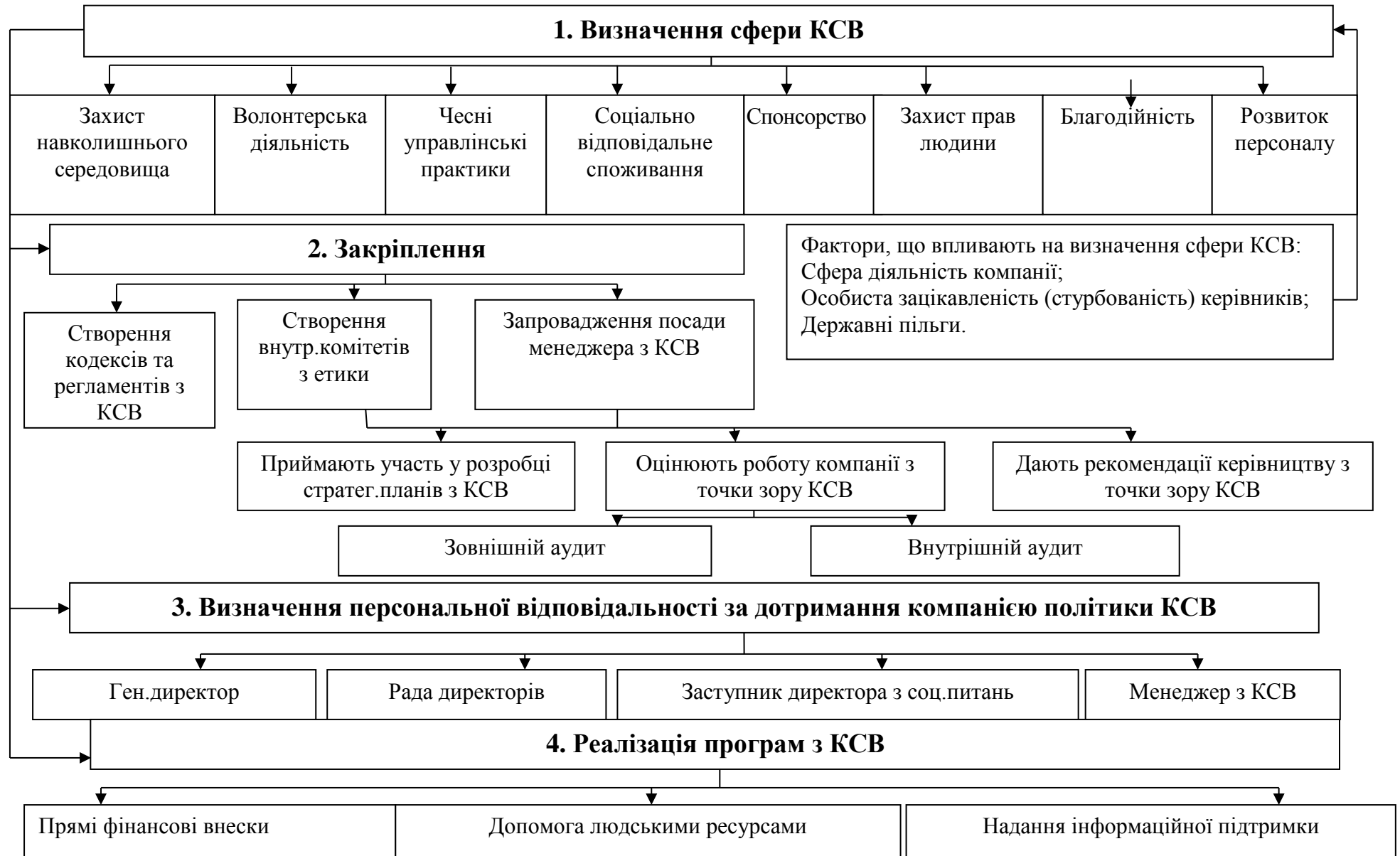


Рис. 2. Механізм впровадження КСВ в діяльність компанії (розроблено автором)

У другому розділі «Реалізація корпоративної соціальної відповідальності міжнародними ТНК» проведено аналіз існуючих технологій КСВ в міжнародному бізнесі у світлі підвищення ролі неринкових форм поведінки компаній; виявлено особливості реалізації сукупності специфічних технологій КСВ ТНК; проаналізовано рівень КСВ найбільших міжнародних компаній України на національних та міжнародних ринках.

Дослідження теорій та сучасних концепцій розвитку міжнародної економіки дозволило побудувати економетричну модель нерівноважного ринку, що відображає залежність між стійкістю корпорації на міжнародному ринку та іміджем компанії, на формування якої впливає реалізація КСВ, яка має наступний математичний вигляд:

$$Z_{i+1} = Z_i + \frac{\delta p Z_i Y_i}{\delta + 1} - k Z_i - K_0$$

$$Y_{i+1} = Y_i - p Z_i Y_i \left(1 - \frac{\delta m^{-\delta}}{1 + \delta}\right) + w Y_i + W_0'$$

де: Z – вартість товарів на складі продавця; Y – попит, пред'явлений протягом торгового дня, у вартісному вираженні; S – реалізація, тобто вартість товарів у цінах продажу, реалізованих протягом торгового дня; δ – торгова націнка даного продавця; k – коефіцієнт змінних затрат, пропорційних обсягу складу, що включає в себе оренду, зарплату, банківський відсоток та інше. Коефіцієнт визначається таким чином, щоб величина kZ становила суму платежів у розрахунку на один торговий день, K_0 – постійні витрати в розрахунку на один торговий день.

У ході дослідження виявлено, що ринок за даною моделлю постійно знаходиться в нерівноважному стані. Можна побачити явну конкурентну перевагу (рис. 3), причому ця конкуренція не носить ціновий або кількісний характер. Перерозподіл потоку покупців від одного продавця до іншого досягнуто за рахунок зміни положення компанії на світовому ринку, тобто іміджу, репутації, реклами фірми. Конкурентна перевага проявляється не стільки у збільшенні прибутку, скільки у підвищенні стабільності ТНК.

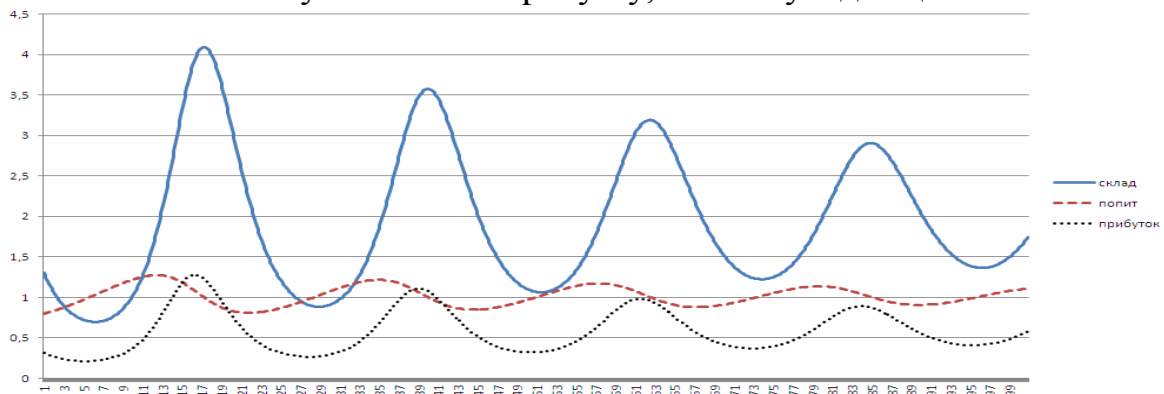


Рис.3. Вплив зміни параметру «положення на ринку» на конкурентну позицію ТНК (розроблено автором)

Проведене економіко-математичного моделювання дозволило довести той факт, що зміна торгової націнки, хоча і впливає на форму рішень, але не тягне за собою зменшення і збільшення коливань попиту (рис. 4). Таким чином, зроблено висновок про те, що торгова націнка може стати тим джерелом додаткових коштів, які можуть бути спрямовані на формування бюджету соціальних програм.

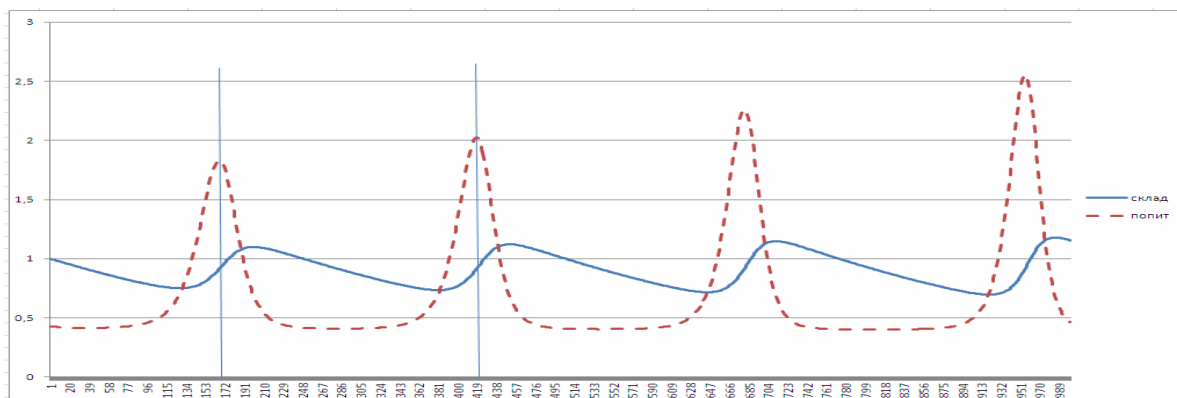


Рис.4. Вплив зміни параметру «ціна» на обсяги попиту $D_e=365$, $B = 3$, $rZ_0/w=1,1$, $T=250$ днів (розроблено автором)

На основі результатів проведеного економетричного аналізу доведено посилення ролі неринкових форм поведінки на ринку: підвищення репутації фірми, залучення нових та закріплення постійних покупців, зміцнення зв'язків зі стейкхолдерами, з органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями, які фактично є проявами КСВ.

З метою визначення шляхів подолання нестабільності ринків за допомогою інструментів КСВ, проаналізовано реалізацію її технологій міжнародними ТНК, серед яких: залучення та розвиток громад, захист прав людини, захист навколишнього середовища, корпоративна філантропія, захист прав споживачів, добротинний маркетинг.

На основі аналізу КСВ доведено, що українські компанії знаходяться на початковому етапі розвитку КСВ та виділено пріоритетні напрями технологій КСВ, які реалізуються українськими компаніями: підтримка незахищених верств населення, освітні та екологічні програми.

Використовуючи 12 критеріїв трьох категорій оцінки КСВ компаній (діяльність компанії в сфері КСВ, медіа-підтримка даної категорії та реалізація глобальної корпоративної відповідальності), побудовано інтегральний рейтинг соціально відповідальних компаній України (табл.1).

Проаналізувавши результати оцінки КСВ компаній виділено п'ять лідерів, які очолили рейтинг соціально відповідальних компаній: Philip Morris Україна, МТС-Україна, PepsiCo, Metinvest, Cargill Україна. Ці компанії найбільш повно реалізують політику КСВ не тільки в країнах присутності компанії, але й на глобальному рівні, а також висвітлюють КСВ у ЗМІ. На основі результатів складеного інтегрального рейтингу соціально відповідальних компаній, зроблено висновок про необхідність використання вітчизняними компаніями закордонного досвіду у сфері глобальної корпоративної відповідальності.

Таким чином, визначено, що КСВ стає фактором покращення іміджу компанії, стабілізації її положення на ринку та пріоритетним напрямком репутаційної стратегії компанії.

На основі аналізу переваг від використання КСВ запропоновано її впровадження в стратегію розвитку компанії з метою отримання конкурентних переваг на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Таблиця 1

Топ-20 інтегрального рейтингу соціально відповідальних компаній України

Назва компанії	Оцінка діяльності	Оцінка медіа активності	Оцінка глобальної корпоративної відповідальності	Кінцева оцінка
Philip Morris Україна	12	12	12	12
МТС-Україна	11	12	11	11,3
PepsiCo	9	10	12	10,5
Metinvest	11	10	10	10,3
Cargill Україна	9	10	11	10,1
Metro Cash & Carry Україна	9	8	11	9,5
JT International Company Ukraine	8	8	11	9,2
Лукойл-Україна	8	9	10	9,1
Київстар	11	12	5	8,9
Interpipe	9	10	7	8,5
Євраз Україна	7	8	10	8,5
ДТЕК	11	9	5	8
Нібулон	9	8	7	7,9
WOG	6	8	7	7
Група компаній «Фокстрот»	5	8	7	6,7
Ашан Україна Гіпермаркет	6	7	6	6,3
АрселорМіттал Кривий Ріг	6	5	7	6,1
Індустріальний союз Донбасу	5	4	8	5,9
Епіцентр К	5	7	5	5,6
Концерн «Галнафтогаз»	6	4	6	5,4

Розраховано автором за даними рейтингового агентства Forbes

У третьому розділі «Шляхи підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі» розроблено науково-практичний підхід до підвищення ефективності реалізації КСВ; удосконалено організаційно-економічні засади стратегії впливу стейкхолдерів на компанію; розроблено структурно-логічну схему взаємодії компанії зі стейкхолдерами.

Соціально відповідальна політика корпорацій стає обов'язковим елементом сучасного підприємництва, а КСВ – сучасним методом забезпечення конкурентної переваги. Використання в стратегічному плануванні корпораціями принципів ведення КСВ покращує рівень пристосованості компанії до умов ринку, сприяє підвищенню іміджу компанії, підвищує інвестиційну привабливість корпорації, зростання капіталізації.

У результаті аналізу особливостей проведення діалогу між компанією та зацікавленими сторонами розроблено логіко-структурну схему взаємодії компанії зі стейкхолдерами (рис. 5), що окреслює коло зацікавлених сторін та визначає напрями удосконалення взаємодії між ними, використання якої дозволить підвищити ефективність проведення діалогу зі стейкхолдерами та укріпити їх лояльність по відношенню до компанії. На основі дослідження особливостей взаємодії компанії із зацікавленими сторонами надано науково-практичні рекомендації, що розподілено на дві групи, а саме: 1. Рекомендації, спрямовані на підвищення ефективності реалізації КСВ по відношенню до працівників, як основного елементу проведення такої політики з боку компанії. 2. Рекомендації, спрямовані на підвищення ефективності реалізації КСВ по відношенню до компанії з боку держави та інституційних органів.



Рис. 5. Логіко-структурна схема взаємодії компанії зі стейкхолдерами (розроблено автором)

Дослідження практики реалізації КСВ сучасними компаніями дозволило розробити концептуальну схему моделювання впровадження КСВ в міжнародному бізнесі (рис.6), яка, враховуючи внутрішні (розмір підприємства, рівень прибутковості підприємства, лояльність працівників та клієнтів, рівень свідомості керівництва та працівників) та зовнішні чинники (положення підприємства на ринку, законодавство, економічне становище в країні, настрої в суспільстві), а також принципи КСВ (підзвітність, прозорість, етична поведінка, урахування інтересів стейкхолдерів, повага до верховенства права та до міжнародних норм поведінки) дозволяє спроектувати процес імплементації ініціатив КСВ у діяльність компанії на міжнародному рівні.

На основі аналітичного дослідження особливостей реалізації технологій КСВ компаніями розроблено алгоритм використання її технологій у міжнародному бізнесі (рис. 7), що включає шість послідовних етапів, реалізація яких дозволить компанії системно та комплексно впровадити корпоративну соціальну діяльність.

З метою систематизації існуючих підходів до управління відносинами із зацікавленими сторонами, доповнено типологію вибору стейкхолдерами своєї стратегії впливу на компанію – визначено наслідки, які буде мати обрання кожного з видів стратегії. Таким чином, запропоновано рекомендації для компаній щодо управління відносинами зі стейкхолдерами: створити структурні підрозділи чи посади, відповідальні за побудову відносин зі стейкхолдерами компанії, розробити відповідні кодекси та інші документи, які регламентують відносини компанії та стейкхолдерів. Реалізація визначених рекомендацій керівництвом компаній дозволить підвищити довіру та лояльність не тільки стейкхолдерів, але й клієнтів.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження вирішено важливе наукове завдання поглиблення теоретико-методичних засад дослідження реалізації КСВ ТНК, що дозволило зробити наступні висновки:

1. Систематизовано основні наукові підходи до з'ясування сутності КСВ та запропоновано її авторське визначення як політики, яку добровільно та непримусово реалізує організація, як всередині країни, так і на міжнародному рівні по відношенню до своїх зацікавлених сторін, на які прямо чи опосередковано впливають прийняті організацією рішення, та така, що у перспективі може позитивно впливати на прибутковість компанії; досліджено сучасні тенденції розвитку концепції соціальної відповідальності ТНК та особливості її формування з урахуванням світового досвіду. У цьому контексті КСВ, будь-яка організація, перш за все, несе відповідальність та має обов'язки по відношенню до сторін, на які впливає її діяльність, проте не виключає відповідальність організації перед усіма членами суспільства.

2. У результаті дослідження виявлено об'єктивні чинники формування КСВ у міжнародному бізнесі, а саме: сталий розвиток, глобалізація, управління, вплив корпоративного сектору, комунікації, фінанси, етика, узгодженість і спільноти, лідерство, інструмент бізнесу, позиція держави та суспільства відносно відповідальності бізнесу перед суспільством, як його зовнішнім середовищем. На основі проведеного узагальнення встановлено фактори та сили, які впливають на формування КСВ: розбіжність ринків, стиль і практика соціальних програм, національна орієнтація, контроль. Обґрунтовано, що

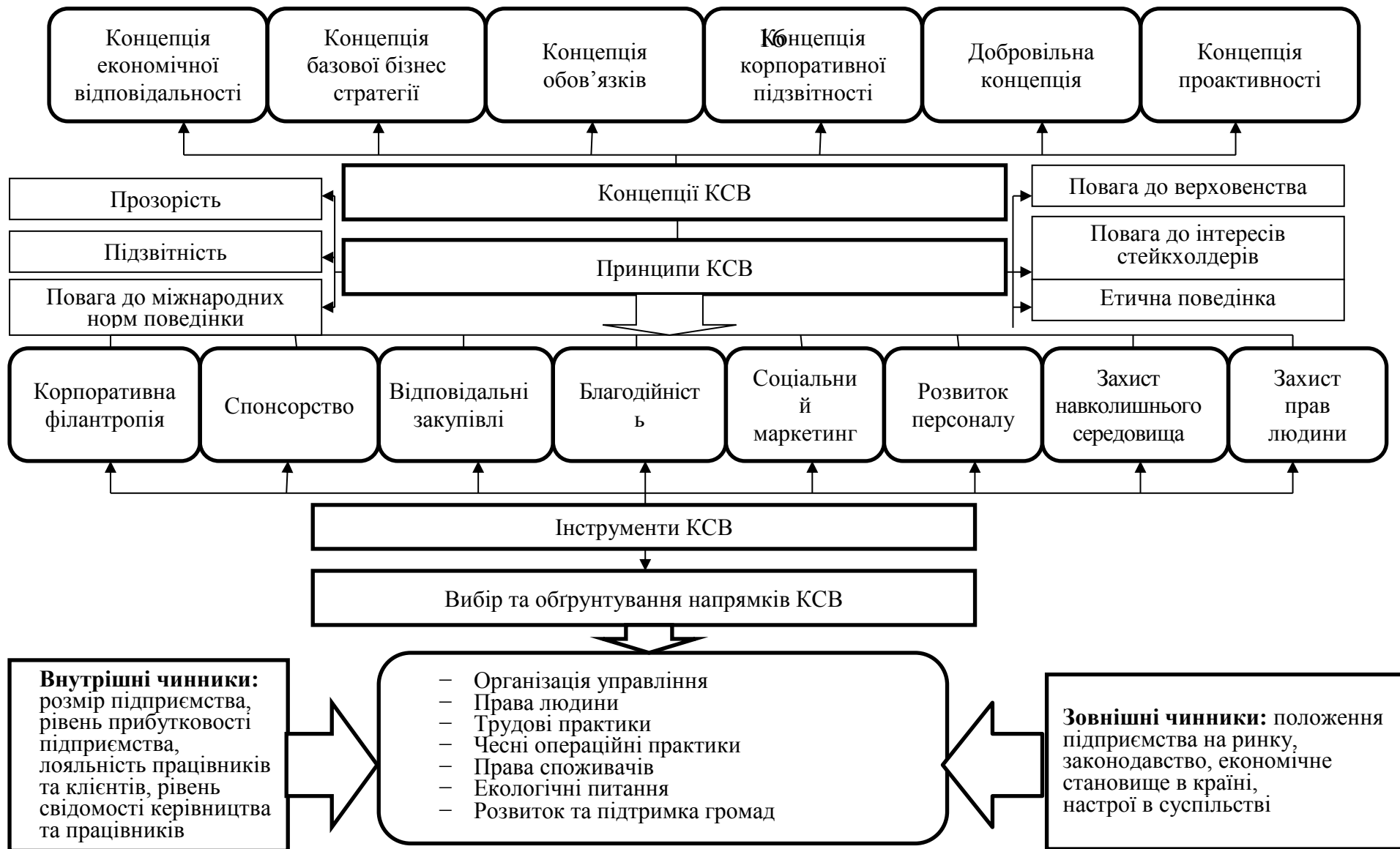


Рис. 6. Концептуальна схема моделювання впровадження КСВ в міжнародному бізнесі (розроблено автором)



Рис.7. Алгоритм використання технологій КСВ у міжнародному бізнесі
(розроблено автором)

врахування цих факторів при реалізації політики КСВ, підприємство підвищує ефективність реалізованих соціальних програм на зовнішніх ринках.

3. У ході дослідження визначено інституційні детермінанти розвитку КСВ, а саме: економічні, державні, які в свою чергу включають в себе правові та політичні, культурні, соціальні та екологічні. Виявлено, що одним з базисних інститутів, які впливають на КСВ є інститут економіки та бізнесу. Зроблено висновок про необхідність імплементації детермінант у процес формування КСВ компанії для комплексного розуміння особливостей побудови відносин між бізнесом, державою та суспільством. Обґрунтовано необхідність визначення пріоритетних напрямків у формуванні КСВ на зовнішніх ринках. Розроблено механізм впровадження КСВ у діяльність міжнародної компанії, який дозволяє, враховуючи основні принципи та інструменти КСВ, реалізувати політику КСВ у компанії.

4. На основі побудованої економетричної моделі нерівноважного ринку, що відображає залежність між стійкістю корпорації на міжнародному ринку та іміджем компанії, на формування якого впливає реалізація КСВ, обґрунтовано той факт, що

розвиток концепції КСВ стає об'єктивним явищем у світлі підвищення ролі неринкових форм поведінки компаній. З метою визначення найбільш ефективних шляхів реалізації КСВ проаналізовано технології КСВ у міжнародному бізнесі та особливості їх реалізації міжнародними ТНК, серед яких: залучення та розвиток громад, захист прав людини, захист навколишнього середовища, корпоративна філантропія, захист прав споживачів, добродійний маркетинг.

5. У ході дослідження розроблено алгоритм використання технологій КСВ у міжнародному бізнесі, який включає в себе шість етапів: визначення поточного стану компанії, визначення сфери КСВ, яка є пріоритетною для компанії, визначення масштабу застосування технології КСВ, вибір технології КСВ, яка є найбільш адекватною для застосування в обраній сфері, контроль за реалізацією обраних технологій КСВ, вимірювання та оцінка отриманого результату від використання технологій. Визначено, що реалізація алгоритму дозволить компанії системно та комплексно впровадити КСВ в свою діяльність.

6. За допомогою побудови інтегрального рейтингу найбільш соціально відповідальних компаній проаналізовано рівень КСВ найбільших міжнародних компаній України на національних та міжнародних ринках. На основі результатів складеного інтегрального рейтингу соціально відповідальних компаній, зроблено висновок про необхідність використання вітчизняними компаніями закордонного досвіду у сфері глобальної корпоративної відповідальності.

7. На основі висновку про важливість формування комплексної системи управління взаємовідносинами компанії зі стейкхолдерами, яка дозволить мінімізувати ризики та стабілізувати положення компанії на ринку, надано науково-практичні рекомендації щодо удосконалення механізму взаємодії керівництва міжнародної компанії із зацікавленими сторонами в контексті КСВ у міжнародному бізнесі, а саме: рекомендації, які спрямовані на підвищення ефективності реалізації КСВ по відношенню до працівників, як основного елемента проведення такої політики з боку компанії та рекомендації, спрямовані на підвищення ефективності реалізації КСВ по відношенню до компанії з боку держави та інституційних органів.

8. У результаті дослідження обґрунтовано концептуальну схему моделювання впровадження КСВ у міжнародному бізнесі, яка, враховуючи внутрішні (розмір підприємства, рівень прибутковості підприємства, лояльність працівників та клієнтів, рівень свідомості керівництва та працівників) та зовнішні чинники (положення підприємства на ринку, законодавство, економічне становище в країні, настрої в суспільстві), а також принципи КСВ (підзвітність, прозорість, етична поведінка, повага до інтересів стейкхолдерів, повага до верховенства права, повага до міжнародних норм поведінки) дозволяє спроектувати процес імплементації ініціатив КСВ у діяльність компанії на міжнародному рівні. Зроблено висновок, що сучасна концепція КСВ укладається в такі напрямки як корпоративна філантропія, спонсорство, захист прав людини, захист навколишнього середовища, розвиток персоналу, соціальний маркетинг, благодійність, відповідальні закупівлі, захист інтелектуальної власності, добродійна конкуренція, просування доброї справи, розвиток і підтримка громад, соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу, захист прав споживачів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділи в монографіях:

1. Шевченко Т. П. Исследование состояния и перспектив развития корпоративной социальной ответственности во внешнеэкономической деятельности украинских предприятий / Т. П. Шевченко // У кн. «Стратегии инновационного развития экономики. Часть 1. Современные инновационные трансформации: монография». / под науч. ред. П. Г. Перервы, О. И. Савченко. – Х. : ТОВ «Щедра садиба плюс», 2013. – 243 с. – С. 156–162.(0,4 д.а.). *Особистий внесок здобувача*: визначено технології та способи реалізації КСВ у зовнішньоекономічній діяльності

2. Шевченко Т. П. Міжнародні тенденції в розвитку корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / Т. П. Шевченко, В. В. Соколова // У кн. «Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку України : колективна монографія». – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 500 с. – С. 239–254. (1,07 д.а.). *Особистий внесок здобувача*: визначено основні міжнародні тенденції в розвитку корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Публікації у наукових виданнях іноземних держав:

3. Шевченко Т. П. Использование индексов и рейтингов для оценки корпоративной социальной ответственности: опыт зарубежных стран и Украины / Т. П. Шевченко // Альманах современной науки и образования. – Тамбов : Грамота, 2013. – №4. – С. 209–213.

4. Шевченко Т. П. Государственное и региональное управление корпоративной социальной ответственностью: опыт развитых стран / Т. П. Шевченко // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. Научно-практический журнал – Курск; Харьков : Юго-Западный государственный университет; НТУ «ХПИ», 2013. – №1. – С. 245–250.

5. Шевченко Т. П. Международные руководства, стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности / Т. П. Шевченко // Молодой ученый. – Россия : ООО «Издательство Молодой ученый», 2014. – № 6 (65). –С. 525–528.

6. Шевченко Т. П. Особенности реализации и развития корпоративной социальной ответственности в Европе / Т. П. Шевченко // Научно-теоретический и практический журнал Оралдың ғылым жаршысы. Серия: Экономические науки. Государственное управление. – Казахстан : ООО «Руснаучкнига», 2014. – №15 (94). – С. 43–48.

Публікації у наукових фахових виданнях України:

7. Шевченко Т. П. Теоретико-методологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності / Т. П. Шевченко // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Серія «Економіка». – Харків : ХНПУ, 2011. – С. 113–118.

8. Шевченко Т. П. Проблеми законодавчого регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Т. П. Шевченко // Вісник Національного

університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія Економічна теорія і право. – Х. : Право, 2012. – №2(9). – С. 111–118.

9. Шевченко Т. П. Стратегічний маркетинговий аналіз корпоративної соціальної відповідальності підприємств / Т. П. Шевченко // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Серія «Економіка». – Харків : ХНПУ, 2013. – С. 229–237.

10. Шевченко Т. П. Суб'єкти, об'єкти та особливості корпоративної соціальної відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності / Т. П. Шевченко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний університет». – Харків : НТУ «ХП», 2013. – №45. – С. 128–135.

11. Шевченко Т. П. Теоретичні засади управління корпоративною соціальною відповідальністю на зовнішніх ринках / Т. П. Шевченко // Бізнес Інформ. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2013. – № 4. – С. 86–90.

12. Шевченко Т. П. Проблема корпоративної соціальної відповідальності в умовах глобалізації / Т. П. Шевченко // Ефективна економіка. – 2014. – №3 [Електронний ресурс] Режим доступу : www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2850.

13. Шевченко Т. П. Формування індексів та міжнародних рейтингів з корпоративної соціальної відповідальності / Т. П. Шевченко // Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія «Економіка». Випуск 2. Том 19. – 2013. – С. 197–200.

14. Шевченко Т. П. Феномен соціальної відповідальності у підвищенні стійкості корпорацій на національному та міжнародному рівнях / В. А. Євтушенко, Т. П. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 118. Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка. – 2014. – С. 76–85. *Особистий внесок здобувача*: визначено місце транснаціональних корпорацій в системі відносин суспільством в контексті корпоративної соціальної відповідальності.

15. Шевченко Т. П. Теоретичні засади економічного змісту корпоративної соціальної відповідальності транснаціональних корпорацій / Т. П. Шевченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 9. – 2014. – С.36–40.

Публікації в інших виданнях:

16. Шевченко Т. П. Теоретичні засади антикризового управління підприємством / В. А. Євтушенко, Т. П. Шевченко // Ринкова трансформація економіки : Збірник наукових праць Харківського інституту бізнесу і менеджменту. – 2010. – С. 119–128. *Особистий внесок здобувача*: визначено методи антикризового управління на українських підприємствах.

17. Шевченко Т. П. Благодійність українських підприємств як форма соціальної відповідальності / Т. П. Шевченко // Сучасні національні економічні моделі : Проблеми та перспективи розвитку : Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції 24 грудня 2010 р. / Кримський інститут бізнесу. – Сімферополь, 2010. – С. 82–83.

18. Шевченко Т. П. Антикризова стратегія підприємства на зовнішніх ринках / Т. П. Шевченко // Збірник тез доповідей науково-практичної конференції з міжнародною участю [«Сучасні проблеми реформування економіки в моделі інноваційного розвитку

держави»], (Харків, 15 листопада 2011 р.) – Х. : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2011. – С. 192–195.

19. Шевченко Т. П. Основні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності / Т. П. Шевченко // Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених [«Проблеми соціально-економічного розвитку України: досвід, перспективи, інновації»] (Харків, 15-16 квітня 2011 р.) – Х. : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2011. – С. 63–64.

20. Шевченко Т. П. Особливості формування корпоративної культури на українських підприємствах / Т. П. Шевченко // Корпоративна культура організацій ХХІ століття – 2012 : стан і перспективи розвитку : збірник наукових праць. – Краматорськ : ДДМА, 2012. – С. 129–135.

21. Шевченко Т. П. Features of the corporate social responsibility technologies usage in Ukraine / Т. П. Шевченко // Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених [«Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення»] (Харків, 6-7 квітня 2012 р.). – Х. : ХНУ, 2012. – С. 252–254.

22. Шевченко Т. П. Захист прав споживачів як технологія корпоративної соціальної відповідальності / Т. П. Шевченко // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції [«Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи»]. – Київ : ГО «Київський економічний науковий центр», 2012. – С. 29–30.

23. Шевченко Т. П. Корпоративна соціальна відповідальність: особливості впливу міжнародних компаній на місцеві спільноти / Т. П. Шевченко // Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції [«Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону»]. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 133–134.

24. Шевченко Т. П. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент підвищення лояльності клієнтів компанії на зовнішніх ринках / Т. П. Шевченко // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції [«Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта»] (Алушта, 26-30 травня 2013 р.). – Алушта : НТУ «ХП». – С. 238–240.

25. Шевченко Т. П. Роль корпоративной социальной ответственности в современном обществе / Т. П. Шевченко // Материалы международной научно-практической конференции [«Проблемы инновационного устойчивого развития экономики России»]. – Балашиха (Московская обл., Россия) : Институт социально-экономического прогнозирования и моделирования, 2014. – С. 68–71.

26. Шевченко Т. П. Социальная ответственность как философская и социальная категория / Т. П. Шевченко // Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія «Економіка». Випуск 1. Том 19. – Одеса. – 2014.— С. 165-178.

27. Шевченко Т. П. Корпоративна соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі України / Т. П. Шевченко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Випуск 2. – 2014. – С. 36–40.

АНОТАЦІЯ

Шевченко Т. П. Корпоративна соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі в контексті глобального економічного розвитку. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна, Харків, 2015.

Дисертаційну роботу присвячено науковому обґрунтуванню теоретико-методичних засад дослідження КСВ ТНК та розробці науково-практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності її реалізації світовими компаніями в умовах глобального економічного розвитку.

Розроблено механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльність компанії, використання якого надасть можливість оптимізувати зусилля компанії у сфері організації корпоративної соціальної відповідальності та запобігти розосередженню ресурсів; складено інтегральний рейтинг соціально відповідальних компаній України.

Побудовано економетричну модель нерівноважного ринку, що відображає залежність між стійкістю корпорації на міжнародному ринку та іміджем компанії, на формування якого впливає реалізація корпоративної соціальної відповідальності.

Обґрунтовано логіко-структурну схему взаємодії компанії зі стейкхолдерами, що окреслює коло зацікавлених сторін та визначає напрями удосконалення взаємодії між ними, використання якої дозволить підвищити ефективність проведення діалогу зі стейкхолдерами та укріпити їх лояльність по відношенню до компанії; запропоновано рекомендації для компаній щодо управління відносинами зі стейкхолдерами.

Запропоновано концептуальну схему моделювання впровадження корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі, яка, враховуючи внутрішні та зовнішні чинники, а також принципи КСВ дозволяє спроектувати процес імплементації ініціатив КСВ у діяльність компанії на міжнародному рівні; розроблено алгоритм використання технологій КСВ у міжнародному бізнесі.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, структура глобальної корпоративної відповідальності, інституційні детермінанти розвитку корпоративної соціальної відповідальності, механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльність компанії, економетрична модель нерівноважного ринку, концептуальна схема моделювання впровадження корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі.

АННОТАЦИЯ

Шевченко Т. П. Корпоративная социальная ответственность в международном бизнесе в контексте глобального экономического развития. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 – мировое хозяйство и международные экономические отношения. – Харьковский национальный университет имени В.Н.Каразина, Харьков, 2015.

Диссертационная работа посвящена научному обоснованию теоретико-методических основ исследования КСО ТНК и разработке научно-практических рекомендаций по повышению эффективности ее реализации мировыми компаниями в условиях глобального экономического развития.

Разработан механизм внедрения КСО в деятельность компании, использование которого предоставит возможность оптимизировать усилия компании в сфере организации КСО и предотвратить рассредоточение ресурсов; составлен интегральный рейтинг социально ответственных компаний Украины.

Построена эконометрическая модель неравновесного рынка, которая отражает зависимость между устойчивостью корпорации на международном рынке и имиджем компании, на формирование которого влияет реализация КСО.

Обоснована логико-структурная схема взаимодействия компании со стейкхолдерами, которая определяет круг заинтересованных сторон и определяет направления совершенствования взаимодействия между ними, её использование позволит повысить эффективность проведения диалога со стейкхолдерами и укрепить их лояльность по отношению к компании; предложены рекомендации для компаний по управлению отношениями со стейкхолдерами.

Предложена концептуальная схема моделирования внедрения КСО в международном бизнесе, которая, учитывая внутренние и внешние факторы, а также принципы КСО позволяет спроектировать процесс имплементации инициатив КСО в деятельность компании на международном уровне; разработан алгоритм использования технологий КСО в международном бизнесе.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, структура глобальной корпоративной ответственности, институциональные детерминанты развития корпоративной социальной ответственности, механизм внедрения корпоративной социальной ответственности в деятельность компании, эконометрическая модель неравновесного рынка, концептуальная схема моделирования внедрения корпоративной социальной ответственности в международном бизнесе.

ABSTRACT

Shevchenko T. P. Corporate social responsibility in international business in the context of global economic development. – The manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of candidate of economic Sciences, specialty 08.00.02 International economy and international economic relations. – Kharkiv national University named after V. N. Karazin – Kharkiv National University, Kharkiv, 2015.

Dissertation work is devoted to the scientific substantiation of theoretical and methodological foundations of the study of CSR by TNCs and to development of scientific and practical recommendations for improving the effectiveness of its implementation by the world's leading companies in terms of global economic development.

The mechanism of implementation of corporate social responsibility in the company, which will provide an opportunity to optimize the company's efforts in the sphere of corporate social responsibility and to prevent dispersal resources; the integral rating of socially responsible companies of Ukraine is made.

An econometric model of non-equilibrium of the market, reflecting the dependence between the resistance of the Corporation in the international market and the company's image, which formation affects the implementation of corporate social responsibility.

The logframe of the company's interaction with stakeholders that outlines the range of stakeholders and identify ways of improving the interaction between them, which will improve the effectiveness of dialogue with stakeholders and strengthen their loyalty to the company is justified; the recommendations for companies to manage their relationships with stakeholders are proposed.

The conceptual modeling diagram of the implementation of corporate social responsibility in international business, which, taking into account internal and external factors, as well as the principles of CSR allows the design process to the implementation of CSR initiatives in the company's activities at the international level is proposed; the algorithm using technologies CSR in international business was developed.

Keywords: corporate social responsibility, the structure of global corporate responsibility, institutional determinants of corporate social responsibility development, the mechanism of implementation of corporate social responsibility in the company, an econometric model of non-equilibrium of the market, a conceptual scheme of the simulation implementation of corporate social responsibility in international business.