

СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

МАЗУРЕНКО Валентина Петрівна

кандидат економічних наук, доцент,

Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

КОРЕТНЮК Юрій Петрович

магістр відділення «Міжнародний бізнес»,

Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У статті теоретично узагальнено та систематизовано методологічні засади визначення сутнісних характеристик корпоративно-соціальної відповідальності транснаціональних корпорацій (КСВ ТНК), проаналізовано та розкрито новітні тенденції щодо впровадження практики транснаціональних корпорацій (КСВ ТНК). Розглянуто цільові імперативи ТНК у сфері корпоративної соціальної відповідальності, виокремлено мотиви транснаціональних корпорацій (ТНК) до впровадження практики КСВ у країні базування, визначено недоліки та переваги впровадження глобальної та локальної стратегії.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, ТНК, глобальна КСВ стратегія, локальна КСВ стратегія, КСВ звітування, соціальні інвестиції, мотивація, стейкхолдери.

Вступ. Сучасна епоха характеризується суттєвими змінами як у світовій, так і в українській економіці. Розвиток національного бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему, посилення конкуренції ставлять перед вітчизняними компаніями багато нових питань, одне з яких пов'язане із корпоративною соціальною відповідальністю. Для багатьох українських підприємств розробка стратегії корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку є концептуальним завданням, адже мова йде не просто про спонтанну благодійність, а про системну діяльність, вбудовану в усі бізнес-процеси.

Цільовим імперативом ТНК на сьогодні стає не тільки максимізація доходу і прибутку, але й формування сприятливого іміджу як конкурентної характеристики, що забезпечує виживання в невизначеному господарському середовищі. Імідж компанії має й цілком відчутне матеріальне наповнення, впливаючи на її капіталізацію, тобто на її ринкову цінність. Створення позитивного іміджу ТНК відбувається значною мірою в результаті реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності. З огляду на зазначене, актуальність даної теми полягає у зростаючій ролі та застосуванні КСВ у міжнародному бізнесі в умовах геоекономічних викликів, а імплементація практик КСВ в економічну діяльність національних суб'єктів господарювання має важливе науково-практичне значення.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Вагомий внесок у дослідження фундаментальних питань глобалізаційного розвитку світового господарства і власне проблематиці формування теорії КСВ зробили відомі зарубіжні науковці, серед яких праці Х. Боуена, М. Зігеля, Дж. Елкінгтона, А. Керолла, Ф. Котлера, Дж. Ленсена, Б. О'Дваєра, М. Портера, М. Статмана, М. Фрідмана, Е. Фрімана, С. Фрітча, Ф. Фукуями, Д. Хіла, А.Щерера, Ж. Унермана та інших.

У країнах СНД проблематику КСВ досліджували такі вчені, як В.В. Барова, З. Данаєва, С. Івченко, В. Кондрат'єв, Н.А. Кричеський, Л.Г. Лаптева, М. Ліборакіна, В.Л. Маслов та інші.

Економічні, інституціональні та правові аспекти досліджуваної проблеми останнім часом знайшли висвітлення в роботах українських науковців В. Воробєя, Л. Денисюка, Р. Колиско, Р. Краплич, Є.Б. Кубко, О.Лазаренко, Л.Г. Лаптевої, М. Саприкіної, В.В. Сміренського, М. Стародубської, та інших.

Втім, у доробку фахівців досі бракує узагальнених пояснювальних теорій, що розкривали би механізми стабілізуючого впливу соціального напрямку діяльності бізнесу на суспільство в умовах глобалізації та геоекономічних викликів.

Наразі існує велика розбіжність у теоретичних підходах щодо формування стратегії ТНК у сфері КСВ. Зокрема, чи мають транснаціональні корпорації розвивати суцільно глобальні стратегії щодо впровадження практики корпоративної соціальної відповідальності, чи діяти централізовано, враховуючи потреби локального ринку приймаючої країни. У той час, як глобальна стратегія може

виступати ефективним засобом для обміну знаннями у галузі КСВ за допомогою корпоративної мережі, такий підхід зменшує рівень управління та легімізації корпорації на локальному рівні. Водночас, більш адаптивна локальна стратегія дуже часто є занадто фрагментарною, щоб ефективно врахувати усі аспекти сталого розвитку. Більш того, коли ТНК намагається впровадити стратегію на ринку із низькими КСВ-стандартами, з'являється ризик того, що централізація призведе дочірнє підприємство до погіршення рівня відповідальності, оскільки зникає необхідність дотримуватися вимог, встановлених у країні походження. Означене вимагає подальших теоретичних досліджень, які б могли становити основу для розробки оригінальних методик впровадження світового досвіду КСВ в національних умовах застосування.

Мета статті (постановка завдання): теоретичне узагальнення методологічних засад аналізу стратегічних імперативів корпоративної соціальної відповідальності ТНК та виокремлення їх мотивації до проведення КСВ-практики в умовах глобалізації та геоекономічних викликів.

Викладення основного матеріалу. Останнім часом відбулися істотні зміни у відносинах між державою, громадськими інституціями та приватними компаніями в усьому світі. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності, досягненні високої продуктивності та прибутковості виробництва відіграють неекономічні показники роботи компанії – рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки лікарень та шкіл, запровадження механізму контролю якості, впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо. Особливо помітні зміни відбулися у приватному секторі, який переходить до більш поглиблених стратегічних форм взаємодії як з державою, так і з громадськістю. Поняття «соціальна корпоративна відповідальність бізнесу» в повною мірою уособлює цю взаємодію.

І хоча сам термін «корпоративна соціальна відповідальність» уперше був сформульований Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном тільки в 1999 р., в усьому світі компанії працюють у цьому напрямку вже не одне десятиріччя.

За останні роки антропологічний фактор став домінуючим у зміні біосфери. Водночас у фахових економічних виданнях розглядається діяльність саме транснаціональних корпорацій, а не кожної окремої людини як головного фактора впливу на ці процеси. Крім того, думка фахівців щодо діяльності ТНК почала різко змінюватися, характеризуючи їх як «засіб ринкової тиранії», що проявляється через невідповідальне, з точки зору сталого розвитку, ставлення до громадян, екосистеми та законодавства країн базування. У результаті спроби об'єднати засади ліберальної міжнародної торгівлі із соціальною легімізацією її суб'єктів, а також розробити кодекс керівних принципів ведення бізнесу, було укладено «Глобальний договір ООН» заради просування ідей корпоративно-соціальної відповідальності на глобальному рівні. На жаль, Договір мав більше критиків, аніж прихильників, через фокусування саме на добровільному аспекті виконання вказівок, а також некоректне тлумачення самого терміна «глобалізація»[3].

Отже, найбільше занепокоєння викликає той факт, що головною рушійною силою глобалізації у XXI столітті стають саме ТНК, шукаючи нові шляхи мінімізації витрат. Згідно із цим припущенням, корпорації перетворюються на нові форми «приватної влади», впливаючи на рішення законодавчих органів через лобіювання власних інтересів, хоча раніше ці питання відносилися виключно до компетенції урядів держав та міжнародних організацій [9].

Постає логічне запитання – чи можна вважати таку діяльність легітимною, оскільки менеджмент таких підприємств не було обрано демократичним шляхом, а отже наразі відсутні будь-які можливості контролю діяльності таких установ або їх керівників.

Незважаючи на те, що ТНК не здатні безпосередньо впливати на законодавство тієї чи іншої країни, уряди намагаються задовольнити примхи та потреби корпорацій будь-яким шляхом, оскільки сама думка про вихід компаній з національного ринку, що призведе до значного зростання рівня безробіття, ринкових шоків та появи прогалів у національному бюджеті, жахає.

Проблеми, пов'язані із оцінкою рівня КСВ ТНК – особливо у країнах, що розвиваються, – в першу чергу стосуються відсутності однозначного тлумачення цього терміна [7] а також наявності складних корпоративних зв'язків, при яких мережа дочірніх підприємств тісно пов'язана як між собою, так і безпосередньо із материнською компанією. Фактично, неможливо розцінювати ТНК як певну юридичну особу або єдину організацію через надвисоку диференціацію процесів, стратегій та структурних особливостей [2; 10]

З іншого боку, діяльність ТНК виправдовується очікуваномим сприянням підвищення рівня соціального зростання [9] через інвестиції, створення нових робочих місць, трансфер знань та технологій, збільшуючи загальний рівень добробуту та конкурентоздатності країни базування [3].

Розглядаючи діяльність ТНК під цим кутом, можна зробити припущення, що ТНК зацікавлені у розповсюдженні та впровадженні тільки найбільш ефективної та успішної практики [1]. Проте, з точки зору інституціональної теорії, прагнення ТНК уніфікувати підхід до практики у сфері КСВ за допомогою регулятивних, нормативних та когнітивних процесів не сприятиме появі ізоморфізму, а навпаки, призведе до підвищення рівня відмінностей між дочірніми підприємствами, що функціонують на ринках різних країн [12]. Це відбувається через те, що при централізації прийняття рішень зменшується вірогідність виконання перевірки адекватності адаптації глобальної стратегії КСВ до особливостей країни базування, оскільки ТНК орієнтується на узагальнені показники замість проведення оцінювання ефективності у кожному регіоні окремо [5].

Таким чином, постає запитання: чи можна вважати діяльність ТНК легітимною та соціально-відповідальною у різних країнах на однаковому рівні, чи глобальна стратегія КСВ є нічим іншим, як прикриттям та дієвим інструментарієм при адвокації її інтересів?

На сучасному етапі розвитку можна виділити чотири основні риси, що характеризують міжнародні тенденції щодо впровадження практики КСВ ТНК [11].

По-перше, незважаючи на те, що глобалізований капіталізм сприяє розвитку гомогенності у багатьох сферах (включаючи й бізнес-середовище), кожна країна визначає власні механізми заохочення або впливу на рішення ТНК щодо відповідального та сталого ведення бізнесу. Наприклад, у той час як у Данії звітування зі сталого розвитку підприємств є обов'язковим, державні структури та регуляторні органи у Сполучених Штатах Америки тільки рекомендують підприємствам випускати звіти з КСВ у відповідності до GRI. У цьому випадку коригування потребує положення, що зазначена у теорії стейкхолдерів, оскільки у звітах, що були випущені KPMG [7] відсутня чітка кореляція між рівнем розвитку країни, громадськості та кількістю підприємств та організацій, що випускають звіти регулярно.

По-друге, простежується негативна тенденція щодо випуску звітів підприємствами. За останні п'ять років їх кількість значно зменшилася. Після презентації Глобального договору ООН, велика кількість підприємств підключилися до цього процесу, проте з часом їх ентузіазм щодо доцільності та ефективності рішень почав зникати, що призвело до скорочення кількості КСВ-звітів на глобальному рівні або збільшення проміжку поміж випусками відповідних звітів. Наприклад, впродовж 1996–2005 рр. існувала тенденція до щорічного звітування з проведення соціальної діяльності. Однак, у 2006–2011 рр. частка ТНК, які залучені до цього процесу, зменшилася з 33% до 24% [7], а періодичність звітування збільшилася у більшості випадків до випуску одного КСВ-звіту на два роки.

По-третє, повноцінні та якісні звіти на регулярній основі продовжують випускати лише найбільші корпорації світу, так звані Global 250, [11] а отже досить складно визначити доцільність та адекватність підрахунків, коли зібрати інформацію про КСВ-звітування не впливовими ТНК, або ТНК, що базуються на наданні цифрових послуг.

По-четверте, країни, що розвиваються, продовжують ігнорувати необхідність приділяти значну увагу соціальним інвестиціям. Схожа тенденція простежується й в Україні.

Зазвичай мотивація ТНК до проведення соціально-відповідального бізнесу розглядається у площині трьох теорій: 1) інституціональної теорії; 2) теорії легітимності; 3) теорії стейкхолдерів. У кожній із них зазначається, що діяльність підприємства є правомірною, допоки вона відповідає соцієтальним очікуванням місцевих громад. Однак незважаючи на те, що у основу теорії стейкхолдерів закладено прагнення організації до адаптації пріоритетних напрямів діяльності у сфері КСВ в залежності від потреб складної мережі взаємодіючих колективів і груп, зацікавлених у діяльності ТНК, дочірні підприємства, зазвичай, не звертають систематичної уваги на потреби місцевих стейкхолдерів та не здатні повною мірою залучити їх до процесу прийняття рішень. Іншими словами, існування двох протилежних «таборів» – стейкхолдерів країни базування та стейкхолдерів країни головного капіталу (із значним превалюванням останньої групи) – сприяє зниженню рівня узгодженості з місцевими неурядовими організаціями, якщо їх інтереси не відображають інтересів неурядових організацій у країні розташування головного офісу ТНК. Таким чином, КСВ-практику глобальних корпорацій у країні базування можна вважати лише суто номінальною через обмежене втілення очікувань місцевих громад у своїй діяльності.

З іншого боку, існуючі теорії КСВ визначають 4 пріоритетні напрями діяльності підприємства:

- 1) висування вимог та завдань, націлених на досягнення довгострокових переваг;
- 2) відповідальне ведення бізнесу;
- 3) включення соціальних потреб до стратегії;

4) сприяння соціальному зростанню країни базування [4].

Отже, якщо ТНК добровільно виконує свої моральні зобов'язання у цих сферах, можна стверджувати, що вона є соціально-відповідальною та сприяє сталому розвитку країни, навіть у випадку, коли прямий та результативний діалог із локальними стейкхолдерами відсутній.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика використання глобальної та локальної стратегії у сфері КСВ ТНК [6].

	Переваги	Недоліки
<i>Глобальна стратегія</i>	<ul style="list-style-type: none">• Уніфікація та покращення практики застосування стандартів у сфері КСВ• Інтегрована та стандартизована стратегія на глобальному рівні• Однакові політика, процеси, процедури та структури незалежно від культурного середовища	<ul style="list-style-type: none">• Нечутливість до потреб та вимог локальних ринків• Погіршення якості контролю• Зниження легітимності підприємства в очах стейкхолдерів• Нескладна, спрощена стратегія
<i>Локальна стратегія</i>	<ul style="list-style-type: none">• Чутливість до потреб місцевого ринку• Висока адаптивність до змін• Базується на конкретних культурних цінностях та ментальності	<ul style="list-style-type: none">• Використання неповноцінних стратегій, що не здатні повною мірою задовольнити потреби• Відсутність чіткого розподілення сфер відповідальності• Ігнорування глобальних стандартів• Занадто високий рівень контроль та координації процесів

Згідно з концепцією маргінальних груп [11], ТНК може знехтувати очікуваннями вторинних стейкхолдерів, якщо вони не проявляють прямої чи опосередкованої зацікавленості у діяльності підприємства. З цього випливає, що у випадку, коли місцева громада задоволена або не зацікавлена діяльністю підприємства, ТНК має повне право використовувати глобальну стратегію КСВ без адаптації її положень до культурних та ринкових особливостей країни базування.

Інший аргумент, що підтверджує легітимність дотримання глобальної стратегії у сфері КСВ, походить з управлінської течії теорії стейкхолдерів, де зазначається, що організації мають орієнтуватися лише на ті групи зацікавлених осіб, що контролюють ресурси, необхідні для їх функціонування (так звані «авторитетні групи»).

Незважаючи на те, що кожна із стратегій (локальна чи глобальна) мають як переваги, так і недоліки (див. табл. 1), на сучасному етапі складно дійти однозначної думки у цьому питанні.

Серед головних проблем, що постають перед ТНК, які вирішують фокусуватися суцільно на локальній КСВ-стратегії, можна віднести такі:

1) неможливість корпорацій адекватно оцінювати вплив на суспільство із об'єднаного локального та глобального рівня;

2) неспроможність надати всеохопленого інформаційного підґрунтя для реальної оцінки якості впровадження практики КСВ на певній території;

3) нездатність продемонструвати чіткого взаємозв'язку поміж проведеними діями та їх якісного впливу на суспільство в цілому (тобто продемонструвати, яким чином та чи інша дія впливає на суспільство в цілому, а не на окремий його прошарок);

4) складність у проведенні адекватного внутрішнього аудиту та оцінки впровадження тих чи інших дій заради стратегічного розвитку корпорації; нездатність до бенчмаркінгу з урахування соціальних інвестицій [11].

Для розв'язання цих проблем нагальною необхідністю є здатність до якісного обміну знаннями поміж дочірніми підприємствами та материнської компанію, що допоможе більш якісно проводити соціально-відповідальний бізнес та аналізувати кожен ланку корпоративної мережі як окремо, так у глобальному чи регіональному вимірі.

Теоретичні підходи щодо пояснення мотивації ТНК до проведення КСВ-практики можна виокремити в чотири групи [4, с. 52]:

1. До першої групи можна віднести тих науковців, хто визнає, що корпорації виступають важливим інструментом створення багатства, а проведення будь-яких націлених на підвищення добробуту громади має лежати у площині їх власної відповідальності. У даному випадку

розглядається тільки економічний аспект взаємовідносин. Таким чином, будь-які дії орієнтовані на суспільство, мають відповідати тому факту, що ТНК сприятимуть покращенню добробуту у цілому та кожної людини окремо. Ця група теоретичних підходів може бути названою *інструментальними теоріями*, оскільки вони зазначають, що введення КСВ-практики має бути похідним бажанням ТНК до покращення становища суспільства, коли грошовий фактор перестає відігравати суттєву роль заради отримання лояльності стейкхолдерів.

2. У другій групі особливий наголос робиться на соціальній владі корпорацій. Іншими словами, ТНК розглядаються у ролі важливих політичних акторів, що можуть впливати і впливають на сприйняття політичних рішень. Таким чином, мотивація ТНК до проведення КСВ у даному випадку є ні чим іншим, як дієвим механізмом оцінки адекватності політичних рішень корпорацій до соцієтальних очікувань. З іншого боку, можна стверджувати, що ТНК зацікавлені у проведенні соціально-відповідального бізнесу, у розрізі цих теоретичних підходів, тому що виступають окремими особами, що приймають рішення та мають оцінювати наслідки прийняття таких рішень. Ця група теоретичних підходів може називатися *політичними теоріями*.

3. Третя група включає в себе теоретичні підходи, що розглядають зобов'язання бізнесу до врахування очікувань та вимог суспільства. Таким чином, ТНК проводять практику КСВ з огляду на те, що їх добробут та розвиток залежить від суспільства, яке безпосередньо може вплинути на існування корпорації, якщо його очікування не будуть враховані. Ця група може бути названа *інтегральними теоріями*.

4. Четверта група теоретичних підходів до визначення мотивів ТНК щодо проведення практики КСВ визначає, що відносини між бізнесом та суспільством мають відбуватися у етичній площині. Іншими словами, корпорації мають проводити соціально-відповідальну бізнес-діяльність через те, що мають етичний та моральний обов'язок перед суспільством. Ця група теоретичних підходів може бути названа *етичними теоріями*.

З огляду на це, можна зробити висновок, що сучасні теорії КСВ, які характеризують мотивацію корпорацій, можна виділити чотири основні фактори: бажання враховувати цілі, що сприятимуть довготривалому зростанню прибутків; бажання використовувати бізнес-владу відповідально; бажання враховувати вимоги та очікування суспільства; бажання робити внесок у добробут і процвітання, оскільки це є етично правильним рішенням.

Висновки. Вірогідно, єдиним дієвим механізмом, що призведе до ізоморфізму ТНК, може стати стандартизація положень щодо визначення рівня відповідальності корпорацій за допомогою тісної співпраці Міжнародної організації зі стандартизації (стандарти ISO 14000), Глобальної ініціативи зі звітування у сфері сталого розвитку (GRI) та урядами країн, оскільки звітування у сфері сталого розвитку розглядається як важливий компонент інституціоналізації з точки зору інституціональної теорії. Однак, ефективність може бути досягнута лише у тому випадку, коли звітування матиме нормативний або примусовий характер, оскільки інституціоналізація у цій галузі націлена на кінцевий результат, що впливає з раціонального та усвідомленого процесу прийняття рішень ТНК.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Bansal, P. and K. Roth. Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness. // *Academy of Management Journal*. – 2000. – № 43(4). – P. 717–737.
2. Blumentritt, T. and D. Nigh. The Integration of Subsidiary Political Activities in Multinational Corporations. // *Journal of International Business Studies*. – 2000. – № 33(1). P. – 57–77.
3. Fritsch, Stefan. The UN Global Compact and the Global Governance of Corporate Social Responsibility: Complex Multilateralism for a More Human Globalisation? // *Global Society*. Vol. 22, No. 1 – 2008.
4. Garriga, E., Melé, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. // *Journal of Business Ethics*. – 2004. – № 53. – P. 51–71.
5. Husted, B. and D. Allen. Corporate Social Responsibility in the Multinational Enterprise: Strategic and Institutional Approaches. // *Journal of International Business Studies*. – 2006. – № 37(6). – P. 838–849.
6. Jamali, D. The CSR of MNC Subsidiaries in Developing Countries: Global, Local, Substantive or Diluted? // *Journal of Business Ethics*, – 2010. – № 93. – P. 181–200.
7. KPMG (1996) // *KPMG international survey of environmental reporting 1996*. London: // KPMG Environmental Consulting.
8. KPMG (2002) // *KPMG international survey of environmental reporting 2002*. London: // KPMG Global Sustainability Services.
9. KPMG (2005) // *KPMG international survey of environmental reporting 2005*. London: // KPMG Global Sustainability Services.
10. KPMG (2011) // *KPMG international survey of environmental reporting 2011*. // Amsterdam: KPMG Sustainable Management Services.

11. Matten, D. and J. Moon. Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. // *The Academy of Management Review*. – 2008. – № 33(2). – P. 404–424.
12. Puxty, A. Social accountability and universal pragmatics. // *Advances in Public Interest Accounting*. – 1991. – 4. – P. 35-46.
13. Scherer, Andreas Georg. Global Rules and Private Actors – Towards a New Role of the Transnational Corporation in Global Governance. // *Business Ethics Quarterly*, Vol. 16.
14. Strike, V. M., J. Gao and P. Bansal (2006) Being Good While Being Bad: Social Responsibility and the Diversification of US Firms. // *Journal of International Business Studies*. – 2008. – № 37(6). P. 850–862.
15. Unerman, J., Bebbington, J. and O'Dwyer, B. // *Accountability and Responsibility* // Oxon: Routledge: – 2007. – P. 132-133.
16. Westney, E. and S. Zaheer. The Multinational Enterprise as an Organization, in A. Rugman (ed.). // *The Oxford Handbook of International Business* // (Oxford University Press, Oxford) – 2001. – P. 349–379.

Мазуренко В.П., Коретнюк Ю.П. Стратегические императивы ТНК в сфере корпоративно-социальной ответственности / Институт международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

В статье теоретически обобщены и систематизированы методологические подходы к определению существенных характеристик КСО ТНК, проанализированы и раскрыты новейшие тенденции внедрения практики КСО ТНК. Рассмотрены целевые императивы ТНК в сфере корпоративной социальной ответственности, выделены мотивы ТНК по внедрению практики КСО в странах базирования, определены недостатки и преимущества глобальной и локальной стратегий.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, ТНК, глобальная КСО-стратегия, локальная КСО-стратегия, КСО-отчетность, социальные инвестиции, мотивация, стейкхолдеры

Mazurenko, V.P. , Koretniuk I. P. Strategic imperative MNCs in corporate-social responsibility/ Institute of international relations of Taras Shevchenko National University of Kyiv

The paper theoretically generalized and systematized methodological basis to determine the essential characteristics of CSR Trans-National Corporations analyzed and disclosed the latest trends in implementing Corporate Social Responsibility (CSR) practices of TNCs are considered target imperatives multinationals in corporate social responsibility, determines the motives of TNCs to implement CSR practices in the home country, the advantages and disadvantages implementation global and local strategies.

The main focus of this paper is to study the Multi National Corporations motivation to implement CSR strategy into the market of host country, and disadvantages and advantages of implementation of either local or global strategies. Additionally, the modern trends in CSR reporting are analyzed; as well as possible ways to improve the situation are introduced.

The big difference in theoretical approaches is observed with respect to the validation of either global or local strategies for CSR practice by MNCs. While, global strategy is an efficient device for knowledge transfer, the approach affects the MNC's legitimacy and accountability. From the other hand, more flexible local strategy frequently is unable to include all the aspect of MNC's sustainability and proves to be fragmented. Moreover, when MNC begins to penetrate and explore the market with low CSR standards, the trend to level off its responsibility occurs and the high standards of the country of origin are likely to be offended. The necessity of cooperation between International Standard Organisation, countries' governments and GRI is proved.

Keywords: corporate social responsibility, sustainable development, Multinational Corporations, global Corporate Social Responsibility (CSR) strategy, local CSR strategy, CSR reporting, social investment, motivation, stakeholders.