

**СЕКЦІЯ 1**  
**СВІТОВА ЕКОНОМІКА В ХХІ СТОЛІТТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЕОПОЛІТИЧНИХ**  
**ІНТЕРЕСІВ, ГЕОЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОБЛЕМИ**  
**НАДНАЦІОНАЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

*Наталія БОГДАН*  
*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*  
*імені Вадима Гетьмана»*

**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ**  
**ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

Для міжнародних транснаціональних корпорацій дуже багато коштує відношення клієнта до бренду компанії, тому обираючи собі партнерів у будь-якій країні стає питання відношення клієнта до компанії партнера. Сьогодні споживачі Європи та Америки вимагають від компаній прозорій ланцюжок постачальників та партнерів, від цього залежить ставлення до бренду компанії та і як результат те який саме бренд буде обраний кінцевим споживачем.

Особливо ця проблема актуальна не для розвинутих країн, а для тих що розвиваються, бо компанії у цих країнах часто працюють порушуючи стандарти соціальної корпоративної відповідальності, для цих компаній часто притаманне недотримання екологічності виробництва, порушення трудового законодавства, недотримання умов договорів, корупційні схеми та інше. Зважаючи на це компаніям які працюють не лише в країнах що розвиваються, а і в розвинутих країнах таке партнерство стає невигідним, або навіть збитковим і руйнівним.

Багато хто з зарубіжних вчених досліджував проблематику корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Так різні аспекти досліджували зарубіжні науковці М. Портер, М. Крамер, Ф. Котлер, П. Аргенті, М. Лучко та ін. Серед вітчизняних вчених виокремимо праці Л. Петрашко, П. Калити, П. Яницького, Ф. Хміля, А. Погребняка.

Єдиного підходу до визначення поняття та принципів корпоративної соціальної відповідальності не існує.

Таким чином можна виділити три основних підходи до трактування поняття соціальної відповідальності:

1) економічний підхід (М. Фрідман), згідно якого «існує одна і тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використати свої ресурси і займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутків за умови дотримання правил гри, тобто займатися відкритою і вільною конкуренцією, без обману і шахрайства» ;

2) політичний підхід, який базується на тому, що підприємства здатні певним чином впливати на суспільство, через що вони повинні відповідально використовувати цю здатність;

3) соціальний підхід, згідно якого діяльність будь-якого підприємства у сфері КСВ повинна визначатися очікуваннями, які суспільство покладає на нього;

4) етичний підхід, головною особливістю якого є ідея про морально-етичний обов'язок бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством.

Датська ініціатива по етичній торгівлі до основних принципів КСВ яких має дотримуватись компанія відносить: свободу працевлаштування, свободу асоціацій і право на створення профспілок, заборону на використання дитячої праці на підприємствах, відсутність дискримінації, охорону здоров'я і безпеку на робочому місці, адекватний рівень заробітної плати, відсутність негуманного та жорстокого поводження з працівниками, відсутність понаднормових робочих годин, забезпечення регулярної зайнятості, прийняття маргінальних верств населення та захист навколишнього середовища.

Впровадженням принципів КСВ у Європі займаються декілька ініціатив з етики торгівлі, такі як: Великобританська, Норвезька, Датська, Нідерландська.

Їх головна мета – показати компаніям, що впровадження принципів КСВ зможе допомогти підвищити якість продукції, покращити виробництво і взагалі підвищити показники ефективності бізнесу.

Серед вже реалізованих проектів можна виділити проект тандему Датської та Норвезької ініціативи, які створили для компаній Китаю, В'єтнаму, Бангладешу, Індії та Туреччини робочий зошит з інформацією щодо законодавства цих країн і прикладів вирішення складних та кризових ситуацій.

Датська федерація малого і середнього бізнесу провела акцію "Партнерство заради сталого розвитку Індії" метою якого було довести до місцевих підприємців, що дотримання стандартів та принципів КСВ приведе до покращення економічних показників та отримання економічної вигоди від впровадження. Окрема увага була приділена методам економії, які б дозволили підвищити працівникам зарплату і оплачувати понаднормові роботи. Це вже не єдина акція, існує ціла освітня програма для партнерів датських компаній.

Таким чином, міжнародні транснаціональні компанії зараз вимушені підходити відповідально до побудови ланцюга своїх партнерів та постачальників. Корпоративна соціальна відповідальність компанії-партнера або постачальника стає одним з найвагоміших аргументів, таким самим важливим як продукт або послуги, які будуть постачатися за договором партнерства. Тому міжнародна спільнота створює різні ініціативи впровадження КСВ у країнах, що розвиваються, тим самим будуючи глобальне відповідальне партнерство у світі.

**Олександр БОНДАРЧУК**

*Технічний коледж Національного університету  
водного господарства та природокористування, м. Рівне*

## **РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ СПОЖИВАННЯ**

В сучасних економічних умовах яскраво проявляють себе ознаки ринкової глобалізації, що дає поштовх для розвитку усіх секторів світового господарства та паралельно збільшує конкуренцію.

Сучасні системні трансформації надають глобалізації нової якості – з тенденції вона переростає у всепоглинаючий незворотний процес, що включає в себе політичну, економічну, соціальну, екологічну, науково-технічну, культурну та інші складові. Глобалізація – це посилення взаємозалежності національних економік, переплетення соціально-економічних процесів, що відбуваються в різноманітних регіонах світу і спонукають фірми до пошуку кращих умов діяльності [2].

Міжнародна економіка як сукупність національних господарств і як одна з основних складових незольованої економіки в цілому, як правило, ділиться на 5 секторів:

- нефінансові корпорації;
- фінансові корпорації;
- сектор загального державного управління;
- сектор домашніх господарств;
- сектор некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства.

Міжнародний бізнес – це підприємницька діяльність, в якій спільно беруть участь фірми різних держав, використовується міжнародний капітал. Тому вартісні результати діяльності міжнародних інституційних одиниць є найсуттєвішими у секторах нефінансових та фінансових корпорацій.

Управління бізнесом міжнародного рівня значно відрізняється від внутрішньоринкового ведення бізнесу. Особливості ведення бізнесу, управління ним на міжнародному