

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ З УРАХУВАННЯМ ПОЛІТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Міжнародний бізнес - це діяльність підприємств, що включає транснаціональні взаємозв'язки та операції між компаніями з різних країн. Сюди відносяться експорт та імпорт товарів і послуг, зовнішньоекономічні відносини, міжнародні інвестиції та інші форми співробітництва між фірмами з різних країн. Проте міжнародному бізнесу наразі недостатньо бути просто прибутковим та виплачувати дивіденди. Усе більшу роль при оцінці інвестиційної привабливості та здатності до подальшого розвитку відіграє саме соціальна та екологічна відповідальності підприємства. Тому активне використання політики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) стає важливим інструментом розвитку міжнародного бізнесу. Політика КСВ не лише відображає етичний та моральний обов'язок компаній перед громадськістю, а й сприяє підвищенню їх іміджу та репутації, створює нові можливості для зростання, підвищує ринкову вартість компанії та сприяє пізнаваності бренду на ринку.

Сутність КСВ полягає у відповідальному ставленні компаній до їхніх споживачів, працівників, держави та громадськості загалом. Це означає, що бізнес повинен діяти відповідно до моральних, етичних та соціальних стандартів, а також враховувати вплив своєї діяльності на довкілля та суспільство.

Хоча КСВ може мати різні вияви та форми, основна ідея полягає в тому, щоб здійснювати бізнес в економічно, соціально та екологічно стійкий спосіб. Ініціативи КСВ можна розділити на декілька категорій [1]:

1. Екологічна відповідальність. Спрямована на зменшення забруднення та викидів парникових газів, а також на стале використання природних ресурсів.

2. Економічна відповідальність. Орієнтована на удосконалення ділової активності компаній, використання нових виробничих процесів для мінімізації відходів та ефективного використання ресурсів.

3. Соціальна відповідальність. Включає забезпечення справедливих трудових та торгових практик, відмову від дитячої праці та захист прав людини. Полягає у фінансуванні освітніх, медичних та соціальних програм, а також у підтримці благоустрою громад.

КСВ відіграє значну роль у міжнародному бізнесі, особливо в контексті розширення глобальних операцій та взаємодії з різними зацікавленими сторонами. Практика КСВ вимагає від компаній враховувати соціальні, екологічні та етичні аспекти своєї діяльності, що веде до створення позитивного впливу в глобальному масштабі.

Забезпечення відповідального бізнесу допомагає мінімізувати негативний вплив на місцеві громади та екосистеми, зберігати культурну спадщину та враховувати унікальні потреби різних культур. При управлінні глобальними ланцюгами постачання, компанії зосереджуються на етичному підборі джерел, запобігаючи порушенням екосистеми та збереженню довкілля. Інвестиції в місцеві громади сприяють економічному розвитку та покращенню якості життя. Забезпечення дотримання прав людини і захисту довкілля стає ключовим аспектом ведення бізнесу в умовах глобальної конкуренції та вимагає від компаній активної позиції у розв'язанні соціальних проблем. Активна імплементація ініціатив КСВ надає змогу їм отримати доступ на нові ринки та розширювати свою присутність на уже існуючих. Часто державні інституції та іноземні підприємства більше довіряють партнерам, що інвестують у соціально відповідальні програми, тому вони, більш ймовірно нададуть їм доступ до ринків, схвалення ліцензії, що створює нові можливості для розширення міжнародної діяльності компанії.

Крім того, міжнародні компанії активно залучаються до глобальних ініціатив сталого розвитку, співпрацюючи з урядами, НУО та іншими стейкхолдерами для досягнення цілей сталого розвитку ООН. Це сприяє створенню сприятливого середовища для бізнесу та спільного розвитку економічно, соціально та екологічно стійких моделей розвитку.

Впровадження КСВ у міжнародному бізнесі не лише сприяє формуванню позитивного іміджу компаній та забезпеченню сталого розвитку, але й сприяє створенню гармонійного та відповідального глобального бізнес-середовища, що є важливим для підтримки глобальної стабільності та процвітання. Успішні приклади КСВ відображаються у різноманітних стратегіях компаній, спрямованих на забезпечення позитивного впливу на суспільство та навколишнє середовище, а також на покращення умов праці та життя співробітників. Декілька провідних компаній в цьому напрямку є відомими лідерами у своїх галузях і забезпечують вражаючі результати у сфері КСВ [2, с.53].

Один з найвідоміших прикладів - це компанія Lego, яка вирізняється етичною поведінкою та активною участю у програмах охорони навколишнього середовища. По-перше, компанія зменшила упаковку своїх іграшок, що дозволяє зменшити відходи. По-друге, вона інвестує у відновлювані джерела енергії і планує до 2025 року перейти на 100% відновлювану енергію. Крім того, Lego планує інвестувати 150 мільйонів доларів у наступні 15 років для створення пластикових конструкторів на рослинній основі, що сприятиме більш безпечному для навколишнього середовища переробленню. Під час пандемії COVID-19 компанія також пожертвувала 50 мільйонів доларів для допомоги дітям, які постраждали від кризи. Іншим прикладом є компанія Netflix, яка забезпечує своїх працівників 52 тижні оплачуваної відпустки з догляду за дитиною, що дозволяє працівникам зберігати баланс між роботою та особистим життям.

BMW Group є прикладом успішної корпоративної соціальної відповідальності серед міжнародних компаній. Компанія зменшила викиди своїх нових автомобілів, що продаються в Європі, на 40% за останні десять-п'ятнадцять років, що відображає ефективність її екологічних зусиль. Крім того, BMW Group активно інвестує в освітні та медичні проекти, а також в сучасне мистецтво, дизайн та архітектуру.

Компанія Microsoft відзначається своєю активною співпрацею з урядами та неприбутковими організаціями. За період з 1983 року вона витратила понад 6,5 мільярда доларів на допомогу неприбутковим організаціям по всьому світу. Крім того, Microsoft надає своїм працівникам широкі можливості для балансування роботи та особистого життя, що сприяє підвищенню їхньої продуктивності та задоволеності роботою. Ці приклади ілюструють різноманітність стратегій та підходів до КСВ, а також показують значущий вплив, який компанії можуть мати на суспільство та навколишнє середовище через свою діяльність і при цьому розвивати міжнародний бізнес та збільшувати ринкову вартість компанії.

Отже, КСВ – це не лише етичний обов'язок бізнесу, але й ефективний інструмент його розвитку в міжнародному аспекті. КСВ є невід'ємною складовою міжнародного бізнесу, вимагаючи від компаній розширювати свою відповідальність за межі лише фінансової діяльності та враховувати етичні, соціальні та екологічні аспекти. Наразі багато українських компаній вийшли на ринок ЄС, адже ринок України через повномасштабне вторгнення у багатьох секторах зазнав кризи. А на нових ринках діють відповідно і нові правила. Деякі компанії, які мають офіси за кордоном, уже зараз мають звітуватися згідно нових директив ЄС, а інші – прийдуть до цього в найближчому майбутньому. Розвиток міжнародного бізнесу з урахуванням політики КСВ надає змогу підприємствам позитивно впливати на громади, зберігати довіру та сприяти сталому розвитку у глобальному масштабі. Відповідальна практика не лише сприяє позитивній корпоративній репутації, але також сприяє створенню гармонійного та відповідального глобального бізнес-середовища, більш стійким та лояльним відносинам між виробниками та споживачами, формування надійних, довірливих стосунків з постачальниками, а також є вагомим конкурентним перевагою.

Список використаних джерел

1. Длугопольська Т., Сентик М. УСПІШНІ KEYСИ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ. Socio-economic relations in the digital society. 2022. Т. 4, № 46. С. 49–57. URL: <https://doi.org/10.55643/ser.4.46.2022.476> (дата звернення: 07.04.2024).
2. CSR and International Business - MBA Notes. MBA Hub - Most Organised & Comprehensive MBA Resource. URL: <https://mbahub.in/business-ethics-and-csr/csr-and-international-business/> (date of application: 07.04.2024).