

## ЗАПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ТНК

**Єршов Мухамед, гр. МЕ-20м**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Кот О.В.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Глобальні виклики сучасності та триваючі фінансові кризи, прискорені темпи глобалізації та інтелектуалізації, природні катаклізми та поглиблення глобальних проблем людства зумовлюють необхідність перегляду ряду практичних питань, пов'язаних із діяльністю ТНК, зокрема, запровадження концепції соціальної відповідальності з урахуванням світового досвіду та національних особливостей країн.

Існують три основні інтерпретації концепції соціально-відповідального бізнесу:

- неокласичний принцип максимізації прибутку як основна мета діяльності компанії та відведення домінуючої ролі економічній функції підприємства;

- корпорації мають вносити значний вклад у покращення якості життя, дотримуючись етичної орієнтації та встановлюючи свої цілі шляхом збалансування всіх інтересів стейкхолдерів;

- своєрідний прибутковий бізнес, оскільки у середньостроковій та довгостроковій перспективі від скорочує втрату прибутку.

Прояви корпоративної соціальної відповідальності спрямовуються як всередину ТНК, на внутрішнє середовище компанії (відношення до власних працівників, постачальників та партнерів, дотримання корпоративної етики, справедливі принципи управління та прозорість ведення бухгалтерії, тощо), так і на зовнішнє середовище (відповідальність по відношенню до споживачів, екології, взаємодія з місцевими громадами тощо).

Корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати у контексті національних особливостей країн, які дозволили сформувати принципи соціального партнерства: налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами; отримання репутації надійної організації, яка відповідально відносить до соціальних та екологічних проблем; орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності; прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок.