

УДК 339.9

Шевченко Т. П.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

### ФОРМУВАННЯ ІНДЕКСІВ ТА МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГІВ З КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті аналізується сучасний стан міжнародних рейтингів в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Визначено особливості розрахунку індексів інформаційної відкритості підприємства, соціальних інвестицій підприємства. Виділено проблеми та перспективи розвитку міжнародних індексів та рейтингів.

**Ключові слова:** індекс, рейтинг, корпоративна соціальна відповідальність, інвестиції, підприємство.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Розвиток корпоративної соціальної відповідальності призвів до необхідності формування національних та міжнародних рейтингів, які мають за мету виділення кращих практик в соціальній сфері.

Спільність економічних відносин, яка надає їм усевітніх масштабів, базується на збігові об'єктивних потреб у взаємному економічному спілкуванні і глибинних економічних інтересах усіх країн. Такий збіг жодною мірою не означає їхньої однорідності, так само як і єдиної політико-економічної природи відносин, у яких виявляються ці інтереси [1, с. 557].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед вітчизняних авторів, які досліджують проблеми глобалізації та особливості функціонування та розвитку ТНК можна назвати І. С. Зайцева, Т. С. Зайцева, В. Ю. Кривобок, О. В. Носова, О. А. Довгаль, В. І. Сідоров, А. С. Філіпенко, І. П. Васильев та інші.

До зарубіжних авторів, які досліджують цю сферу, відносяться Р. Робінсон, Дж. Робінсон, Л. Тернер, П. Самуелсон, Р. Барнер, К. Саван та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Рейтинги складаються на основі індексів та показників, які характеризують корпоративну соціальну відповідальність. Необхідно зазначити постійне зростання кількості таких індексів. Разом з тим підприємства, які входять до міжнародних рейтингів, все ще лишаються в меншості. Характерною рисою таких підприємств є те, що вони відмовляються від частини короткострокового прибутку на користь стратегічних цілей.

**Формулювання цілей статті.** Ціллю статті є дослідження особливостей формування індексів та міжнародних рейтингів з корпоративної соціальної відповідальності.

**Виклад основного матеріалу.** Слово «індекс» (index) в перекладі з латинської означає показник, показник. Індекс – відносна величина, що характеризує зміну суспільних явищ у часі, просторі або порівняно з планом. Однак, індексом не слід вважати будь-яку відносну величину порівняння. За допомогою індексів характеризується зміна складних суспільних явищ [2].

Отже, статистичний індекс – це узагальнюючий показник, який виражає співвідношення величин складного економічного явища, що складається з елементів безпосередньо несумірних. За допомогою індексного методу вирішують такі завдання [2, 3]:

1) характеристика зміни складного масового соціально-економічного явища в динаміці, просторі та в порівнянні з планом;

2) визначення ступеня впливу окремих факторів на ті чи інші результативні показники;

3) вивчення взаємозв'язку між соціально-економічними явищами;

4) оцінка впливу структурних зрушень на результативні показники.

5) характеризують виконання норми, затвердженого стандарту чи плану.

Термін «рейтинг» походить від англійського дієслова to rate – «оцінювати».

Відповідно, поняття «рейтинг» (англ. rating) перекладається як «оцінка, визначення вартості» [4, с. 449].

Як зазначає Афанасенко М.В. [5], вітчизняні та зарубіжні автори використовують 10 категорій для визначення сутності поняття «рейтинг»: оцінка, характеристика, система, показник, метод, встановлення, процес, розподілення, інструмент, прогноз.

Індекси етичного інвестування включають в себе два головних рейтинга: Індекс Доу Джонса та FTSE4Good.

Такі рейтинги використовують здебільшого для формування певного ставлення до компанії з боку можливих інвесторів. Чим кращі показники індексу та вищі позиції компанії в міжнародному рейтингу з корпоративної соціальної відповідальності, тим більше шансів отримати інвестиції та лояльнее ставлення стейкхолдерів.

Стандарти звітності та рейтинги дозволяють отримати кількісну і якісну оцінку діяльності компаній у сфері КСВ і відкривають можливості для внутрішньо- і міжгалузевого порівняльного аналізу. Тим самим вони стимулюють змагальність, а отже, більш активний розвиток соціально відповідальної діяльності. У зв'язку з цим уряди повинні вживати активну участь у заходах, спрямованих на поліпшення методів звітності та присвоєння рейтингів, як на національному, так і на міжнародному рівнях [5].

На хвилі загальносвітової кампанії «сталого розвитку» і всебічного впровадження корпоративної соціальної відповідальності крім різних соціальних індексів 8 вересня 1999 року за ініціативою бізнес-спільноти був введений світовий фондовий індекс Доу-Джонса по сталому розвитку (Dow Jones Sustainability Index – DJSI). Цей індекс розраховується щодо великої кількості показників шляхом заповнення компаніями спеціальних щорічних запитальників. Потім ці дані перевіряються спеціально уповноваженим аудитором – в даний час це PricewaterhouseCoopers. Розраховані і перевірені таким чином показники потім групуються за трьома напрямками: економіка компанії, екологічність і соціальна діяльність. Близько 60% показників однакові для всіх компаній незалежно від їх галузевої приналежності, а 40% розрізняються по секторах. Далі, після розрахунків за спеціальною «зваженою шкалою» за цими показниками, визначаються місця компаній, концернів,

фінансових інститутів і корпорацій у світовому таблиці про ранги «сталого розвитку» з розбивкою по секторах [6]

У щорічний загальносвітовий список лідерів індексу Доу-Джонса по сталому розвитку (DJSI World) в 2004 році увійшло 300 найбільш успішних компаній світу з 24 провідних країн. 15 жовтня 2001 року стартував пан'європейський індекс Доу-Джонса по сталому розвитку (DJSI STOXX). Щодо методології та практики розрахунків він повністю аналогічний загальносвітовому. В даний час він розраховується для 600 європейських підприємств, 20% з яких становили у 2004 році групу лідерів: 167 компаній з 12 країн Європи [6].

В групу індексів FTSE4Good входять загальносвітовий індекс, індекси розвинених, таких, що розвиваються та азіатські країни, індекси по окремих країнах і континентах. Індекси групи FTSE4Good відрізняються особливо суворими та такими, що постійно розвиваються вимогами до задіяних компаній. Оскільки особлива увага приділяється соціальній відповідальності бізнесу, можна очікувати, що компанії, які входять в індекс, втрачають певну частку ефективності в короткостроковому періоді, орієнтуючись на стабільність у стратегічній перспективі. Порівняння значень індексу FTSE4Good Global із загальним індексом FTSE All-World показує в середньому трохи більш повільне зростання індексу компаній, що розглядають сталий розвиток серед пріоритетів, порівняно з загальносвіттовими показниками [7].

Серія FTSE All-world index series розділена на розширені сегменти, які надають інвесторам можливість розробляти свої власні частини всесвіту для страхування. Модульний характер серії забезпечує максимальну широту варіантів структурування портфельних показників, розрахованих на регіональному, національному і галузевому рівні [8].

Важливу роль для активізації та громадського моніторингу екологічної та соціальної відповідальності російських компаній відіграють загальноросійські рейтинги в цій області. Найбільш відомими серед вітчизняних рейтингів на теренах СНД є рейтинг «Екологічна відповідальність найбільших промислових підприємств Росії», розробляється Міжрегіональною громадською організацією «Незалежна соціальна природоохоронна ініціатива (МГО «НЕСПІ») і рейтинги прозорості екологічної звітності та соціально-екологічної ефективності Міжнародного соціально-екологічного союзу (МСоЭС) і Незалежного екологічного рейтингового агентства (НЕРА) [7].

Щодо України, то на її території також формується декілька індексів та рейтингів з корпоративної соціальної відповідальності.

Рейтингові оцінки є необхідними в процесі реалізації таких управлінських функцій, як оцінка, аналіз, контроль, регулювання, організація та прогнозування.

На сучасному етапі динамічного розвитку суспільства сфери використання рейтингів досить різноманітні: економіка, фінанси, політика, спорт, культура, соціологія [5].

Як вітчизняними, так і закордонними науковцями приділяється увага проблемі оцінки та виміру корпоративної соціальної відповідальності.

Методика оцінки якісного індексу соціальних інвестицій [9]. Якісний індекс соціальних інвестицій покликаний оцінити ступінь комплексності та повноти такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність. Ідея цього індексу полягає в об-

ліку факту наявності (або відсутності) позитивних параметрів у компанії-респондента. У зв'язку з цим розрізняють приватні і загальні якісні індекси соціальних інвестицій:

І. Методика оцінки індексу інформаційної відкритості соціальної політики. При анкетуванні компаній враховуються як якісні, так і кількісні показники. Основними кількісними показниками є обсяг продажів, прибутків та соціальних інвестицій компаній. При цьому для кожного показника можливі три варіанти відповіді: точне кількісне значення, інтервальне значення і відсутність будь-яких відомостей. Згідно з прийнятою методологією використовується наступна система балів  $Z_{ik}$  для кожної  $i$ -ої компанії: при точному кількісному значенні  $k$ -ого показника йому присвоюється бал  $Z_{ik}=1$ ; якщо  $k$ -ий показник має інтервальну оцінку, то  $Z_{ik}=0,7$ ; якщо  $k$ -ий показник взагалі не визначений, то  $Z_{ik}=0$ . Дана система балів передбачає таку систему оцінки, при якій вказівку інтервальних значень трьох показників є більш кращим, чим зазначення точних значень для двох показників і відсутність яких-небудь даних про третью показнику.

На основі зазначеної системи балів будуються загальний і приватний показники інформаційної відкритості соціальної політики:

- індекс інформаційної відкритості  $i$ -ої компанії  $IT(i)$  показує готовність компанії повідомляти кількісні параметри своїх соціальних програм (одиниця виміру – бали) і розраховується наступним чином [10]:

$$IT(i) = \sum_{k=1}^3 Z_{ik},$$

де  $Z_{ik}$  – бальний коефіцієнт  $k$ -го показника  $i$ -ї компанії.

Приватний індекс інформаційної відкритості  $IT(i)$  пронормований і може приймати значення від 0 до 3.

На основі індексу інформаційної відкритості  $i$ -ої компанії  $IT(i)$  всі компанії-респонденти розподіляються на 3 групи у відповідності з наступним алгоритмом:

1 група складається із зразкових підприємств, для яких всі показники точно визначені:  $IT(i)=3$ ;

2 група складається з підприємств, що дають лише орієнтовну оцінку своїх фінансових показників:  $2,1 \leq IT(i) \leq 3$ ;

Таблиця 1.1

## Розподіл балів за категоріями між компаніями

Назва компанії	Країна походження	Кількість балів (Обсяг продажів)	Кількість балів (Прибутки)	Кількість балів (Соціальні інвестиції)
Microsoft	США	1	1	1
IKEA	Нідерланди	0	0	1
Ferrero S.p.A	Люксембург	1	1	0
Lufthansa Group	Німеччина	0,7	1	0,7
Kraft Foods Group, Inc	США	1	1	0,7
Johnson & Johnson	США	1	1	1
BMW Group	Німеччина	1	1	1
Unilever	Англія-Нідерланди	0	0	0,7
PricewaterhouseCoopers	Англія	0	0	0
LEGO Group	Данія	1	1	0

3 група складається з підприємств, які значною мірою приховують точні значення деяких фінансових показників:  $IT(i) < 2,1$ .

Згідно цієї формули автором розраховано індекс інформаційної відкритості соціальної політики для іноземних компаній згідно їх не фінансових звітів за 2012 рік та інформації поданої на офіційних сайтах. Розподіл балів між компаніями за категоріями наведено в таблиці 1.1.

Таким  $IT_{(i)}$  чином для кожної з компаній складатиме: Microsoft – 3, IKEA – 1; Ferrero S.p.A – 2, Lufthansa Group – 2,4, Kraft Foods Group, Inc – 2,7, Johnson & Johnson – 3, BMW Group – 3, Unilever – 0,7, PricewaterhouseCoopers – 0, LEGO Group – 2.

Всі компанії розділимо на 3 групи наступним чином:

1 група: Microsoft, BMW Group, Johnson & Johnson

2 група: Lufthansa Group, Kraft Foods Group, Inc

3 група: IKEA, Ferrero S.p.A, PricewaterhouseCoopers, LEGO Group, Unilever

Так, проаналізувавши три сформовані групи, можна сказати про не досить розвинуту інформаційну відкритість соціальної політики іноземних компаній. Більшість з обраних компаній (5 з 10) відносяться до третьої групи, тобто до підприємств, які значною мірою приховують точні значення деяких фінансових показників. Навіть компанії, які в своїх нефінансових звітах вказують точну суму, яка виділяється компанією на соціальні програми, намагаються виділити з цієї загальної цифри суми, які виділяються на конкретні напрямки. Через це при аналізі соціального звіту досить важко скласти єдине уявлення про об'єм соціальних інвестицій.

II. Методика оцінки кількісного індексу соціальних інвестицій. Специфіка інформаційного забезпечення в Росії процесу моніторингу корпоративної соціальної відповідальності передбачає часткову коригування існуючої стандартної методики, що отримала міжнародне поширення.

- індекс питомих соціальних інвестицій  $II$ , який представляє собою величину соціальних інвестицій обстежених російських компаній, що припадає на 1 працівника (одиниця виміру – рублі). Формула цього індексу має вид [10]:

$$II = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i}$$

де  $C_i$  – обсяг соціальних інвестицій  $i$ -ої компанії (включаючи добровільні та обов'язкові витрати на соціальні програми);  $L_i$  – середньосписочна чисельність працівників  $i$ -ої компанії;  $n$  – число компаній, що беруть участь в обстеженні.

Згідно цієї формули, автором розрахуємо індекс питомих соціальних інвестицій для міжнародних компаній. Результати представлені в таблиці 1.2.

З таблиці видно, що лише 5 компаній з 10 навели інформацію в своїх не фінансових звітах, на основі якої розраховано індекс питомих соціальних інвестицій. Проаналізувавши отримані індекси для міжнародних компаній, можна стверджувати, що лідером за кількістю інвестицій на одного працівника є компанія Microsoft.

У багатьох ТНК досить висока частка зайнятих на підприємствах, розташованих за межами країн їхнього походження. Назвемо таких лідерів: «Нестле» (Швейцарія) – 96%, ІТТ (США) – 72%, «Юнілевер» (Велика Британія-Нідерланди) – 70%, «Зінгер» (США) – 60% [11, с. 11].

III. Методика оцінки якісного індексу соціальних інвестицій. На відміну від кількісного індексу соціальних інвестицій, який дає картину масштабу явища, якісний індекс соціальних інвестицій покликаний оцінити ступінь комплексності та повноти такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність. Ідея цього індексу полягає в обліку факту наявності (або відсутності) позитивних параметрів у компанії-респондента. У зв'язку з цим розрізняють приватні і загальний якісні індекси соціальних інвестицій:

- якісний індекс соціальних інвестицій для  $i$ -ої компанії  $IK(i)$  показує рівень комплексності соціальної діяльності компанії (одиниця виміру – відсотки) і розраховується наступним чином [12]:

$$IK(i) = \left( \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) 100\%$$

де  $X_{ij}$  – булева змінна, що приймає значення 1, якщо  $j$ -та ознака присутня у  $i$ -ої компанії, і 0, якщо ця ознака відсутня;  $m$  – кількість ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компаній. В ідеалі набір ознак повинен бути складений таким чином, щоб кожен з них був «наскрізним», то є важливим для кожної компанії.

Розрахуємо такий індекс для вищезазначених компаній.

За ознаки приймемо основні ініціативи корпоративної соціальної відповідальності, а саме:

- Розвиток персоналу;
- Допомога місцевим громадам;
- Охорона навколишнього середовища;
- Благодійність

На основі виділених ініціатив, автором розроблено таблицю 1.3, в яку внесено наявність (+) чи відсутність (-) такої соціальної ініціативи в компаніях, зазначених в таблиці 1.1. В цій таблиці автором розраховано  $IK_{(i)}$ .

За розрахованими даними автором побудовано графік, який відображає рівень комплексності соціальної діяльності компанії.

З рисунку 1.4 видно, що лідируюче місце посідає компанія Microsoft. Це свідчить про те, що в цій компанії найбільш широко представлені всі види соціальних ініціатив, які стосуються всіх груп стейкхолдерів.

Таблиця 1.2

Значення індексу питомих соціальних інвестицій для міжнародних компаній

Назва компанії	Країна походження	Обсяг соціальних інвестицій	Середньосписочна чисельність працівників	Індекс питомих соціальних інвестицій $II$
Microsoft	США	\$900 000 000	94000	9574,4
IKEA	Нідерланди	82 000 000 євро	127800	641,6
Lufthansa Group	Німеччина	145 000 000 євро	116957	1239,8
Johnson & Johnson	США	\$966.300 000	127600	7807,9
BMW Group	Німеччина	41 617 000 євро	105876	393,07

Таблиця 1.3

## Значення якісного індексу соціальних інвестицій в міжнародних компаніях

Назва компанії	Країна походження	Розвиток персоналу	Допомога місцевим громадам	Охорона навколишнього середовища	Благодійність	ІК <sub>(т)</sub> (%)
Microsoft	США	+	+	+	+	100
ІКЕА	Нідерланди	-	+	-	-	25
Ferrero S.p.A	Люксембург	+	-	+	-	50
Lufthansa Group	Німеччина	+	-	+	-	50
Kraft Foods Group, Inc	США	+	+	+	-	75
Johnson & Johnson	США	+	+	-	+	75
BMW Group	Німеччина	+	+	-	+	75
Unilever	Англія-Нідерланди	-	+	-	-	25
PricewaterhouseCoopers	Англія	+	+	+	-	75
LEGO Group	Данія	-	+	+	-	50

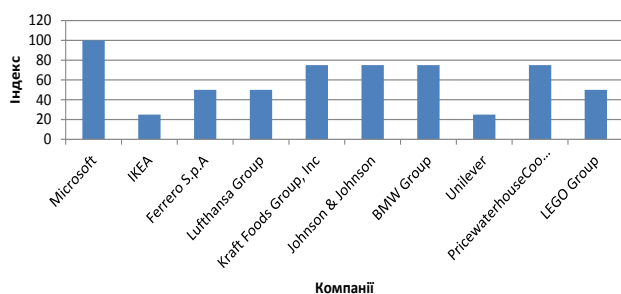


Рис. 1.4. Рівень комплексності соціальної діяльності міжнародних компаній

**Висновки з даного дослідження.** Таким чином, проаналізувавши міжнародні індекси та

рейтинги та можна зробити наступні висновки:

- Індеси з корпоративної соціальної відповідальності знаходяться в стадії розвитку;
- Недостатньо уваги міжнародних організацій та спільноти приділяється проблемі виміру корпоративної соціальної відповідальності;
- Міжнародні рейтинги з корпоративної соціальної відповідальності досить часто односторонньо оцінюють соціальну діяльність компаній;
- Вітчизняні компанії не беруть участь в формуванні міжнародних рейтингів.

На основі вищезазначених особливостей формування та розвитку міжнародних індексів та рейтингів необхідно акцентувати увагу на необхідності державної та громадської підтримки формування міжнародних рейтингів з корпоративної соціальної відповідальності.

**Список літератури:**

1. Філіпенко А.С. Світова економіка : підручник / Філіпенко А. С., Рогач О. І., Шнирков О. І. – Київ, 2002. – 583 с.
2. Косянчук Т. Ф. Статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://lubbook.net/book\\_473.html](http://lubbook.net/book_473.html).
3. Большой англо-русский экономический словарь [сост. С.С. Иванов, Д.Ю. Кочетков]. – М. : ЗАО Центр-Полиграф, 2007. – 620 с.
4. Мармоза А.Т. Теория статистики : навч. посіб. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 392 с.
5. Афанасенко М.В. Сутність та значення рейтингових оцінок у процесі управління банком [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://lib.uabs.edu.ua/library/Visnik/Numbers/1\\_30\\_2011/30\\_03\\_09.pdf](http://lib.uabs.edu.ua/library/Visnik/Numbers/1_30_2011/30_03_09.pdf).
6. Костин А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mevriz.ru/articles/2005/3/3735.html>.
7. Костин А.Е. КСО и устойчивое развитие бизнеса в России [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <portal-nko.ru/files/Article/440/Files/1/kostin.doc>.
8. FTSE All-world index series [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ftse.com/Indices/FTSE\\_All\\_World\\_Index\\_Series/index.jsp](http://www.ftse.com/Indices/FTSE_All_World_Index_Series/index.jsp).
9. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общей ред. С.Е. Литовченко – М. : Ассоциация Менеджеров, 2004.
10. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kapital-rus.ru/articles/article/179654>.
11. Якубовський С.О., Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності. 2-ге вид. переоб. та доп. Навч. посіб. / За ред. Якубовського С.О., Козака Ю.Г., Логвінової Н.С. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 472 с.
12. The Global Competitiveness Index 2011-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://report.weforum/global-competitiveness-2011-2012>.

**Шевченко Т. П.**

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

### ФОРМИРОВАНИЕ ИНДЕКСОВ И МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГОВ ПО КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

**Резюме**

В статье анализируется современное состояние международных рейтингов в сфере корпоративной социальной ответственности. Определены особенности расчета индексов информационной открытости предприятия, социальных инвестиций предприятия. Выделены проблемы и перспективы развития международных индексов и рейтингов.

**Ключевые слова:** индекс, рейтинг, корпоративная социальная ответственность, инвестиции, предприятие.

**Shevchenko T. P.**

V. N. Karazin Kharkiv National University

## THE FORMATION OF INDEXES AND INTERNATIONAL RATING FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

### Summary

The article examines the current state of international ratings in the sphere of corporate social responsibility. Peculiarities of calculation of indices of information transparency of companies, social investments of the company. Selected problems and prospects of development of international indexes and ratings.

**Key words:** index, rating, corporate social responsibility, investment, enterprise.

УДК 339.727.2

**Майорова Т. В., Шевчук Я. В.**

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

## ПРОБЛЕМИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті розкрито проблеми глобалізації вітчизняної економіки. Досліджується динаміка прямих іноземних інвестицій в економіку країни та визначено місце України в глобальному рейтингу конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** економіка, глобалізація, економічний розвиток, інтеграція, інвестиції, іноземні інвестиції.

**Постановка проблеми.** За сучасних умов важко уявити країну, яка б тим чи іншим чином не була пов'язана економічними зв'язками із іншими країнами світу. І з кожним днем ці зв'язки стають все більш міцнішими та всеосяжними, створюючи не просто об'єднання країн, а цілі економічні блоки, метою яких є спільних розвиток економіки та ефективна взаємодія. Починаючи з 90-х років Україна входить в світовий процес формування економічних зв'язків, і протягом усього часу стратегічним орієнтиром залишається європейська інтеграція.

Але, на відміну від інших країн пострадянського простору, Україна опиняється в особливих умовах за рахунок свого географічного розміщення. Будучи «мостом» між Сходом та Заходом, українська економіка постійно балансує на межі двох цивілізаційних парадигм, намагаючись увібрати в себе позитивні сторони кожної із них. Проте світова економічна криза внесла певні зміни в загальне світобачення, та стала стимулом для України у поглибленні інтеграційних процесів із Європою.

**Мета досліджень.** Метою даної роботи є дослідження особливостей впливу глобальних викликів на вітчизняну економіку з метою визначення перспектив її розвитку

**Аналіз останніх досліджень.** Темі глобалізації та розгляду ключових проблем та перспектив приділяють увагу чимало вітчизняних та зарубіжних науковців. Так, серед них слід відзначити праці В.М. Василенко, О.В. Гаврилюк, Д.Г. Лук'яненко, В.І. Павлюк, М. Портер, А.С. Філіпенко, а також Дж. Тобін, Л. Клайн, А. Тейт та ін. Наукова спільнота наголошує на важливості глобалізації, як етапу розвитку людського суспільства, в умовах перенаселення планети та створення тісних економічних міжнародних зв'язків. Проте вони не виключають наявності проблем, які є невід'ємною частиною інтеграційного процесу. Крім того, слід звернути увагу, що процес глобалізації продовжується й сьогодні, що свідчить про наявність недосліджених аспектів процесу глобалізації, як в Україні, так і світі в цілому.

**Результати дослідження.** Аналізуючи сучасні міжнародні процеси в світі, їх часто ототожнюють як глобалізаційні. Тому феномен глобалізації, починаючи з ХХ ст., став предметом досліджень багатьох науковців, що пояснюється розширенням і поглибленням міжнародного співробітництва, зростанням світової економіки та стрімким розвитком новітніх технологій. Глобалізація, сьогодні, впливає на всі без виключення сфери життя людини – від фінансів до культури та духовного розвитку.

Термін «глобалізація» став дуже популярним ще у 90-ті роки ХХ ст. і походить від англійського слова «globe», що означає «земна куля» [1]. Глобалізацію можна визначити через її прояв у багатьох процесах, зокрема:

- рух товарів і послуг між країнами і секторами економіки;
- рух фінансового капіталу між країнами;
- переміщення людей між країнами, спричинене потребами здійснення економічної діяльності;
- валютні операції на міжнародних валютних ринках;
- рух інтелектуальної продукції та ідей між дослідницькими і навчальними центрами.

Сучасна глобалізація виявляється суперечливим результатом довготривалого історичного розвитку людства. Економічні, соціально-політичні та культурні процеси набули об'єктивного характеру, отже, глобалізація означає те, що на перший план виходять інтереси світової співдружності у цілому, а також тих інститутів і організацій, які ці інтереси представляють і захищають.

Останніми роками українська держава потерпала як від глобальної економічної кризи, так і від внутрішніх політичних, економічних, соціальних, екологічних та інших негараздів. Провальна, волюнтаристська економічна політика 2012-2013 рр., помножена на впливи глобальної фінансово-економічної та інституційної криз, поставила країну на межу виживання, як держави, так і як політичної нації. Дедалі частіше на адресу