

Література:

1. Карп В. С., Штогрін К. В. Системні ризики для інвестиційної діяльності в умовах глобальної невизначеності. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2020. Вип. 12. С. 140-148.
2. NguyenHuu T., Örsal D. Geopolitical risks and financial stress in emerging economies. *The World Economy*.2024. Vol. 47 № 1. P. 217-237.
3. Кальченко Т., Олійник В. Геополітична конфліктність в умовах глобальної економічної кризовості. *Міжнародна економічна політика*. 2019. № 1 (30). С. 29-45.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-534-1-26>

**CORPORATE DIPLOMACY AS A TOOL FOR ENSURING
THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES
DURING THE PERIOD OF GLOBAL POLITICAL
TRANSFORMATIONS**

**КОРПОРАТИВНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ГЛОБАЛЬНИХ
ПОЛІТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

Zhyliakov S. V.

*Postgraduate student at the Department
of Human Resources Management,
Labor Economics and Economic Theory
Poltava University of Economics
and Trade
Poltava, Ukraine*

Жиляков С. В.

*аспірант кафедри управління
персоналом, економіки праці
та економічної теорії
Полтавський університет економіки
і торгівлі
м. Полтава, Україна*

Глобальна політична невизначеність, спричинена військовою агресією та політичним популізмом в Україні, торгівельними війнами та паплюженням міжнародного права, створює значні виклики для українських підприємств, що працюють на міжнародних ринках. У цих умовах корпоративна дипломатія має бути інструментом управління

зовнішніми ризиками, підтримки конкурентоспроможності та забезпечення стабільних міжнародних зв'язків.

Аналізуючи поняття корпоративного управління [1, с. 9] та комерційної економічної дипломатії [2, с. 20] запропонуємо визначати корпоративну дипломатію комплексним механізмом стратегічної комунікації підприємств із державними органами, міжнародними організаціями та бізнес-партнерами з метою мінімізації політичних ризиків та забезпечення сприятливого середовища для діяльності компанії.

Еволюція корпоративної дипломатії нерозривно пов'язана із розвитком економічної теорії, міжнародної політики та підприємницького управління.

Започаткування корпоративної дипломатії відбулося з часів класичної економічної теорії. Адам Сміт зазначав [3], що вільна торгівля сприяє взаємозалежності між націями, зменшуючи ймовірність конфліктів, оскільки економічні інтереси стають взаємопов'язаними через міжнародні комунікації бізнесу та держави. Американський президент В. Вільсон у «Чотирнадцяти пунктах» вважав вільну торгівлю засобом забезпечення миру та стабільності після Першої світової війни, а економічну взаємодію між країнами, – запобіжником майбутніх конфліктів [4]. Країни-члени Європейської асоціації вільної торгівлі в середні 60-х років XX ст. погодилися на скасування митних бар'єрів [5, с. 108], що зменшило ймовірність військових конфліктів між ними. Превентивна дипломатія, спрямована на раннє виявлення та усунення потенційних загроз, дозволяє уникнути ескалації напруженості шляхом встановлення довірчих відносин та взаєморозуміння між сторонами [6]. Все це сприяє підтримці стабільних ділових відносин, а корпоративна дипломатія є механізмом встановлення та підтримки партнерських зв'язків, який поєднує економічні, політичні, дипломатичні інструменти в глобальному середовищі. Загалом, у XX – XXI ст. корпоративна дипломатія стала основним інструментом міжнародної політики через транснаціональні корпорації (ТНК), інвестиційні механізми та економічний лобізм [7, с. 177].

Вважаємо, що в корпоративному управлінні важливим є елемент медіації. Розповсюдження правдивої інформації є чинником для формування критичного мислення, взаєморозуміння та домовленостей, які запобігають виникненню майбутніх конфліктів. Завдяки корпоративній дипломатії та механізмам «м'якої сили» транснаціональні корпорації формують міжнародні тенденції, впливають на політичні рішення та змінюють культурні парадигми. Такий технологічний гігант та основний гравець у сфері цифрових

технологій, як Google, який контролює понад 90% світового пошукового трафіку та має найбільшу відеоплатформу YouTube, бере участь у глобальних політичних ініціативах, зокрема у боротьбі з дезінформацією та кібератаками. Після початку війни проти України Google посилив боротьбу з російською пропагандою, блокуючи канали державних ЗМІ та просуваючи правдиву інформацію через алгоритми пошуку. Поряд з Google, інші корпорації також конфліктують із авторитарними режимами, які намагаються обмежити свободу слова в інтернеті. Зокрема, Netflix надає цифровий доступ аудиторії понад 230 млн. передплатників до контенту, що формує цінності, суспільні дискусії та політичні погляди. В 2022 році Netflix також припинив розповсюдження та видалив російські фільми з каталогу. Платформа запустила серіали та документальні проекти про Україну, посилюючи міжнародну увагу до війни та російської агресії. Ще один транснаціональний бренд, Coca-Cola, як інструмент дипломатії, підтримує масові заходи та формує імідж глобального символу єднання. Завдяки політичній нейтральності Coca-Cola адаптує маркетингові кампанії до місцевих культурних особливостей, створюючи індивідуальні стратегії для різних ринків. Проте, це не завадило корпорації залишити російський ринок у 2022 році після початку повномасштабного вторгнення в Україну. Це не лише економічний удар по російському ринку, а й політичний сигнал всьому світу, оскільки продукція Coca-Cola була одним із символів глобальної інтеграції.

У 2022 році, поряд із Google, Coca-Cola та Netflix низка великих транснаціональних корпорацій (Adidas, Siemens, Microsoft, McDonald's, Apple, IKEA, Shell тощо) самостійно вирішила припинити свою діяльність та оголосити рішення про вихід з російського ринку, демонструючи свою позицію щодо міжнародного права та етичних стандартів.

Отже, транснаціональні корпорації є не просто бізнес-структурами, а важливими геополітичними гравцями, які через корпоративну дипломатію впливають на сучасний світовий порядок.

В цій концепції, методом дедукції сформуємо модель розвитку корпорації «держава Україна», яка використовує корпоративну дипломатію задля забезпечення статусу сильного міжнародного гравця, який конкурує у світовій економіці та політиці та забезпечує конкурентоспроможність підприємств, які складають її економічний потенціал.

1. Рада директорів (парламент) має функцію формування менеджменту (уряду) з метою перевірки та контролю за його діями, формування стратегічного розвитку (через законодавчі норми).

2. Центральний менеджмент (уряд) у вигляді міністерств формує та реалізує внутрішню та зовнішню політику.

3. Менеджмент в регіонах (глави територіальних громад) формують внутрішню політику за принципом «все для суспільства» з метою розвитку громад, забезпечення конкурентоспроможності підприємств та зайнятості населення.

4. В зовнішній гнучкій політиці, для спільної протидії агресії, Україна залучає до співпраці та створює стратегічні союзи з країнами-членами Європейської та Євроатлантичної спільноти, а також Азіатсько – Тихоокеанського регіону. Інтегрується в глобальні ринки з метою продажу товарів та послуг, притоку валюти, створення власних активів в секторі оборони. Лобіює санкцій проти агресора з використанням інструментів «soft power» через міжнародні фонди.

5. У внутрішній політиці Україна знищує корупцію (незаконне заволодіння ресурсами як самої України, так і її суб'єктів), авторитаризм, монополізацію влади, політичний популізм з метою об'єднання суспільства та підвищення якості його життєдіяльності, створення додаткової вартості корпоративного бренду держави.

Отже, як висновок, підприємства, які входять до складу ТНК «Україна», за умови корпоративної дипломатії та наявності таких активів як геополітичний міст між Європою та Азією, людський капітал, конкуруючи за глобальні інвестиції, довіру громадян та міжнародних партнерів, зможуть бути конкурентоспроможними протистояти зовнішній агресії, яка на жаль, є єдиним «конкурентним товаром», який експортує нікчемний сусід.

Література:

1. Шкільняк М. Менеджмент у системі корпоративного управління. Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2018. – Вип. 2. – С. 7-20. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/31304>

2. Бохан А. В. (2022). КОМЕРЦІЙНА ДИПЛОМАТІЯ В ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРЕНДАХ. *Економічний простір*, (179), 19-24. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/179-3>

3. Сміт Адам. Дослідження про природу і причини багатства народів / пер. з англ. – Київ : Наш формат, 2018. – 736 с.

4. Грабовський С. «Американський мрійник». Газета День. № 6 2018. URL: <https://day.kyiv.ua/article/podrobytsi/amerykanskyu-mriynuk>

5. Пошук місця Британії в Європі. Уїнстон Черчилль. Інститут історії України. URL: <http://history.org.ua/LiberUA/Book/europe/5.pdf>

6. Глобалізація та регіоналізація як вектори розвитку міжнародних економічних відносин : колективна монографія / кол. авт. ; за ред. О. А. Довгаль, Н. А. Казакової. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. – 540 с.

7. Ліга політологів-міжнародників «ДИПКОРПУС». URL: <https://dipcorpus.at.ua/index/0-32>

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-534-1-27>

THE ROLE AND PLACE OF THE CHURCH IN GREECE

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ЦЕРКВИ В ГРЕЦІЇ

Zabrodsky R. V.

*Postgraduate student at the Department
of International Politics
Uzhhorod National University
Uzhhorod, Ukraine*

Забродський Р. В.

*аспірант кафедри міжнародної
політики
Ужгородський національний
університет
м. Ужгород, Україна*

Відносини між церквою і державою мають глибоке коріння в історії Греції, яка відзначається релігійним багатством і різноманітністю. Протягом століть релігія, особливо грецьке православ'я, була не лише духовною опорою суспільства, але й потужним чинником політичного життя. Грецьке православ'я займає центральне місце в духовному житті країни та є однією з найдавніших християнських церков, а його вплив поширюється як на державні інституції, так і на культурний розвиток країни.

Згідно до даних «2022 Report on International Religious Freedom: Greece», згідно з опитуваннями:

- від 81 до 90 відсотків населення вважають себе православними;
- від 4 до 15 відсотків – атеїстами;
- 2 відсотки – як мусульманами [1].