

б) влияние военных расходов на совокупную производительность статистически не значимо;

в) расходы на «базовую» инфраструктуру (улицы, автомобильные дороги, аэропорты, общественный транспорт, системы водоснабжения и т. д.) оказывают большее положительное влияние на рост производительности, чем расходы на другие цели;

г) производительные расходы имеют больший мультипликативный эффект для ВВП, чем непроизводительные.

Таким образом, изменение структуры бюджета может сказываться на долгосрочном экономическом росте за счет различных мультипликативных эффектов производительных и непроизводительных статей расходов бюджета.

#### Библиографические ссылки

1. Статистика государственных финансов Республики Беларусь / Министерство финансов Республики Беларусь : сайт. URL: <http://www.minfin.gov.by/ru/gfs/-f80ad5490c7ea984.html/> (дата обращения : 24.01.2021).

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь : сайт. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/osnovnye-pokazateli-po-respublike-belarus/> (дата обращения: 24.01.2021).

3. Кудрин А. Л., Кнобель А. Ю. Бюджетная политика как источник экономического роста : сайт // Вопросы экономики. 2017 (10):5-26. URL: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2017-10-5-26>.

УДК 338.242

## ОСОБЕННОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА БИЗНЕСА С ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

**К. Д. Кудлай**

*Магистрантка экономического факультета Кременчугского национального университета им. Михаила Остроградского, г. Кременчуг, Украина*

В работе обоснована взаимовыгодность партнерства между бизнесом и общественными организациями, раскрыты основные сферы сотрудничества, выделены и охарактеризованы наиболее распространенные типы сотрудничества.

*Ключевые слова:* социальная ответственность бизнеса; общественные организации; сотрудничество; филантропия; устойчивое партнерство; корпоративное волонтерство.

## FEATURES OF COOPERATION BETWEEN BUSINESS WITH PUBLIC ORGANIZATIONS

**K. D. Kudlai**

*Master of the Faculty of Economics of the Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, Kremenchuk, Ukraine*

The work substantiates the mutually beneficial partnership between business and public organizations, discloses the main areas of cooperation, highlights and describes the most common types of cooperation.

*Keywords:* corporate social responsibility; public organizations; cooperation; philanthropy; sustainable partnership; corporate volunteering.

За последние два десятилетия партнерство между общественными организациями и бизнесом получило значительное развитие. С одной стороны, бизнес имеет потенциал для положительного влияния на различные группы стейкхолдеров [1–3]. Однако, существует и определенная обеспокоенность тем, что бизнес не всегда настроен на нужды общины. Наряду с этим, компании, стремящиеся к большей ответственности, не всегда обладают необходимыми знаниями и навыками для внедрения программ социальной ответственности и устойчивого развития [8–9]. Одновременно, общественные организации должны играть важную роль в развитии как на национальном, так и на международном уровне, однако, часто ограничены в ресурсах и потенциале, они не в состоянии эффективно реализовать собственные проекты. Поэтому партнерство между бизнесом и общественными организациями является важной тенденцией на пути решения общих проблем.

Международные организации, специализирующиеся на экономическом развитии, признают важность межсекторного партнерства, в том числе партнерства между общественными организациями и бизнесом, в распространении концепции устойчивого развития. В декабре 2005 года Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию «На пути к глобальному партнерству» (Toward Global Partnerships). Данная резолюция призывает к сотрудничеству между секторами в следующих сферах: привлечение новых инвестиций и политика занятости; здравоохранение; использование природных ресурсов и экологический менеджмент; энергетика; сельское хозяйство; влияние на изменения климата. Обычно партнерство между бизнесом и общественными организациями не является статическим, так как партнерские отношения динамические и развиваются с течением времени: партнеры активно приобщаются к сотрудничеству, растет доверие, а процесс обмена ресурсами становится более интенсивным [5, 7]. Однако возможно развитие партнерства и в обратном направлении. Итак, основными типами сотрудничества между общественными организациями и бизнесом являются [4, 6]:

1. **Филантропия:** наиболее традиционная форма партнерства, чаще всего встречается в отношениях между бизнесом и общественными организациями. Этот вид партнерства предусматривает одностороннюю передачу ресурсов от бизнеса в общественные организации. Процесс филантропического партнерства простой, однако уровень привлечения к взаимодействию сторон достаточно низкий, к тому же такой тип партнерства мало касается основной деятельности бизнеса.

2. **Взаимный обмен:** предполагает партнерство, в рамках которого отношения между бизнесом и общественными организациями основаны на обмене ресурсами для определенных мероприятий. Например, компания предоставляет определенную сумму денег в зависимости от продажи определенного продукта с логотипом партнерской общественной организации.

3. **Стратегическое (устойчивое) партнерство:** стратегические партнеры работают над общей проблемой, требующей решения. Этот вид сотрудничества делает партнеров более зависимыми друг от друга, и удачное взаимодействие возможно, только если налажен обмен идеями, ресурсами и усилиями. Подобное партнерство имеет наибольший потенциал, поскольку объединение усилий позволяет сторонам достичь таких результатов, которые были бы невозможны при самостоятельном решении проблемы. Стратегическое партнерство с общественными организациями поможет в выполнении целей и задач компаний в сфере корпоративной социальной ответственности, выстраивания корпоративной репутации и доверия к компании, может поддержать ее позицию среди ключевых стейкхолдеров и широкой общественности, заблаговременно предупредить появление потенциальных проблем в связях с общественностью.

4. Корпоративное волонтерство: привлечение работников компаний к работе в общественных организациях или общине. Персонал компании обычно выполняет волонтерскую деятельность в рабочее время, оплачиваемый компанией. Также группа работников может помогать в реализации проекта общественной организации – такая работа будет полезной как для компании, так и для общественной организации, поскольку даст возможность сплотить сотрудников компании и ускорит процесс реализации проекта общественной организацией.

Соответственно существует значительное число сфер и типов сотрудничества между бизнесом и общественными организациями. Однако, несмотря на определенные шаги по стимулированию и популяризации такого сотрудничества, данная форма сотрудничества находится на начальной стадии своего развития и требует, в первую очередь, обеспечения политической и экономической стабильности в стране.

### Библиографические ссылки

1. Полінкевич О. М. Інклюзивний розвиток підприємств як вимір економічного зростання // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2019. № 15 (43). С. 48–53.
2. Танчак Я. А., Дребот Н. П., Миколишин М. М. Корпоративна відповідальність бізнесу в Україні та закордоном у напрямку забезпечення соціальних екопроектів // Зелена економіка – необхідна умова сталого розвитку національної економіки України : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. С. 164–177.
3. Танчак Я. А., Миколишин М. М. Соціальне підприємство як інноваційна складова соціально-економічного розвитку держави // Зелена економіка – необхідна умова сталого розвитку національної економіки України : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. С. 156–169.
4. Ховрак І. В., Пономаренко А. А. Інституціоналізм: теорія, методологія, значення // Економіка. Фінанси. Право. 2011. № 11–12. С. 23–28.
5. Ховрак І. В., Семко Т. В. Ефективність функціонування корпоративного сектору національної економіки : Монографія. Кременчук : ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2013. 276 с.
6. Glonti V., Trynchuk V., Khovrak I., Mokhonko G., Shkrobot M., Manvelidze L. Socialization of Organization Sustainable Development Based on the Principles of Corporate Social Responsibility // Montenegrin Journal of Economics. 2020. № 16 (1). P. 169–182. DOI : 10.14254/1800-5845/2020.16-1.11.
7. Khovrak I. Odpowiedzialność społeczna jako strategia przywództwa przedsiębiorstwa na rynku // Zeszyty Instytutu Spraw Publicznych UJ Zarządzanie Publiczne. 2017. № 3 (39). S. 391–401.
8. Polinkevych O. (Ed.). Процесне та соціальнокомпетентне управління інноваційним розвитком підприємницьких систем. Lutsk : Vezha-Druk, 2017. URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/-13749/1/Polinkevych%20%281%29.pdf>.
9. Polinkevych O. (Ed.). Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій. Lutsk : Vezha-Druk, 2018. URL: [http://esnuir.ee-nu.edu.ua/bitstream/123456789/14618/2/Polinkevych\\_monograph2018.pdf](http://esnuir.ee-nu.edu.ua/bitstream/123456789/14618/2/Polinkevych_monograph2018.pdf).

УДК 338.012

## МИРОВОЙ РЫНОК НЕФТИ И ОПЕК: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Д. А. Кузнецова

*Студентка института экономики и управления  
Пензенского государственного университета, г. Пенза, Россия*

Научный руководитель: **Ю. А. Кафтулина**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры экономической теории и международных отношений  
Пензенского государственного университета, г. Пенза, Россия*