

УДК 316.422.42

JEL F23

DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-24

**Огінок С.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет «Львівська політехніка»;  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5462-5362>

**Когут М.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет «Львівська політехніка»;  
Львівський національний університет природокористування  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8275-134X>

**Когут А.В.**

магістр,  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8152-9401>

## ЕТИКА ТА КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

У сучасному світі міжнародний бізнес постійно зростає, що ставить під загрозу не лише економічний успіх, а й суспільну довіру. Автори поставили за мету дослідити роль етики та корпоративної соціальної відповідальності в контексті міжнародного бізнесу. Ціллю є розкриття впливу цих концепцій на взаємовідносини з зацікавленими сторонами, ефективне управління ризиками та формування стійких конкурентних переваг у глобальному бізнес-середовищі. Ця стаття аналізує роль етики та корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі, розглядаючи їхній вплив на стосунки зі зацікавленими сторонами, ефективність в управлінні ризиками та створення стійкої конкурентної переваги. Досліджуються ключові аспекти побудови етичної культури в організаціях та впровадження соціально відповідальних практик як стратегічного інструменту. Надаються рекомендації щодо впровадження етичних стандартів та корпоративних програм у міжнародних компаніях з метою підвищення їхньої репутації та стійкості в глобальному бізнес-середовищі. Дослідження базується на аналізі актуальної літератури та наукових публікацій, які стосуються етики, корпоративної соціальної відповідальності та міжнародного бізнесу. Використовуються як кількісні, так і якісні підходи до оцінки впливу етичних і соціально відповідальних практик на успіх міжнародних компаній. Встановлено, що належне врахування етичних принципів та соціальної відповідальності сприяє підвищенню довіри споживачів та інших зацікавлених сторін, зниженню ризиків, пов'язаних з репутаційними проблемами, і створенню стійкої конкурентної переваги. Розроблено рекомендації щодо впровадження етичних стандартів та корпоративних програм у міжнародних компаніях з метою покращення їхньої етичної культури та соціальної відповідальності.

**Ключові слова:** міжнародний бізнес, корпоративна соціальна відповідальність, управління ризиками, конкурентна перевага, соціально відповідальні практики.

**Постановка проблеми.** В сучасному світі, де міжнародний бізнес стає все більш складним і впливовим, етика та корпоративна соціальна відповідальність стають ключовими чинниками для успішної діяльності компаній. Проте, багато міжнародних компаній стикаються з викликами, пов'язаними з етичними дилемами та несприятливими наслідками від ігнорування корпоративної соціальної відповідальності. Актуальність проблеми полягає в тому, що недбале ставлення до етичних стандартів та відповідального бізнес-поведінки може призвести до втрати репутації, правових проблем та втрати довіри клієнтів та інших зацікавлених сторін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідницький аспект проблем етики та

корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі та вивчення світового практичного досвіду в цій галузі представлені в роботах таких українських та закордонних вчених, як Букреєвої Д. [1], Дрюкера П. [2], Кузьміна О. [3], А. Пилипенка Н., Карпеця О. [4], Котлера Ф. [5], Немковича Е. та Суислової О. Вони, поряд з Савченко О., Кокоть В. [6], Мокієм А., Шаповал Н. та Огінок С. [7–8], вносять значний вклад у в галузі корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку. Вони зосереджуються на вивченні ефективних стратегій впровадження соціальних та екологічних ініціатив у практику українських компаній. Ці дослідники зробили значний внесок у розвиток впливу діяльності підприємств на соціальну та екологічну

сфери, а також розробили рекомендації щодо поліпшення практик бізнесу. Їхні праці допомагають краще розуміти специфіку галузі бізнесу та менеджменту, включаючи етику та корпоративну соціальну відповідальність. Однак, все ще існують не до кінця розкриті питання, які стосуються впливу етики та корпоративної соціальної відповідальності на міжнародний бізнес.

**Мета статті** – дослідити роль етики та корпоративної соціальної відповідальності в контексті міжнародного бізнесу, а також розкрити вплив цих концепцій на взаємовідносини з зацікавленими сторонами, ефективно управління ризиками та формування стійких конкурентних переваг у глобальному бізнес-середовищі.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Однією з ключових передумов успішного запровадження соціального підприємництва є підготовка та підтримка соціальних підприємців, які є основними агентами соціальних змін. Процес підготовки соціальних підприємців включає в себе не лише набуття необхідних навичок і знань, але й зміну загальних уявлень та стереотипних поглядів на соціальні проблеми.

Зміна стереотипів та переконань у суспільстві стосовно певних соціальних питань є важливою, оскільки це визначає сприйняття суспільством ефективності та прийнятності рішень, які приймають соціальні підприємці. Відношення суспільства до соціальних проблем може вплинути на успішність та прийняття соціальних ініціатив, які запроваджуються соціальними підприємцями. Саме тому важливо активно працювати над зміною громадської свідомості та формуванням позитивного ставлення до соціального підприємництва.

Також варто відзначити, що створення нових соціальних підприємств впливає на інституційну динаміку суспільства. Перш ніж реалізувати ідею соціального підприємництва, важливо ретельно розглянути, яким чином це підприємство впливатиме на існуючі інститути, організації та структури в суспільстві. Розробка такого роду стратегії впливу може допомогти забезпечити гармонійне співіснування соціальних підприємств з іншими суспільними інститутами [9].

У теоретичному плані важливо провести розрізнення між поняттями «Соціальне підприємництво» та «Корпоративна соціальна відповідальність» на основі їх ступеня соціальної та ділової активності.

Соціальне підприємництво є концепцією, яка визначає вид діяльності, орієнтований на розв'язання соціальних проблем і задач

шляхом підприємницької діяльності. Головною метою соціальних підприємств є створення соціальної цінності та покращення благополуччя суспільства. Вони активно залучаються до вирішення соціальних проблем, сприяючи змінам у суспільстві.

Корпоративна соціальна відповідальність, з іншого боку, відноситься до підходу бізнес-компаній, який передбачає взяття на себе відповідальності за вплив своєї діяльності на соціальну та екологічну сфери. Це означає, що корпорації враховують вплив своєї діяльності на оточуюче середовище та суспільство і докладають зусиль для зменшення негативного впливу, а також для покращення умов життя спільнот та забезпечення сталого розвитку. Підприємства можуть вкладати кошти в проекти, спрямовані на покращення умов життя в місцях свого бізнесу, підтримку освіти, охорони здоров'я, культури також повинні приділяти увагу впливу своєї діяльності на навколишнє середовище і приймати заходи для зменшення негативного впливу, такі як зменшення викидів CO<sub>2</sub>, використання відновлюваних джерел енергії тощо. Підприємства, які дотримуються принципів соціальної відповідальності мають реалізувати права людини, запобігати використанню дитячої праці, уникати дискримінації та інших порушень прав людини у своїй діяльності та сприяти загальній справедливості. Крім того, підприємства повинні дотримуватися високих стандартів етики у своєму управлінні та взаємодії зі стейкхолдерами. Соціальна відповідальність не тільки сприяє поліпшенню відносин зі споживачами, інвесторами та іншими стейкхолдерами, але також може призвести до створення стійкого та прибуткового бізнесу в довгостроковій перспективі. Багато міжнародних компаній визнають важливість соціальної корпоративної відповідальності і включають ці принципи в свою стратегію та бізнес-практику [10].

Тобто, соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі – це концепція, яка вимагає, щоб підприємства враховували вплив своєї діяльності на суспільство і навколишнє середовище. CSR визнає, що бізнес несе відповідальність перед більш широким спектром стейкхолдерів, таких як споживачі, працівники, інвестори, уряди та інші члени громади, окрім акціонерів, і має внести свій внесок у соціальний і екологічний розвиток.

Основна різниця полягає в тому, що соціальне підприємництво передбачає активну підприємницьку діяльність, спрямовану на досягнення соціальних цілей, в той час як корпоративна соціальна відповідальність

включає в себе заходи, спрямовані на зменшення негативного впливу бізнес-компаній на соціальну сферу та довкілля. Обидва підходи важливі для створення більш сталого та відповідального бізнесу та суспільства.

Етика та корпоративна відповідальність в міжнародному бізнесі є ключовими аспектами, які впливають на діяльність компаній у глобальному масштабі. Ці поняття визначають, як компанії повинні поводитися і взаємодіяти зі своїми співробітниками, клієнтами, акціонерами, конкурентами та суспільством в цілому. Важливо розуміти, що етика та корпоративна відповідальність включають в себе дотримання високих стандартів поведінки і врахування впливу компаній на навколишнє середовище та суспільство.

Серед основних аспектів етики та корпоративної відповідальності в міжнародному бізнесі можна виокремити наступні:

- дотримання прав людини;
- соціальна відповідальність;
- екологічна стійкість;
- добросусідські відносини;
- етика управління.

Компанії повинні забезпечувати повагу до прав людини у всіх країнах, де вони здійснюють свою діяльність. Це охоплює питання прав працівників, прав споживачів та інші аспекти, пов'язані з захистом прав людини [11].

Корпорації повинні приділяти увагу соціальним питанням та приймати активну участь у вирішенні соціальних проблем, таких як боротьба з бідністю, екологічна стійкість та підтримка освіти та охорони здоров'я.

Міжнародні компанії повинні бути свідомими свого впливу на природне середовище та приймати заходи для зменшення негативного екологічного впливу своєї діяльності. Це охоплює питання використання природних ресурсів, зменшення викидів та розвиток екологічно стійких технологій.

Компанії повинні прагнути до побудови партнерських та добросусідських відносин з іншими компаніями, громадами та урядами. Це сприяє створенню стабільних та взаємовигідних відносин у міжнародному бізнесі.

Корпоративні лідери повинні демонструвати високий ступінь етичності у своїх управлінських рішеннях та прийомах. Вони повинні дбати про прозорість та відкритість у взаємодії зі стейкхолдерами та приймати рішення, які сприяють загальному добробуту.

Етика та корпоративна соціальна відповідальність є необхідними аспектами успішної діяльності міжнародних компаній, оскільки вони впливають на їхню репутацію, відносини з клієнтами та споживачами, а також

на їхню здатність працювати в різних країнах і з різними культурами. Тому дотримання етичних та корпоративних стандартів є важливою частиною стратегії міжнародного бізнесу [12].

Сьогодні значно частіше як і у бізнесі так і в наукових колах обговорюється питання соціальної корпоративної відповідальності та її важливості. Адже, корпоративна соціальна дозволяє великим і малим підприємствам впроваджувати позитивні зміни. Це тоді, коли компанії обирають робити те, що є правильним не лише для свого фінансового стану, але й для збудування довіри споживачів.

Споживачі відчувають, що, користуючись продуктом або послугою соціально відповідальної компанії, вони вносять свій внесок. Чим більш соціально відповідальною є компанія, тим більше підтримує їхню спільноту і споживачів.

Корпоративна соціальна відповідальність допомагає здобувати довіру споживачів, дбаючи про такі питання, як День Землі, підвищує обізнаність і спонукає соціальні зміни. Незважаючи на те, що існує тисячі компаній, які вносять свій внесок, зусилля великих глобальних корпорацій мають далекосяжні результати, які можуть впливати на глобальні проблеми, від голоду і охорони здоров'я до глобального потепління і зміни клімату.

Корпоративна соціальна відповідальність є важливою для багатьох аспектів сучасного бізнесу та суспільства в цілому. Ось деякі з важливих аспектів важливості корпоративної соціальної відповідальності наведені в табл. 1.

Корпоративна соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі відіграє ключову роль у створенні сталого та етичного підприємства. Це підтверджує зобов'язання підприємств діяти в інтересах суспільства, забезпечуючи при цьому прибутковість та стійкість бізнесу. Підприємства здійснюють заходи для зменшення впливу на довкілля, використовуючи енергоефективні технології, впроваджуючи відновлювальні джерела енергії та зменшуючи викиди CO<sub>2</sub>. Це включає в себе ведення програм сприяння, освіти, охорону здоров'я, підтримку місцевих громад у країнах, де підприємства діють.

Забезпечення чесних та прозорих практик управління, включаючи етичні стандарти у взаємодії з усіма зацікавленими сторонами, від постачальників до клієнтів. Створення безпечних умов праці, гарантування рівних можливостей та розвитку співробітників [13; 14].

Міжнародні компанії також мають вплив на глобальному рівні, тому їхня відповідальність полягає в уникненні порушення прав

Таблиця 1

## Аналіз аспектів корпоративної соціальної відповідальності

Аспекти корпоративної соціальної відповідальності	Характеристика аспектів корпоративної соціальної відповідальності
Збільшення довіри споживачів	Компанії, що впроваджують корпоративну соціальну відповідальність, заслуговують більше довіри споживачів. Споживачі більш схильні підтримувати відповідальні бренди.
Покращення репутації	Корпоративна соціальна відповідальність сприяє покращенню репутації компанії через відомість позитивних соціальних дій та сталого розвитку.
Зменшення ризиків	Дотримання високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності може зменшити ризики щодо законодавчих та репутаційних проблем.
Привертання талановитих співробітників	Компанії зі сильними програмами корпоративної соціальної відповідальності можуть привертати талановитих працівників.
Вирішення соціальних проблем	Корпоративна соціальна відповідальність може допомагати у розв'язанні соціальних проблем, таких як бідність, нерівність тощо.
Підтримка сталого розвитку	Корпоративна соціальна відповідальність сприяє сталому розвитку та допомагає компаніям зменшити негативний вплив на навколишнє середовище.

Джерело: розроблено автором на основі даних [13]

людини, участі у соціальних програмах розвитку та ініціативах.

Застосування корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі вимагає розуміння культурних відмінностей, викликів, з якими стикаються різні громади, та уміння пристосовувати свої підходи для вирішення конкретних проблем. Такий підхід сприяє покращенню відносин зі співробітниками, клієнтами та усіма зацікавленими сторонами, сприяючи створенню позитивного впливу на суспільство та довкілля. Саме тому, пропонуємо ряд рекомендацій щодо впровадження етичних стандартів та корпоративних програм у міжнародних компаніях з метою покращення їхньої етичної культури та соціальної відповідальності:

Розробити й впровадити кодекс етики для чіткого, конкретного та всеосяжного кодексу етики, який визначає основні принципи та стандарти поведінки для всіх співробітників компанії, включаючи керівництво та робітників на всіх рівнях.

Забезпечити навчання та розвиток з метою запровадження програм навчання з етики та корпоративної соціальної відповідальності для всіх працівників, щоб забезпечити їхнє розуміння важливості цих понять та їхню вміння застосовувати їх у роботі.

Встановити механізми контролю та звітності, що дасть можливість розробити системи для моніторингу дотримання етичних стандартів та відповідності корпоративній соціальній відповідальності, а також забезпечити прозору звітність про результати цього моніторингу.

Співпраця зі зацікавленими сторонами, такими як клієнти, постачальники, урядові

органи та громадські організації, для розробки та впровадження спільних ініціатив з покращення етичної культури та соціальної відповідальності.

Заохочення до інновацій, які зможуть забезпечити стимулювання співробітників до прийняття новаторських підходів до вирішення етичних питань та вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності, наприклад, через нагородження та визнання успіхів.

**Висновки.** Загальний аналіз ролі етики та корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі свідчить про їхню ключову важливість для стійкого успіху та розвитку компаній у глобальному середовищі. Врахування етичних принципів та соціальних відповідальних практик сприяє покращенню взаємовідносин зі зацікавленими сторонами, зменшенню ризиків та формуванню конкурентних переваг.

Процес впровадження етичних стандартів та корпоративних програм в міжнародних компаніях вимагає системного підходу та планування. Необхідно забезпечити належне навчання та підтримку працівників, встановити ефективні механізми контролю та звітності, а також активно залучати зацікавлені сторони до спільної роботи над покращенням етичної культури та соціальної відповідальності.

Здійснення цих заходів допоможе міжнародним компаніям зберегти свою репутацію, збільшити довіру споживачів та інших зацікавлених сторін, та в кінцевому підсумку досягти стійкого успіху в глобальному бізнес-середовищі.

**Бібліографічний список**

1. Букреева Д.С. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38.2.
2. Drucker P. *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. Elsevier Science, 2013. 325 p.
3. Кузьмін О.Є. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття типологія та чинники формування. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2021. № 2(6). С. 10.
4. Пилипенко Н.М., Карпець О.В. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3\\_2021/89.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/89.pdf) (дата звернення: 05.04.2023).
5. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
6. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник. Київ, 2017. 58 с.
7. Огінок С.В., Когут А. Вплив соціального менеджменту на міжнародний бізнес. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 55.
8. Огінок С.В., Федунь М., Бондаренко Ю.Г. Соціальна відповідальність прибуткових організацій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2022. Вип. 45.
9. Смаглій К. Зміни творить кожен із нас: Соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. Київ : Видавничий дім : "Києво-Могилянська Академія", 2014. 207 с.
10. Удодова В.І., Шаповал В.І. Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємництва. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Карабіна*. 2013. № 1042. С. 105–108.
11. Keohane Georgia Levenson. *Social Entrepreneurship for the 21st Century. Innovation Cross the Nonprofit, Private, and Public Sectors*. New York: mc Graw Hill, 2013. p. 151
12. Статистичні дані Grameen Bank. 2017. URL: <http://www.grameen.com/data-and-report/past-five-years-at-a-glance-2012-2016-in-bdt/>
13. Кусик Н.Л. Ефективність соціально відповідальної діяльності: взаємозв'язок з інвестиційним кліматом та привабливістю. Формування сучасних механізмів розвитку інноваційної сфери економіки. 2013. С. 280–300.
14. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. *Журнал європейської економіки*. 2016. Т. 15. № 2. С. 172–182.

**References**

1. Bukrejeva D. S. (2022) Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoi aktivnosti pidpriemstv: yevrointehratsiyniy aspekt. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 38(2).
2. Drucker P. (2013) *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. Elsevier Science.
3. Kuzmin O. Ye. (2021) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: poniattia, typolohiia ta chynnyky formuvannia. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*, no. 2(6), p. 10.
4. Pylypenko N. M. & Karpets O. V. (2021) Teoretychni aspekty sotsialnoho pidpriemnytstva v suchasnykh umovakh. *Efektivna ekonomika*, no. 3. Available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3\\_2021/89.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/89.pdf)
5. Kotler F. & Li N. (2005) *Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: Yak zrobyty iakomoha bilshe dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva*. S. Yarynych (Per.). Standart.
6. Smal V. & Kokot V. (2017) *Shcho slid znaty pro sotsialne pidpriemnytstvo*: Posibnyk.
7. Ohinok S. V. & Kohut A. (2023) Vplyv sotsialnoho menedzhmentu na mizhnarodnyi biznes. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 55.
8. Ohinok S. V., Fedun M. & Bondarenko Yu. H. (2022) Sotsialna vidpovidalnist prybutkovykh orhanizatsii. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, no. 45.
9. Smahlii K. (2014) *Zminy tvoryt kozhen iz nas: Sotsialne pidpriemnytstvo ta stratehichna filantropiia*. Vydavnychiy dim "Kyievo-Mohylianska Akademiia".
10. Udodova V. I. & Shapoval V. I. (2013) Doslidzhennia dosvidu funktsionuvannia natsionalnykh modelei sotsialnoho pidpriemnytstva. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karabina*, no. 1042, pp. 105–108.
11. Keohane H. L. (2013) *Social Entrepreneurship for the 21st Century: Innovation Across the Nonprofit, Private, and Public Sectors*. New York: McGraw Hill.
12. Grameen Bank. (2017) Statystychni dani. Available at: <http://www.grameen.com/data-and-report/past-five-years-at-a-glance-2012-2016-in-bdt/>
13. Kussyk N. L. (2013) Efektivnist sotsialnoi vidpovidalnoi diialnosti: vzaiemozviazok z investytsiinym klimatom ta pryvablyvistiui. *Formuvannia suchasnykh mekhanizmiv rozvytku innovatsiinoi sferi ekonomiky*, pp. 280–300.

14. Kryvovs V. (2016) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist u konteksti formuvannia partn erskykh vzaiemovidnosyn mizh derzhavoiu, biznesom ta suspilstvom. *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky*, no. 15(2), pp. 172–182.

*Стаття надійшла до редакції 15.02.2024*

**Solomiia Ohinok**

Ph.D., Associate Professor,  
Lviv Polytechnic National University;  
Ivan Franko Lviv National University  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5462-5362>

**Mariana Kohut**

Ph.D., Associate Professor,  
Lviv Polytechnic National University;  
Lviv National University of Forestry and Wood Technology  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8275-134X>

**Andrii Kohut**

Master's Student,  
Ivan Franko Lviv National University  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8152-9401>

## ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN INTERNATIONAL BUSINESS

**Annotation.** One of the key prerequisites for the successful implementation of social entrepreneurship is the preparation and support of social entrepreneurs, who are the primary agents of social change. The process of preparing social entrepreneurs involves not only acquiring necessary skills and knowledge but also changing general perceptions and stereotypical views on social issues. In today's world, international business is constantly growing, posing a threat not only to economic success but also to societal trust. The authors aim to examine the role of ethics and corporate social responsibility in the context of international business. **Objective** is to examine the role of ethics and corporate social responsibility in international business and uncover their impact on stakeholder relationships, risk management effectiveness, and the creation of sustainable competitive advantage. The goal is to uncover the impact of these concepts on relationships with stakeholders, effective risk management, and the formation of sustainable competitive advantages in the global business environment. This article analyzes the role of ethics and corporate social responsibility in international business, examining their influence on stakeholder relationships, risk management effectiveness, and the creation of sustainable competitive advantage. **Novelty** – the study provides insights into the role of ethics and corporate social responsibility in international business, highlighting their influence on stakeholder relationships, risk management effectiveness, and the formation of sustainable competitive advantages. **Methods.** The research is based on the analysis of current literature and scientific publications related to ethics, corporate social responsibility, and international business. Both quantitative and qualitative approaches are used to assess the impact of ethical and socially responsible practices on the success of international companies. Key aspects of building an ethical culture in organizations and implementing socially responsible practices as a strategic tool are explored. Recommendations are provided for implementing ethical standards and corporate programs in international companies to enhance their reputation and stability in the global business environment. The research is based on the analysis of current literature and scientific publications related to ethics, corporate social responsibility, and international business. Both quantitative and qualitative approaches are used to assess the impact of ethical and socially responsible practices on the success of international companies. It has been established that proper consideration of ethical principles and social responsibility contributes to increased trust among consumers and other stakeholders, reduces risks associated with reputational issues, and creates sustainable competitive advantages. **Practical significance** – recommendations have been developed for the implementation of ethical standards and corporate programs in international companies to improve their ethical culture and social responsibility.

**Keywords:** international business, corporate social responsibility, risk management, competitive advantage, socially responsible practices.