

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

(на матеріалах ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» м. Київ)

Студентки 4 курсу, 15 групи,
факультету міжнародної
торгівлі та права
спеціальності 292
«Міжнародні економічні
відносини» спеціалізації
«Міжнародний бізнес»

Гиржі
Ольги Денисівни

підпис

Науковий керівник
доктор наук з державного
управління, професор

Залізнюк
Вікторія Петрівна

підпис

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Лежепьокова
Вікторія Геннадіївна

підпис

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет ФМТП Кафедра світової економіки

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»,

Освітня програма «Міжнародний бізнес»

Затверджую:

Зав. кафедри Дугінець Г. В.

«__» _____ 20__ р

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентів

Гиржа Ольга Денисівна

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Соціальна відповідальність міжнародних компаній (на матеріалах ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. №__

2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проекту) 23.05.2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту) дослідити та обґрунтувати формування та розвиток соціальної відповідальності міжнародних компаній.

Об'єкт дослідження – процес формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.

Предмет дослідження - теоретичні засади та практичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

4. Перелік графічного матеріалу – 19 (таблиці-14; рисунки-4; додаток-1)
5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

1.1. Поняття та структурні складові соціальної відповідальності міжнародних компаній

1.2. Функції соціальної відповідальності міжнародних компаній

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. Практичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній

2.1 Розвиток та впровадження проєктів соціальної відповідальності в рамках діяльності міжнародної компанії «МХП».

2.2 Роль ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» у сфері розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВК	до 20.12.2022	20.12.2022
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	05.02.2023
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 28.02.2023	25.02.2023
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 26.04.2023	25.04.2023
5	Подача готової ВКР на кафедрі	до 23.05.2023	23.05.2023
6	Попередній захист ВКР	за графіком (30.05.2023 – 10.06.2023)	За графіком
7	Захист ВКР	за графіком (13.06.2023 – 24.06.2023)	За графіком

8. Дата видачі завдання « ___ » _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

_____ Залізнюк В.П.

10. Керівник освітньої програми:

_____ Лежешьокова В.Г.

11. Завдання прийняв до виконання студент:

_____ Гиржа О.Д.

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Відгук на ВКР Гиржі О.Д. на тему: «Соціальна відповідальність міжнародних компаній». Представлена випускна кваліфікаційна робота Гиржі О.Д. присвячена дослідженню формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній, як важливого інструменту внутрішнього і зовнішнього механізму діяльності компанії. Ефект від впровадження соціально-відповідальної політики проявляється у створенні позитивного іміджу, підвищенні репутації та встановленні міцних зв'язків із цільовими аудиторіями. З огляду на це, ВКР характеризується актуальністю та своєчасністю.

Робота виконана відповідно до вимог щодо написання ВКР ОС «Бакалавр», освітньої програми «Міжнародний бізнес».

Здобувач виявила уміння працювати з великими обсягами інформації, критично оцінювати та аналізувати теоретичні підходи та узагальнювати інформацію для формування пропозицій у практичній площині у обраній науковій сфері. Здобувач продемонструвала володіння загальнонауковими методами аналізу, синтезу, порівняння та статистичного аналізу. Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи здобувач проявила себе активним дисциплінованим виконавцем поставлених завдань, в межах наявних технічних можливостей. Сформовані пропозиції ґрунтуються на отриманих аналітичних під-сумках дослідження. В цілому, здобувач досягла поставленої мети та ви-конала сформовані завдання.

Враховуючи вищезазначене, це дає підстави позитивно оцінити роботу здобувача та рекомендувати роботу до публічного захисту

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Гиржі О.Д. може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньої програми _____ Лежетько В.Г.

Завідувач кафедри: Дугінець Г.В.

АНОТАЦІЯ

Гиржа О.Д. «Соціальна відповідальність міжнародних компаній» (на матеріалах ГО «Українська асоціація зовнішньої політики»).

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини», Освітня програма «Міжнародний бізнес». Державний торговельно-економічний університет, 2023.

Випускна кваліфікаційна робота викладена на 48 сторінках, містить Вступ, 2 розділи, 3 ілюстрації, 14 таблиць, 31 джерело в переліку посилань. Випускна кваліфікаційна робота присвячена дослідженню форм та наслідків соціальної відповідальності міжнародних компаній.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній. Предметом дослідження є теоретичні засади та практичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу. Мета дослідження: дослідження та обґрунтування формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.

У першому розділі роботи визначено сутність та форми соціальної відповідальності міжнародних компаній. У другому розділі роботи надано оцінку та проведено аналіз соціальної відповідальності компаній та асоціації.

Ключові слова: соціальна відповідальність, міжнародний, під час війни, фінансова звітність, пріоритетні напрямки.

ANNOTATION

Hyrzha O.D. "Social Responsibility of International Companies" (based on the materials of the Ukrainian Foreign Policy Association). Final qualification work for the bachelor's degree in International Economic Relations, Educational program "International Business". State University of Trade and Economics, 2023.

The final qualification work is set out on 48 pages, contains an Introduction, 2 chapters, 3 illustrations, 14 tables, 30 sources in the list of references. The final qualification work is devoted to the study of the forms and consequences of social responsibility of international companies.

The object of research is the process of formation and development of social responsibility of international companies. The subject of the study: theoretical foundations and practical aspects of the formation and development of social responsibility of an enterprise - a subject of international business. Purpose of the study: to study and substantiate the formation and development of social responsibility of international companies.

The first chapter of the work defines the essence and forms of social responsibility of international companies. In the second chapter of the work, an assessment and analysis of the social responsibility of companies and associations is provided.

Key words: social responsibility, international, during the war, financial reporting, priority areas.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ.....	5
1.1 Поняття та структурні складові соціальної відповідальності міжнародних компаній.....	5
1.2 Функції соціальної відповідальності міжнародних компаній.....	10
Висновки до Розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. Практичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.....	20
2.1 Розвиток та впровадження проєктів соціальної відповідальності в рамках діяльності міжнародної компанії «МХП».....	27
2.2 Роль ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» у сфері розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.....	33
Висновки до Розділу 2.....	42
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	48

ВСТУП

Соціальна відповідальність міжнародних компаній є важливою темою, тому що несе за собою певні наслідки, що впливають на людство та довкілля, а також розвиток компаній.

Актуальність цієї теми полягає у проблемах нашого суспільства та їх вирішення. Проблеми мають екологічний, економічний, військовий, політичний та соціальний характер: бідність, гендерна нерівність, безробіття, експлуатація дитячої праці, дискримінація, расизм, пандемія, екологічні катастрофи-до розв'язання яких можуть долучатися компанії. Також актуальність даної теми полягає у стрімкому розвитку компанії, залучаючи соціальні проєкти. Не менш важливим є актуальність соціальної відповідальності в нашій країні. Зараз, як ніколи, бізнеси та організації об'єднуються задля допомоги ЗСУ та українцям в цілому, а також задля прискорення перемоги.

Компанії та організації долучаються до соціальної відповідальності, вкладаючи зусилля, ресурс та кошти. Проте йдеться не лише про грошову допомогу: бізнеси можуть інвестувати в різні проєкти, надавати інформаційну підтримку ініціативам, забезпечувати певним обладнанням тих, хто не може собі цього дозволити, тощо. Усі ці сфери потребують уваги та розвитку.

Метою роботи є дослідження соціальної відповідальності компаній, виявлення причин та наслідків соціальної відповідальності. Також метою дослідження, аналіз та рекомендації щодо розвитку соціальної відповідальності бази ГО «Українська асоціація зовнішньої політики».

На основі поставленої мети ми можемо сформулювати наступні завдання:

- надати визначення соціальної відповідальності,
- проаналізувати основні підходи до формування соціальної відповідальності компаній,
- оцінити практичні аспекти формування політики соціальної відповідальності на прикладі міжнародної компанії «МХП»,

- оцінити роль та внесок в процес формування соціальної відповідальності міжнародних компаній зі сторони ГО «Українська асоціація зовнішньої політики»,
- проаналізувати внесок міжнародних компаній та організацій в Україну під час воєнного стану,
- дослідити співпрацю соціального внеску під час війни міжнародних та українських компаній

В якості об'єкта дослідження виступає процес формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.

Предметом дослідження є теоретичні засади та практичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

В роботі були використані наступні **методи дослідження**: емпіричні, а саме: спостереження та опис; теоретичні, а саме: аналіз, узагальнення, пояснення, індукція, дедукція, класифікація тощо; а також метод порівняння.

Структура роботи. Робота складається із вступу, двох розділів, чотирьох підрозділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Список використаних джерел містить 32 найменування.

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

1.1 Поняття та структурні складові соціальної відповідальності міжнародних компаній

Соціальна відповідальність є надважливим фактором розвитку людини, довкілля та суспільства в цілому. Людина розвивається завдяки певним тенденціям, які нам приносить світ, людство тощо. Людина стає наче заручником, і компанії мають досить вагомий вплив на формування світобачення людини, адже вони використовують різні методи просування своєї продукції, використовуючи психологію впливу. Величезну роль в цьому відіграють міжнародні компанії та установи. Вони наче амбасадори життя, адже кожна людина у своєму житті хоча б раз була учасником якоїсь світової тенденції, а хтось навіть несе за це відповідальність, тобто керівники та працівники.

Часто міжнародні компанії, асоціації, установи беруть на себе відповідальність за дії компанії та створення саме позитивного впливу своєю діяльністю на споживачів, працівників, на суспільство в цілому та навколишнє середовище. Але важливо зауважити, що перед компанією чи установою також стоїть чимала відповідальність-завоювати довіру споживача, нести позитивні наслідки та мати якомога менше негативних відгуків. Споживачі відчувають, що коли вони користуються продуктом або послугою соціально-відповідальної компанії, вони виконують свою роль. Чим більше соціально-відповідальною є компанія, тим більшою підтримкою стає її спільнота та споживачі. Структура соціальної відповідальності бізнесу, з огляду на її об'єкт, складається з кількох рівнів: відповідальність перед споживачем, відповідальність перед підлеглими, відповідальність перед суспільством, країною, відповідальність перед акціонерами чи компаньйонами. Загалом соціальна відповідальність зосереджена на таких питаннях, як вказано на рисунку 1.1.:

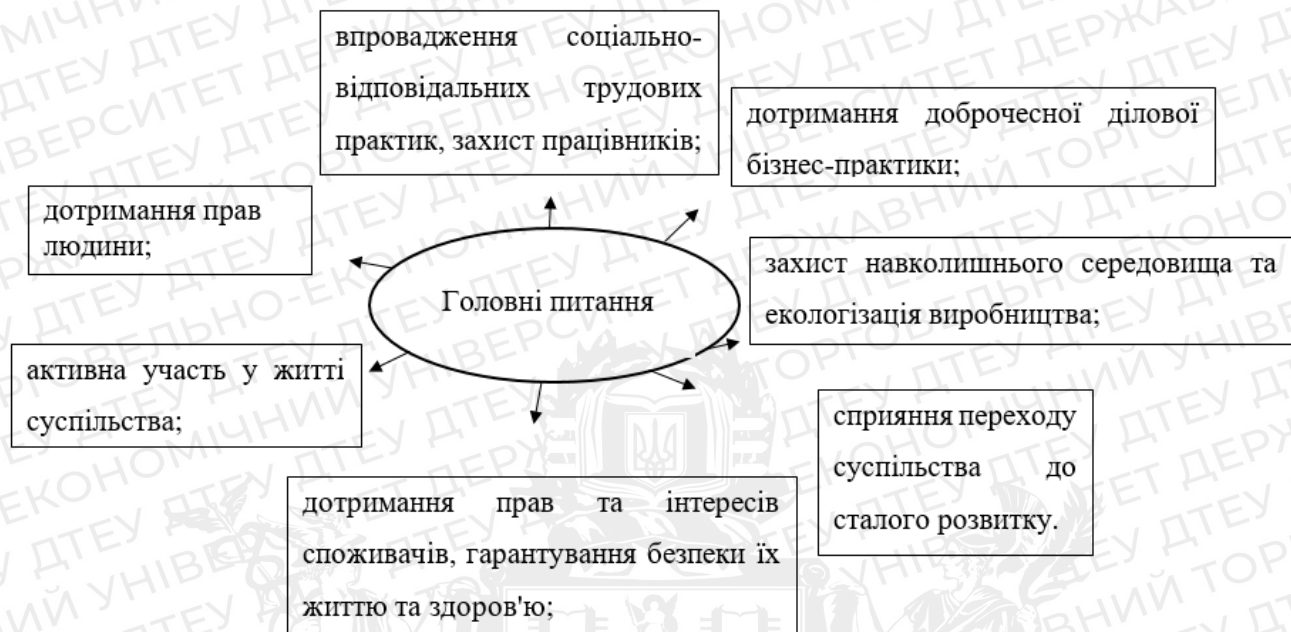


Рис.1.1. Головні питання соціальної відповідальності міжнародних компаній.

Джерело: складено автором на основі [1]

Ми можемо визначити наступні позитивні сторони (наслідки) корпоративної соціальної відповідальності:

- Компанії, відомі своєю корпоративною відповідальністю, можуть отримати перевагу в залученні інвесторів, ділових партнерів і нових співробітників, а також у встановленні переваг клієнтів;
- Багато програм компанії в співтоваристві можуть сприяти розвитку навичок співробітників. Волонтерство та інші форми участі співробітників допомагають розвивати різні компетенції, включаючи командну роботу, планування і реалізацію, комунікацію, управління проектами, навички слухання і орієнтацію на клієнта;
- Активна участь у громадській діяльності створює позитивну репутацію серед зацікавлених сторін в компанії [32].

Задля впровадження в дію соціальну відповідальність компанії співпрацюють із журналістами за ЗМІ, громадськими діячами та політиками, з молодіжними організаціями та волонтерами. Зараз дуже популярні соціальні мережі, де можна не тільки створити бізнес, а й вести благодійну діяльність, створювати фонди, отримувати прямий зворотній зв'язок тощо.

Соціальна відповідальність компаній щільно перегукується з етикою бізнесу. Ділова етика вивчає відповідну бізнес-політику та практику щодо потенційно суперечливих тем, включаючи корпоративне управління, інсайдерську торгівлю, хабарництво, дискримінацію, корпоративну соціальну відповідальність та багато іншого. Закон часто керує діловою етикою, але в інших випадках ділова етика забезпечує основне керівництво, якого підприємства можуть дотримуватися, щоб отримати схвалення громадськості [4].

Чому ж ділова етика важлива? Є кілька причин, чому ділова етика є важливою для успіху в сучасному бізнесі. Найважливіше те, що визначені програми етики встановлюють кодекс поведінки, який керує поведінкою співробітників — від керівників до середнього керівництва до найновіших і наймолодших працівників. Коли всі співробітники приймають етичні рішення, компанія створює репутацію етичної поведінки[4]. Її репутація зростає, і вона починає відчувати переваги, які ми можемо узагальнити та перерахувати, а саме:

- Упізнаванність і зростання бренду;
- Підвищена здатність до переговорів;
- Підвищення довіри до продуктів і послуг;
- Утримання та зростання клієнтів;
- Приваблення інвесторів [8].

Поєднання соціальної відповідальності та етики бізнесу, як показало дослідження, полягає у тому, що соціальна відповідальність та етичні практики покращують фінансову ефективність компанії.

Варто відмітити, що компанії, а особливо міжнародні, впливають на суспільство, як було зауважено раніше, з психологічної точки зору. Зараз Світ перебуває в такому стані, коли людина має робити все задля того, щоб існування на Землі людини продовжувалося якомога довше. У певній мірі міжнародні компанії несуть за це велику відповідальність. Компанії повинні ділитися тим, як вони намагаються позитивно вплинути на світ, щоб громадськість могла побачити їхні соціальні ініціативи. Демонстрація зусиль є ключовою, оскільки ці зусилля вплинуть на вибір, який вони роблять як споживачі.

Часто міжнародні компанії беруть на себе відповідальність з благодійної точки зору. Вони жертвують кошти фондам, які займаються благодійністю або створюють такі фонди самостійно. Але варто зауважити, що благодійність від компанії відрізняється від благодійності фізичної особи. Благодійність від компанії має на увазі бізнес чи компанію, що на постійній основі спрямовує ресурси на вирішення певного питання. У такому разі завжди має бути звітність про витрати, а вигода закладена у сталу бізнес-модель [24]. Компанії, що здійснюють соціальну відповідальність, мають опиратися на такі Міжнародні стандарти: Глобальний договір ООН, Глобальну ініціативу зі звітності, стандарт соціальної відповідальності ISO 26 000, керівні принципи Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) та цілі сталого розвитку ООН [27].

В Україні також є центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Він просуває принципи сталого ведення бізнесу та соціальної відповідальності, впроваджує КСВ-проекти задля системних змін в країні. Але соціальна відповідальність міжнародних компаній-це не тільки відповідальність про довкілля та суспільство, це також відповідальність за персонал. Соціальний захист передбачає систему гарантій дотримання інтересів працівників у разі втрати або зниження доходів внаслідок безробіття і каліцтва, право на соціальне, медичне і пенсійне страхування і забезпечення, а також надання додаткового «соціального пакету» і різних соціальних послуг в сфері охорони здоров'я, відпочинку, сприяння

у поліпшенні житлово-побутових умов. До соціального пакету, що пропонують передові підприємства, входять: індексація заробітної плати у зв'язку із зростанням споживчих цін у більшому розмірі, ніж це було передбачено тристоронніми угодами в рамках соціального партнерства, забезпечення працівників безкоштовним або частково оплачуваних харчуванням, путівками в санаторії, туристичні бази і будинки відпочинку, абонементами в спортивні установи, утримання в дитячих установах, медичне страхування тощо. Соціальні блага можуть надаватися у натуральному вираженні шляхом надання конкретних послуг або шляхом компенсації у грошовому еквіваленті відповідних витрат. Соціальний пакет є важливим чинником стимулювання працівників, тому порядок надання соціальних послуг та їх перелік повинні бути закріплені в колективному договорі [20].

Можна узагальнити саме відмінності внутрішньої відповідальності (тобто відповідальності за працівників компанії) та зовнішньої (за суспільство, довкілля тощо):

Таблиця 1.2

Основні групи соціальної відповідальності

<i>Внутрішня соціальна відповідальність</i>	<i>Зовнішня соціальна відповідальність</i>
1. Медичне та соціальне страхування	1. Спонсорство і корпоративна благодійність
2. Стабільність заробітної плати	2. Охороні навколишнього середовища
3. Безпека праці	3. Взаємодія з місцевою владою
4. Розвиток людських ресурсів (програми підготовки та підвищення кваліфікації)	4. Участь в кризових ситуаціях
	5. Відповідальність перед споживачами

Джерело: складено автором на основі [4]

Зовнішня соціальна відповідальність несе за собою чимало позитивних наслідків, серед яких можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проєктів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни і регіону, а також можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю.

Щодо ситуації в Україні слід зауважити, що найголовніші вектори соціальної відповідальності-це є війна та вступ в Європейський Союз. Наразі всі українські компанії вкладають частку свого прибутку задля допомоги Зброєним Силам України. Міжнародні компанії також долучаються до допомоги та співпрацюють з українським бізнесом. Це є дуже важливим, як з політичної точки зору, так і з економічної. Багато міжнародних організацій ведуть активну боротьбу проти Російської Федерації та воюють з нею в політичному та економічному інфпросторах.

1.2 Функції соціальної відповідальності міжнародних компаній

Сучасний світ складається не тільки з приємних подій, але й з певних проблем, які несуть за собою величезні ризики для життя людства та планети. Мета соціальної відповідальності міжнародних компаній полягає в тому, щоб надавати користь суспільству, брати участь у благодійних справах і надавати позитивну соціальну цінність, покращувати рівень життя та екологію, а також виводити свій бренд на новий рівень. Міжнародні компанії відповідальні за продукцію, яку вони виробляють. Якщо це компанія, яка спеціалізується на продуктах харчування або на засобах догляду за шкірою, або це фармацевтична компанія-тоді вона несе досить велику відповідальність за здоров'я людини, або компанія, але задля того, щоб покращувати цей внутрішній розвиток, становлення та зріст бренду, компанія повинна мати кваліфікованих спеціалістів, які не нехтують своєю працею та викладаються на всі сто. Задля успішного розвитку та позитивної віддачі від

споживачів, компанія має розвивати та вкладати в працівників, має забезпечувати комфортні умови праці або іншими словами нести соціальну відповідальність. Хочу навести приклади декількох відомих світових компаній та проаналізувати соціальну відповідальність не тільки зовнішню, але й внутрішню.

Однією з найуспішніших світових компаній є компанія Волта Діснея. Місія компанії — розважати, інформувати та надихати людей у всьому світі за допомогою неперевершеної оповіді, що відображає культові бренди, креативні уми та інноваційні технології, які роблять компанію провідною розважальною компанією у світі. Окрім своєї виробничої місії, компанія покращує екологію довкілля, піклується про людство та наділяє велику увагу працівникам своєї компанії [26]. Вони активно забезпечують сувору міжнародну трудову політику для захисту безпеки та прав своїх працівників. Дісней прагне захищати планету та створювати позитивну екологічну спадщину для майбутніх поколінь. Компанія працює над скороченням викидів; реалізовує локальні стратегії вододілу; максимізує відведення відходів шляхом скорочення, переробки, і програми повторного використання; надихає на захист природи.

Компанія у 2021 році представила три основні напрямки корпоративного соціального захисту. Напрямки спеціалізуються на екологічних питаннях, питаннях дитячого захисту та покращення умов праці в компанії. Ось ці напрямки та короткий екскурс цілей, які мають набути свого втілення до 2030 року:

1) Світ у балансі-охоплює наступні питання:

1. Викиди (Цілі на 2030 рік):

- Електроенергія зі 100% нульовим викидом вуглецю
- Інновації для низьковуглецевого палива
- Інвестиції в природний клімат

2. Вода та океани (Цілі на 2030 рік):

- Реалізація локалізованого
- управління вододілом

- Джерело стійких морепродуктів
3. Відходи (Цілі на 2030 рік):
- Нуль відходів на звалище для наших парків і курортів, які повністю управляються
4. Матеріали (Цілі на 2030 рік):
- Використання переробленого, сертифікованого або
 - Перевіреного стійкого паперу і деревини
 - Принаймні 30% переробленого пластику
 - в продуктах і упаковці
 - Дизайн упаковки для повторного використання,
 - переробка або компостування
5. Сталий дизайн
- Нові проекти будівництва у США та Європі
 - досягти 90% утилізації будівельного сміття.

Таблиця 1.3

**Екологічне управління в рамках соціальної відповідальності
(на прикладі корпорації Волта Діснея)**

Викиди та енергія	2018	2019	2020	2021
Викиди (метричні тонни CO ₂ e)	897,432	856,619	597,067	503,221
Викуплені вуглецеві кредити (метричні тонни CO ₂ e)	892,769	860,620	470,209	410,120
Відсоток електроенергії з нульовим вмістом вуглецю	-	-	-	39%
Відходи				
Загальний відсоток операційних відходів, перенаправлених з полігону на сміттєзвалище та спалювання (компанія)	54%	57%	60%	61%
Вода				
Спожита питна вода (мільярди галонів)	6,46	6,53	4,99	5,15
Сталий дизайн				
Construction Waste Diverted (U.S. and Europe)	-	-	-	97%

Джерело: складено автором на основі [26]

2) Світ надії

Компанія підтримує дітей, які зіткнулися з важкими захворюваннями, та їхні сім'ї в усьому світі так, як може тільки Дісней, використовуючи силу історій та улюблених персонажів, унікальний досвід, винахідливість співробітників і таланти акторів. У рамках оголошених у 2020 році інвестицій у розмірі 100 мільйонів доларів компанія продовжує допомагати переосмислювати пацієнтів у дитячих лікарнях за допомогою трансформаційних муралів та інтерактивних настінних розписів, тренінгів Інституту Дісней, розроблених для лікарень, кінопоказів, доступу до Disney+ та багато іншого. Нещодавно компанія відкрила розважальні будиночки в стилі Дісней в дитячих лікарнях по всьому Китаю. Відповідно до вимог соціального дистанціювання, волонтери регулярно відвідують розважальні центри, щоб провести час з дітьми, граючи в ігри та займаючись ремеслами. Дісней також оголосили про пожертву на навчання педіатричних медичних працівників у рамках п'ятирічної Національної програми навчання педіатричній соціальній роботі, щоб допомогти ще більше покращити досвід перебування в лікарні для маленьких пацієнтів та їхніх родин.

Волонтерство є центральною і незмінною частиною культури компанії та основою зусиль із залучення громадськості. За понад 38 років співробітники Дісней та актори по всьому світу відпрацювали понад 12 мільйонів годин, підтримуючи громади, в яких вони живуть і працюють. У 21 фінансовому році актори та працівники відпрацювали понад 340 000 годин у рамках програми Disney VoluntEARS, причому волонтерство було переважно віртуальним через обмеження, спричинені COVID-19. Завдяки програмі грантів Disney Volunt EARS працівники та актори можуть перетворити свої години волонтерської роботи на гранти на загальну суму до \$2,000 щорічно на підтримку обраних ними благодійних організацій [26].

Таблиця 1.4

Види соціального впливу
(на прикладі компанії Волта Діснея)

Благодійні внески	2018	2019	2020	2021
Благодійні внески (готівкою, млн. дол. США)	\$103.7	\$107.0	\$80.4	\$87.1
Благодійні внески (внески в натуральній формі, мільйони доларів США)	\$229.1	\$231.2	\$252.7	\$206.6
Загальна сума благодійних внесків	\$332.8	\$338.2	\$333.1	\$293.7
Часи волонтерства	600,100	612,300	321,700	341,500
Загальні прямі витрати на меншини, жінок, людей з інвалідністю, ветеранами, ветеранами з інвалідністю	\$554.7	\$590.8	\$438.7	\$449.0

Джерело: складено автором на основі [26]

3) Інвестування в працівників

Disney пропонує конкурентоспроможний загальний пакет винагород, який включає оплату праці, медичні та ощадні пільги, програми відгулів, рішення для створення сім'ї, освітні можливості та багато іншого - все це розроблено для того, щоб кожен працівник відчував, що його цінують і про нього піклуються, пропонуючи йому підтримку, необхідну для того, щоб він і його сім'я могли спокійно жити поза робочим життям. Дісней надає працівникам, які не є членами профспілки, лікарняні та/або оплачувані відгули, які дорівнюють, а в багатьох випадках і перевищують ті, що передбачені різними державними та місцевими законами. Disney також надає лікарняні тимчасовим працівникам, якщо це передбачено законодавством. Працівники, які потребують тривалої відпустки за станом здоров'я, мають право при прийнятті на роботу взяти відпустку за станом здоров'я. Відпустка для догляду за іншими особами не обмежується визначеними членами сім'ї, а поширюється на всіх, кого працівник вважає своєю сім'єю. Ми

також пропонуємо рішення для догляду за сім'єю, що включають в себе варіанти резервних ресурсів для догляду, літній табір, догляд за домашніми тваринами, репетиторство та навчання в коледжі, а також покращили наші рішення для охорони психічного здоров'я, розширивши нашу Програму допомоги працівникам, запропонувавши доступ до Talkspace (онлайн-додаток для терапії) та навчаючи наших працівників відділу кадрів з питань психічного здоров'я.

Таблиця 1.5

Основні показники компанії Волта Діснея за фактором «Робоча сила»

Працевлаштування та статус зайнятості	2018	2019	2020	2021
Глобальні співробітники	185,000	224,000	203,000	190,000
Благодійні внески (внески в натуральній формі, мільйони доларів США)	20,700	38,000	41,800	38,300
Середня заробітна плата в американських парках і курортах Діснея (погодинно)	-	-	\$17/год	\$17/год

Джерело: складено автором на основі [26]

Розглянемо приклади проєктів соціальної відповідальності компанія Кока-Кола. Компанія Кока-Кола є також однією з найприбутковіших. Їх політика розповсюджується не тільки на внутрішню корпоративну відповідальність, але й на зовнішню відповідальність [13]. Компанія розробляє та формує велику кількість проєктів у сфері соціальної відповідальності, а саме, робить усе можливе задля покращення життя планети та населення. Компанія «Кока-Кола» впроваджує соціальну відповідальність за наступними напрямками, як вказано на Рисунку 1.2. Ми можемо проаналізувати звітність компанії в частині відсотків корпоративного бюджету, що спрямовуються на ті, чи інші проєкти:

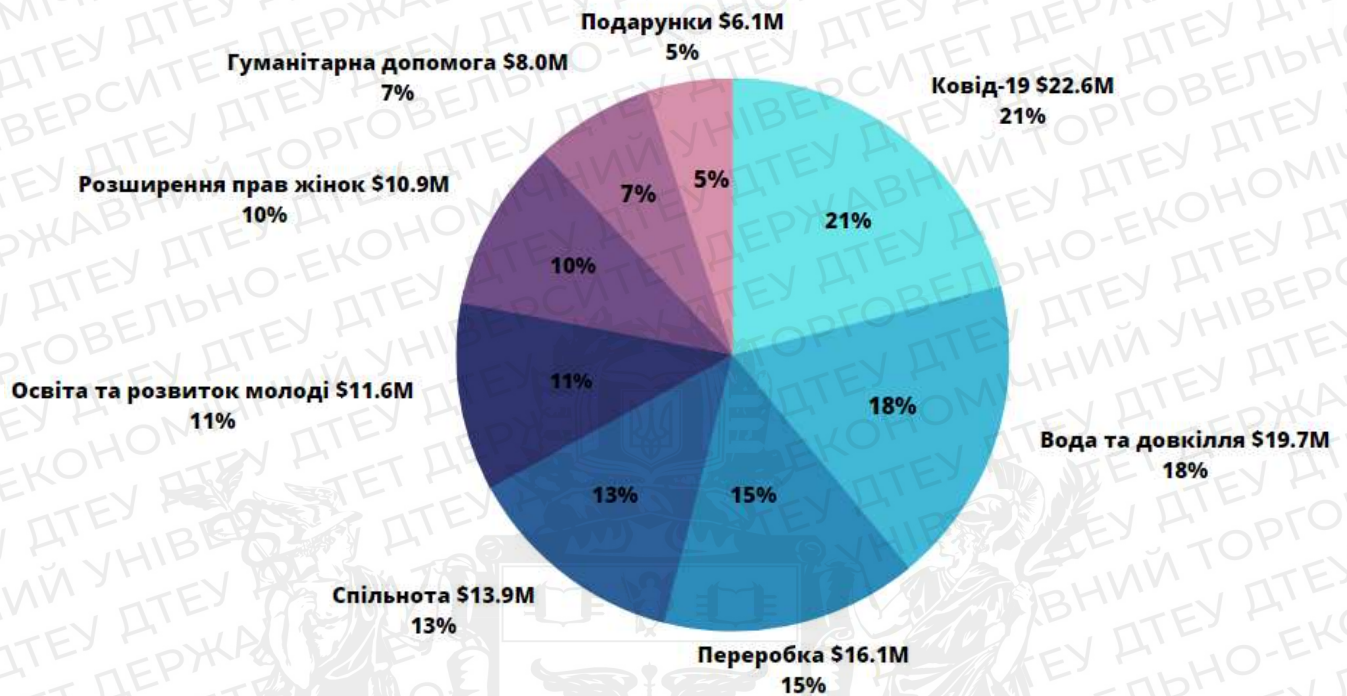


Рис. 1.2 Фінансові внески (витрати) компанії Кока-Кола за проектами соціальної відповідальності за 2021 рік

Джерело: складено автором на основі [12]

В Україні компанія виявила одна з найперших зацікавленість працювати на місцевому ринку. Компанія інвестує в економіку України з 1992 року. До 24 лютого 2022 року філія в Україні активно брала участь в соціальній допомозі. Впроваджувала соціальну відповідальність по таким напрямкам як: забруднення річок в Україні, Ковід-19, жіноче лідерство, відновлення води, переробка пластику тощо. Але з приходом повномасштабної війни компанія змінила вектор відповідальності. Компанія вийшла з російського та білоруського ринку та не співпрацює з цими країнами, бо підтримує сторону України.

Компанія Кока-Кола спільно з Соса-Кола НВС та іншими партнерами з розливу напоїв під брендами Кока-Кола, а також Фондація Кока-Кола, починаючи

з лютого 2022 року разом зобов'язалися виділити понад 18 млн євро на гуманітарну допомогу в Україні та підтримку працівників Системи Кока-Кола, які перебувають в Україні. Зокрема, на 4 млн євро із залученням Італійського Червоного Хреста закуповують продуктові набори, які Товариство Червоного Хреста України роздає найбільш постраждалим українцям». [13]

Команди в Україні надають гуманітарну підтримку лікарням, пунктам допомоги біженцям та громадам в Україні, в тому числі - координують масштабні поставки води, продуктів та необхідного обладнання місцевим лікарням та медичним установам. Окрім того, працівники працюють волонтерами: привозять напої та ліки, готують їжу, допомагають біженцям та надають соціальну підтримку в усіх регіонах України. Наразі Кока-Кола зосередилася на трьох основних напрямках допомоги:

- постачання продовольчих наборів;
- відновлення інфраструктури;
- підтримка громад, згідно з їхніми найгострішими потребами.

Наразі досить велика кількість міжнародних компаній долучаються до підтримки України у війні. Вони допомагають в економічному, політичному, соціальному секторах України.

Величезну роль відіграють також міжнародні установи та організації, допомагають Україні, як військовим шляхом, так і дипломатичним. Країни, що підтримують Україну, зокрема ЄС, США та Велика Британія, надсилають Україні військову техніку та проводять на своїх полігонах навчання для Зброєних Сил України, також виділяють грошову допомогу та впроваджують соціальні проекти для біженців.

Наразі українці розкидані по всьому світі.

Школяри та студенти здобувають безкоштовну освіту в закордонних навчальних закладах, дорослі працюють та отримують соціальні виплати, завдяки яким можуть жити закордоном.

Таблиця 1.5

Вектори допомоги українцям від міжнародних організацій

Агенція ООН у справах біженців	Опікується особами без громадянства, біженцями, внутрішньо-переміщеними особами, особами постраждалими внаслідок конфлікту та надає їм правову, матеріальну допомогу, допомогу в інтеграції тощо.
Організація з безпеки і співробітництва в Європі	Підтримка в сферах правової освіти, міграції, прав біженців, соціальної реабілітації осіб, які постраждали від кризи, боротьби з торгівлею людьми, захист довкілля, свобода ЗМІ.
Делегація Європейського Союзу в Україні	Бере участь у реалізації програм допомоги Європейського Союзу. Наразі працює над створенням широкої міжнародної коаліції для підтримки України та засудження дій Росії.
Diakonie Katastrophenhilfe	Німецька благодійна організація підтримує постраждалих, надаючи гуманітарну допомогу як в Німеччині, так і в Україні та інших країнах Європи, які приймають українських біженців.
Лелека Foundation	Американська благодійна організація, яка збирає кошти на допомогу українцям з 2014 року. Закупує аптечки та ліки, допомагає лікарням, надає адресну допомогу важкохворим та пораненим.
Український Гуманітарний Фонд	Створено Координатором допомоги ООН у надзвичайних ситуаціях (ERC), надає фінансування найефективнішим гуманітарним партнерам в Україні.
Агенція ООН, що спеціалізується на питаннях розвитку	Системне реагування на потреби внутрішньо переміщених осіб і людей, що живуть у районах, постраждалих від конфлікту

Джерело: складено автором на основі [19]

Це далеко не всі організації, що долучаються до допомоги, але важливо відмітити, що вони дійсно роблять вагомий вклад в майбутнє України: у територіальну цілісність, у вступ України в Європейський союз, гуманітарну допомогу та багато іншого.

Висновки до Розділу 1

Отже, з 1 розділу стає зрозуміло як саме може варіюватися соціальна відповідальність, тобто узагальнено поділяється на внутрішню та зовнішню, що відрізняється відповідальністю всередині компанії і розповсюджується на її співробітників та відповідальністю за споживачів та суспільство в цілому. Були наведені факти актуальності дослідження теми. Також залучені приклади та проведено аналіз соціальної відповідальності компаній Disney та Сока-Сола. Досліджено допомогу Україні від компанії Сока-Сола у повномасштабній війні з Росією та наведено приклади векторів допомоги українцям від міжнародних організацій, які полягають у наданні допомоги особам без громадянства, біженцями, внутрішньо-переміщеними особами, особам постраждалими внаслідок конфлікту та надання їм правової, матеріальної допомоги, допомоги в інтеграції тощо.

РОЗДІЛ 2

Практичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній

2.1 Розвиток та впровадження проєктів соціальної відповідальності в рамках діяльності міжнародної компанії «МХП».

Соціальна відповідальність або корпоративна соціальна відповідальність компаній є невід’ємною частиною діяльності компаній. Соціальні проєкти, які впроваджують компанії сприяють розвитку бізнесу компаній. Яким чином соціальна відповідальність впливає на покращення підприємницької діяльності та економічних показників компанії в цілому? По-перше, це імідж компанії або покращення репутації: Компанії, які демонструють соціальну відповідальність, можуть залучати більше клієнтів, які сприймають позитивні зусилля компанії як важливий фактор в процесі прийняття рішення про покупку. Це може призвести до збільшення обсягів продажів та розширення ринку. По-друге, це про зниження ризиків: Компанії, які дотримуються соціально відповідальних практик, можуть знижувати ризики пов'язані з правовими проблемами та негативними наслідками для довкілля. Це може сприяти зменшенню витрат на виробництво та рекламу. По-третє, працівники більш імовірно будуть залучені до компанії, яка має чіткі цінності та відповідальність перед спільнотою. Це може позитивно позначитися на продуктивності та зменшенні витрат на найм працівників.

Отже результат проведення будь-якої соціальної відповідальності є дуже важливим, адже від цього залежить майбутнє компанії. У попередньому розділі вектор дослідження було направлено на різні аспекти соціальної відповідальності- від зовнішніх проєктів, тобто про навколишнє середовище, благодійність, проблем суспільства в цілому до внутрішніх (соціальна відповідальність у середині компанії, відповідальність за працівників тощо). Але на часі є актуальна тема, а саме війна в Україні. Чимало компаній долучилися вже та долучаються до допомоги нашої країні та нашим людям. Однією з таких компаній є МХП. Це міжнародна компанія

у сфері харчових та агротехнологій та ритейлу зі штаб-квартирою в Києві та виробничими потужностями в Україні та на Балканах. Компанія спеціалізується на виробництві курятини та вирощуванні зернових, а також веде іншу аграрну діяльність (виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання). [17]

МХП в Україні-це:

- 1) Провідний виробник м'яса птиці в Європі з одним із найсильніших продуктових брендів в Україні.
- 2) Один з найбільших виробників зерна в Україні зі значним потенціалом зростання.
- 3) Найбільший виробник на ринку м'ясопереробки в Україні.

Компанія веде активну соціальну діяльність у світі та Україні. Яскравими прикладами є проекти, які компанія активно впроваджує, а саме це стосується громад, їх соціального, економічного та екологічного положення. МХП співпрацює з неприбутковими та благодійними організаціями та фондами, інвестуючи в наші громади шляхом фінансових та натуральних пожертвувань, включаючи волонтерство, продукти та послуги, а також надаючи матеріальні цінності, такі як ліки та продукти харчування, та інші. Існує цілий окремий благодійний фонд «МХП-громаді», який активно долучається до соціальних потреб українських міст та сіл та впроваджує соціальні проекти. Мета фонду: створення умов для саморозвитку дітей, молоді, працездатного населення та людей похилого віку через забезпечення доступу до освіти, культури, економічного розвитку та спортивної активності. Зміцнення громадської свідомості та соціальної взаємодії в громадах шляхом фінансової та організаційної підтримки проектів, спрямованих на підвищення рівня освіти, здоров'я, культури, спорту та розвитку соціальної інфраструктури. «МХП–Громаді» співпрацює та втілює спільні розвиткові, освітні, медичні, інфраструктурні та культурні проекти разом із міжнародними та українськими донорами: компанією МХП, Програмою розвитку ООН в Україні,

ICAP «Єднання», Швейцарським Агентством SIDA, USAID, Посольством Японії в Україні, Zagoriy Foundation.

З 2020 року МХП трансформує бізнес-модель з міжнародного постачальника сировини на міжнародну кулінарну компанію, постачальника якісних готових до приготування та готових до вживання продуктів харчування. В новій бізнес-моделі виробництво сировини стане тільки частиною бізнес-ланцюжка. Активно розвиваються інноваційні рішення в харчовій, кулінарній промисловості. За два роки було відкрито унікальний в країні «Кулінарний Центр», магазини м'яса і гастрономії «М'ясомаркет», «Свіжа Їжа», точки стрітфуду «Döner Маркет». МХП фокусується на реалізації проєктів, спрямованих на становлення сучасної культури харчування в Україні, де люди інвестують час не в приготування їжі, а в найважливіше для них — родину, хобі, навчання, спілкування, дозвілля, відпочинок.

Щодо міжнародної діяльності, МХП є активним учасником світового експортного ринку. Компанія постачає свою продукцію до багатьох країн світу, зокрема до країн Європейського Союзу, СНД, США, Африки та Близького Сходу. Вона займає значну частку на міжнародному ринку курятини. За даними на 2021 рік, близько 40% виробленої компанією продукції експортується.

МХП активно розвиває експортні ринки, шукаючи нові можливості для розширення своєї присутності. Компанія використовує сучасні технології виробництва, дотримується високих стандартів якості і безпеки продукції, що сприяє популярності їхніх товарів на міжнародному ринку.

МХП також здійснює інвестиційні проєкти за кордоном, зокрема у СНД і Африці, з метою розвитку нових птахопромислових комплексів. Ці проєкти спрямовані на забезпечення стабільного постачання продукції і задоволення попиту на курятина на регіональних ринках.

Крім того, МХП є активним учасником міжнародних торгових виставок та конференцій, зокрема, виставки SIAL в Парижі, Anuga в Кельні, Gulfood в Дубаї та інших.

Також важливо зазначити, що МХП активно веде роботу з приваблення іноземних інвесторів та співпрацює з міжнародними фінансовими інститутами, такими як ЄБРР та IFC. Компанія також бере участь у реалізації проектів з розвитку сільського господарства в Україні за підтримки міжнародних фондів та програм.

Корпоративна соціальна відповідальність компанії — невід'ємна частина ведення бізнесу МХП. МХП виділив 5 цілей сталого розвитку, які є важливими для компанії і КСВ:

1. подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування та сприяння сталому розвитку сільського господарства. Уже 10 років компанія нарощує потужності з виробництва курятини і зерна (а також рослинного масла і продуктів, вироблених з курки) і продає свою продукцію в 63 країни світу.
2. забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості і екологічної стійкості міст і населених пунктів. Робота компанії з регіонами, розвиток їх соціальної, культурної та економічної діяльності, сприяння самозайнятості реалізується через програму «Село: кроки до розвитку».
3. прийняття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату і його наслідками. МХП реалізує екологічну політику, будує біогазовий комплекс, контролює викиди CO₂, управляє водними ресурсами і відходами.
4. партнерство заради сталого розвитку. Партнерство — один із ключових принципів при розробці та реалізації проектів і програм в регіонах присутності підприємств компанії.
5. Інновації:
 - У 2017 році з метою поширення мобільності і поліпшення комфортності робочих місць в МХП були введені наступні рішення:

- співробітники переведені на VDI (Віртуальні робочі столи) і впроваджена RASPBERRY PI з метою зменшення витрат, підвищення рівня захисту та поліпшення мобільності в офісі;
- введений в роботу персональний асистент в Telegram і Viber, який вирішує різні повсякденні завдання: бронювання переговорних кімнат, замовлення транспорту, реєстрація гостей, пошук контактів співробітників, інформація про курси валют і т. д.;
- модернізовано облікову систему (єдина в СНД), яка працює на дві країни (primarysecondary) на платформі 1С версії 8.3;
- введено систему ITSM — система управління запитами, інцидентами, змінами і проблемами в IT;
- впроваджено SLA СИСТЕМУ — підрахунок рівня сервісу на кожному підприємстві (робота 24/7), в тому числі підрахунок часу і якості;
- запущений проєкт ARIYA — телефонний сервіс самообслуговування користувачів і екстреної IT допомоги.

Для поліпшення роботи зі стейкхолдерами в 2017 році була переглянута Політика корпоративної соціальної відповідальності, яка охоплює питання взаємодії з різними стейкхолдерами.

Компанія співпрацює з 7 групами стейкхолдерів: співробітники, громади, державні органи (державні органи всіх рівнів і установи на території присутності компаній МХП), медіа (регіональні, обласні, всеукраїнські ЗМІ), бізнес-партнери, міжнародні та неурядові громадські організації, інвестори (IFC, EBRD, банківських установ, акціонерів компанії).

У 2017 році було прийнято рішення готувати єдиний консолідований документ про результати діяльності та плани всіх підприємств МХП — План взаємодії із зацікавленими сторонами. Таке рішення є результатом планового впровадження єдиного централізованого ведення і контролю сфери корпоративної

соціальної єдиного централізованого ведення і контролю сфери корпоративної соціальної відповідальності Групи МХП [18].

Таблиця 2.1

Фінансова звітність БФ «МХП-громаді» за 2020-2021 рр.

Показники	Сума (грн)	
	2020 р.	2021 р.
1. Доходи неприбуткової організації	103 081 888	136 663 223
Надходження у вигляді безповоротної фінансової допомоги, добровільних пожертвувань, милосердя тощо, у тому числі	103 081 888	136 663 223
Благодійна допомога	103 081 888	136 663 223
2. Видатки неприбуткової організації	103 081 888	136 663 223
Вартість активів (коштів або майна), вартість товарів (робіт, послуг), використаних (переданих) для фінансування видатків на утримання неприбуткової організації, реалізації мети (цілей, завдань) та напрямів діяльності, визначених її установчими документами, та/або для здійснення неприбуткової (добродійної) діяльності, передбаченої законом для релігійних організацій	8 934 089	17 950 455
Безповоротна фінансова допомога, добровільні пожертвування, милосердя тощо, у тому числі	94 147 799	118 712 768
Благодійна допомога	94 147 799	118 712 768

Джерело: складено автором на основі [21]

Узагальнюючи, можна виділити чотири вектори розвитку соціальної відповідальності компанії МХП:

- 1) Соціальний капітал;
- 2) Громадське здоров'я;
- 3) Спроможна громада;
- 4) Екологія і енергоефективність.

Саме за цими напрямками МХП втілює соціальні проекти та зміцнює роботу як зсередини компанії так і ззовні.

Таблиця 2.2

Напрями соціальних проєктів МХП

1) Соціальний капітал	2) Громадське здоров'я	3) Спроможна громада	4) Екологія та енергоефективність
6100 школярів забезпечили канцелярськими наборами	803,7 тис. грн інвестували в медицину	6 млн грн грантових коштів у межах конкурсу бізнес-ідей "РОБИ СВОЄ"	2 млн грн інвестували в екологічні проєкти
49 тис. дітей отримали новорічні подарунки	250 тис. грн на купівлю медичного обладнання	11 300 тонн врожаю в межах благодійної акції "Збережемо врожай разом"	1 528 волонтерів долучилися до «Всеукраїнської толоки»
1 117 кінопоказів у межах проєкту «Кіно заради Перемоги!»	635 волонтерів взяли участь в акції "День донора МХП"	114 000 пакунків насіння в межах благодійної акції "Посій насіння з МХП"	26 населених пунктів прибрали від побутового сміття
64 культурні заходи в громадах	327 тис. грн загальний бюджет проєкту "Лікар для села"	8 млн грн у межах Всеукраїнського конкурсу мікрогрантів "Час діяти, Україно!"	12 парків та відпочинкових зон розчистили
15 благодійних концертів у межах проєкту «Співаймо заради Перемоги!»	25 сіл отримали медичну допомогу в межах проєкту "Лікар для села"	2,8 тис. тонн м'яса в громади	19 ділянок довкола виробничих підприємств очистили від сміття
1,2 млн грн на підтримку спортивних команд	1 883 консультації лікарів у межах проєкту "Лікар для села"	2,8 млн грн на ремонт закладів освіти	5 територій біля шкіл, дитсадків та будинків культури прибрали

Джерело: складено автором на основі [15]

У 2022 році компанією було запущено проєкт «Час діяти, Україно!». Метою є сприяння вирішенню соціальних проблем громад шляхом підтримки локальних ініціатив під час війни в Україні.

Пріоритетні напрями конкурсу: енергетична безпека, підтримка ВПО, реабілітація ветеранів, системні проєкти в освіті, медицині, інфраструктурі та збереження традицій культурної спадщини. Громади брали участь в конкурсі, де презентували проєкти задля покращення соціального становища населення. Та, як наслідок: 359 поданих проєктних заявок.

Загалом, компанією МХП було реалізовано 84 проєкти у 2022 році.

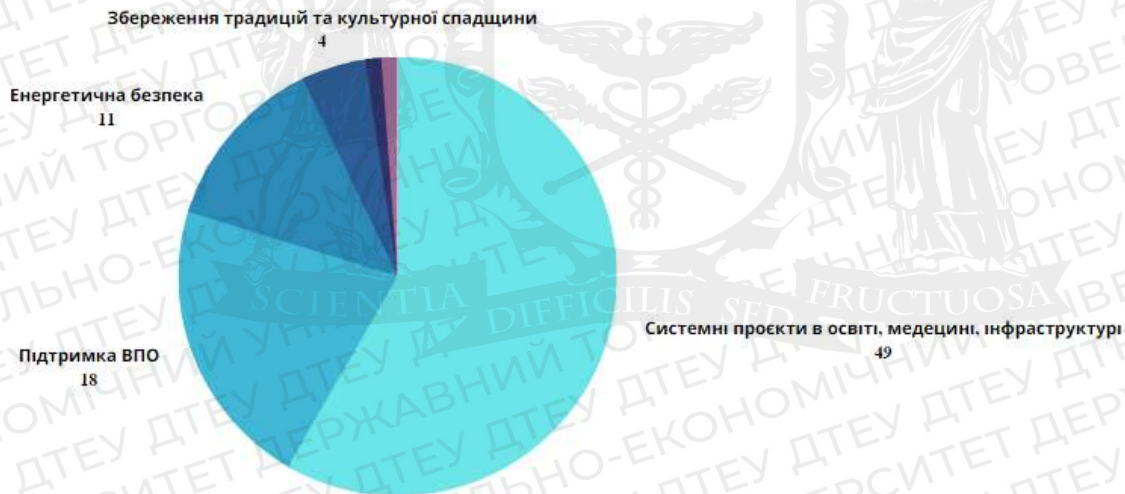


Рис. 2.3 Структура проєктів МХП у 2022 році

Джерело: складено автором на основі [16]

Проаналізуємо більш детально проєкт компанії МХП, а саме, розглянемо проєкти соціальної відповідальності компанії із урахуванням бюджетів, що виділялись на вказані проєкти, разом із деякими показниками, як вказано в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Аналітична звітність проєкту

РЕЗУЛЬТАТИ КОНКУРСУ СОЦІАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ «ЧАС ДІЯТИ, УКРАЇНО!»
8 млн грн надані гранти БФ «МХП-громаді»
12 млн грн сума співфінансування: влада-4,7; бізнес-6,3; власні кошти-0,5; громада-0,5 (млн грн)
18, 6 млн грн загальний бюджет
176 тис. осіб охоплено проєктами
2, 6 тис. осіб залучено в проєкти

Джерело: складено автором на основі [31]

З 2016 року МХП запустило проєкт, який надає можливість втілити в реальність бізнес-ідею для підприємців у малих містах та селах. Проєкт існував з 2016 року та активно впроваджувався продовж років. Та, незважаючи на війну в Україні, проєкт продовжив своє існування і у 2022 році був старт нового потоку конкурсу бізнес-ідей. У 2022 році проєкт отримав нову назву «Роби своє».

- Метою проєкту було створення умов для сталого розвитку підприємництва, в т.ч. як відповідь на негативні економічні наслідки війни, у містах та селах на території одинадцяти областей (Дод.А).
- Завданням проєкту було: стимулювати соціально-економічні перетворення в міських та сільських громадах за рахунок ведення підприємницької діяльності, у тому числі створення робочих місць, що забезпечить покращення життя громадян та активізує діяльність громадських ініціатив; Стимулювати розвиток «дефіцитних» для міської та сільської місцевості послуг: побутові, соціально – культурні, інформаційно-консультативні та торгові послуги населенню;

Також завданням проєкту було поліпшити рівень економіки України, поповнити державний бюджет та зміцнити українську армію, мотивувати інших

розвивати власний бізнес, зробити заможною українську родину та сформувати бізнес-актив у малих містах та селах.

БФ МХП-громаді надав фінансові гарантії, тобто фінансове забезпечення, сутність якого полягала в наступному:

- 1) Фонд Конкурсу становить 6 000 000 грн, які в повному обсязі будуть виділені на фінансування відібраних бізнес-ідей.
- 2) Переможці Конкурсу отримують фінансування на реалізацію своїх бізнес-ідей у розмірі не більш ніж 100 000 грн. на одну бізнес-ідею.
- 3) Фонд гарантує сплату податків та зборів поза сумою виділеною на реалізацію бізнес-ідеї відповідно до вимог чинного законодавства.

Таблиця 2.5

Фінансова та нефінансова звітність проєкту-конкурсу «Роби своє» за 2022 рік

РЕЗУЛЬТАТИ проєкту-конкурсу «Роби своє»
Втілено 740 бізнес-планів
74 переможці
Сума одного гранта до 100 000 грн.
Бюджет проєкта 6 279 761 грн.
Залучено 11 областей України.

Джерело: складено автором на основі [22]

Для зареєстрованих учасників конкурсу було передбачено дві опції, зокрема навчання та фінансова підтримка, за бажанням учасники мали доступ до відеоматеріалів, створених експертами в сфері розвитку малого бізнесу. Це дало можливість «прокачати» навички написання бізнес-планів, планування доходів, витрат, бізнес-аналітику та SMM.

З приходом повномасштабної війни в Україну, чимало бізнесів були вимушені призупинити свою діяльність через різний спектр причин, але деякі компанії, не дивлячись на перешкоди, продовжують підприємницьку діяльність, забезпечуючи фінансове майбутнє держави. Однією з таких компаній є МХП. Труднощі торкнулися усіх, але ця компанія не тільки продовжує свою роботу, але ще й виділяє кошти на соціальну забезпеченість країни, впроваджуючи соціальні проекти. МХП не втомно працює у співпраці з громадськими організаціями та місцевою владою, а також через благодійну організацію МХП "МХП - Громади", щоб підтримати безпеку та добробуту народу України через низку культурних, соціальних та економічних ініціатив. Наступна інформація торкнеться роботи та аналітичної звітності компанії під час війни. На сьогоднішній день підтримка включала в себе закупівлю сучасних автомобілів швидкої допомоги та евакуатора для евакуації медичних транспортних засобів, що перевозять поранених українських солдатів; надання холодильних послуг для супермаркетів; допомога та підтримка (в тому числі медична допомога, доступ до соціальних послуг та консультування) для понад 300 000 внутрішньо переміщених осіб з близько 100 українських центрів в Україні; надання дитячого харчування під брендом дитячим харчуванням під брендом КОКО та іншими дитячим харчуванням та іншими засобами гігієни для 100 000 дітей ВПО; створення двох притулків для ВПО у центральній та західній Україні; та фінансові внески на створення 75 бомбосховищ у дитячих садках, школах і лікарнях у восьми областях України. Також в серпні 2022 року стартувала національна ініціатива Групи "Кіно для перемоги!" з метою зміцнення бойового духу, підтримки та заохочення громад і вимушених переселенців. 1 306 кінопоказів відбулися у 2022 року у 18 регіонах України.

Компанія також продовжує підтримувати економіку України. Щоб сприяти сталому розвитку підприємництва під час війни, МХП надала бізнес-гранти для стартапів і для переїзду бізнесу в безпечніші райони, а також, у відповідь на безперервні атаки Росії на енергетичну інфраструктуру України, фінансує проекти,

спрямовані на забезпечення місцевої енергетичної безпеки. У другій половині 2022 року МХП пережив низку значних перебоїв та операційних проблем у своєму бізнесі в результаті серйозних перебоїв з електропостачанням в Україні, спричинених атаками Росії на українську енергетику та розподільчу інфраструктуру України. Ці перебої спричинили тимчасову нестабільність переробки олійних культур, птахівництва та елеваторних операцій, які компанії вдалося пом'якшити, оснастивши свої ключові активи дизельними генераторами. Група понесла значні витрати, пов'язані з війною. Ці витрати склали 69 мільйонів доларів США, в тому числі пожертви на підтримку громади, списання запасів і біологічних активів та інші витрати пов'язані з війною. Незважаючи на всі труднощі МХП продовжує підтримувати не тільки суспільство України в цілому, а й своїх працівників, зокрема тих, що перебувають на фронті: 1700 робітників мобілізовано до української армії. МХП продовжує виплачувати зарплату в повному обсязі. Також було виплачено 12 млн. дол на підтримку людей похилого віку, мобілізованих працівників та їхніх родин. Стосовно гуманітарною допомоги: більше за 12 тонн м'яса птиці пожертвували в Україну. Було виділено 28, 4 млн. дол коштів, наданих на соціальні проєкти (включно з реагуванням на війну). [17]

Таблиця 2.6

Основні фінансові показники компанії за 2021-2022 роки

Показник	2021р.	2022р.
Прибуток в млн. дол	2, 372	2, 643
Прибуток від експорту в млн. дол	1, 265	1, 601
Експортна виручка у % від загальної виручки	53	61
Скорегований EBITDA у млн. дол. (-41%)	648	384
Чистий борг в млн. дол	1, 230	1, 237
Витрати, пов'язані з війною в млн. дол	-	69

Джерело: складено автором на основі [9]

Аналізуючи фінансову звітність та порівнюючи 2021-2022 рік, можна дійти висновку, що компанія продовжує розвивати бізнес, та не просто продовжує, а вдало виходить на вищий рівень, незважаючи на перешкоди, які стоять перед усією країною. Прибуток компанії МХП виріс рівно в 11%, порівнюючи з 2021 роком. Також компанія користується популярністю у світі та, зокрема, серед українців. Одним із факторів є успішний розвиток соціальної відповідальності та втілення проєктів, які приносять компанії нових клієнтів, партнерів тощо.

Було вирішено обрати саме МХП, бо це світова компанія з дочірньою компанією в Україні, яка є успішною, про що свідчать такі фактори як: фінансова звітність, а саме прибутковість, не дивлячись на проблеми в середині компанії та ззовні (політично-економічні), імідж компанії та внесок у суспільство, розвиток соціальних аспектів та допомога у війні. МХП займає лідируючі позиції в рейтингах України за наступними напрямками:

- 8 місце 100 найбільших приватних компаній України 2021;
- 50 найкращих роботодавців 2021;
- 50 найбільших експортерів України 2022;
- компанія входить в десятку великих холдингів України;
- 3 місце серед агрохолдингів за кількістю землі;
- МХП входить в ТОП-3 агрохолдингів України;
- 25 найрозумніших компаній 2020;
- 100 найбільших приватних компаній України 2021 (8 місце-збиток 3,5 млрд грн, виторг 51,5 млрд грн);
- У 2021 році компанія посідає друге місце в Європі за обсягом бройлерного поголів'я.

2.2 Роль ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» у сфері розвитку соціальної відповідальності міжнародних компаній.

З 24 лютого 2022 року соціальна відповідальність набула нового характеру. Війна, яка триває з 2014 року на сході України торкнулася всієї країни, що вдарило по всім зовнішнім та внутрішнім факторам держави. На допомогу прийшли компанії, не тільки українські, а й світові та не тільки компанії, а й організації та асоціації. Усі ці установи об'єднуються заради однієї мети - перемоги України над державою-терористом, адже ця війна розгортається в самісінькому центрі Європи та Україна боронить не тільки себе, а й усі європейські країни. Компанії та організації надають усіляку підтримку Україні та Збройним Силам України, починаючи від грошової допомоги, закінчуючи інформаційною війною, що є не менш важливим. Однією з таких є ГО «Українська асоціація зовнішньої політики». На відміну від інших українських автономних неприбуткових громадських об'єднань, які діють у сфері публічної дипломатії, асоціація має на меті не пасивне спостереження, а активний вплив на зовнішню політику країни. Основним завданням асоціації є посилення ролі громадянського суспільства в реалізації державної політики на дипломатичному полі України. Тому в статуті Асоціації зазначено, що вона веде «інтерактивну взаємодію представників громадянського суспільства та експертного середовища з державними структурами у визначенні вектору зовнішньої політики України та прийнятті важливих зовнішньополітичних рішень в інтересах усього суспільства».

Асоціація працює за наступними напрямками:

1. Організаційна діяльність: Організація та безпосередня участь у конференціях, семінарах, лекціях, науково-практичних курсах та інших подібних заходах з широкого кола питань зовнішньої політики в Україні та за кордоном; Розгляд проектів, нормативно-правових актів, ініціатив органів державної влади України з питань зовнішньополітичної діяльності та пропозицій щодо них. Активна

участь у формуванні громадської думки щодо зовнішньополітичної діяльності України через виступи в ЗМІ, лекції, навчання та дослідження.

2. Інформаційна діяльність: Поглибити внутрішнє та зовнішнє розуміння сутності зовнішньої політики України шляхом поширення неупереджених експертних думок та аналітичних розробок через українські та іноземні ЗМІ, власні інтернет-ресурси, інформаційні видання тощо; Здійснювати моніторинг зовнішнього розвідувального простору з метою відповідного реагування на факти упередженого поширення інформації про Україну та внесення пропозицій щодо протидії антиукраїнським розвідувальним кампаніям; Надання особливого сприяння студентам, викладачам, науковцям, політологам, членам неурядових організацій та іншим громадянам України у встановленні професійних та гуманітарних контактів з представниками інших країн, універсальних та регіональних міжнародних організацій; Підтримувати професійні та інформаційні зв'язки з українськими, іноземними та міжнародними громадськими інституціями у сфері міжнародних зв'язків, ділитися практичним досвідом з українськими та іноземними партнерськими організаціями.

3. Аналітична діяльність: Баланс для українських національних інституцій щодо розв'язання та розв'язання конфліктів, реагування на виклики та загрози сучасного світу на основі результатів незалежного, професійного, науково-практичного аналізу глобальних та регіональних викликів та ризиків; Використання дипломатичного досвіду членів Асоціації для розробки рекомендацій щодо оптимального формату співпраці України з ключовими суб'єктами світової політики, алгоритму входження України в європейський та світовий політичний, економічний, культурний, інформаційний та безпековий простір; Надання рекомендації щодо механізмів приведення законодавства України у відповідність до світових та європейських стандартів; Участь у громадському обговоренні законопроектів у сфері міжнародних відносин [29].

Для досягнення своєї мети і виконання поставлених завдань Асоціація у порядку, встановленому чинним законодавством України:

- здійснює будь-яку не заборонену законом діяльність, яка необхідна для вирішення статутних завдань Асоціації та не має на меті отримання прибутку;
- забезпечує науково-практичний аналіз викликів та загроз, що постають у сучасній світовій політиці, пропонує шляхи розв'язання міжнародних проблем та врегулювання конфліктів та механізми адаптації українського законодавства до світових та європейських стандартів;
- проводить заходи, пов'язані з реалізацією основних завдань Асоціації, запрошує до участі в роботі фахівців, заінтересованих осіб як українських, так і закордонних, представників міжнародних організацій;
- організовує та бере участь у проведенні конференцій, семінарів, лекцій, науково-практичних занять, інших подібних заходів з широкого кола питань, відповідно до статутних завдань, без мети одержання прибутку;
- здійснює експертизу законопроектів, інших нормативно – правових актів, ініціатив органів державної влади України з питань зовнішньополітичної діяльності України і вносить відповідні пропозиції. Надає експертні висновки і коментарі за підсумками ухвалення зовнішньополітичних рішень іншими державами, впливовими міжнародними організаціями;
- обмінюється інформацією, а також фаховим, практичним досвідом з відповідними організаціями в Україні та за кордоном;
- бере участь у формуванні громадської думки щодо зовнішньополітичної діяльності України шляхом виступів у засобах масової інформації, лекційної діяльності та в інший спосіб, не заборонений законом;
- здійснює моніторинг зарубіжного інформаційного простору з метою адекватного реагування на випадки неправдивого поширення інформації щодо України та внесення пропозицій щодо протидії антиукраїнським інформаційним кампаніям;

-забезпечує власний моніторинг динаміки підтримки зовнішньополітичних ініціатив України; веде власний реєстр нормативної бази з питань зовнішньої політики і готує пропозиції щодо її удосконалення;

Вище наведені аспекти слугують інструментами забезпечення основної діяльності компанії та направлені на покращення становища країни у відповідних галузях, а саме: економічна, наукова, політична, соціальна тощо.

Основні цінності, якими керується Українська асоціація зовнішньої політики, включають прозорість, відкритість, ефективність, патріотизм та прагнення до національного розвитку.

Метою Української асоціації зовнішньої політики є сприяння зміцненню національної безпеки та розвитку зовнішньої політики України на засадах демократії, правової держави та міжнародного права. Організація працює на підвищення рівня аналітичних досліджень, публічних дискусій та інформаційного обміну в галузі зовнішньої політики.

Для досягнення своєї мети Асоціація ставить перед собою такі основні завдання:

- посилення впливу громадянського суспільства на визначення пріоритетів зовнішньої політики України та сприяння їх реалізації;
- участь у формуванні в українському суспільстві неупередженої інформованої громадської думки стосовно курсу держави на європейську і євроатлантичну інтеграцію, розвитку взаємовигідних стосунків з усіма державами світу з точки зору демократизації суспільства, сталого економічного зростання, забезпечення ефективної безпеки;
- проведення освітньої та наукової діяльності;
- налагодження постійних зв'язків та підтримання різноманітних форм співпраці з іншими всеукраїнськими, місцевими, міжнародними та іноземними громадськими організаціями в галузі міжнародних відносин.

УАЗП веде активну роботу з проведення семінарів, конференцій, круглих столів та

інших заходів, спрямованих на обговорення актуальних питань зовнішньої політики України. Організація також співпрацює з державними структурами, академічними установами, міжнародними організаціями та громадськими інституціями, які діють у сфері зовнішньої політики.

Наразі одне з завдань України-це перемога у війні та вступ до ЄС. ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» працює саме в цьому напрямі та залучає всі свої ресурси аби гідно представити Україну на міжнародній арені. Асоціація активно бере участь в міжнародних конференціях, де висвітлює проблеми України в контексті світових проблем. Яким чином ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» може допомагати вітчизняним та міжнародним компаніям у контексті соціальної відповідальності? По-перше, одним із завдань асоціації є інтерактивна взаємодія, а саме видання публікацій та їх розміщення на веб-сайті УАЗП та у соціальних мережах. Об'єднання компаній та УАЗП зараз є як ніколи доречним. Асоціація спеціалізується не тільки в політичних питаннях, але й в економічних, адже це все як одна невід'ємна частина цілої системи, яка працює як єдиний механізм [29].

Отже, на прикладі компанії МХП та втілення її проєктів, можна дійти висновку, що асоціація має бути зацікавлена в цьому, адже проєкти розраховані на підготовку нових кваліфікаційних кадрів, покращення життєдіяльності українських сіл та міст шляхом підтримання малого бізнесу, а значить вкладу в економіку України, збереження культурних традицій нашої держави та найголовніше зараз - перемоги України в кривавій війні. УАЗП може допомагати інформаційно, розповсюджуючи інформацію на сайтах та в соціальних мережах, об'єднуватись разом з українським бізнесом та залучати нові проєкти, навчальні в тому числі. УАЗП може долучатися до проєктів в якості спікерів та ділитися своїми знаннями та досвідом, надавати консультації, обговорювати актуальні проблеми суспільства та України політичному, соціальному та економічному просторі тощо.

Стосовно міжнародних компаній, УАЗП може справити великий вплив на формування соціальних проєктів, залучаючи інформаційний та науковий інструменти. УАЗП може сприяти об'єднанню вітчизняних та міжнародних компаній. Так як одним із завдань УАЗП є проведення незалежних досліджень з широкого кола питань міжнародного життя, аналіз та прогнозування глобальних та регіональних зовнішньополітичних процесів та доведення експертних висновків до зацікавлених державних, громадських та наукових установ, асоціація може консультувати компанії та задавати вектор, у якому треба розвивати соціальні проєкти. Цим самим асоціація може впливати на міжнародні компанії зі сторони підтримки, наприклад, українських біженців, відстоюючи права людей.

З метою оцінювання можливостей розвитку проєктів, розглянемо підрахунок оцінки стану бізнес-середовища країн, так як, по-перше, чимало успішних міжнародних компаній почало діяльність саме з європейського ринку, по-друге, основна частина біженців зосереджена в країнах ЄС. Отже, розрахунок агрегованого показника стану бізнес-середовища приймаючої країни, може допомогти УАЗП завдати напрямок роботи з міжнародними компаніями, адже чим вищий буде агрегований показник лідируючої країни з обраних, це каже про більш вільну побудову підприємницької діяльності та, як наслідок, успіху компаній, яка в змозі надати більш щільну підтримку, впроваджуючи соціальні проєкти. Європейськими країнами-лідерами за даними топових індексів (Doing Business, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Index of Economic Freedom, Global Competitiveness Index) є Данія, Швеція та Норвегія. [7]

Агрегований показник стану бізнес-середовища країни розраховується за формулою:

$$I = \frac{I}{N} \sum_{i=1}^N \frac{I}{M_i} \sum_{j=1}^{M_i} k_{ij}, \quad (2.1)$$

де I – агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни;

S_i – оцінка i -тої складової бізнес-середовища країни ($i=1, \dots, N$);

N – кількість складових бізнес середовища країни;

k_{ij} – оцінка j -го індикатору i -тої складової бізнес-середовища країни ($j=1, \dots, M_i$);

M_i – кількість індикаторів оцінювання стану i -тої складової бізнес-середовища країни.

Таблиця 2.6

Показники політико-правового середовища

Р Політико-правове середовище	Данія	Норвегія	Швеція
1. політична глобалізація, де факто (кількість посольств, участь у міжнародних неурядових організацій, в миротворчих місіях ООН)	88.96	88.33	90.04
2. політична глобалізація, де юре (членство в міжнародних організаціях та міжнародних договорах)	96.42	89.87	98.4
3. захист прав власності	86, 3	84.3	88.8
4. судова ефективність	84.6	82.8	79.9
5. сумлінність влади	93.0	95.6	91.4
6. фіскальна свобода	97.7	97.3	97.0
7. податкове навантаження	42.0	57.7	43.6
8. політична стабільність	90.1	91.1	87.5
9. нормативно-правове середовище	84.5	95.9	90.0
Загальна сума	84.8	87	85.2

Джерело: складено автором на основі [5, 10]

Розглянемо показники економічного середовища (Таблиця 2.7.).

Таблиця 2.7

Показники економічного середовища

Е Економічне середовище	Данія	Норвегія	Швеція
1. економічна глобалізація, де факто (глобалізація торгівлі товарами та послугами, різноманітність торгових партнерів; фінансова глобалізація, прямі та портфельні інвестиції, зовнішній борг, резерви)	81.66	73.63	78.5
2. економічна глобалізація, де юре (митні тарифи, податки та торговельні обмеження; фінансова глобалізація, включаючи інвестиційні обмеження, відкритість рахунку капіталу та міжнародні інвестиційні угоди)	86.44	79.41	88.75

Продовження таблиці 2.7

Е Економічне середовище	Данія	Норвегія	Швеція
3. свобода торгівлі	86.4	83.8	86.4
4. свобода ведення бізнесу	88.7	86.1	85.3
5. реєстрація підприємства	92.7	94.3	93.1
6. свобода інвестицій	90.0	75.0	85.0
7. захист інвесторів (міноритарних)	72.0	76.0	72.0
8. фінансова свобода	80.0	60.0	80.0
9. отримання кредитів	70.0	55.00	60.0
Загальна сума	83.1	75.9	81.1

Джерело: складено автором на основі [5, 10]

Розглянемо показники соціального середовища (Таблиця 2.8.).

Таблиця 2.8

Показники соціального середовища

S Соціальне середовище	Данія	Норвегія	Швеція
1. соціальна глобалізація, де факто (трансфери, міжнародний туризм, іноземні студенти, міграція, міжнародні патенти, міжнародні торгові марки)	89.39	87.7	85.01
2. соціальна глобалізація, де юре (вільне відвідування, міжнародні аеропорти, доступ до інтернету, свобода преси, гендерний паритет, громадянські свободи)	84.31	89.53	90.47
3. свобода праці (трудових відносин)	86.2	57.4	53.8
4. освіта	71.6	69.9	68.2
5. науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи	71.8	55.0	74.0
6. рівень знань працівників	65.6	58.1	76.8
7. інноваційні зв'язки	57.8	43.1	76.2
8. індекс людського розвитку (очікувана тривалість життя, рівень грамотності населення країни та очікувана тривалість навчання, очікуваний рівень життя)	0.604	0.556	0.840
Загальна сума	65.9	57.7	65.7

Джерело: складено автором на основі [5, 10]

Розглянемо показники технологічного середовища (Таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

Показники технологічного середовища

Т Технологічне середовище	Данія	Норвегія	Швеція
1. інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ)	92.4	89.3	89.0
2. загальна інфраструктура	38.6	58.84	50.7
3. екологічна стійкість	53.6	45.7	54.0
4. створення знань	62.0	42.6	76.0
5. вплив знань	40.3	30.5	39.7
6. креативні товари та послуги	33.1	28.7	31.9
7. он-лайн креатив	68.6	57.9	66.4
Загальна сума	55.5	50.5	58.2

Джерело: складено автором на основі [5, 10]

Розрахуємо середній показник усіх країн (P+E+S+T):4

1. Для Данії: **73.3**
2. Для Норвегії: 67.8
3. Для Швеції: 72.5

Отримання результатів показало, що лідером серед трьох країн є Данія із загальним показником 73.3. Це свідчить про те, що країна є високорозвиненою. Свобода бізнесу в Данії становить 88.7, що є високим показником. Отже, Данія, як один із варіантів для УАЗП у плані розроблення певних цілей та співробітництва з компаніями цієї країни. Однією з таких компаній є Lego. Компанія активно впроваджує соціальну відповідальність, співпрацює з вищими органами країни та долучається до допомоги Україні. Також стало відомо, що Данія запускає програму підтримки України на 2023 рік обсягом €1 мільярд, — глава МЗС Данії. «Її основна мета - відбудова України. Особливе місце в цій програмі займе відбудова Миколаєва».

Висновки до розділу 2

Отже, аналізуючи пророблену роботу, у розділі 2 було наведено діяльність компанії МХП у контексті соціальної відповідальності, зокрема в Україні. Дослідження показало успішну реалізацію проєктів під час війни та не тільки, а також було проведено аналіз фінансової звітності та вплив на компанію від впровадження соціальної відповідальності. Вплив виявився позитивним, як на цільову аудиторію компанії так і на компанію в цілому. Не зважаючи на те, що компанія понесла чималі збитки через війну, всеодно головні фінансові показники не понижуються.

Також було проведено аналіз роботи ГО «Українська асоціація зовнішньої політики». Був заданий вектор роботи для асоціації. Шляхом розрахунку агрегованого показника було обрано країну Європейського союзу-Данію, задля можливої подальшої співпраці у сфері соціальної відповідальності.

Висновки та пропозиції

Отже, підбиваючи підсумки дослідження, хочу зробити висновок, що соціальна відповідальність є важливим інструментом внутрішнього і зовнішнього механізму роботи компанії. Соціальна відповідальність варіюється від відповідальності за співробітників компанії до відповідальності за споживачів продукту або послуги та взагалі суспільства в цілому. Ефект від впровадження соціально-відповідальної політики проявляється у створенні позитивного іміджу, підвищенні репутації та встановленні міцних зв'язків із цільовими аудиторіями. Хоча формування позитивного іміджу на засадах корпоративної соціальної відповідальності – це процес неперервний, який потребує значних грошових коштів, переваги, які отримує підприємство в результаті є достатньо вагомими. Так, наприклад, при ефективному вкладанні грошових коштів у соціальний розвиток персоналу, підприємство забезпечує залучення і утримання висококваліфікованих кадрів, підвищує продуктивність праці, збільшує обсяги продажів, максимізує прибуток. А вкладання грошових коштів у проекти зовнішні, тобто ті, які орієнтовані на споживачів та суспільство в цілому, підприємство залучається підтримкою органів державної та місцевої влади, а також інших цільових аудиторій (що гарантує довгострокову успішну діяльність), також покращення іміджу компанії та прихід нових клієнтів.

Дослідження показало, що кожна компанія так чи інакше долучається та розробляє соціальні проекти, адже актуальність соціальної відповідальності не зникає ніколи, так як потреби людини та світові проблеми.

У роботі було досліджено вплив соціальної відповідальності на співробітників компанії, споживачів та на саму компанію в цілому. Загалом, цей вплив є позитивним по всім напрямкам дослідження.

Щодо ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» було виявлено основні вектори роботи асоціації, які полягають у зміцненні міжнародних зв'язків, залучення українців до інформаційної свідомості, реагування на світові конфлікти,

проведення конференцій, навчання тощо. ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» може долучитися до міжнародних та вітчизняних компаній, залучаючи свої ресурси та можливості, об'єднуючись із суспільством та бізнесами заради покращення положення України на міжнародній арені та заради наближення перемоги у кривавій війні.



Список використаних джерел

1. Бержанір А. Досягнення цілей сталого розвитку засобами соціальної відповідальності бізнесу. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 2(8). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-11-210](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-11-210).
2. Бренди впроваджують соціальну відповідальність – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
3. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на вартість компанії: міжнародний досвід // Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2021. - № 36. – с. 35-40.
4. Ганцовський О, Воронкова В. Г. Міжнародний досвід формування концепції корпоративної соціальної відповідальності. Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2020»: у 5 т. / Запоріжжя: ЗНУ, 2020. С. 240-243.
5. Глобальний інноваційний індекс- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/Home>
6. Деркач О. Г., Козятинська А. І. концепція сталого розвитку як складова сучасного бізнесу. *Efektivna ekonomika*. 2023. № 2. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.48>
7. Діяльність інших громадських організацій – [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/94/KVED10_94_99.html
8. Етика та соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stevenjauclarke.com/ethics-and-social-responsibility-in-international-business.html>
9. Звіт про використання доходів та прибутків неприбуткової організації – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mhpgromadi.org.ua/wp-content/uploads/2022/10/J0101911_2021.pdf
- 10.Індекс -[Електронний ресурс].-Режим доступу: <https://www.heritage.org/>

11. Кока-кола Україна— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coca-cola.ua/know-us-better/news/koka-kola-dopomozhe-produktami-harchuvannya-70-ti-tisyacham-simej-v-ukrayini-u-partnerstvi-z-chervonim-hrestom>
12. Кока-кола. Звітність— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.coca-colahellenic.com/ua/a-more-sustainable-future/sustainability-approach-and-performance/reporting>
13. Кока-кола. Соціально-економічний вплив— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coca-colahellenic.com/en/a-more-sustainable-future/performance/socio-economic-impact-study>
14. Кузьмін О., Станасюк Н., Уголкова О. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. Т. 2021, № 2. С. 56-64. URL: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.02.056>
15. Людський капітал— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp-gromadi.org.ua/activity/liudskyi-kapital/>
16. МХП-громаді. Людський капітал— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp-gromadi.org.ua/activity/liudskyi-kapital/>
17. МХП. Про компанію— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu>
18. МХП, харчова промисловість, технології— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://latifundist.com/kompanii/51-mironovskij-hleboprodukt>
19. Підтримка України у світі— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/06/20/7141506/>
20. Право на соціальний захист— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ccu.gov.ua/storinka-knygy/446-pravo-na-socialnyy-zahyst>
21. Проміжний звіт-Час діяти— [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mhp-gromadi.org.ua/wp-.pdf>

- 22.Роби своє– [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://doyourbusiness.com.ua/>
- 23.Савчук С. В., Коломийчук н. М. Фінансові аспекти реалізації соціальної політики України в умовах військового стану. Цифрова економіка та економічна безпека. 2022. № 3(03) /. С. 118–122. URL:
<https://doi.org/10.32782/dees.3-20>
- 24.Соціальна відповідальність бізнесу– [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>
- 25.Соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stevenjayclarke.com/ethics-and-social-responsibility-in-international-business.html>
- 26.Соціальний вплив Дісней– [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://impact.disney.com/app/uploads/2022/02/2021-CSR-Report.pdf>
- 27.Сучасні тенденції розвитку світової економіки : збірник матеріалів Х Міжнародної науково-практичної конференції, 18 травня 2018 р., м. Харків. – Харків : ХНАДУ, 2018. – 308 с.
- 28.Топ 10 правил бізнес-етики в Україні– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/top10-pravil-biznesetiki-yakimi-nehtuyut-v-ukrayini.html>
- 29.Українська асоціація зовнішньої політики– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ufpa.org.ua/>
- 30.Хлобистов Є. В. Сталий розвиток – ХХІ століття. Дискусії 2021. Київ : Нац. ун-т “Києво-Могилян. акад.”, 2021. 527 с
- 31.Час діяти– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://timetoact.com.ua/>
- 32.Що таке КСВ та чому це важливо– [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://givingtuesday.org.ua/blog/shho-take-ksv-ta-chomu-tse-vazhlyvo/>

