

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Соціальна політика суб'єкта міжнародного бізнесу (на матеріалах

ТОВ «Ернст енд Янг», м.Київ)

Студентки 2 курсу, 8мз групи,
факультету міжнародної торгівлі
і права
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний бізнес»

_____ Каменської Іванни Віталіївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук
доцент

_____ Кравець Катерина Петрівна

Гарант освітньо-професійної програми
науковий ступінь
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри світової економіки

_____ Калюжна Наталія Геннадіївна

Київ 2021

Анотація. Випускна кваліфікаційна робота на тему «Соціальна політика суб'єкта міжнародного бізнесу (за матеріалами ТОВ «Ернст Енд Янг»)» присвячена дослідженню соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу та основних принципів її здійснення. На основі даного дослідження було проведено оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу для ТОВ «Ернст Енд Янг» та проведено вибір приймаючої країни з метою подальшого вдосконалення діючої соціальної політики підприємства. За результатами оцінки було розроблено та запропоновано можливі заходи щодо покращення соціальної політики та економічно обґрунтовано доцільність їх впровадження. Так, компанії слід відновити формування та оприлюднення звітів про корпоративну та соціальну діяльність, що підвищить імідж товариства, привернути увагу нових клієнтів, та як наслідок збільшити доходи. Таким чином, ТОВ «Ернст Енд Янг» пропонується скоротити витрати на придбання паперу та ділові поїздки автомобільним транспортом, що дозволить чимало скоротити супутні витрати та підтримувати еко-напрямки.

Ключові слова: *соціальна політика, міжнародний бізнес, соціальна сфера, соціальна відповідальність міжнародної компанії.*

Abstract. The final qualifying work on the topic "Social policy of the subject of international business" (according to "Ernst & Young") is devoted to the study of social policy of the subject of international business and the basic principles of its implementation. Based on this study, the favorable business environment was assessed for Ernst & Young LLC and the host country was selected in order to further improve the current social policy of the company. Based on the results of the assessment, possible measures to improve social policy were developed and proposed, and the feasibility of their implementation was economically justified. Thus, companies should resume the formation and publication of reports on corporate and social activities, which will improve the company's image, attract new customers, and as a result increase revenue. Thus, Ernst & Young proposes to reduce the cost of purchasing paper and business trips by road, which will significantly reduce associated costs and maintain eco-destinations.

Key words: *social policy, international business, social sphere, social responsibility of an international company.*

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	8
1.1. Теоретико-методичні підходи до формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу.....	8
1.2. Аналіз міжнародної соціальної та фінансової діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг».....	12
Висновки до розділу 1	15
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТОВ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ»	16
2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Ернст Енд Янг».....	16
2.2 Вибір приймаючої країни ТОВ «Ернст Енд Янг» у контексті вдосконалення соціальної політики.....	28
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ»	39
3.1. Розробка заходів щодо підвищення соціальної політики ТОВ «Ернст Енд Янг»	39
3.2. Прогнозні показники діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг» за умови впровадження наданих пропозицій.....	43
Висновки до розділу 3	47
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що за сучасних умов господарювання соціальна політика розвивається стрімко, міжнародні організації вкладають не малий бюджет для її розвитку. Для сталого розвитку компанії потрібно, створення системи управління персоналом, яка буде базуватися на економічних стимулах і соціальних гарантіях, спрямованих на зближення інтересів працівника з інтересами організації для досягнення високої продуктивності праці і підвищенні ефективності виробництва.

Соціальна політика на підприємстві дозволяє впорядкувати надання соціальних пільг, створити гнучкі важелі управління персоналом (шляхом зміни існуючих систем нематеріального стимулювання) і формувати звітність, що дозволяє вести фінансовий та кількісний облік грошових коштів, а також наданих пільг [1].

Аналіз рівня розробленості теми. Проблеми формування соціальної політики держави і регіонів розглядаються в працях вітчизняних і зарубіжних учених: І. Багрової, Н. Волгіна, Т. Ганслі, Н. Гілберта, В. Гриньової, С. Гончарової, Н. Горелова, О. Іванової, М. Кизима, Н. Лисиці, О. Новикової, В. Скуратівського, П. Спідера, О. Холостової, А. Ягідки й ін. Однак соціальній політиці підприємства до останнього часу не приділялося належної уваги: недостатньо чітко розподілявся зміст соціальної та економічної політики, сфера соціальної політики підприємства обмежувалася проблемами поліпшення професійної підготовки і якості життя персоналу.

У сучасних умовах основна мета економічного та соціального прогресу полягає не тільки в розвитку ринкової економіки, але й у забезпеченні працівнику можливостей реалізувати свій потенціал, вести здорове, повноцінне, творче, активне життя. У свою чергу, цілі підприємства також не можуть бути зведені тільки до отримання максимального прибутку, оскільки вони є синтезом основних цілей його власників, працівників, споживачів, усіх

зацікавлених сторін, пов'язаних з підприємством. Тож соціальна політика, що реалізується на підприємстві, є необхідною умовою його економічного розвитку.

Метою дослідження є аналіз теоретичних аспектів соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу та розробка заходів щодо підвищення соціальної політики досліджуваного підприємства.

Для досягнення поставленої мети було визначено та виконано такі завдання:

- дослідити теоретико-методичні підходи до формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу;
- проаналізувати міжнародну соціальну та фінансову діяльність ТОВ «Ернст Енд Янг»;
- провести оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Ернст Енд Янг»;
- описати вибір приймаючої країни ТОВ «Ернст Енд Янг» у контексті вдосконалення соціальної політики;
- розробити заходи щодо підвищення соціальної політики ТОВ «Ернст Енд Янг»;
- навести прогностні показники діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг» за умови впровадження наданих пропозицій.

Об'єктом дослідження є процес формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу ТОВ «Ернст Енд Янг».

Предметом дослідження діяльність суб'єкта міжнародного бізнесу ТОВ «Ернст Енд Янг» у процесі реалізації соціальної політики та її розвитку.

Методи дослідження. У ході дослідження було використано такі методи дослідження, як теоретичний, який було використано для узагальнення науково-практичної літератури щодо визначення основних теоретико-методологічних підходів до соціальної політики; аналітичний, який було використано у процесі дослідження діяльності підприємства та його

фінансового стану; порівняльний, використовувався для вибору приймаючої країни для ТОВ «Ернст Енд Янг» у контексті удосконалення соціальної політики та прогнозний, який було використано для оцінки сприятливості середовища міжнародного бізнесу та формування рекомендацій щодо удосконалення соціальної політики господарюючого суб'єкта.

Науково-практична новизна отриманих результатів полягає у тому, що на основі проведеного дослідження діючого стану та проблем соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу були розроблені напрями удосконалення соціальної політики міжнародної компанії ТОВ «Ернст Енд Янг» за необхідності можуть бути використані у подальшій діяльності досліджуваного підприємства.

Інформація про апробацію результатів дослідження: окремі результати дослідження представлені у науковій статті: Давидюк(Каменська) І.В. «Основи формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу».

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел (35 найменувань), списку рисунків та таблиць. Загальний обсяг роботи складає 60 сторінок. Робота проілюстрована 4 таблицями та 11 рисунками.

РОЗДІЛ 1 ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Теоретико-методичні підходи до формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу

У сучасному світі репутація підприємства дуже залежить не лише від його комерційних успіхів та якості його продукції, а й від активності у процесі вирішення проблем території, на якій оперує підприємство. Саме тому суб'єкти міжнародного бізнесу дедалі частіше вдаються до концепції «корпоративного господарства». Згідно з цією концепцією підприємство має сплачувати податки відповідно до норм чинного законодавства, дотримуватися норм охорони навколишнього господарства та норм законодавства про працю. Підприємство також має активно приймати участь у спільних проектах з місцевою владою.

Соціальна політика підприємства являє собою управлінський комплекс у процесі надання соціальних послуг працівникам компанії та їх оточенню. Таким чином, під соціальною політикою слід розуміти комплекс заходів спрямованих на задоволення різноманітних соціально-суспільних потреб персоналу, стимулювання трудової активності та збільшення продуктивності праці [30].

Спираючись на це, соціальна політика підприємства має дві складові: внутрішню та зовнішню, де внутрішня – це соціальна організація співробітників, а зовнішня – це задоволення суспільних потреб у певних товарах і послугах, взаємодія з місцевими та регіональними громадами щодо розвитку соціальної інфраструктури та участь в різних територіальних соціальних програмах [30].

Досліджуючи соціальну політику підприємства, вважається, що спонукання керівників до соціального захисту своїх працівників залишилася в спадок від планової економіки. А з іншого боку, враховуючи недостатність

забезпеченості усього населення держави соціальних та матеріальних благ, керівники намагалися забезпечити необхідний рівень соціального захисту своїм працівникам за рахунок підприємства.

До принципів соціальної політики підприємства відносять: врахування матеріальних і нематеріальних потреб та інтересів співробітників; неповторення соціальних потреб, що вже в певній мірі задоволені державними або іншими суспільними інститутами; доступність і гласність видатків підприємства; економічна здійсненність стосовно видатків і результатів [6].



Рис.1.1 Мета соціальної політики підприємства [25]

Враховуючи нестійке фінансове становище, більшість підприємств не можуть утримувати соціальну сферу і тим більше удосконалювати механізм витрат на підприємстві, що не дозволяє ефективно вести соціальну політику. Але більш важливим є те, що на більшості підприємствах заробітна плата перестала виконувати свої функції, не задовольняє працівників, тому й не надає конкурентних переваг на міжнародному ринку. Однозначно, заробітна плата являється основною частиною вирішення соціальних проблем, але й

існує багато інших ефективніших підходів щодо соціального захисту працівників. Тому значно економніше може бути збільшення соціальних витрат, а ніж збільшення заробітної плати [12].

Враховуючи вимоги фінансового, управлінського та податкового обліку та міжнародного досвіду, соціальні витрати вимагають чіткого визначення класифікації витрат та структури. Потреби різних соціальних груп та ефективність й обсяги діяльності підприємства залежать один від одного, що дуже впливає: на загальні обсяги внесків та інші обов'язкові платежі; на загальні обсяги податків, внесків та інших обов'язкових платежів; розмір прибутку; поточні витрати підприємства. Для того, щоб вести ефективну соціальну політику варто обрати спосіб та форму реалізації, визначити джерела фінансування та провести оцінку можливостей (таблиця 1.1)

Таблиця 1.1

Способи ведення соціальної політики підприємства [25]

Соціальні групи	Джерела фінансування потреб	Способи реалізації потреб
Власники підприємства	Прибуток підприємства.	Нарахування та виплата відсотків за акціями. Сплата дивідентів.
Персонал підприємства	Собівартість продукції(послуг). Прибуток підприємства.	Надання пільг, пов'язаних з роботою на підприємстві. Створення умов для роботи та відпочинку. Оплата праці.
Постачальники ресурсів	Собівартість продукції. Інші витрати звичайної діяльності.	Сплата штрафів, пені або неустойки. Своєчасна оплата матеріальних ресурсів.
Споживачі продукції (послуг)	Собівартість продукції (послуг).	Підвищення якості продукції (послуг). Зниження вартості продукції (послуг). Підвищення рівня обслуговування.

Продовження таблиці 1.1

Суспільство	Собівартість	продукції	Сплата податків, обов'язкових платежів.		
	(послуг).	Прибуток	Будівництво	об'єктів	соціально-
	підприємства.	Інші	культурного	призначення.	Благодійні
	витрати	звичайної	внески. Створення нових робочих місць.		
	діяльності.		Дотримання вимог екологічної безпеки		
			виробництва	та	якості продукції
			(послуг).		

Існує три рівні соціальної діяльності підприємства: рівень формування соціальної політики підприємства (визначення стратегічних напрямів і основних пріоритетів); структурно організаційний рівень (забезпечення комплексного, цілеспрямованого, системного характеру соціальної роботи); технологічний рівень (розробка конкретних форм і технологій соціальної діяльності).

Соціальна політика підприємства являється частиною соціальної політики держави. Тому є доцільним розглянути інструменти, які використовуються державою при веденні соціальної політики. До інструментів державної соціальної політики належать: галузеві угоди, трудові та колективні договори, тарифні угоди; соціальні гарантії та послуги; фінансова допомога; оподаткування; заходи щодо взаємодії груп населення та установ; профілактичні заходи.

Проблеми формування соціальної політики підприємства:

- підприємства не мотивовані розвивати напрям соціальної політики і забезпечують мінімум регламентованих державним законодавством форм соціальної політики;
- спрощення структури суспільних потреб, зниження життєвого рівня населення, які надають пріоритет грошовим винагородам для персоналу
- негативний вплив різних чинників підприємства через які вимушено скорочують фінансування чи ліквідують власні об'єкти соціальної інфраструктури.

Основними методичними підходами до формування та реалізації соціальної політики підприємства є: забезпечення справедливої матеріальної винагороди працівникам, своєчасна сплата матеріальних ресурсів, удосконалення якості та зменшення вартості продукції (послуг), поліпшення житлово-побутових і соціально-культурних умов працівників.

1.2. Аналіз міжнародної соціальної та фінансової діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг»

Ernst&Young Global Limited – це міжнародна компанія, одна з найбільших у світі, яка надає професійні послуги: аудиторські, консультаційні, податкові та юридичні. Компанія Ernst&Young входить у «Велику четвірку» з компаніями Deloitte, KPMG та PwC. Надалі в тексті компанія Ернст енд Янг буде згадана як ЕУ.

ЕУ функціонує у близько 150 країнах світу як мережа компаній-членів, кожна з яких є окремою юридичною особою. В ЕУ працюють понад 270 000 співробітників у понад 700 офісах. Штаб-квартира компанії знаходиться у Лондоні.

В Україні Ернст енд Янг веде діяльність з 1991 року і має два офіси. Один знаходиться в місті Київ, а інший у місті Львів.

У Києві компанія ЕУ надає всі з вищеперелічених професійних послуг. Також у 2020 році було відкрито офіс ЕУ у Львові, який являється структурним підрозділом, де займаються тільки аудитом.



Рис. 1.2 Основні види діяльності підприємства

Джерело: складено автором за даними підприємства

Уповаженими обличчями компаніями є Ярмоленко Богдан Валерійович та Яковенко Світлана Валеріївна.

Для того, щоб оцінити ефективність діяльності підприємства проаналізуємо ряд показників. Інформація про фінансову спроможність підприємства, забезпеченість фінансування поточної діяльності, певний рівень саморозвитку підприємства та погашення зобов'язань перед суб'єктами господарювання отримується через показники ліквідності та платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості, рентабельності тощо. Розглянемо динаміку показників фінансово-економічної активності за

останні п'ять років (2016-2020 р.р.) на основі «Звіту про Фінансові результати» за 2015-2017р.р. та подамо в табл.1.2 (Додаток А).

За даними табл. 1.2 можемо прослідкувати поступову постійну тенденцію до зростання, особливо стрибок був у 2020 році, коли збільшився загальний обсяг проданих послуг підприємства.

Також можемо спостерігати тенденцію в 2020 році до того, що прибуток від операційної діяльності збільшився на 260,51% відповідно з фінансовим результатом, який збільшився на 60,29%. На основі отриманих даних можемо зробити висновок, що ефективність діяльності підприємства збільшується так, як прибуток зростає, а витрати зменшуються.

За даними табл.1.3 (додаток Б) можемо зробити висновок, що за останні 5 років підприємство зменшило обсяг власного капіталу, значне зниження ми можемо бачити в 2017 році. ТОВ «Ернст енд Янг» не має довгострокових зобов'язань і забезпечень. Підприємство має поточну кредиторську заборгованість за товари, роботи, послуги та розрахунки з оплати праці, значний темп приросту прослідковується в 2020 році. Відповідно поточні забезпечення зменшилися, особливо це видно також в 2020 році.

Розрахуємо коефіцієнти для аналізу фінансового стану ТОВ «Ернст енд Янг». Результати наведені в табл.1.4 (додаток В).

За результатами таблиці 1.4 можемо сказати, що 2020 рік для ЕУ був досить таки складним, очевидною причиною цього є COVID-19, який зачепив життя різних компаній та вніс ненайкращі корективи.

Показники рентабельності діяльності за 2016-2020 рр., наведені в табл.1.4 вказують на те, що підприємство є прибутковим, а позитивні зміни коефіцієнтів 2020 року свідчать про вдалу економічну політику.

Отже, в розділі було розглянуто теоретично-методологічні підходи до формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу та здійснено аналіз міжнародної соціальної та фінансової діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг» за період з 2016 до 2020 р.р. На основі проведеного аналізу можемо зробити

висновок, що підприємство має певні фінансові труднощі, хоча загалом прослідковується позитивна динаміка економічних результатів.

Висновки до розділу 1

Загалом, можна зробити висновок, що ключовими цілями соціальної політики підприємства є підвищення якості трудового життя, надання нормальних умов праці, розвиток та професійний ріст працівників, а також орієнтація на збереження навколишнього середовища.

Так, за даними аналізу міжнародної соціальної та фінансової діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг» можна зробити висновок про те, що компанія має певні труднощі у процесі реалізації соціальної політики та фінансовому становище, проте активно бореться із усіма негативними чинниками та доволі вправно підтримує конкурентні позиції на міжнародному ринку.

Проаналізувавши фінансові показники досліджуваного підприємства можна стверджувати про те, що у 2020 році ефективність діяльності підприємства збільшилася внаслідок зростання прибутку та зменшення витрат. Протягом останніх п'яти років компанія знизилася обсяг власного капіталу та скоротила обсяги довгострокових зобов'язань. Проте, щодо соціальної діяльності ЕУ у 2020 році відбулися певні недоліки внаслідок пандемії Covid-19. Загалом, соціальний та фінансовий стан компанії є досить привабливим, проте ТОВ «Ернст Енд Янг» прагне постійного розвитку та вдосконалення діючих стратегій.

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТОВ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ»

2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Ернст Енд Янг»

Досліджуючи бізнес-середовище міжнародних підприємств необхідно проводити аналіз відповідно до його стратегічної мети та завдань, які постають як основа для надання стратегічної оцінки та формування подальших напрямків розвитку підприємства.

Для формування та реалізації ефективних управлінських рішень суб'єкту міжнародного бізнесу слід чітко розуміти глобалізаційні економічні процеси та стан ринку, на якому компанія здійснює свою діяльність. Ґрунтовний аналіз зовнішнього середовища дасть змогу компанії більш детально вивчити структурні процеси діяльності цільового ринку [17].

Основною метою проведення оцінки сприятливості бізнес-середовища для діяльності міжнародної компанії є визначення основних факторів, які мають вплив на функціонування компанії.

На етапі проведення оцінки увага зосереджується на визначенні сутності та основних чинників зовнішнього середовища, як основного фактору формування подальшої стратегії підприємства та визначення його можливостей і загроз.

Основними рейтинговими системами для оцінки рівня привабливості середовища приймаючої країни для суб'єкта міжнародного бізнесу задля уникнення невизначеностей є: Індекс економічної свободи, Індекс легкості ведення бізнесу, Індекс глобальної конкурентоспроможності та Індекс залучення країн до міжнародної торгівлі.

Індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom – IEF) – показник, який щорічно розраховується The Wall Street Journal і Heritage Foundation для більшості країн світу з 1995 року [9].

Порядок визначення Індексу економічної свободи схематично наведено на рис. 2.1. Даний показник визначає права кожної із сторін бізнесу та можливість власного управління.



Рис. 2.1 Алгоритм обчислення Індексу економічної свободи від Heritage Foundation при проведенні оцінки сприятливості середовища

Джерело: авторська розробка.

У 2019 р. у першій п'ятірці рейтингу за значенням Індексу економічної свободи перебувають такі країни (рис. 2.2):

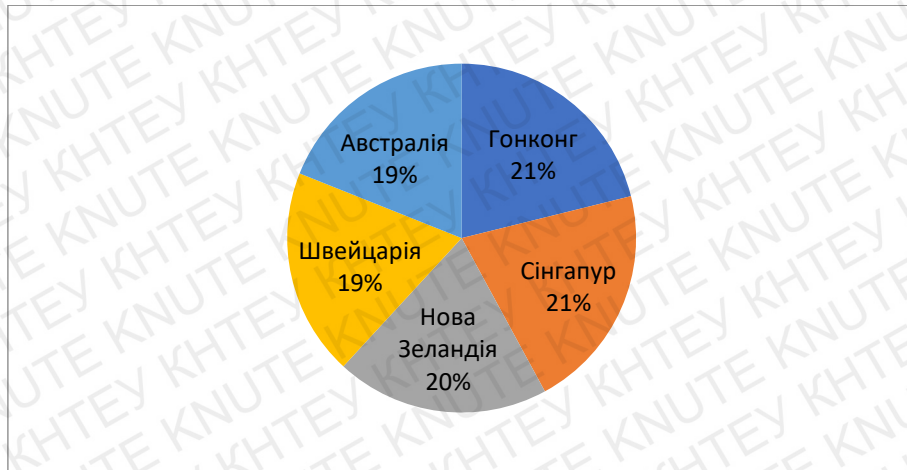


Рис. 2.2 Рейтинг країн за значенням Індексу економічної свободи у 2019 році [3]

За даними рис. 2.2 можна спостерігати покращення позицій України у рейтингу за Індексом економічної свободи у 2019 році, що на 0,4 краще ніж у 2018 році та 147 місце із 186 країн світу.

Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index – GCI) – глобальне дослідження та супроводжуючий його рейтинг країн світу за показником економічної конкурентоспроможності.

За підсумками 2018–2019 рр., у першій п’ятірці рейтингу за значенням Індексу глобальної конкурентоспроможності перебувають такі країни (рис.2.3):



Рис. 2.3 Рейтинг країн за значенням Індексу глобальної конкурентоспроможності у 2018-2019 році [4]

Наша держава протягом 2018-2019 року займала 85 місце у рейтингу з-поміж 141 країн та мала бальну оцінку 57,0. Даний показник відзначився тенденцією спаду у порів'янні із 2017-2018 роками, коли Україна посідала 83 місце.

Ще одним поширеним методом оцінки привабливості бізнес-середовища є Індекс легкості ведення бізнесу, який щорічно формується Світовим банком з метою надання порівняльної характеристики бізнес-умов у різних країнах світу. Високі показники Індексу показують лояльність та привабливість бізнес-середовища, що значно спрощує процес врегулювання міжнародної діяльності та надає привабливі умови при виборі бізнес-партнера.

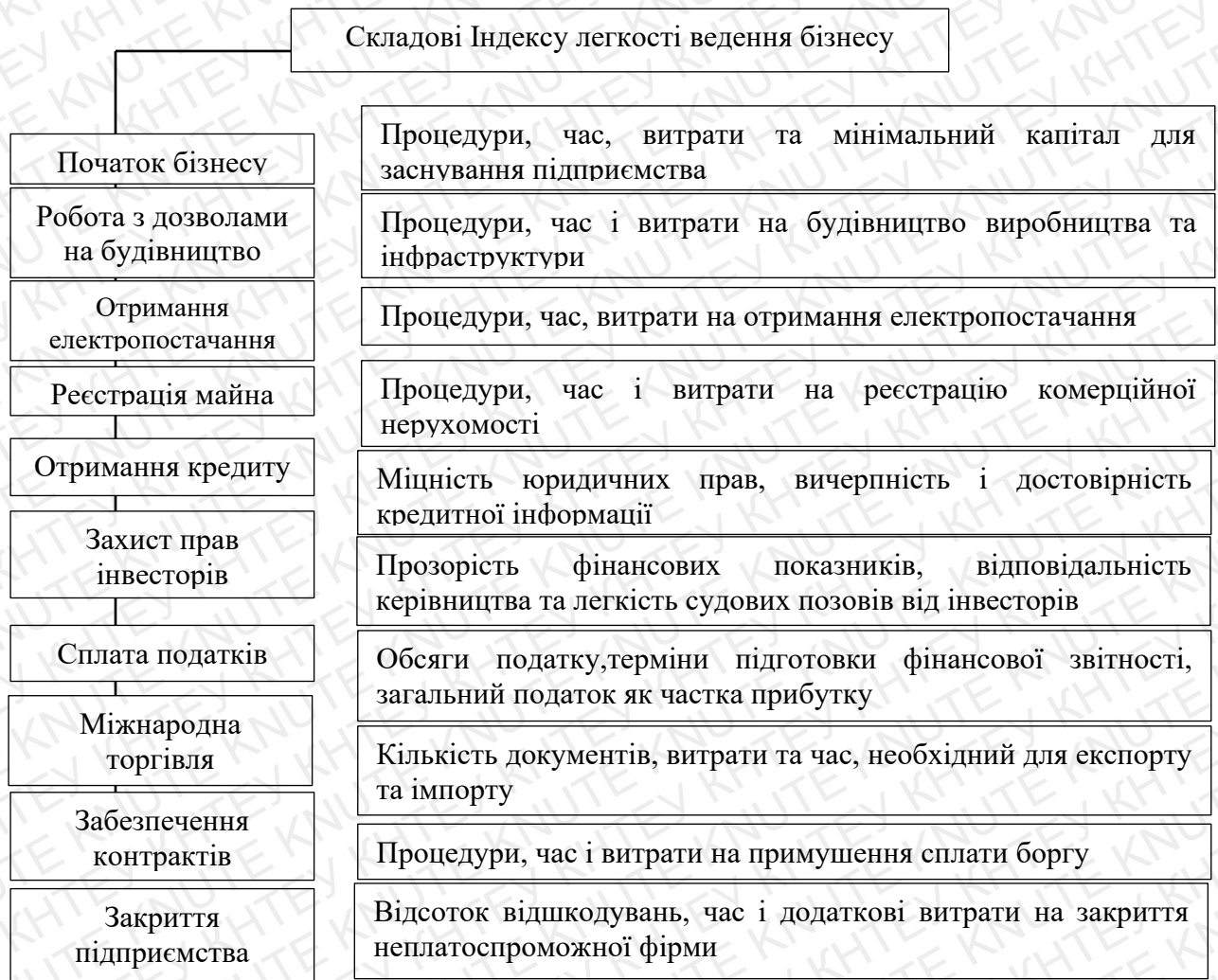


Рис. 2.4 Складові Індексу легкості ведення бізнесу [23]

Показники вище наведених значень у складі Індексу легкості ведення бізнесу мають значення в діапазоні від 0 до 100, відповідно поганий стан та відмінний.

Індекс залучення до міжнародної торгівлі має чималу вагу у процесі проведення оцінки сприятливості бізнес-середовища адже він характеризує рівень інвестиційної привабливості для закордонних інвесторів. Показники даного індексу дають можливість визначити ефективність та доцільність державної політики у сфері врегулювання діяльності спеціалізованих закладів у сфері світової торгівлі та подальшого розвитку міжнародного партнерства.

Індекс залучення до міжнародної торгівлі оприлюднюється у світовому звіті з торгівлі один раз у два роки та представляє собою сукупний показник, який у своїй структурі включає субіндекси, що надають повноцінну характеристику певним чинникам впливу на формування стану зовнішньої торгівлі (рис.2.5) [4].

Досліджуючи методики проведення оцінки, рейтингування та побудови індексів було б доцільно виокремити єдиний науково-методичний підхід, який став би універсальним для визначення привабливості бізнес-середовища.

Оскільки кожна методика має власні характерні особливості то під час вибірки можуть бути враховані як якісні, так і кількісні характеристики, проте вони можуть містити різні одиниці виміру. Саме тому ключову роль у процесі формування методичних підходів з метою оцінки, рейтингування та побудови індексів відіграє оцінка достовірності результатів, яка відзначається математично шляхом використання критеріїв адекватності та порівняння із подібними рейтингами.

Широкий асортимент різноманітних систем рейтингування та індексів дають змогу якомога повніше оцінити ситуацію та проаналізувати бізнес-середовище приймаючої країни, при цьому надаючи комплексну соціально-економічну або соціально-політичну оцінку. Проте переважна більшість

рейтингів та індексів зосереджена на характеристиці окремих векторів розвитку держави.

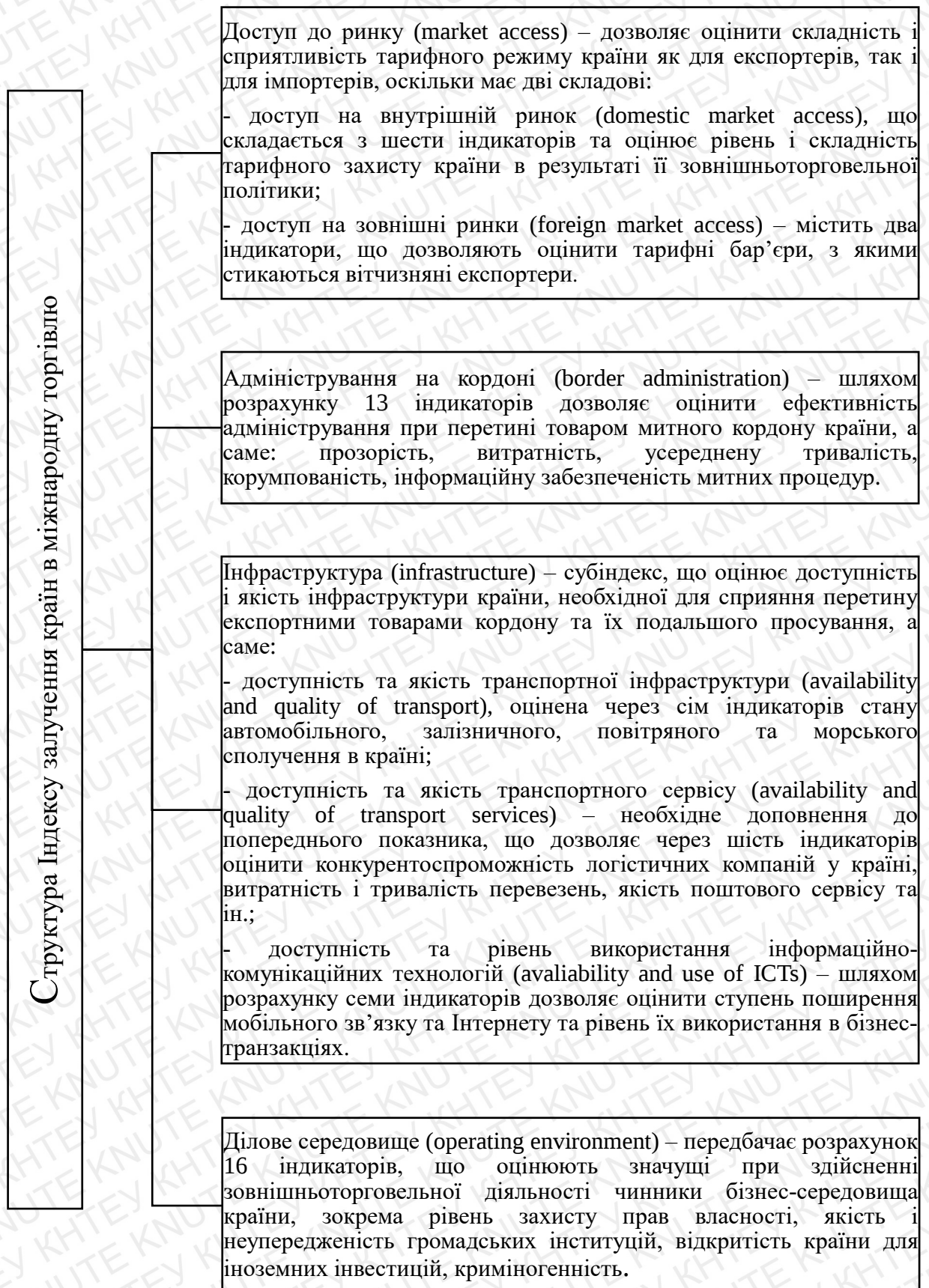


Рис. 2.5 Структура Індексу залучення країн в міжнародну торгівлю [4]

Специфічними особливостями міжнародних рейтингів є те, що кожному з індексів притаманний певний рівень суб'єктивності міжнародної організації-укладача, що обмежує можливість створення реалістичної картини економічного розвитку та сприятливості бізнес-середовища країн світу. Деякі методики розроблено на підставі досвіду конкретних країн, тому їх використання відносно країн з іншими політичними та соціально-економічними реаліями викривлює результати розрахунків. Як справедливо зазначено у [3], «комплексні рейтинги втрачають свою чутливість і не відображають трансформаційних змін у державі, що пов'язано зі складністю правильного встановлення пріоритетності показників і вибору найбільш релевантних характеристик різних сфер функціонування держави».

З метою зниження суб'єктивності та забезпечення комплексності результатів авторами пропонується підхід до розрахунку агрегованого показника, що дозволяє оцінити сприятливість національного середовища для міжнародного бізнесу за окремими його складовими. Підґрунтям для розрахунку показника є обрані компоненти міжнародних рейтингових систем, значення яких дозволяє оцінити ступень сприятливості середовища приймаючої країни в певному аспекті для здійснення міжнародної підприємницької діяльності [7].

Існує велика безліч методів аналізу та оцінки сприятливості середовища міжнародного бізнесу та підприємства. Обраний метод, в першу чергу, залежить від сфери діяльності, досліджуваних показників і вимог дослідника. У цій роботі ставиться проблема вибору стратегії організації для подальшого розвитку. Стало бути, необхідний такий метод дослідження, який охопить як зовнішнє середовище, тобто ринок, конкурентів і т.д., так і внутрішню, наприклад, структуру управління персоналом.

Аналізуючи зовнішнє середовище функціонування досліджуваного підприємства ТОВ «Ернст Енд Янг», можна виокремити перелік факторів, які впливають на можливості подальшого розвитку. З цією метою використовують методику під назвою T.E.M.P.L.E.S. (Technology, Economics,

Market, Politics, Laws, Ecology, Society). Вона дозволяє розглянути групу питань, пов'язаних із зовнішнім середовищем, розділивши їх на кілька підгруп для відповідної ухвали і класифікації.

В даній роботі розглянуті наступні фактори:

1. Технологія.

Технології в організації в основному - інформаційні. Так, з розвитком комунікацій з'явилася можливість віддаленого контролю і обігу інформації між підрозділами компанії в різних містах і країнах. Саме такий підхід використовується в «Ернст Енд Янг»: вся звітність, відомості про клієнтів, співробітників і подібна інформація містяться в електронних базах даних, до сервера зберігання яких у колі авторизованих керівників і відділів є доступ. Така, здавалося б, «централізація» дозволяє відстежувати зміни в самих малих підрозділах, їх фінансове здоров'я і роботу в цілому, коректуючи відхилення і тим самим підтримуючи якість послуг всюди на одному заданому рівні.

2. Економіка.

Основну загрозу становлять конкуренти з «хворої четвірки». Справа в тому, що джерело основного доходу - великі клієнти, наприклад, ВАТ «Газпром». Багато кредитних організацій є користувачами послуг сторонніх аудиторів і за кордоном. Тому має місце загрози втратити такі зв'язки під тиском цінових політик конкурентів, а також під впливом їх репутації на ринку.

Також спостерігається залежність від змін в ринку валют, криз і безробіття в сфері тих же фінансово-кредитних організацій, тому що ці фактори мають безпосередній зв'язок з діяльністю клієнтів, що ставить під загрозу їх платоспроможність і взагалі існування.

3. Політика.

Розвиток відносин між країнами СНД має, доволі сильний вплив на діяльність компанії «Ернст Енд Янг». Зазначення введення єдиної митної зони між Росією і Казахстаном (і, можливо, Білоруссю) призведе до посилення митних зборів на імпорту з країн, які не входять в митну зону, що призведе до

розвитку національного бізнесу і, отже, потреби з боку новостворених підрозділів іноземних компаній в аудиторські послуги.

4.Законодавство.

Важливий вплив надають поправки в законопроектах і нові програми, які виходять від уряду. Це стосується області ведення аудиту та оподаткування. В цілому, ситуація стабілізується і сьогоднішні дії з боку законодавчих органів здійснюють позитивний вплив на діяльність організації.

5.Суспільство.

«Ернст Енд Янг» активно використовує політику найму молодих співробітників, які не мають досвіду, в тому числі і з-за кордону для подальшого навчання. Це дуже добре відсуває такі загрози, як скорочення випуску фахівців в окремих країнах, падіння народжуваності і дає можливість вибрати кращих з кращих, в зв'язку з високим конкурсом на місце.

На основі проведеного аналізу зовнішнього середовища сформуємо список можливостей та негативних факторів, які впливають на компанію «Ернст Енд Янг».

Таблиця 2.1

Зовнішні можливості та загрози компанії «Ернст Енд Янг»

№	Можливості	Загрози
1	Стабілізація нормативно-правової бази	Висока конкуренція конкурентів
2	Правова захищеність з боку держави	Втрата репутації
3	Націленість на молодих співробітників	Зміни на ринку валют, кризи
4	Розвиток політичних відносин між країнами	Гостра політична обстановка в деяких країнах

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Вивчення внутрішнього середовища організації спрямоване на з'ясування того, якими сильними і слабкими сторонами володіє організація. Сильні сторони служать базою, на яку організація спирається в конкурентній боротьбі і яку вона повинна прагнути розширювати і зміцнювати [11]. Слабкими сторонами є зосередження уваги управлінців на діяльність

підприємства та спрямування усіх ресурсів на їх уникнення. Аналіз наступних факторів дозволяє скласти комплексне уявлення про внутрішнє середовище організації і про її слабкі та сильні сторони:

1.Кадри.

Підходячи до відділу кадрів, безсумнівно, сильної сторони «Ернст Енд Янг», з точки зору внутрішнього середовища варто виділити досить високий конкурс на місце в посаді. Регулюється це високими вхідними бар'єрами для молодих фахівців - основним напрямком по найму організації. Ці бар'єри на увазі проходження різних тестів на першому етапі відбору, співбесідою з співробітником відділу найму на другому і співбесідою з главою відповідного сфери діяльності відділу та професійним психологом на третьому етапі.

Сильною стороною в сфері кадрів є віддалена робота на дому. З часів початку Covid-19, робота на дому стала невід'ємною частиною робочого процесу. Більшість працівників компанії мають можливість працювати віддалено, таким чином не втрачає час на дорогу, що є зручним внаслідок невеликої травми, або поломки транспорту.

2.Організація загального управління.

Будучи учасником «великої четвірки», «Ернст Енд Янг» володіє найвищим престижем в сфері аудиторських послуг. Імідж фірми зарекомендував себе настільки, що клієнтами організації часом є центральні банки деяких країн, не кажучи вже про найбільших комерційних.

Наслідком такої високої, як згадувалося раніше, мотивації співробітників є високорозвинений організаційний клімат. Так, в компанії прийнято відзначати свята не тільки світового і національного масштабу - свого в кожній країні, але і внутрішніх, пов'язаних з історією та яскравими подіями, що відбуваються в компанії.

3.Маркетинг.

Високі показники ефективності «Ернст Енд Янг» дають зовсім не поверхневі підрахунки наявною інформацією. Для цього існує досить сильна база маркетингової інформаційної системи. Такими дослідженнями, як

пріоритетні напрямки зростання в сфері аудиту, займається один з чотирьох відділів маркетингових досліджень. Мінусом є те, що такі відділи не в усіх підрозділах організації і, часом, працюють по одному на кілька філій в країні.

4.Фінанси і облік.

Маючи у співпраці безліч кредитних організацій, «Ернст Енд Янг» має можливість пільгового залучення довгострокового капіталу у вигляді кредитів.

З недоліків - знижується за останні два роки загальний дохід. У 2020 році склав 21,2 млрд. доларів США, що на 6,8 млрд. менше в порівнянні з 2019 роком. За цим же показником, до 2020 року компанія спустилася на 3 місце з 2 в 2019 році.

Після проведення аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища складається наступний список можливостей і загроз, а також сильних і слабких сторін.

Таблиця 2.2

Матриця SWOT-аналізу компанії «Ернст Енд Янг»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Частка на ринку	Втрата рейтингової позиції
Престиж компанії	Зниження загального доходу компанії
Високий конкурс на посаду	Відділи маркетингу є не на всіх філіях
Мотивація співробітників	Структурна залежність підрозділів
Кваліфікація співробітників	
Організаційний клімат	
Сильна база маркетингової інформаційної системи	
Пільги на залучення довгострокового капіталу	
Можливості	Загрози
Стабілізація нормативно-правової бази	Гостра політична обстановка в деяких країнах
Правова захищеність з боку держави	Компанії - конкуренти «великої четвірки»
Націленість на молодих співробітників	
Розвиток політичних відносин між країнами	

Джерело: складено автором.

Визначення оцінки сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Ернст Енд Янг». Зроблені на підставі матриці SWOT висновки представлені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Розгорнута матриця SWOT-аналізу компанії «Ернст Енд Янг»

Сильні сторони та можливості	Сильні сторони та загрози
- побудова сильної бази висококваліфікованих спеціалістів дозволить підвищити престиж компанії; - ріст престижу підтягне за собою потік нових співробітників, тим самим підвищить конкурс на робоче місце; - можливість залучення зовнішнього капіталу ефективнішого від конкурентів дозволить розширити кількість офісів та підрозділів.	- ріст конкуренції на ринку аудиторських послуг, втрата репутації через можливі помилки та економічна нестабільність може привести до закриття підрозділів компанії; - престиж дає переваги в конкурентній боротьбі, залучаючи нових клієнтів.
Слабкі сторони та можливості	Слабкі сторони та загрози
- втрата рейтингової позиції зсуває пріоритет організації у виборі потенційних клієнтів та нових співробітників; - відсутність віддаленої роботи та відділів маркетингу в кожному підрозділі може зменшити кількість співробітників; - стабілізація нормативно-правової бази приведе до спрощення ведення обліку.	- втрата клієнтів і репутації під тиском конкуренції та помилок, криза в сфері фінансів може послабити конкурентоспроможність організації; - структурна залежність підрозділів і відсутність віддаленої роботи може призвести до зниження мотивації співробітників; - гострі політичні обставини в деяких державах, де знаходяться підрозділи компанії можуть призвести до неможливості функціонування.

Джерело: складено автором.

Таким чином, в умовах високої конкуренції будь-яка, навіть незначна помилка може призвести до істотних втрат для підприємства. А, як відомо, помилки не відбуваються самі собою і вже точно це не випадки непереборної

сили, тому як властиво їх здійснювати тільки людині. Це стосується і досліджень, наприклад, необхідних для прийняття стратегічно важливих рішень у бізнесі. Для виключення людського фактора, людьми ж придумуються системи або, як буде звучати точніше, алгоритми проведення досліджень. Таким алгоритмом є SWOT-аналіз [22]. Так, крок за кроком, з досить простих окремих завдань збирається складна система, що дозволяє з більшою часткою впевненості, ніж при поверхневому аналізі, сказати, що отримані пункти дійсно мають місце і відносяться до організації на даному етапі розвитку.

2.2 Вибір приймаючої країни ТОВ «Ернст Енд Янг» у контексті вдосконалення соціальної політики

Майже усі міжнародні компанії є представниками соціо-технічної системи, яка виділяє матеріальні та людські фактори у ході виробничого процесу. Підвищення рівня впливовості людського фактору внаслідок реалізації соціальної політики компанії здатне покращити якість життя працівників, споживачів та суспільства загалом.

Гармонізація суспільних інтересів з метою покращення якості життя персоналу та задоволення потреб підприємства є досить багатогранним та непростим економічним процесом, який визначає потребу у використанні усіх переваг соціальної політики та модернізації стратегії компанії.

Удосконалення соціальної політики ТОВ «Ернст Енд Янг» за рахунок приваблення нових горизонтів, насамперед, пов'язано із створенням належних умов для ефективної діяльності працівників. Тож передовою умовою для забезпечення повноцінного ресурсного потенціалу є саме працівники підприємства, які у свою чергу виступають у ролі носія професійно-кваліфікаційних та інтелектуальних характеристик. Таким чином, роль

персоналу підприємства обґрунтовує актуальність модернізації соціальної політики підприємства внаслідок створення сприятливих умов діяльності персоналу та зростання показників трудового потенціалу [16].

Проблема модернізації соціальної політики ТОВ «Ернст Енд Янг» є досить важливим аспектом у діяльності міжнародної компанії та підтримці своїх лідерських позицій на глобальному ринку. За сучасних умов господарювання репутація фірми напряму залежить від її комерційного успіху та активності у вирішенні суспільних та соціальних проблем суспільства на відповідній території. Саме через це значна кількість соціально відповідальних компаній залучають концепцію «корпоративного громадянства», яка передбачає сплату певних податків підприємством, що господарює на території певної країни та користуються усіма її внутрішніми благами. Крім того концепція передбачає дотримання правил працевлаштування та норм праці, а також принципів охорони довкілля.

Міжнародні компанії мають дотримуватися додаткової відповідальності з метою подальшого розвитку територіальної суспільно-соціальної інфраструктури та впровадження спільних проектів розвитку із місцевими виконавчими органами.

У такому випадку, соціальна політика міжнародної компанії має зовнішнє та внутрішнє середовище. Внутрішнє середовище відповідає за соціальну організацію трудової активності працівників, у той час, як зовнішнє середовище відповідає за задоволення соціальних потреб та взаємодії із територіальними виконавчими органами з метою розвитку соціальної інфраструктури та участі у місцевих соціальних програмах [19].

Метою соціальної політики міжнародного підприємства ТОВ «Ернст Енд Янг» є:

- формування оптимальних умов для діяльності та відпочинку персоналу;
- забезпечення належного рівня безпеки на виробництві;
- задоволення суспільних потреб працівників;

- збереження соціальної екосистеми;
- реалізація концепції гідної праці.

Одним із способів удосконалення соціальної політики є створення дочірнього підприємства на території іншої держави (приймаючої країни), більше половини акцій якого «перебуває у власності іншого підприємства, яке має право призначати або усувати більшість членів адміністративних, управлінських або наглядових органів».

Структура управління ТОВ «Ернст Енд Янг» є найбільш глобальною серед усіх компаній Великої четвірки. ТОВ «Ернст Енд Янг» Global визначає світові положення та здійснює моніторинг щодо дотримання норми підприємства та вимог до якості наданих послуг. У той же час, контроль за діяльністю персоналу із споживачами здійснюють компанії-члени ТОВ «Ернст Енд Янг».

Компанії ТОВ «Ернст Енд Янг» у різних країнах згруповані за чотирма географічними регіонами. Цей підхід є відмінним від інших компаній, що надають професійні послуги, структура управління якими є більш централізованою.

Основними регіонами для розвитку власної діяльності для ТОВ «Ернст Енд Янг» виступають:

- ЕМЕІА: Європа, Близький Схід, Індія і Африка;
- Північна і Південна Америка;
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон;
- Японія.

Кожен із наведених регіонів має схоже бізнес-середовище та команду менеджерів під керівництвом Керуючого партнера у регіоні, який одночасно є членом Глобальної ради директорів.

Якщо говорити про досягнення компанії «Ернст Енд Янг» в соціальній політиці та соціальному розвитку, можна навести наступне на рис. 2.6.

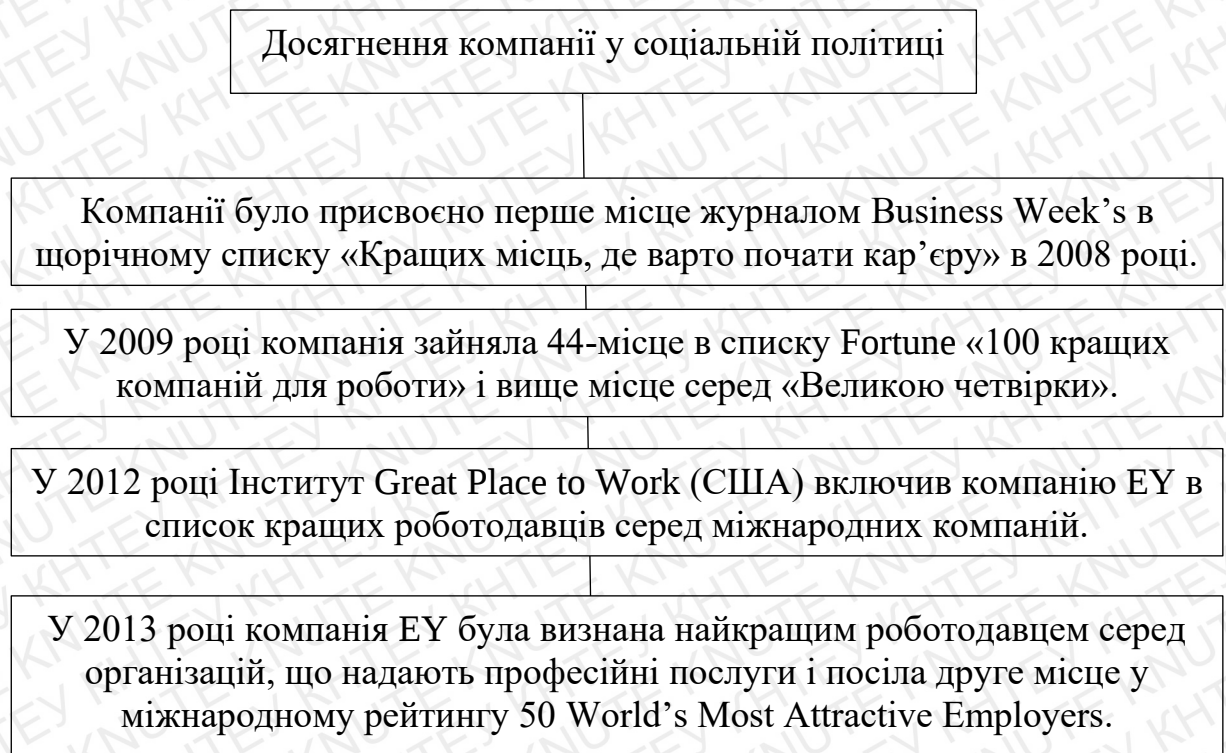


Рис. 2.6 Досягнення компанії в соціальній політиці ТОВ «Ернст Енд Янг»

Соціальна політика даної компанії ґрунтується на принципах взаємної поваги, відкритості, ініціативності та роботи в команді. У ході спільної роботи створюються перспективи розвитку для колег і клієнтів, а також робиться внесок у розвиток суспільства, в якому живемо і працюємо.

Як глобальна організація, підтримують співробітників, які мають бажання працювати в різних галузях і напрямках діяльності в різних містах і країнах світу, де представлена компанія. У масштабах всієї міжнародної практики компанія прагне, щоб професійні цілі співробітників збігалися з потребами клієнтів.

Важливим критерієм соціальної політики є розвиток бренду роботодавця. ТОВ «Ернст Енд Янг» приділяє значну увагу розвитку бренду компанії як роботодавця з метою залучення та утримання найкращих фахівців та підвищення рівня залученості співробітників. У 2020 році ТОВ «Ернст Енд

Янг» вжили низку заходів спрямованих на розвиток соціальної політики підприємства, зокрема такі як:

- налагоджено партнерські взаємозв'язки із топовими ВНЗ та молодіжними об'єднаннями з метою реалізації освітніх програм та тренінгів задля розвитку лідерських та професійних навичок у молодого покоління, а також просування через популярні соціальні мережі сучасних комунікаційних інструментів, кооперація освітньої складової із реальною бізнес-практикою;
- популяризація програм професійного та кар'єрного розвитку працівників підприємства, що включають у себе коучинг, тренінги, підвищення кваліфікації, програми мобільності, що в подальшому забезпечить можливість отримання практичного досвіду на міжнародному рівні;
- створення сприятливих умов та соціально-психологічного клімату у колективі, впровадження інноваційних рішень з метою балансування особистого життя та працевлаштування та становлення у персоналу задоволеності працею;
- модернізація комунікаційних зв'язків та впровадження нових методів взаємозв'язку.

Глобальне внутрішнє опитування працівників (Global People Survey). Кожні два роки проводиться ґрунтовне опитування співробітників за 74 показниками. Результати опитування 2020 року були порівняні з результатами 2018 року, що дозволило оцінити ефективність заходів, запроваджених за результатами попереднього дослідження. Серед тверджень, які отримали найбільшу кількість позитивних відповідей, наступні (рис. 2.7):

- 87% наших співробітників вважають, що їм довіряють приймати рішення, необхідні для ефективного виконання роботи;
- 86% пишаються тим, що працюють в «Ернст Енд Янг»;
- для 88% співробітників є дуже важливим середовище, в якому цінується розмаїття та взаємопов'язаність.

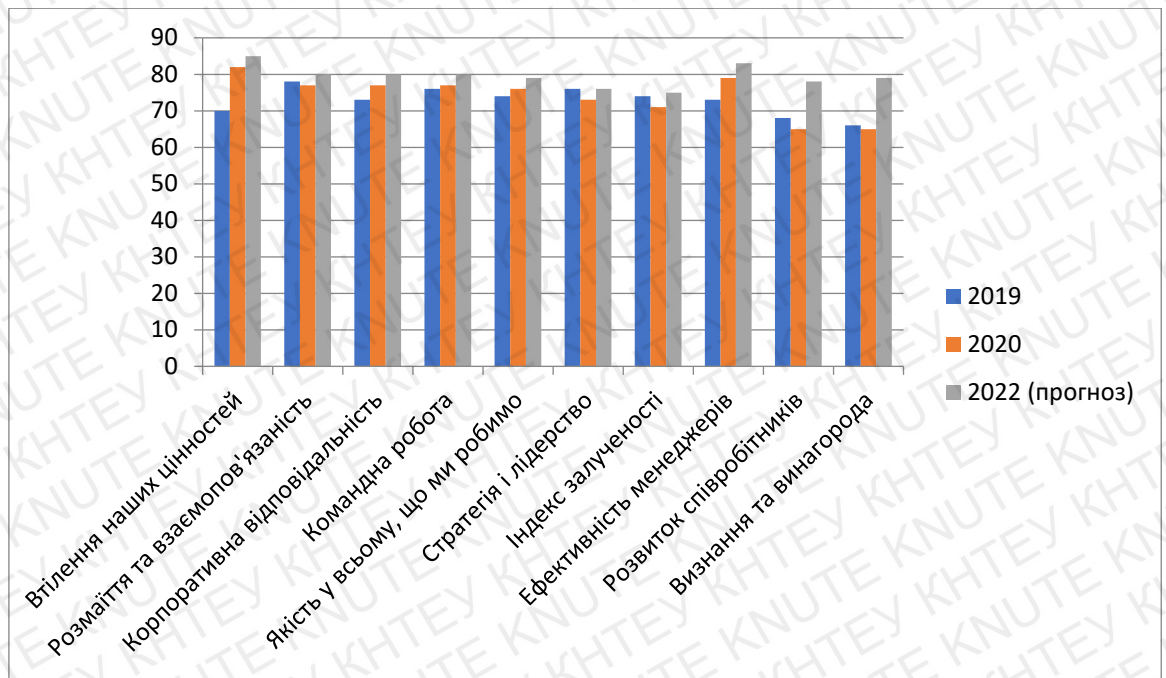


Рис. 2.7 Результати опитування персоналу в Україні, %

Джерело: складено автором на основі даних опитування персоналу ЕУ в Україні

Аналізуючи результати опитування працівників можна спостерігати тенденцію до зростання кількості персоналу щодо поінформованості у діяльності підприємства спрямованої на захист навколишнього середовища (82% у 2020 році та 70% у 2019 році). Крім того, зростає показник розуміння персоналом критерію оцінки ефективності їх діяльності (68 % у 2020 році та 62% у 2019 році.)

Проте відзначається негативна тенденція за такими показниками як можливість формування нових компетенцій, які б сприяли успішному виконанню подальших функціональних обов'язків (67% у 2020 році та 74% у 2019 році).

Отже, наведені результати опитування персоналу дають можливість оцінити ефективність роботи працівників та визначити подальші стратегічні орієнтири на довгострокову перспективу. Зокрема, слід приділяти увагу розвитку персоналу та пошуку нових методів для зняття соціальної напруги та покращення соціально-психологічного клімату у колективі.

Глобальний кодекс корпоративної поведінки ТОВ «Ернст Енд Янг» – це комплекс стандартів, якими компанія керується при веденні бізнесу. Він встановлює етичні норми, що визначають дії і рішення, які підприємство приймає в щоденній роботі. Кодекс заснований на цінностях і переконаннях і визначає їх поведінку.

Брошура «Глобальний кодекс поведінки» містить п'ять розділів із описом основних принципів, якими керується компанія у всіх сферах діяльності. Серед них [24]:

1. Спільна робота співробітників.

Персонал формує свої взаємозв'язки у контексті довіри та впевненості у своєму партнері та його діях, а також у діяльності керівників підприємства. Працівники підприємства проявляють взаємоповагу один до одного, цим самим цінуючи потреби та час кожного у колективі; кожен із підлеглих робить власний вклад у створення сприятливого мікроклімату, уникнення дискримінації та залякувань.

2. Робота з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.

Під час взаємодії з клієнтами та іншими зовнішніми сторонами питання етики, принциповості та репутації «Ернст Енд Янг» мають бути в абсолютному пріоритеті.

Компанія прагне надавати послуги високої якості з урахуванням професійної кваліфікації, конкретних запитів і потреб клієнтів «Ернст Енд Янг», а також відповідно до умов договорів щодо надання послуг. Ефективно й впевнено вирішують питання, які виникають в процесі роботи з клієнтом, без вагань повідомляючи їм неприємні новини. Оцінюють кожне нове завдання не лише з погляду на можливість його виконання, але й з погляду на те, чи варто розпочинати роботу над ним. Підтримують своїх співробітників і готові відмовитися від роботи з будь-якими клієнтами, які будуть чинити неправомірний тиск на власних фахівців або погрожувати їм під час виконання професійних обов'язків.

3. Професійна принциповість.

У професійній діяльності компанія дотримуємося усіх чинних законів, нормативних актів і стандартів. Не змінює позицію, яку займає компанія щодо професійних та інших питань. Всіляко підтримує звернення за порадою й консультаціями. Обговорює етичні питання і за необхідності звертається за порадою задля їх вирішення. Співробітники не бояться проблем та не ігнорують їх. Розуміють правила, вказівки й процедури «Ернст Енд Янг» та дотримуються їх. Вони створили гарячу лінію для роботи зі зверненнями працівників у делікатних справах етичного характеру.

4. Об'єктивність і незалежність.

Дотримання правил «Ернст Енд Янг» щодо незалежності, зокрема обмежень, що стосуються членів родин, а також професійних стандартів, законів і нормативних актів, які були ухвалені на державному рівні, якщо вони мають більш жорсткий характер, ніж внутрішні правила, і своєчасно надається необхідна інформація. Уникають взаємин, які негативно впливають на об'єктивність і незалежність, або можуть створювати враження такого впливу.

Забезпечують й підтверджують об'єктивність та незалежність, усвідомлюючи їх значущість для виконання професійних обов'язків. Дотримання принципу необхідного професійного скептицизму. Не допускається тиску на працівників з боку клієнтів або інших осіб. Відстежують можливі прояви конфлікту інтересів на особистісному або професійному рівнях та оперативно вживають необхідних заходів для врегулювання будь-яких потенційних конфліктів.

5. Захист даних, інформації та інтелектуальної власності

Дотримання конфіденційності інформації та інших відомостей, які співробітники отримують від клієнтів, третіх осіб або тих, хто має до них приналежність, а також персональних даних співробітників «Ернст Енд Янг». Надають інформацію лише за службової необхідності, суворо дотримуючись політик. Вживають превентивних заходів для захисту документів, комп'ютерного обладнання та інших інформаційних носіїв, на яких

зберігаються персональні дані та інша конфіденційна інформація, зокрема відповідно до політик «Ернст Енд Янг» у сфері інформаційної безпеки. Співробітники повідомляють про будь-які випадки втрат, крадіжок та неправомірного розкриття персональних даних і конфіденційної інформації відповідно до чинного законодавства й політик «Ернст Енд Янг». Вони не використовують конфіденційну інформацію й персональні дані у власних інтересах і дотримуються чинного законодавства у сфері інсайдерської торгівлі, а також відповідних правил «Ернст енд Янг». Використовують соціальні медіа та технології відповідно і дотримуються конфіденційності щодо усіх осіб, з якими працюють.

Дотримання принципів, викладених у Кодексі, дозволяє компанії надавати послуги високої якості в будь-якій сфері діяльності та допомагати клієнтам, суспільству й компанії успішно розвиватися.

На сьогодні ТОВ «Ернст енд Янг» характеризується посиленою співпрацею із молодіжною організацією AIESEC, яка зростає професійно через спільні проекти та ініціативи і прагне змінити світ на краще. AIESEC в Україні існує з 1994 року та налічує у своїй структурі понад 800 студентів. Окрім того, вже протягом двох років ТОВ «Ернст Енд Янг» позиціонує себе у ролі стратегічного партнера AIESEC.

У 2018 році працівники ТОВ «Ернст Енд Янг» приймали участь в освітніх ініціативах, зокрема у ярмарку талантів, кар'єрному форумі та програмах HR-Evolution і Світ без кордонів.

ТОВ «Ернст Енд Янг» віддає належну підтримку проекту Leadership Development Seminar, який спрямований на розвиток лідерських та професійних якостей у молодого покоління.

Проект «Світ без кордонів» розроблений організацією AIESEC за підтримки ТОВ «Ернст Енд Янг» спрямований на розвиток лідерських характеристик учнів випускних класів. Його основою є проведення освітньо-розвиваючих програм шляхом проведення уроків та тренінгів спрямованих на розвиток особистості іноземних студентів.

Соціальна політика компанії «Ернст Енд Янг», зокрема є:

- умови та охорона праці, техніка безпеки персоналу;
- форми та методи регулювання трудових відносин;
- методи вирішення виробничих та соціальних конфліктів;
- встановлення норм та принципів етичних взаємовідносин у колективі, розробка кодексу ділової етики;
- розробка концепції розвитку персоналу, яка включає нові форми та методи навчання, планування ділової кар'єри та професійно-службового просування, формування кадрового резерву тощо.

Окрім того, важливим фактором для розвитку соціальної політики ТОВ «Ернст енд Янг» є забезпечення належного рівня конкурентних позицій на ринку та суспільний розвиток персоналу. Таким чином, реалізація вище наведених заходів сприятиме підвищенню рівня ефективності праці та забезпеченню оптимальних умов трудової діяльності на досліджуваному підприємстві.

ТОВ «Ернст енд Янг» знаходиться на позиції світової компанії, яка усіма силами підтримує власних працівників та сприяє їх подальшому розвитку і можливості кар'єрного росту на міжнародному рівні. Загалом, практика діяльності ТОВ «Ернст енд Янг» спрямована на становлення професійних якостей персоналу та задоволення потреб споживачів їх послуг.

Висновки до розділу 2

Проаналізувавши зовнішнє та внутрішнє середовище ТОВ «Ернст Енд Янг» можна виділити основні можливості та загрози компанії. Можливостями є стабілізація нормативно-правової бази, націленість на працівників, можливість залучення зовнішнього капіталу ефективнішого від конкурентів дозволить розширити кількість офісів та підрозділів. У той же час, загрозами для

компанії є висока конкуренція, втрата репутації, зміни на ринку валют, політичні кризи.

ТОВ «Ернст Енд Янг» є міжнародним лідером із аудиту, оподаткування, супроводу угод і консультування. Колектив компанії нараховує 152 000 співробітників у різних країнах світу, яких об'єднують спільні цінності та високі стандарти якості послуг. Вони створюють перспективи, розкриваючи потенціал власних співробітників, клієнтів і суспільства в цілому.

Як міжнародна компанія, що діє на світовому ринку ТОВ «Ернст Енд Янг» підтримує співробітників, які мають бажання працювати в різних галузях і напрямках діяльності в різних містах і країнах світу. У масштабах всієї міжнародної практики компанія прагне, щоб професійні цілі співробітників збігалися з потребами клієнтів. Тож у компанії чималу роль відводять саме соціальній відповідальності та формуванню соціально-корпоративної політики задля розвитку підприємства на глобальному рівні.

РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ»

3.1. Розробка заходів щодо підвищення соціальної політики ТОВ «Ернст Енд Янг»

Міжнародні організації, які обирають політику соціальної спрямованості мають змогу отримати певні переваги, зокрема такі як:

- створення привабливої репутації підприємства;
- покращення інвестиційної привабливості;
- покращення взаємозв'язків із суспільством та місцевими органами влади;
- зростання рівня змотивованості та продуктивності праці персоналу;
- розширення ринку збуту та зростання обсягів продажу.

Відповідно до досліджень, які надає компанія Your Cause щодо соціально відповідальних підприємств, понад 65% споживачів готові платити більше за товар, який відповідає положенням соціального спрямування. Так, у соціально залучених компаніях продуктивність праці зростатиме на 13%, а у компаній, які реалізовуватимуть програми КСВ з'являється можливість зменшити плинність кадрів та покращити прихильність персоналу [30, с. 3].

Соціально-відповідальну діяльність організації можна звести до шести основних ініціатив:

1. Благодійні справи — залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога у зборі коштів, залучення учасників та волонтерів;
2. Благодійний маркетинг — зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу;
3. Корпоративний соціальний маркетинг — підтримка кампаній з покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища;

4. Корпоративна філантропія — пожертви безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та/або товарів і послуг;

5. Волонтерська робота в інтересах суспільства — підтримка і заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;

6. Соціально-етичні підходи до ведення бізнесу — впровадження практики ведення бізнесу і інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища [18, с. 42].

ТОВ «Ернст енд Янг» проводить діяльність у всіх перелічених напрямках, оскільки потреби громади перетинаються з унікальними можливостями товариства та його працівників. Це розвиток відповідального бізнесу та підприємництва, освіта для нового покоління, заходи для збереження довкілля, опікування дитячими будинками, благодійні програми для знедоленої молоді.

Вже більше 10 років іменним благодійним фондом компанії «Ернст енд Янг» до Міжнародного Благодійного Фонду відродження Києво-Могилянської Академії перераховується матеріальна підтримка для професорів в сумі 80 000 грн. та матеріальна підтримка для студентів в сумі 30 000 грн. щорічно.

ТОВ «Ернст Енд Янг» систематично надається довгострокова підтримка вразливим категоріям суспільства: дітям із важкими захворюваннями, дітям-сиротам, людям з особливими потребами. Товариство встановило міцні партнерські стосунки з рядом благодійних організацій, а саме: з благодійним фондом «Приятелі Дітей», всеукраїнською благодійною організацією «Даун Синдром», благодійним фондом «Единственная» та іншими.

ТОВ «Ернст Енд Янг» втілює проекти, які спрямовані на отримання молоддю більш ширшого доступу до якісної освіти та вищих шансів на цікаву роботу. Серед таких програм для української молоді можна визначити: Tax & Law School, семінари від фахівців EY, «Молоде покоління фінансових

управлінців», «Університет ЕУ», різні тематичні завдання та конкурси. Окрім того, ТОВ «Ернст Енд Янг» здійснює підтримку молодіжних програм і організацій, що спрямовані на розвиток особистісних та професійних навичок молодого покоління. Так компанія є партнером AIESEC, ESTIEM, Enactus, East West Business, Case Champ: студентська ліга, CFA Institute Research Challenge та інших молодіжних програм і організацій. Відзначимо, що ТОВ «Ернст Енд Янг» підтримує знедолену молодь шляхом запровадження програми стипендій, соціальних стажувань та навчальних модулів у дитячих будинках.

Протягом 2015-2016 років ТОВ «Ернст Енд Янг» було витрачено 91 тис. доларів США на соціальні проекти, 40 тис. дол. на благодійництво, вартість часу, витраченого на соціальні проекти співробітниками товариства, становила 2,4 млн. доларів. Також більше половини працівників ТОВ «Ернст Енд Янг» були волонтерами соціальних проектів та ініціатив.

Проте наведені дані можна знайти лише у звіті за 2015-2016 роки. З того часу товариство припинило оприлюднювання нефінансових звітів. Відновлення практики формування та оприлюднення звітів про корпоративну та соціальну діяльність підвищить імідж ТОВ «Ернст Енд Янг» та приверне увагу нових клієнтів.

Нефінансова звітність допомагає підвищити якість як корпоративного управління, так і управління соціальними й екологічними проектами, оцінити внесок компанії в забезпечення її сталого розвитку, зменшити ризики та поліпшити репутацію, розвинути зв'язки із зацікавленими сторонами, обмінятися інформацією на корпоративному і міжкорпоративних рівнях (між компаніями) та порівняти результативність.

На сьогоднішній день в Україні немає єдиного нормативно-правового акту, який би регулював ведення соціального обліку та формування відповідних показників нефінансової звітності. Отже, українські компанії наразі звітують згідно міжнародних стандартів та користуючись власним досвідом. На даний час найбільш розповсюдженими стандартами ведення

соціального обліку та складання нефінансової звітності є AA1000 та GRI, з яких залежно від потреб компанії відбувається їх вибір.

Наразі постала проблема розробки глибокої методології та досконалого прикладного сценарію щодо ведення соціального обліку, підготовки та оприлюднення нефінансової звітності, які б дозволили задокументувати виконання соціальних завдань, що неповною мірою або опосередковано відображені в системі бухгалтерського обліку. Це сприяло би налагодженню зв'язків із громадськістю та завоюванню довіри зацікавлених сторін внаслідок відкритого, об'єктивного висвітлення внеску компаній, зокрема ТОВ «Ернст Енд Янг», в розв'язання соціальних, економічних, екологічних питань [25].

Більшість українських науковців, досліджуючи соціальний облік, виділяють основним його об'єктом соціальні витрати, що виникають в процесі виконання завдань соціально-відповідальної діяльності. До їх складу можна відноси витрати на:

- розвиток персоналу;
- регульований законодавством соціальний пакет;
- мотивацію;
- охорону праці та техніку безпеки;
- утримання власних об'єктів соціальної сфери;
- забезпечення якості продукції;
- гарантійне обслуговування;
- благодійну допомогу;
- екологічні платежі, витрати на охорону навколишнього природного середовища;
- витрати на підтримку культурного, спортивного життя суспільства, участь у регіональних програмах розвитку.

Застосування наведених на інших необхідних статей витрат сприятиме формуванню достовірної соціальної нефінансової звітності для її оприлюднення.

Аналіз міжнародної практики показав наявність трьох найпоширеніших підходів щодо складання нефінансової звітності:

1. Заснований на Глобальному договорі. Зважаючи на простоту формування, він є досить розповсюдженим. Даним підходом передбачається складання Звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору.
2. Базується на системі Глобальної ініціативи зі звітності (GRI). Ним передбачається формування Звіту зі сталого розвитку, в якому розкривається інформація про діяльність підприємства не тільки в економічній області, але й в соціальній, екологічній соціальній сферах управління.
3. Передбачає складання Звіту із корпоративної соціальної відповідальності за стандартом AA1000, який засновано на діалозі із стейкхолдерами [25].

Отже, на нашу думку, ТОВ «Ернст енд Янг» слід обрати сприятливий підхід для формування нефінансових звітів.

Стосовно екологічної складової соціальної відповідальності, то внаслідок специфіки діяльності ТОВ «Ернст енд Янг» несе чималі витрати на відрядження працівників та витрати на папір. Застосовуючи електронний документообіг, відео-конференції, можна скоротити витрати оплати добох, на паливо та папір. Останні з перелічених дві статті витрат позитивно вплинуть на охорону довкілля.

3.2. Прогнозні показники діяльності ТОВ «Ернст Енд Янг» за умови впровадження наданих пропозицій

Характерними показниками рівня соціальної спрямованості є відсутність можливості обліку соціальних заходів підприємства на етапі їх реалізації. Навіть володіючи інформацією про величину пов'язаних з ними витрат, визначення точного розміру доходу внаслідок соціальних дій є дуже

сумнівним, а сформувавши фінансовий результат від цієї діяльності взагалі можливо лише теоретично [23].

Нефінансові звіти демонструють ринку зацікавленість компанії проблемами навколишнього середовища, економічного і соціального розвитку громади та території. Завдяки цьому компанія отримує певні управлінські та репутаційні вигоди: залучення капіталу та споживачів, конструктивну співпрацю з групами впливу тощо.

Ті, хто сьогодні складають нефінансову звітність, отримують конкурентні переваги завтра.

Зауважимо, що ще в 2011-2012 рр. Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» почав визначатись Індекс прозорості та підзвітності, який ґрунтується на методології компанії Beyond Business (Ізраїль), по компаніям України стосовно впровадження технологій корпоративної та соціальної відповідальності та інформування стейкхолдерів компанії, про практики та політику в сфері корпоративної та соціальної відповідальності. Даний Індекс відзначається тим, що об'єктом оцінки в даному випадку є веб-сайт компанії, а отже перевірити достовірність його результатів може будь-який користувач інтернету. Згідно методології розрахунку Індeksu веб-сайти компаній оцінюються за чотирма основними критеріями, кожен з яких має відповідну вагу:

- 1) Звітність (наявність нефінансового звіту, наявність звіту про екологічну та соціальну діяльність тощо) – 40 відсотків від загального результату;
- 2) Зміст сайту (рівень розкриття інформації по основних сферах корпоративної та соціальної відповідальності) – 35 відсотків від підсумку результату;
- 3) Навігація (зручність користування сайтом) – 10 відсотків від підсумку інформації;
- 4) Доступність (контактна інформація, мова) – 15 відсотків від загального результату.

Отже, не оприлюднюючи звіт про корпоративну та соціальну відповідальності ТОВ «Ернст энд Янг» втрачає 40% Індексу прозорості та підзвітності.

Розглянемо ефективність соціальної відповідальності від запровадження економії паперу. Наочно це можна представити у вигляді схеми (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Ефективність соціальної відповідальності від скорочення паперового документообігу

Джерело: складено автором.

За даними Звіту про діяльність ТОВ «Ернст Енд Янг» на 1 співробітника в рік витрачається 22 кг паперу. Станом на 31 грудня середньооблікова чисельність становила 198 осіб. Отже, річна потреба товариства в папері складала

$$198 * 22 = 4356 \text{ (кг)}$$

Вага однієї пачки паперу 2,5 кг, а її вартість в середньому 85 грн. Таким чином, товариство витрачало на придбання паперу в рік

$$4356 : 2,5 * 85 = 148104 \text{ (грн.)}$$

Якщо скоротити витрачання паперу на одну особу хоча б на 1 пачку в рік, витрати становитимуть

$$198 * (22 - 2,5) = 3861 \text{ (кг)}$$

$$3861 : 2,5 * 85 = 131274 \text{ (грн.)}$$

Економія коштів складених

$$148104 - 131274 = 16830 \text{ (грн.)}$$

Тобто витрати ТОВ «Ернст Енд Янг» внаслідок зменшення затрат паперу на 1 пачку в розрахунку на 1 особу за рахунок запровадження електронного документообігу та відео-конференцій замість паперових документів, інструкцій, консультацій тощо знизяться на 16830 грн. на рік.

І це не враховуючи економію електроенергії для принтерів, витрати на запчастини для них та їх ремонт.

Ще одним напрямком підвищення соціальної відповідальності є скорочення відряджень автомобільними транспортом. Наочно це можна представити у вигляді схеми (рис. 3.2).



Рис. 3.2 Ефективність соціальної відповідальності від скорочення ділових поїздок автотранспортом

Джерело: складено автором.

Так за даними компанії на 1 співробітника припадає 339 км ділових подорожей автотранспортом на рік. Отже, всього на весь персонал —

$$198 * 339 = 67122 \text{ (км)}$$

Враховуючи, що вартість 1 л бензину в середньому коштує 31 грн. та прийнявши витрати палива за 8 л/км, можна визначити суму витрат на паливо за рік

$$67122 * 8 * 31 = 16\,646\,256 \text{ (грн.)}$$

Визначимо витрати на паливо, якщо зменшити ділові поїздки на 50 км на одного співробітника:

$$198 * (339 - 50) = 57222 \text{ км}$$

$$57222 * 8 * 31 = 14\,191\,056 \text{ (грн.)}$$

Економія витрат на придбання палива становитиме:

$$16646256 — 14191056 = 2\,455\,200 \text{ (грн.)}$$

І знову ж, не враховуючи витрати на добові співробітникам, які становлять до 600 грн. на добу, витрати на утримання автотранспорту, транспортний податок тощо.

Для охорони навколишнього середовища скорочення ділових поїздок співробітників ТОВ «Ернст Енд Янг» приведе до зменшення викидів CO₂. Так за встановленими на сьогоднішній день нормами викидів 130 г/км за рік у повітря потрапило CO₂

$$130 * 67122 = 8725860 \text{ (г)} \text{ або } 872,6 \text{ (кг)}$$

А за зменшенням відряджень автомобільним транспортом

$$130 * 57222 = 7438860 \text{ (г)} \text{ або } 743,9 \text{ (кг)}$$

$$872,6 — 743,9 = 128,7 \text{ (кг)}$$

Отже, при скороченні поїздок на 50 км в розрахунку на 1 співробітника ТОВ «Ернст енд Янг» приведе до зменшення викидів CO₂ в атмосферу на 128,7 кг.

Таким чином, лише за збільшення електронного документообігу та застосування сучасних технік і можливостей зв'язку можна скоротити річні витрати ТОВ «Ернст Енд Янг» на 2,5 млн. грн. ($2455200 + 16830 = 2472030$) та зберегти довкілля.

Висновки до розділу 3

ТОВ «Ернст Енд Янг» здійснює політику соціальної відповідальності за багатьма напрямками: благодійність, волонтерство, участь у соціальних проектах та ініціативах, охорона навколишнього середовища тощо. В даному розділі запропоновано напрямки з покращення корпоративної соціальної відповідальності та визначено їх ефективність.

Нефінансова звітність створює та підвищує довіру до компанії, її імідж. Для співпрацівників компанії вона є значним стимулом, оскільки роз'яснює

соціальну роль їх роботи. Зовнішні контрагенти — державні органи, бізнес-партнери, споживачі також формують своє ставлення до компанії, враховуючи наявність нефінансової звітності. Отже, ТОВ «Ернст енд Янг» слід відновити формування та оприлюднення звітів про корпоративну та соціальну діяльність, що підвищить імідж товариства, приверне увагу нових клієнтів, та як наслідок збільшить доходи.

Пропонується скоротити витрати на придбання паперу та ділові поїздки автомобільним транспортом. Розрахована економія від впровадження пропонованих заходів, без врахування скорочення супутніх витрат, становить 2 472 030 грн. на рік.

Також при цьому зменшаться шкідливі викиди CO₂ в атмосферу на 128,7 кг, а зменшення використання паперових носіїв сприятиме охороні лісів.

ВИСНОВКИ

Будь-яке сучасне підприємство являє собою складно структуровану систему соціо-технічних взаємозв'язків, які чітко виокремлюють матеріально-речовий і людський фактори розвитку виробництва. Збільшення вагомості людського фактору внаслідок дотримання підприємством соціальної відповідальності має змогу покращити якість життя населення приймаючої країни. Узгодження інтересів суспільства (підвищення якості життя) і підприємства (одержання прибутку) є складним, багатоаспектним процесом, що охоплює економічні і соціальні процеси на підприємстві і в зовнішньому середовищі, обґрунтовує необхідність використання можливостей соціальної політики й удосконалювання місії підприємства.

Перший розділ кваліфікаційної роботи було присвячено вивченню сутності та теоретико-методичних підходів щодо формування соціальної політики суб'єкта міжнародного бізнесу, а також проведено дослідження соціальної діяльності та фінансового стану ТОВ «Ернст Енд Янг».

ТОВ «Ернст Енд Янг» здійснює політику соціальної відповідальності за багатьма напрямками: благодійність, волонтерство, участь у соціальних проектах та ініціативах, охорона навколишнього середовища тощо. В даному розділі запропоновано напрямки з покращення корпоративної соціальної відповідальності та визначено їх ефективність.

Відтак, за аналізованими даними можна прослідкувати постійну тенденцію до зростання, особливо стрибок був у 2020 році, коли збільшився загальний обсяг проданих послуг підприємства. Також можна спостерігати тенденцію в 2020 році до того, що прибуток від операційної діяльності збільшився на 260,51% відповідно з фінансовим результатом, який збільшився на 60,29%. На основі отриманих даних можемо зробити висновок, що ефективність діяльності підприємства збільшується так, як прибуток зростає, а витрати зменшуються.

Так, за даними аналізу міжнародної соціальної та фінансової діяльності ТОВ «Ернст енд Янг» можна зробити висновок про те, що компанія має певні труднощі у процесі реалізації соціальної політики та фінансовому становищі, проте активно бореться із усіма негативними чинниками та доволі вправно підтримує конкурентні позиції на міжнародному ринку.

У другому розділі роботи було проведено оцінку привабливості та сприятливості зовнішнього середовища для досліджуваного підприємства та проведено вибір приймаючої країни для ТОВ «Ернст енд Янг» на етапі удосконалення їх соціальної політики.

Загалом, «Ернст енд Янг» є міжнародним лідером із аудиту, оподаткування, супроводу угод і консультування. Колектив компанії нараховує 152 000 співробітників у різних країнах світу, яких об'єднують спільні цінності та високі стандарти якості послуг. Вони створюють перспективи, розкриваючи потенціал власних співробітників, клієнтів і суспільства в цілому.

Як глобальна організація, в компанії підтримують співробітників, які мають бажання працювати в різних галузях і напрямках діяльності в різних містах і країнах світу, а саме де представлена компанія у Великій Британії в штаб-квартирі в Лондоні. У масштабах всієї міжнародної практики компанія прагне, щоб професійні цілі співробітників збігалися з потребами клієнтів.

Третій розділ кваліфікаційної роботи присвячено розробці можливих напрямів удосконалення соціальної політики ТОВ «Ернст Енд Янг» на основі проведених досліджень у попередніх розділах та надано прогностні показники діяльності підприємства за умови впровадження наданих пропозицій.

Компанія може скоротити витрати на придбання паперу та ділові поїздки автомобільним транспортом. Розрахована економія від впровадження пропонованих заходів, без врахування скорочення супутніх витрат, становить 2 472 030 грн. на рік. Також при цьому зменшаться шкідливі викиди CO₂ в атмосферу на 128,7 кг, а зменшення використання паперових носіїв сприятиме охороні лісів.

Крім того, ТОВ «Ернст енд Янг» слід відновити формування та оприлюднення звітів про корпоративну та соціальну діяльність, що підвищить імідж товариства, приверне увагу нових клієнтів, та як наслідок збільшить доходи.

Загалом, розвиток соціального спрямування на міжнародному підприємстві, насамперед, викликаний потребою у створенні оптимальних умов для трудової активності персоналу. За сучасних умов ринку, імідж компанії формується з урахуванням його комерційного успіху, якості продукції (послуг), соціальної активності та підтримці країни-знаходження. Саме тому, міжнародні підприємства усе частіше залучають до своєї діяльності концепцію корпоративного громадянства, відповідно до якої вони змушені дотримуватися норм країни-знаходження, сплачувати встановлені податки, дотримуватися законодавчих норм щодо працевлаштування, соціальної спрямованості та охорони природи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Doing Business 2020. Reforming to Create Jobs. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/reports/globalreports/doing-business-2020>
2. Index of Economic Freedom 2020. URL: <https://www.heritage.org/index/book/chapter-3>
3. Global Competitiveness Index 2019 Rankings. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
4. The Global Enabling Trade Report 2017. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GETR_2016_report.pdf
5. Біла І.С., Насікан Н.І. Бізнес-середовище в Україні. Глобальні та національні економічні проблеми, 2017. Вип. 17. С. 127-131
6. Буй Ю. В. Особливості поширення соціальних інновацій у соціально-економічних системах в умовах сталого (збалансованого) розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород. 2019. Вип. 25 (1). С. 35–38.
7. Вітренко Л. О., Кобзар І. А. Фінансова глобалізація та її вплив на економіку України. Інтернаука. 2020. № 3. Т. 2. С. 19–24. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15851351747428.pdf#page=20>
8. Ворончак І.О., Демачкович Л.М. Стратегія формування організаційної культури вітчизняних підприємств на засадах соціальної відповідальності бізнесу: регіональний аспект / І.О. Ворончак, Л.М. Демачкович // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – № 4 (04). – С. 265-270.
9. Грановська І.В. Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу / І.В. Грановська // URL: www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Evu/2012_19_1/Granovsk.pdf
10. Дерій Ж.В., Зосименко Т.І. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності: світовий досвід та українські реалії / Ж.В.Дерій,

Т.І.Зосименко // Актуальні проблеми економіки: Науковий журнал. 2018. № 11. С.278-290.

11. Калюжна Н.Г., Лежепькова В.Г. Рейтингові системи оцінювання бізнес-середовища приймаючої країни. Бізнес-інформ. 2020. № 5 (508), С. 70-78

12. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.

13. Кириченко К. І. Міжнародні рейтинги й індекси в системі оцінювання рівня соціальних, економічних і політичних трансформацій в Україні. Управління розвитком. 2017. № 1–2. С. 18–26.

14. Коптева Г., Козуб С. Соціальна відповідальність як сучасний принцип планування розвитку безпечного бізнесу в торгівлі. European Cooperation. Том 2. № 46. 2020. С. 55-74.

15. Кухарская Н. А. Украина в международных рейтингах конкурентоспособности и инновационного развития. Економіст. 2017. № 1. С. 5–13.

16. Малік І.П. Основні концепції соціальної відповідальності бізнесу / І.П. Малік // URL: www.confcontact.com/2008febr/5_malik.php бізнес.

17. Мацьків, Р., Топольницька, Т., Данилейчук, Р. Соціальна відповідальність підприємств як фактор забезпечення конкурентоспроможності регіону. *Економіка та суспільство*, (26), 2021.

18. Моргай Л.А. Основи формування соціальної політики підприємств «Національні наукові обрії: проблеми, перспективи, новації» Матеріали XI Всеукраїнської заочної науково-практичної конференції м. Харків, 13-14 листопада 2020 р. С. 34-38.

19. Мулик Т.О. Інтегрована звітність підприємства: стан та перспективи розвитку. Ефективна економіка: електронне фахове видання. 2019. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/61.pdf.

20. Надейко М. М. Оптимізація менеджменту соціальної відповідальності. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 131–135.
21. Онищенко С.В., Маслій О.А. Міжнародні індексні системи оцінки бізнес-середовища в Україні. Міжнародний науково-практичний журнал «Фінансовий простір», № 3 (39), 2020. С. 168-179
22. Офіційний сайт компанії ТОВ «Ернст Енд Янг» URL://https://www.ey.com/uk_ua
23. Правдюк Н.Л. Соціальні аспекти бухгалтерського обліку. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №12. С. 91-101
24. Розвиток соціального підприємництва в Україні та його роль у реінтеграції Донбасу. URL: http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/111Zapiska-Hodgson-Sotsp_dpri_mnitstvozatverdzhene-4cef0.pdf
25. Руденко О.В., Кондратюк О.М., Горєва А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. Електронне фахове видання “Ефективна економіка”. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf
26. Руденко О.В., Кондратюк О. М. Екологічна та облікова політики в управлінні промисловим підприємством. Ефективна економіка. 2019. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7108>.
27. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с
28. Сторожчук В. М. Підхід до оцінювання результативності митно-тарифного регулювання країни. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 19. С. 50–55. URL: <http://global-national.in.ua/archive/19-2017/12.pdf>
29. Удосконалюючи бізнес, змінюємо світ на краще. Звіт про діяльність компанії ЕУ в Україні у галузі сталого розвитку за 2015–2016 роки.

URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/uk_ua/topics/corporate-social-responsibility/ey_csr_ukr_fin.pdf

30. Штулер І. О. Сучасні тенденції позиціонування України в світових рейтингах в умовах циклічних коливань економіки. Економіка та управління національним господарством. 2018. № 2. С. 210–213. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/38.pdf

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця 1.2

Динаміка фінансово-економічних показників ТОВ «Ернст енд Янг»,
тис грн.

Показник	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.	Темпи приросту, %			
						2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції	389845	425449	448087	434758	475634	9.13	5.32	-2.97	9.40
Валовий прибуток	39768	46563	49347	71143	75578	17.09	5.98	44.17	6.23
Інші операційні доходи	18435	21653	23528	24380	25687	17.46	8.66	3.62	5.36
Прибуток від операційної діяльності	1562	1965	2348	990	3569	25.80	19.49	-57.84	260.51
Інші фінансові доходи	6178	6453	7982	5670	5324	4.45	23.69	-28.97	-6.10
Інші доходи	6452	5884	4415	5697	6876	-8.80	-24.97	29.04	20.70
Фінансовий результат до оподаткування	2871	3674	4419	3099	4967	27.97	20.28	-29.87	60.28
Чистий прибуток	2453	2876	3579	2227	3657	17.24	24.44	-37.78	64.21

ДОДАТОК Б
Таблиця 1.3

Динаміка і структура активів та пасивів ТОВ «Ернст енд Янг», млн. грн

Актив	Код рядка	На 31.12. 16р.	На 31.12. 17р.	На 31.12. 18р.	На 31.12. 19р.	На 31.12. 20р.	Темп приросту, %			
							2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020 /2019
I.Необоротні активи										
Нематеріальні активи	1000	1	1	1	1	-	0	0	0	-
первісна вартість	1001	336	338	338	339	339	1%	0%	0%	0%
накопичена амортизація	1002	336	338	338	338	339	1%	0%	0%	0%
Основні засоби	1010	2,689	3,335	4,220	6,399	6,861	24%	27%	52%	7%
первісна вартість	1011	16,687	19,345	20,221	22,407	25,298	16%	5%	11%	13%
знос	1012	13,998	16,010	16,001	16,008	18,437	14%	0%	0%	15%
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	2,130	1,740	1,650	1,476	135	-18%	-5%	-11%	-91%
Усього за розділом I	1095	5,578	5,943	6,867	9,051	28,859	7%	16%	32%	219%
II. Оборотні активи										
Запаси	1100	10,778	11,367	13,535	15,955	28,774	5%	19%	18%	80%
Незавершене виробництво	1102	9,532	10,435	13,535	15,955	28,774	9%	30%	18%	80%
Гроші та їх еквіваленти	1165	164,55	156,44	137,88	134,23	115,52	-5%	-12%	-3%	-14%
Готівка	1166	1	1	1	1	3				200%
Рахунки в банках	1167	148,65	145,86	134,76	125,75	115,52	-2%	-8%	-7%	-8%
Усього за розділом II	1195	263,48	252,00	225,62	220,90	215,41	-4%	-10%	-2%	-2%
Баланс	1300	269,06	257,94	232,49	229,95	244,26	-4%	-10%	-1%	6%
Пасив	Код рядка	На 31.12. 2016р.	На 31.12. 2017р	На 31.12. 2018р	На 31.12. 2019р.	На 31.12. 2020р.	Темп приросту, %			
							2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019

I. Власний капітал										
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	24	24	24	24	24	0%	0%	0%	0%
Нерозподілений прибуток	1420	39,976	34,635	24,755	25,037	28,569	-13%	-29%	1%	14%
Усього за розділом I	1495	40,000	34,659	24,779	25,061	28,593	-13%	-29%	1%	14%
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення										
Усього за розділом II	1595	-	-	-	-	-				
III. Поточні зобов'язання і забезпечення										
Поточна кредиторська заборгованість за:										
товари, роботи, послуги	1615	29,590	23,134	21,375	23,128	27,530	-22%	-8%	8%	19%
розрахунками з оплати праці	1630	5,476	9,631	5,453	5,009	33,008	76%	-43%	-8%	559%
Поточні забезпечення	1660	73,564	76,546	71,321	65,109	14,355	4%	-7%	-9%	-78%
Усього за розділом III	1695	231,01	225,84	209,61	204,89	215,78	-2%	-7%	-2%	5%
Баланс	1900	269,06	257,94	232,49	229,95	244,26	-4%	-10%	-1%	6%

ДОДАТОК В
Таблиця 1.4

Результати аналізу фінансового стану підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу

Показники фінансового стану підприємства	На 31.12.18	На 31.12.17	На 31.12.18	На 31.12.19	На 31.12.20	Темп приросту			
						2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Аналіз ліквідності підприємства									
Коефіцієнт загальної ліквідності	1.141	1.116	1.076	1.078	0.998	-2%	-4%	0%	-7%
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1.094	1.065	1.012	1.000	0.865	-3%	-5%	-1%	-14%
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0.712	0.693	0.658	0.655	0.535	-3%	-5%	0%	-18%
Чистий оборотний капітал	32,468	26,156	16,009	16,010	(366)	-19%	-39%	0%	-102%
Аналіз платоспроможності підприємства									
Коефіцієнт платоспроможності	0.173	0.153	0.118	0.122	0.133	-11%	-23%	3%	8%
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	13.06%	11.40%	7.94%	7.25%	-0.12%	-13%	-30%	-9%	-102%
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	86%	83%	72%	64%	-1%	-4%	-13%	-12%	-101%
Аналіз ділової активності									
Коефіцієнт оборотності активів	1.449	1.649	1.927	1.891	1.947	14%	17%	-2%	3%

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5.549	6.498	7.453	7.640	8.996	17%	15%	3%	18%
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	65.778	56.173	48.975	47.777	40.574	-15%	-13%	-2%	-15%
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	3.053	3.276	3.611	3.267	3.134	7%	10%	-10%	-4%
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	119.572	111.417	101.074	111.735	116.452	-7%	-9%	11%	4%
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	9.746	12.275	18.083	17.348	16.635	26%	47%	-4%	-4%
Аналіз рентабельності									
Коефіцієнт рентабельності активів	0.009	0.011	0.015	0.010	0.015	22%	38%	-37%	55%
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0.061	0.083	0.144	0.089	0.128	35%	74%	-38%	44%
Коефіцієнт рентабельності продукції	0.007	0.008	0.009	0.006	0.008	15%	17%	-32%	38%

