

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Бізнес-економіка»

Денна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

РУЖАНСЬКОЇ ЮЛІЇ ВАЛЕРІЇВНИ

на тему: «ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Ружанська Ю.В.*

Науковий керівник:
канд. екон. наук, доц.

_____ Любова ДЗЮБЕНКО

Робота допущена до захисту в ЕК «__» _____ 2023 р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф.

Інна РЄПІНА

Київ 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ, УМОВНИХ ПОЗНАК, ОДИНИЦЬ І ТЕРМІНІВ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	7
1.1. Соціальна відповідальність бізнесу : поняття, типологія та чинники формування	7
1.2. Методичний інструментарій оцінювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу	15
1.3 Сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні та світі	21
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ NESTLE.....	33
2.1. Компанія Nestle: місія , напрями діяльності та фінансово–економічні результати	33
2.2. Оцінка рівня соціальної відповідальності компанії Nestle за основними показниками в Україні та на міжнародному ринку	49
2.3. Визначення основних проблем та перспектив розвитку соціальної відповідальності в компанії Nestle	57
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ Nestle	63
3.1. Пріоритетні напрями розвитку компанії Nestle та основні запити зацікавлених сторін щодо забезпечення соціальної відповідальності	63
3.2. Вибір, обґрунтування ідей та проведення SWOT-аналізу для підвищення соціальної відповідальності	70
3.3. Оцінка ефективності ініціатив та аналіз впливу запропонованих заходів на результативність діяльності компанії	79
ВИСНОВКИ	94
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	97
ДОДАТКИ	107

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ, УМОВНИХ ПОЗНАК, ОДИНИЦЬ І ТЕРМІНІВ

KCB	Корпоративна соціальна відповідальність
ESG	Екологічні, соціальні та управлінські результати
GRI	Глобальна ініціатива звітності
SASB	Рада зі стандартів бухгалтерського обліку сталого розвитку
KPI	Ключові показники ефективності
ООН	Організація Об'єднаних Націй
НУО	Неурядові організації
CHF	Швейцарський франк
ТОВ	Товариство з обмеженою відповідальністю
ВООЗ	Всесвітня організація охорони здоров'я
WWF	Всесвітній фонд дикої природи
ЮНЕСКО	Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

ВСТУП

Соціальна відповідальність бізнесу – це поняття, яке стає все більш актуальним у сучасному світі. У контексті швидкого зростання і сталого розвитку всіх сфер економічного середовища, підприємство не може відсторонюватися від важливого завдання забезпечення соціальної стабільності та поліпшення якості життя громадян. Світ постійно змінюється та вимагає кращих рішень від провідних конгломератів світу. У цьому контексті, важливим завданням є розроблення та впровадження проектів, спрямованих на підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу.

Однією з провідних світових компаній, яка прагне забезпечити соціальну відповідальність у своїй діяльності, є компанія Nestle. Віддзеркаленням цього прагнення є її місія «Good Food, Good Life», яка означає забезпечення споживачів продуктами харчування високої якості, у поєднанні зі збереженням навколишнього середовища та підвищенням рівня соціальної відповідальності бізнесу.

На сьогоднішній день питання соціальної відповідальності бізнесу залишається актуальним і привертає все більше уваги науковців та практиків. Протягом останніх років було публіковано досить багато свіжих джерел, які дають нові знання та перспективи в галузі соціальної відповідальності бізнесу.

Одним з найбільш визначальних досліджень у цій галузі є книга "Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause" авторства Філіпа Котлера та Ненсі Лі. У цій книзі автори описують принципи соціальної відповідальності бізнесу та досвід провідних компаній у вирішенні соціальних проблем.

За словами науковця Г. Фолькмена та інших вчених у статті "Соціальна відповідальність у бізнесі: чого ми можемо навчитися у найкращих компаній світу?" [3], одним з головних факторів успіху компанії в сучасному світі є її

соціальна відповідальність. В статті вчені аналізували кращі компанії світу та надали висновок про те, що вони вміють поєднувати свої інтереси зі загальними користями, створюючи позитивний імідж та збільшуючи лояльність своїм клієнтам.

Щодо бізнесу в Україні, то згідно з інформацією порталу Business.ua, все більше компаній заводять на своїх веб-сайтах окремі сторінки та розробляють звіти, присвячені соціальній відповідальності [4]. Це свідчить про зростаючу увагу до даної проблеми в Україні та бажання компаній забезпечити відповідність своїх дій етичним та соціальним нормам.

На сьогодні в галузі соціальної відповідальності бізнесу існують питання, які залишаються невирішеними. Наприклад, одним з таких невирішених аспектів є підвищення рівня усвідомлення споживачами важливості етики та сталого розвитку в сфері виробництва продуктів харчування. У цьому контексті підприємства повинні активно залучати споживачів до обговорення цих питань через систематичну реалізацію заходів у сфері соціальної відповідальності та проведення просвітницьких кампаній.

Для реалізації проекту з підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу, в рамках компанії Nestle, необхідно враховувати не лише попередні досягнення цієї компанії у даній сфері, але й здобутки провідних міжнародних підприємств, а також проводити дослідження українського ринку та вивчати споживачів з метою оптимізації проекту та адаптації його до умов українського ринку.

Метою роботи є узагальнення теоретичних, методичних та прикладних аспектів розвитку соціальної відповідальності бізнесу та розроблення й економічне обґрунтування проєктних рішень спрямованих на покращення сталого розвитку компанії Nestle.

Основними завданнями кваліфікаційної магістерської роботи, що дозволять досягти поставленої мети, є:

- розкрити поняття соціальної відповідальності бізнесу та його ролі в успішному розвитку компаній;
- дослідити діяльність компанії Nestle щодо соціальної відповідальності, зокрема, у сферах сталого розвитку та етичної діяльності;
- розробити та обґрунтувати проєктні рішення підвищення рівня соціальної відповідальності компанії Nestle;
- визначити критерії моніторингу для оцінки та прогнозу ефективності впровадження проєкту та його впливу на соціальну відповідальність бізнесу компанії Nestle.

Об'єктом дослідження виступає процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу сучасної компанії.

Предметом роботи є теоретичні та прикладні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу що впливають на фінансові результати, репутацію та стосунки зі зацікавленими сторонами компанії.

Отримані результати проведеного дослідження мають значущість з практичної точки зору для компанії Nestle, оскільки їх використання надасть можливість компанії покращити рівень своєї соціальної відповідальності, збільшити впізнаваність бренду та покращити її репутацію. Крім того, результати дослідження матимуть теоретико-методичне значення, оскільки запропоновані рекомендації та методичні підходи до підвищення рівня соціальної відповідальності можуть бути застосовані і в інших компаніях та галузях.

Інформаційні джерела включатимуть аналіз літературних джерел, вивчення історичного досвіду з питань соціальної відповідальності, опитування працівників компанії та аналіз фінансових й економічних показників компанії Nestle, що стосуються реалізації проєктів соціальної відповідальності.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

1.1. Соціальна відповідальність бізнесу : поняття, типологія та чинники формування

У сучасному світі концепція соціальної відповідальності бізнесу зазнала трансформацій, які виходять за рамки норми прибутку та акціонерної вартості. Сьогодні підприємства більше не розглядаються як ізольовані суб'єкти, які стурбовані виключно своїми прибутками; очікується, що вони будуть динамічними силами змін, які формуватимуть саму тканину суспільства та середовище, в якому вони діють.

Поняття соціальної відповідальності в бізнесі містить у собі глибоке усвідомлення того, що підприємства, як впливові та часто сильні суб'єкти, мають внутрішній обов'язок зважувати наслідки своїх дій для ширшого світу. Хоча фінансовий успіх залишається ключовим аспектом бізнесу, він більше не є єдиним показником досягнень організації.

Одним із головних аспектів цього розширеного бачення соціальної відповідальності є екологічна стійкість. У світі, де зміна клімату загрозливо вимальовується на горизонті, бізнес відчуває дедалі більший тиск, щоб зменшити свій екологічний слід. Це передбачає не лише скорочення викидів і впровадження екологічно чистих технологій, але й врахування всього життєвого циклу їхніх продуктів і ланцюжків поставок. Це цілісний підхід, який передбачає світ, де компанії є охоронцями планети.

Етичний вимір соціальної відповідальності спонукає бізнес розглядати свою практику в ширшому моральному контексті. Етичні порушення можуть мати руйнівні наслідки як для репутації компанії, так і для осіб, які постраждали від її дій. Тому від компаній дедалі частіше очікують, що вони

будуть діяти прозоро, чесно та дотримуватися етичної поведінки, зміцнюючи довіру між клієнтами та зацікавленими сторонами.

Безпека на робочому місці та різноманітність є фундаментальними стовпами соціальної відповідальності. Підприємство, яке піклується про фізичне та психічне благополуччя своїх працівників, створює сприятливе середовище, у якому люди можуть процвітати. Крім того, прийняття різноманітності, справедливості та залучення є не лише моральним імперативом, а й стратегічним, оскільки різноманітні команди часто призводять до більш інноваційного та ефективного прийняття рішень.

Залучення громади в контексті соціальної відповідальності передбачає активну взаємодію з громадами, в яких працюють підприємства. Окрім філантропії, це передбачає формування партнерства, розуміння місцевих потреб і внесок у розвиток і добробут цих громад. Це не тільки сприяє розвитку доброї волі, але й створює позитивну екосистему, в якій бізнес може процвітати.

Права людини займають ключове місце в системі соціальної відповідальності. Підприємства все частіше несуть відповідальність за свої дії в глобальному масштабі, починаючи від практики ланцюга поставок і закінчуючи залученням до зон конфлікту. Від них очікується дотримання принципів прав людини та забезпечення того, щоб їхня діяльність не сприяла несправедливості чи стражданню.

Концепція соціальної відповідальності в бізнесі більше не є ідеалістичним баченням; це трансформувалось на практичну та важливу частину сучасної торгівлі. Успішні підприємства сьогодні – це ті, які не лише приносять прибутки та цінність акціонерам, але й визнають свою ширшу роль у суспільстві. Вони розуміють, що їхні рішення мають далекосяжні наслідки і що їхні дії можуть стати каталізаторами позитивних змін.

У XXI столітті діловий світ переживає своєрідний ренесанс — перехід до більш освіченої форми капіталізму. Це сфера, де компанії конкурують не лише за продукти та послуги; вони змагаються за позитивний вплив, який

вони можуть мати на світ. Цей новий світанок для бізнесу – це той, який поєднує прибуток із ціллю, де соціальна відповідальність є не обов’язком, а покликанням, і де компанії прагнуть залишити спадщину сталого розвитку, етики та доброї волі для прийдешніх поколінь.

Соціальна відповідальність, як концепція, надзвичайно різноманітна і відкрита для різних інтерпретацій і розуміння науковцями з усього світу. Різні культури, історичні контексти та глобальні впливи формують уявлення про соціальну відповідальність, і різні дослідники пропонують різні підходи до цієї теми. Це різноманіття підходів створює багатий інтелектуальний обмін, допомагає розширювати наше розуміння соціальної відповідальності та сприяє постійному розвитку цієї важливої галузі науки та практики (табл.1.1).

Таблиця 1.1 – Трактування поняття «соціальна відповідальність»

Автор	Визначення
Ірина Шевченко	Розглядає соціальну відповідальність бізнесу як здатність компанії працювати в інтересах суспільства, зберігаючи баланс між соціальними та економічними інтересами
Ольга Русін	Соціальна відповідальність бізнесу полягає в здійсненні позитивного впливу на суспільство, гарантуванні дотримання прав працівників, охороні довкілля та взаємодії зі спільнотою
Ірина Ісакова	Соціальна відповідальність бізнесу - об’єктивний та розумний підхід до управління компанією, який передбачає балансування інтересів різних стейкхолдерів
Олександр Ковальський	Основна мета соціальної відповідальності бізнесу - забезпечення стійкого розвитку суспільства та підприємництва в цілому, що вимагає від компаній забезпечувати баланс між економічними, соціальними та екологічними інтересами
Марк Крамер і Майкл Портер	Пропонують новий підхід під назвою створення спільної цінності, який поєднує економічний успіх із соціальним і екологічним прогресом
Норіо Окада	Соціальна відповідальність бізнесу означає зобов’язання компанії вирішувати соціальні проблеми та створювати цінності для суспільства в довгостроковій перспективі
Сіябулела Ценгіве та Майкл Адейє	Досліджують, як компанії можуть бути соціально відповідальними, будучи всеохоплюючими та заохочуючи різноманітність, зокрема щодо працевлаштування
Рафаель Андреу	Пропонує розширити концепцію соціальної відповідальності бізнесу, включивши в неї зобов’язання протистояти суспільним викликам, таким як зміна клімату
Бхімрао Манде та Сантош Кулкарні	Соціальна відповідальність бізнесу - інструмент для досягнення сталого розвитку

Джерело: розроблено автором на основі [6-14]

Аналізуючи таблицю 1.1, то можна прийти висновку, що дані надають цінний огляд різних трактувань поняття "соціальна відповідальність бізнесу" в контексті різних авторів та дослідників. Кожен автор підходить до цього поняття зі свого унікального погляду, враховуючи різні аспекти та аспекти важливості соціальної відповідальності бізнесу.

Концепція соціальної відповідальності в бізнесі є багатогранною структурою, яка охоплює різні виміри, відображаючи динамічні відносини між корпораціями та суспільствами, в яких вони працюють. Підприємства — це не просто суб'єкти, що керуються прибутком; вони відіграють вирішальну роль у формуванні добробуту громад і планети. Щоб краще зрозуміти ці обов'язки, вчені та практики розділили їх на окремі типології. Ці типології пропонують структурований підхід до розшифровки різноманітних аспектів зобов'язань підприємства.

Існують чотири фундаментальні типології, які формують основу соціальної відповідальності в корпоративному світі: юридична відповідальність (обов'язок дотримуватись законів і правил), економічна відповідальність (вимога максимізації прибутку та забезпечення віддачі акціонерам), етична відповідальність (очікування вести бізнес морально та соціально відповідально) і філантропічна відповідальність (добровільний внесок ресурсів для підтримки добробуту суспільства) (рис.1.1). Кожна типологія розглядає певний аспект ролі бізнесу в суспільстві, створюючи комплексну основу для аналізу його соціального впливу та внеску.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала ключовим аспектом сучасного бізнесу, оскільки він прагне працювати етично та робити внесок у соціальний добробут своїх громад. КСВ охоплює зобов'язання компанії поводитись відповідально та позитивно впливати на суспільство, одночасно створюючи цінність для своїх акціонерів. Чотири типи соціальної відповідальності — правова, економічна, етична та філантропічна — є взаємопов'язаними та невід'ємними складовими стратегії КСВ компанії. Впроваджуючи дані типології у свою ділову практику, компанії можуть

створити позитивну репутацію та покращити свій прибуток, роблячи внесок у добробут суспільства та навколишнього середовища.

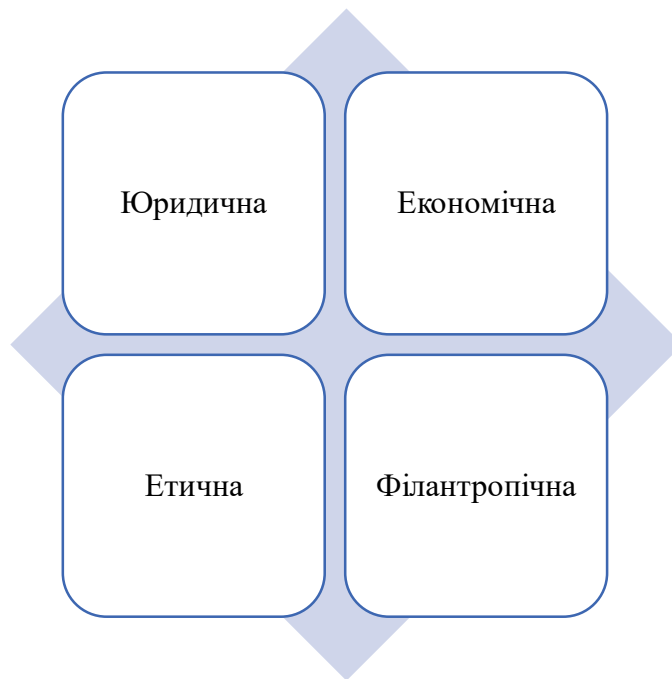


Рисунок. 1.1 – Типи соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором

Юридична відповідальність є основою соціальної відповідальності в бізнесі. Даний тип містить мінімальні стандарти, які очікуються від кожної компанії, яка має відповідати закону. Він охоплює широкий спектр законів і нормативних актів, яких мають дотримуватись підприємства, наприклад трудове законодавство, екологічні норми, вимоги щодо охорони здоров'я та безпеки, податкове законодавство тощо. Компанії, які не дотримуються законів і нормативних актів, ризикують бути притягнутими до юридичної відповідальності, що може призвести до штрафів, штрафів і судових позовів проти компанії.

Останніми роками юридична відповідальність бізнесу стає дедалі складнішою із запровадженням нових законів і правил, спрямованих на те, щоб компанії відповідали за свої дії. Наприклад, закони, спрямовані на запобігання корупції, захист конфіденційності даних і забезпечення етичної практики ланцюга поставок. Компанії, які демонструють ефективні програми

відповідності законодавству, не тільки уникають юридичних проблем, але й сприймаються зацікавленими сторонами як надійні та надійні, що може позитивно вплинути на їхню репутацію та підсумковий результат.

Економічна відповідальність — це зобов'язання компаній отримувати прибуток і забезпечувати прибуток своїм акціонерам. Головним обов'язком бізнесу є створення цінності для акціонерів шляхом максимізації прибутку. Економічна відповідальність бізнесу тісно пов'язана з його фінансовими показниками, і компанії, які не виконують цю відповідальність, ризикують отримати фінансову нестабільність або крах.

Однак останніми роками підприємства змушені збалансувати свої економічні цілі з соціальними та екологічними проблемами. Дослідження показали, що компанії можуть досягати як економічних, так і соціальних цілей і покращувати репутацію свого бренду, впроваджуючи ініціативи корпоративної соціальної відповідальності, такі як скорочення викидів вуглецю, збільшення різноманітності та участь у громадських проектах.

Етична відповідальність — це очікування, що бізнес веде себе морально та соціально відповідально. Це виходить за рамки дотримання законодавства та передбачає етичні та моральні міркування їхніх дій. Етичні обов'язки включають питання справедливості, прозорості та підзвітності, яких компанії повинні дотримуватися, коли мають справу із зацікавленими сторонами, такими як клієнти, співробітники, постачальники та спільноти, в яких вони працюють.

Компанії, які не діють етично, зазнають шкоди репутації та сприймаються як ті, що не заслуговують довіри. Однак компанії, які роблять етичну поведінку пріоритетом і зосереджують свою діяльність на принципах справедливості, соціальної справедливості та відповідальності, можуть покращити свою репутацію та створити базу лояльних споживачів.

Філантропічна відповідальність — це добровільний внесок ресурсів для підтримки добробуту суспільства. Ця відповідальність включає благодійні пожертвування, спонсорство, волонтерську роботу та інші форми

підтримки, спрямовані на користь громад і покращення соціального та екологічного контексту. Філантропічна відповідальність узгоджується з цінностями соціальної відповідальності, яка включає сприяння добробуту зацікавлених сторін, покращення якості життя людей і захист навколишнього середовища.

Підприємства, які займаються філантропічною діяльністю, можуть створити позитивний суспільний імідж і завоювати довіру та лояльність клієнтів. Крім того, благодійна діяльність може підвищити залученість працівників і задоволеність роботою, сприяючи більш продуктивній командній роботі та інноваційному робочому середовищу.

Багато сучасний науковців та вчених досі досліджують та покращують розуміння типологій соціальної відповідальності бізнесу (табл.1.2).

Таблиця 1.2 – Сучасні наукові дослідження, які пояснюють типології соціальної відповідальності бізнесу

Типи КСВ	Характеристика
Юридична відповідальність	Дослідження Journal of Business Ethics у 2019 році, виявило, що компанії, які раніше мали правопорушення або юридичні проблеми, можуть зашкодити своїм фінансовим показникам
Економічна відповідальність	Дослідження Journal of Cleaner Production у 2019 році, вивчило взаємозв'язок між КСВ та фінансовими показниками в харчовому секторі та виявило, що компанії, які надають пріоритет екологічній стійкості, мали кращі фінансові показники в короткостроковій та довгостроковій перспективі
Етична відповідальність	Дослідження Journal of Business Ethics у 2019 році, виявило, що компанії з вищим рівнем етичного лідерства мають більш зацікавлених і відданих співробітників
Філантропічна відповідальність	Дослідження Journal of Marketing у 2019 році, вивчило взаємозв'язок між лояльністю клієнтів і КСВ, включаючи благодійність, і виявило, що клієнти були лояльними до компаній, які займаються відповідальністю, особливо, що пов'язані з місцевою громадою.

Джерело: розроблено автором на основі [15-18]

Аналізуючи дані досліджень з таблиці 1.2. хочеться виділити, що вони підтверджують ідею про те, що підприємствам важливо враховувати юридичні, економічні, етичні та філантропічні зобов'язання. Хоча кожен тип відповідальності може мати різні короткострокові та довгострокові наслідки, усі чотири типи соціальної відповідальності є критично важливими для того, щоб підприємства працювали відповідально та стабільно.

Соціальна відповідальність бізнесу стосується етичних і моральних зобов'язань, які компанія має перед суспільством, включаючи довкілля, працівників, клієнтів і спільноти, в яких вона працює. В останні роки концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) привернула значну увагу і стала невід'ємною частиною бізнес-стратегії багатьох організацій.

Чинники формування соціальної відповідальності бізнесу:

- Правове та регуляторне середовище.

Правове та регуляторне середовище є ключовим фактором у формуванні соціальної відповідальності бізнесу, оскільки воно встановлює стандарти та очікування щодо поведінки компаній. Сюди входять закони, пов'язані з охороною навколишнього середовища, трудовими правами, захистом прав споживачів та боротьбою з корупцією тощо. Наприклад, у деяких країнах діють суворі правила щодо утилізації небезпечних відходів, які вимагають від компаній застосовувати стійкі методи захисту навколишнього середовища. Так само трудове законодавство, яке захищає права працівників і забезпечує справедливе ставлення, відіграє важливу роль у формуванні соціальної відповідальності компаній [19-20].

- Етичні цінності та культура.

Етичні цінності та культура компанії також є важливими факторами, які формують її соціальну відповідальність. Цінності та переконання керівників і співробітників компанії можуть впливати на прийняття рішень і поведінку щодо суспільства. Наприклад, компанія з високими етичними цінностями, такими як чесність, чесність і прозорість, швидше за все, буде брати участь у соціально відповідальній поведінці, наприклад прозорості у звітності та забезпеченні безпечних умов праці для працівників [21-22].

- Тиск зацікавлених сторін.

Тиск з боку зацікавлених сторін, таких як клієнти, співробітники, громади, інвестори та постачальники, може сформувати соціальну відповідальність компанії. Ці групи часто мають різні очікування та потреби, і компанії

повинні збалансувати свої інтереси, щоб виконувати свої соціальні обов'язки. Наприклад, клієнти можуть вимагати екологічно чисті продукти та послуги, тоді як інвестори можуть хотіти, щоб компанії запроваджували стійкі практики для підвищення своїх довгострокових фінансових показників [23-24].

- Глобальні тенденції.

Глобальні тенденції, такі як зміна клімату, сталий розвиток і права людини, все більше формують соціальну відповідальність бізнесу. Компанії, які працюють у різних країнах і культурах, повинні враховувати соціальний і екологічний вплив своєї діяльності, а також свою відповідальність за глобальні проблеми. Наприклад, багатонаціональні корпорації зазнали тиску з метою впровадження стійких практик, щоб зменшити свій вуглецевий слід і зробити внесок у глобальні зусилля по боротьбі зі зміною клімату [25-26].

У світі, що швидко змінюється, бізнес все більше визнає важливість соціальної відповідальності не лише як морального обов'язку, але й як стратегічної переваги. Компанії, які приймають та інтегрують соціальну відповідальність у свою основну діяльність, мають кращі можливості для процвітання та позитивного внеску в добробут суспільства та навколишнього середовища.

1.2. Методичний інструментарій оцінювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу

Концепція соціальної відповідальності стала ключовим аспектом корпоративної стратегії в сучасному бізнес-середовищі. Оскільки все більше компаній визнають важливість стійких і етичних практик, виникла потреба розробити набори інструментів для оцінки їх прогресу на шляху до цілей соціальної відповідальності. Ці методичні інструменти забезпечують

структуровану основу для оцінки та вимірювання розвитку соціальної відповідальності в бізнесі.

Звітність щодо сталого розвитку є одним із важливих інструментів для оцінки прогресу компанії у сфері соціальної відповідальності. Багато компаній готують щорічні звіти про сталий розвиток, у яких висвітлюються їхні екологічні, соціальні та управлінські результати (ESG) [27]. Окрім забезпечення прозорості для зацікавлених сторін, ці звіти дозволяють ретельно перевіряти прогрес компанії в таких ключових сферах, як скорочення викидів вуглецю, різноманітність та залучення, залучення громади та етичне управління. Такі стандарти, як Global Reporting Initiative (GRI) [28] і Sustainability Accounting Standards Board (SASB) [29], встановлюють чіткі орієнтири для організацій, які прагнуть звітувати про сталий розвиток.

Ключові показники ефективності (KPI) є ще одним ефективним інструментом відстеження ефективності соціальної відповідальності бізнесу. Компанії можуть встановлювати конкретні цілі та відстежувати прогрес, використовуючи такі показники, як скорочення споживання енергії, відсоток жінок на керівних посадах, благодійні пожертви та вплив ініціатив із різноманітності.

Взаємодія із зацікавленими сторонами також має вирішальне значення для оцінки прогресу соціальної відповідальності. Компанії можуть отримувати інформацію за допомогою опитувань і механізмів зворотного зв'язку від клієнтів, співробітників, постачальників і місцевих громад. Цей механізм зворотного зв'язку дає цінну інформацію про ефективність ініціатив соціальної відповідальності, а також про сфери, які потребують вдосконалення.

Сертифікати та рейтинги третіх сторін також відіграють важливу роль в оцінці соціальної відповідальності. У цьому відношенні такі сертифікати, як B Corp, ISO 26000 [30] і Fair Trade, забезпечують незалежну оцінку соціальної та екологічної практики компанії. Подібним чином рейтингові

агенції, такі як MSCI [31] та Sustainalytics [32], оцінюють і ранжують компанії на основі їх ефективності ESG.

Оцінка суттєвості пропонує ще один ефективний інструмент для виявлення та визначення пріоритетів соціальних і екологічних проблем, які є найбільш життєво важливими для компанії та її зацікавлених сторін. Застосовуючи цей підхід, підприємства можуть зосередити свої зусилля на найбільш критичних областях і структурований підхід до оцінки їх впливу.

Для оцінки соціальної відповідальності також можна проводити етичні аудити та оцінку впливу. Виявляючи потенційні проблеми в ланцюгах поставок, партнерствах та інших методах ведення бізнесу, ці оцінки можуть допомогти підприємствам вирішити проблемні питання, такі як шкода навколишньому середовищу або порушення прав людини, де це необхідно.

Існують різні стандарти та рамки соціальної відповідальності, такі як Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй [33] і Принципи відповідального банківського обслуговування [34], якими керуються компанії при оцінці своєї практики соціальної відповідальності. Ці рамки містять вказівки щодо відповідальної поведінки для бізнесу.

Нарешті з'явилися технологічні рішення, які можуть допомогти компаніям ефективно відстежувати дані, керувати дотриманням вимог і точно звітувати про ефективність ESG. Ці технологічні інструменти пропонують ще один шлях для вимірювання розвитку соціальної відповідальності в бізнесі.

Бізнес середовище та світові корпорації зазнають глибоких змін, де зростаючий акцент приділяється етичним і соціально відповідальним практикам. Коли починається шлях до розуміння й оцінки розвитку соціальної відповідальності в корпоративному світі, вкрай важливо враховувати переконливу статистику та глобальні тенденції, які підкреслюють її важливість (табл.1.3).

Таблиця 1.3 – Сучасні дослідження та статистичні дані інструментаріїв оцінювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу

Ресурс	Дослідження
Глобальний договір ООН	8000 компаній із понад 160 країн прийняли десять принципів відповідального ведення бізнесу
Global Corporate Sustainability Report Nielsen	Під час опитування понад 7000 споживачів у всьому світі на 88% заявили, що хочуть, щоб компанії допомагали їм бути більш екологічними та етичними у повсякденному житті
B Corporation	Понад 3300 компаній у 60 країнах сертифіковані як B Corporation, що означає, що вони відповідають суворим стандартам соціальної та екологічної ефективності, підзвітності та прозорості
Corporate Knights	Кількість компаній, які публікують звіти про сталий розвиток/корпоративну відповідальність, зросли з 20% у 2011 році до 90% у 2019 році
McKinsey & Company	Компанії з найвищим квартальним рейтингом перевершували своїх конкурентів на 4,8% щорічно протягом 2011-2015 років
Glassdoor	В опитуванні 800 спеціалістів відділу кадрів у 32 країнах 94% сказали, що репутація компанії щодо соціальної відповідальності є важливою при виборі місця роботи
Global Sustainable Investment Alliance	У 2019 році глобальні інвестиції в сталий розвиток досягли 30,7 трлн доларів, що на 34% більше, ніж у 2016 році
Harvard Business Review	Компанії, які інтегрують ціль у свої бізнес-стратегії, перевершують своїх конкурентів у середньому в 10 разів з точки зору фінансових показників протягом 10-річного періоду

Джерело: розроблено автором на основі [35-42]

Аналізуючи дослідження у таблиці 1.3., можна сказати, що використання методичного інструментарію для оцінки розвитку соціальної відповідальності в бізнесі забезпечує структурований підхід до вимірювання прогресу та встановлення цілей для вдосконалення. У світі, де етичні та стійкі практики є вирішальними для довгострокового успіху, використання методичних інструментів для моніторингу соціальної відповідальності стає все більш важливим. Ефективна оцінка практик соціальної відповідальності

забезпечує необхідний імпульс для компаній, щоб прийняти етичні цінності та зробити позитивний соціальний вплив у довгостроковій перспективі.

Показники оцінки соціальної відповідальності бізнесу можуть бути різними залежно від методики оцінки, яка застосовується. Однак, деякі з найбільш поширених показників оцінки соціальної відповідальності бізнесу включають розширені аспекти оцінки (табл.1.4)

Таблиця 1.4 – Показники оцінки соціальної відповідальності бізнесу

Показники	Трактування
Соціальні показники	Забезпечення безпеки та здоров'я працівників, дотримання прав праці, рівність та справедливість у робочих відносинах
Екологічні показники	Емісії шкідливих речовин, кількість відходів, енергоефективність, використання відновлюваних джерел енергії
Етичні показники	Дотримання прав людей, запобігання корупції, прозорість у звітності, дотримання міжнародних стандартів
Економічні показники	Стабільність фінансового положення компанії, вплив на соціально-економічний розвиток регіону та країни в цілому, інвестиції в розвиток спільноти

Джерело: розроблено автором

Крім того, можуть використовуватися інші показники, які характеризують різні аспекти соціальної відповідальності бізнесу в залежності від специфіки діяльності компанії та методики оцінки, яка застосовується. Для прикладу, конкретні показники можуть бути пов'язані з дотриманням міжнародних стандартів у виробництві продукції, соціально-економічним впливом компанії в окремій сфері, або забезпеченням соціальної підтримки працівникам та співтовариствам, де функціонує компанія.

Індексні методики оцінки соціальної відповідальності бізнесу використовуються для оцінки того, наскільки компанії відповідають вимогам стосовно економічної, соціальної і екологічної відповідальності (табл.1.5).

Концепція соціальної відповідальності стала важливим аспектом корпоративної стратегії в сучасному бізнес-середовищі. Для оцінки соціальної відповідальності компаній використовуються різноманітні методичні інструменти, такі як звітність щодо сталого розвитку, ключові

показники ефективності, сертифікати та рейтинги третіх сторін, індексні методики, етичні аудити та оцінка впливу.

Таблиця 1.5 – Найбільш відомі методики індексних оцінок соціальної відповідальності

Індекс	Обґрунтування
Індекс досягнень відповідального бізнесу (The Dow Jones Sustainability Index)	Індекс, який відображає фінансову ефективність компаній разом з їх соціальною і екологічною відповідальністю. Компанії оцінюються на кілька критеріїв, таких як управління ризиками, екологічна діяльність, відповідальність перед споживачами та людьми
Індекс етичної роботи (The Ethical Trading Initiative)	Методика, яка оцінює компанії за дотриманням етичних стандартів у відносинах з постачальниками та споживачами. Компанії оцінюються за дотриманням прав працівників, захистом дітей від примусової праці, сприянням створенню безпечних та здорових робочих умов
Індекс соціальної відповідальності за результатами (The Social Responsibility Index)	Методика оцінки компаній за їх соціальну відповідальність на основі їх фінансових результатів. Компанії оцінюються за дотриманням етичних стандартів у відносинах зі споживачами та інвесторами, перспективами розвитку та прозорістю у звітності.
Індекс соціального та екологічного ризику (The Social and Environmental Risk Index)	Методика, яка оцінює ризики, пов'язані з соціальною і екологічною діяльністю компанії. Компанії оцінюються за дотриманням етичних та екологічних стандартів, рівнем соціальної відповідальності та здатністю ефективно управляти ризиками.

Джерело: розроблено автором на основі [43-46]

Аналізуючи таблицю 1.5 можна прийти до висновків, що результати оцінки за цими індексними методиками можуть допомогти компаніям адаптуватися до вимог ринку та підвищити рівень соціальної відповідальності своєї діяльності.

Найбільш поширені показники оцінки соціальної відповідальності бізнесу включають соціальні, екологічні, етичні та економічні аспекти. Для компаній важливо враховувати переконливу статистику та глобальні тенденції, які

підкреслюють важливість соціальної відповідальності, та використовувати методики для моніторингу та удосконалення соціальних практик.

1.3 Сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні та світі

В епоху, позначену швидким технологічним прогресом і зміною глобальної динаміки, концепція соціальної відповідальності зайняла центральне місце у світі бізнесу. В Україні, як і в світовому масштабі, сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності стали визначальною рисою сучасної комерції.

Традиційний погляд на бізнес виключно як на суб'єкт, орієнтований на отримання прибутку, зазнає глибоких змін. Компанії дедалі частіше визнають свою рушійну силу у суспільному добробуті, і беруть на себе більш широкі зобов'язання, окрім простого отримання прибутку. Ця зміна є не лише моральним імперативом, а й стратегічною необхідністю, оскільки споживачі, інвестори та регулятори вимагають від бізнесу більшої прозорості, етичної поведінки та позитивного впливу на суспільство.

У складному та постійно змінюваному ландшафті європейського бізнесу концепція соціальної відповідальності набула нового значення, відображаючи ширшу зміну суспільних цінностей та очікувань. Європа, де живуть різноманітні культури, галузі та економіки, є захоплюючим мікрокосмом глобальної бізнес-спільноти. В останні роки ми стали свідками глибокої трансформації у тому, як європейський бізнес сприймає та практикує соціальну відповідальність. Окрім своєї традиційної ролі суб'єктів господарювання, ці компанії все більше сприймають ідею, що вони є невід'ємною частиною соціальної структури та добробуту громад, які вони обслуговують.

У Європі соціальна відповідальність стала важливою частиною бізнес-стратегії, де все більше компаній визнають важливість довгострокової стійкої та етичної ділової практики. Нині в Європі можна виділити кілька тенденцій розвитку соціальної відповідальності бізнесу (рис.1.2).



Рисунок 1.2 – Сучасні тенденції соціальної відповідальності компаній європейського ринку

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунок 1.2 хочеться більш детально наголосити на кожній з тенденцій та позначити суттєві відмінності між ними.

1. Посилення регулювання та тиску зацікавлених сторін: Європейський Союз запровадив багато законів і правил, спрямованих на сприяння корпоративній соціальній відповідальності, таких як обов'язкова нефінансова звітність для великих компаній. Тиск зацікавлених сторін також зростає: клієнти, інвестори, НУО та працівники вимагають від компаній більшої підзвітності та прозорості.
2. Більша увага до сталого розвитку та екологічної відповідальності: багато компаній у Європі зосереджуються на зменшенні свого впливу на навколишнє середовище шляхом переходу на відновлювані джерела енергії, зменшення відходів і викидів, а також інвестування в стійкі

ланцюги поставок. Циркулярна економіка, сталє виробництво та споживання та інші екологічні ініціативи набувають популярності як ключові стовпи практики соціальної відповідальності.

3. Більший наголос на правах людини, рівності та різноманітності: завдяки більшому усвідомленню таких проблем, як торгівля людьми, сучасне рабство та дискримінація, компанії вважаються відповідальними за свою роль у просуванні прав людини, повазі різноманітності та включеності та забезпеченні гідного умови праці в усіх ланцюгах постачання.
4. Технології та інновації: нові технології та інновації дозволяють підприємствам точніше контролювати, вимірювати та звітувати про їхній соціальний і екологічний вплив. Це дозволяє компаніям визначати сфери вдосконалення, реагувати на запити зацікавлених сторін і приймати більш обґрунтовані рішення щодо своїх соціальних і екологічних показників.
5. Співпраця та партнерство: співпраця між підприємствами, некомерційними організаціями та урядами стає все більш важливою. Це включає спільну роботу над такими ініціативами, як стандарти сталого розвитку, загальногалузеве вимірювання екологічного та соціального впливу, а також міжсекторальне партнерство для вирішення складних соціальних та екологічних проблем.

Соціальна відповідальність бізнесу в Європі стала ключовим фактором довгострокового успіху, впливаючи на лояльність клієнтів, довіру інвесторів і загальну репутацію. Таким чином, для компаній стає дедалі важливішим інтегрувати соціальну відповідальність у своє стратегічне планування, операції та звітність, щоб залишатися конкурентоспроможними та відповідати вимогам зацікавлених сторін.

У таблиці 1.6 представлені головні тенденції у сфері соціальної відповідальності серед міжнародних компаній, які являються ключовими гравцями на ринках.

Таблиця 1.6 – Європейські компанії та їх тенденції соціальної відповідальності

Компанія	Тendenції
Unilever	Має амбітний план сталого розвитку, який включає такі цілі, як зменшення відходів і викидів вуглецю та покращення добробуту працівників. Стратегія сталого розвитку компанії передбачає інноваційні виробничі процеси, прозорість ланцюга постачання та зобов'язання чесних умов праці та інклюзивної ділової практики
The Body Shop	Прагне забезпечити стабільне постачання сировини, пропагуючи нульові відходи та підтримує громадські торгові ініціативи, які допомагають місцевим виробникам отримувати справедливую зарплату
Danone	Розробили стратегію сталого розвитку «Одна планета. Одне здоров'я», яка включає такі цілі, як зменшення викидів вуглекислого газу та збільшення використання більш екологічних пакувальних матеріалів.
IKEA	Взяли вектор на те, щоб стати кліматично позитивною компанією до 2030 року, інвестують у відновлювані джерела енергії, стійкі матеріали та практику циклічної економіки, також запустили кілька ініціатив, спрямованих на розширення прав і можливостей незахищених громад і зменшення впливу на навколишнє середовище, програма «Краще життя» та фонд соціального підприємництва.
Siemens	Поставили перед собою амбітні цілі сталого розвитку, зокрема досягнення вуглецевої нейтральності до 2030 року. Вони активно беруть участь у проектах з енергоефективності, електрифікації та розумної інфраструктури
Lego Group	Зобов'язалась зробити всі свої продукти та упаковку екологічними до 2030 року. Вони активно працюють над зменшенням викидів вуглекислого газу та просуванням творчих і навчальних ігор

Джерело: розроблено автором на основі [47-54]

Аналізуючи дані з таблицю 1.6 можна прийти до заключення, що ці компанії вживають різноманітних заходів, щоб зменшити свій вплив на навколишнє середовище, просувати етичні методи ведення бізнесу та покращувати добробут своїх працівників і громад. Їхні ініціативи сталого розвитку сприяють створенню більш відповідального та екологічно свідомого бізнес-середовища.

Останніми роками діловий ландшафт в Азії та Океанії зазнав помітних змін, спричинених підвищенням усвідомлення глибокого впливу, який корпоративні дії можуть мати на суспільство та навколишнє середовище. Регіон, де розташовані економіки, що розвиваються найшвидше, і різноманітні культурні ландшафти, став центром еволюції соціальної відповідальності в бізнесі. Хоча концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) і сталого розвитку була невід'ємною частиною глобального бізнес-дискурсу, вона набула особливого характеру в Азії та Океанії. Станом на 2023 рік відбулося кілька помітних тенденцій, що постійно розвиваються, та які формували підхід регіону до соціальної відповідальності. Ці тенденції відображають не лише економічний динамізм регіону, але й його відповідь на унікальні соціально-культурні та екологічні виклики, з якими він стикається. Ця еволюція підкреслює не лише зростаючу відданість добробуту суспільства та планети, але й визнання того, що відповідальний бізнес є не просто моральним імперативом, а стратегічною необхідністю у світі торгівлі, що постійно змінюється (рис.1.3)

Аналізуючи рисунок 1.3 можна прийти висновку, що розвиток соціальної відповідальності в Азії та Океанії є позитивною тенденцією, яка, як очікується, збережеться в найближчі роки. У міру того, як споживачі стають більш усвідомленими щодо соціального та екологічного впливу бізнесу, тиск на компанії з метою прийняття відповідальних дій лише посилюватиметься.

У глобальному ландшафті, що постійно змінюється, підприємства в Азії та Океанії усвідомлюють глибокий вплив, який вони мають на суспільство та навколишнє середовище. У результаті корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала невід'ємною частиною їхньої операційної стратегії. Ці підприємства не просто орієнтовані на прибуток; вони активно беруть участь в ініціативах, які виходять за межі фінансових результатів.



Рисунок 1.3 – Сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Азії та Океанії

Джерело: розроблено автором

Взяття вектору у бік соціальної відповідальності є очевидним різними способами: від впровадження стійких практик і сприяння соціальному добробуту до сприяння різноманітності та вдосконалення корпоративного управління. У цьому контексті ми досліджуватимемо приклади того, як підприємства в Азії та Океанії відстоюють соціальну відповідальність, демонструючи чудові зусилля та ініціативи, вжиті компаніями в цих регіонах. Ці приклади ілюструють, як компанії переосмислюють свої ролі та обов'язки в сучасному світі, демонструючи, що прибутковість може співіснувати з позитивним соціальним і екологічним впливом (табл.1.7).

Важливість корпоративної соціальної відповідальності продовжує зростати в усьому світі, ці тенденції в регіоні свідчать про ширший зсув до більш стійкого та соціально відповідального бізнес-ландшафту.

Цей глобальний парадигмальний змінний процес диктує необхідність активного залучення компаній до вирішення соціальних, екологічних та етичних питань. У контексті цього руху, корпорації стають ключовими агентами позитивних змін, спрямованих на поліпшення умов життя та захист

навколишнього середовища. Нові стандарти корпоративної соціальної відповідальності, які базуються на принципах справедливості, прозорості та збалансованості, визначають успішність підприємств у сучасному світі.

Таблиця 1.7 – Підприємства в Азії та Океанії та впровадження соціальної відповідальності

Компанії	Практики
Молочна компанія Fonterra (Нова Зеландія)	Запровадили програму зі зменшення відходів і переробки матеріалів. Компанія прагне скоротити відходи на звалищах на 20% до 2025 року та переробляти 100% своїх вод. Крім того, компанія інвестує у відновлювані джерела енергії, такі як вітер і сонце, щоб зменшити свій вуглецевий слід.
Індійська ІТ-консалтингова фірма Infosys	Започаткували різні ініціативи для сприяння освіті та охороні здоров'я в сільських громадах. Компанія створила центри в сільській місцевості, які пропонують навчання англійській мові, а також медичні послуги. Infosys також пожертвувала кошти на підтримку заходів із ліквідації наслідків стихійних лих в Індії, таких як програми допомоги постраждалим від повеней і COVID-19.
Японська косметична компанія Shiseido	Запровадили ініціативи різноманітності та інклюзії для сприяння гендерній рівності та розширення можливостей жінок. Компанія поставила за мету досягти гендерного співвідношення 50/50 на керівних посадах до 2030 року та реалізувала різноманітні програми підтримки кар'єрного розвитку жінок. Крім того, компанія запустила «Shiseido Rainbow Promise» для сприяння залученню ЛГБТК+ спільноти.
Південнокорейський гігант електроніки Samsung	Компанія призначила незалежних директорів і створила раду радників для підвищення прозорості та підзвітності. Samsung також запровадив кодекс етики та поведінки для своїх співробітників і запустив програму захисту інформаторів, щоб гарантувати, що працівники можуть повідомляти про порушення.

Джерело: розроблено автором на основі [55-58]

Аналізуючи дані з таблиці 1.7 можна прийти до висновку, що ці приклади підкреслюють, як бізнес в Азії та Океанії багатогранно ставиться до соціальної відповідальності, демонструючи свою готовність робити позитивний внесок у суспільство, навколишнє середовище та корпоративне управління.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) зазнала значної еволюції протягом багатьох років, і в Сполучених Штатах, тому вона стала невід’ємною частиною бізнес-ландшафту. Оскільки компанії прагнуть збалансувати прибутковість із позитивним впливом на суспільство та навколишнє середовище, сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності в США набувають особливого значення. Ці тенденції відображають зсув у бік більш усвідомленого та відповідального підходу до бізнесу, зумовленого такими факторами, як споживчі вимоги, нормативні зміни та підвищена увага до сталого розвитку (рис.1.4).



Рисунок 1.4 – Сучасні тенденції у розвитку соціальної відповідальності в США

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунок 1.4 хочеться більш детально приділити увагу кожному компоненту та наголосити на розвитку сучасних тенденцій.

1. Екологічна стійкість. Багато компаній приділяють увагу зменшенню впливу на навколишнє середовище за допомогою різноманітних заходів, зокрема використання відновлюваних джерел енергії, скорочення викидів парникових газів та інвестування в моделі циклічної економіки.

2. Різноманітність та інклюзивність: все більше уваги приділяється створенню більш різноманітної та інклюзивної культури на робочому місці.

Це включає зусилля щодо збільшення представництва недостатньо представлених груп у різних ролях та сприяння справедливості та рівності на робочому місці.

3. Філантропія та інвестиції в громаду: компанії все більше інвестують у віддачу своїм громадам через благодійні ініціативи, програми корпоративної соціальної відповідальності та благодійні пожертвування.

4. Практика прав людини та праці: все більше компаній ретельно перевіряють власні права людини та практику праці, а також практики своїх постачальників, щоб забезпечити дотримання етичних стандартів.

5. Прозорість і етичні методи ведення бізнесу. Компанії впроваджують більш прозорі методи ведення бізнесу, включаючи більш проактивний підхід до розкриття інформації зацікавленим сторонам, застосування етичних кодексів поведінки та впровадження етики в повсякденні бізнес-процеси.

Сучасні тенденції в розвитку корпоративної соціальної відповідальності відображають важливий шлях у сфері бізнесу. З великим захопленням підприємства у США приймають виклик і впроваджують стратегії, спрямовані на збереження навколишнього середовища, створення більш різноманітної та інклюзивної робочої культури, підтримку громад та розвиток етичних практик (табл.1.8)

Таблиця 1.8 – Компанії ринку США та їх практики впровадження соціальної відповідальності бізнесу

Компанії	Практики
Google, Apple і Amazon	Зобов'язалися бути нейтральними до вуглецю або використовувати 100% відновлювану енергію у своїй діяльності
Airbnb, Microsoft і Visa	Поставили цілі різноманітності та інклюзивності для своєї робочої сили та публікують регулярні звіти щодо різноманітності
Starbucks	Пообіцяли пожертвувати 100% непроданої їжі місцевим продовольчим банкам, а не викидати її
Nike	Працюють над покращенням умов праці на фабриках, які виробляють взуття та одяг

Джерело: розроблено автором на основі [59-62]

Аналізуючи практики компаній з таблиці 1.8, хочеться зауважити, що представлені зусилля демонструють важливість більш справедливого і сталого суспільства, де бізнес відіграє активну роль в досягненні цих цілей. Поступово, ці тенденції впроваджуються в більшість галузей економіки і сприяють створенню позитивного впливу на суспільство і навколишнє середовище.

Сьогодні, соціальна відповідальність бізнесу в Україні є актуальною темою і дедалі більше компаній інтегрують її у свою стратегію розвитку. Особливо активно цим питанням займаються великі українські компанії, які бачать в цьому додаткову можливість конкурувати на міжнародному ринку та підвищувати свою репутацію (рис.1.5)

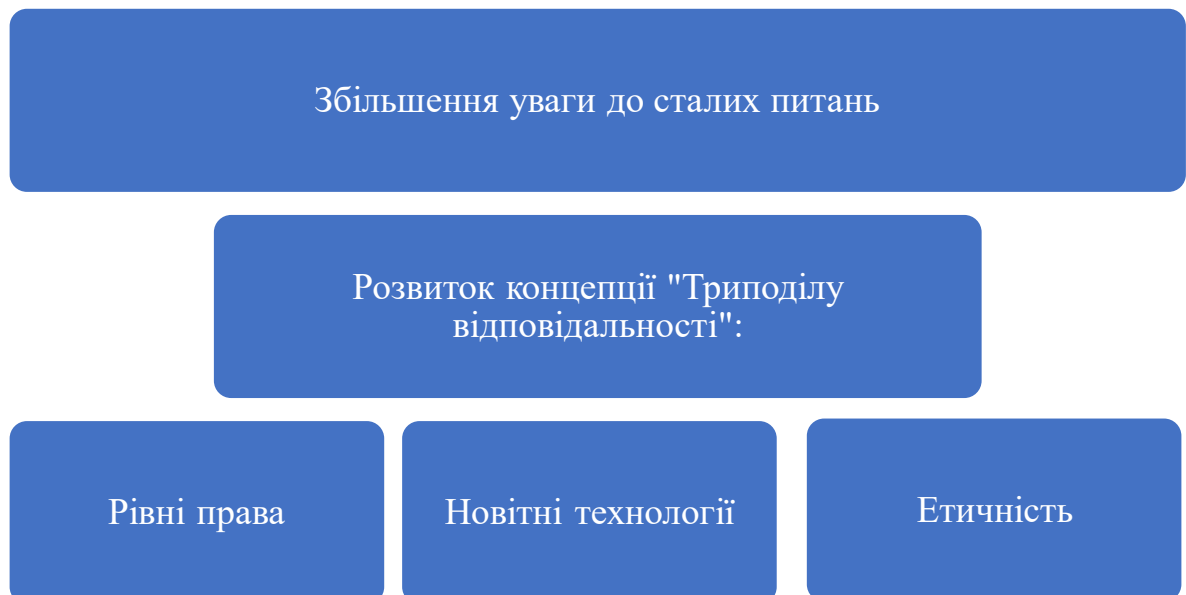


Рисунок 1.5 – Основні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунок 1.5 хочеться розглянути кожну тенденції більш детально та зрозуміти важливі питання.

1. Збільшення уваги до сталих питань: в першу чергу, українські компанії активно займаються впровадженням екологічних та енергоефективних рішень, зменшенням викидів в атмосферу та використанням новітніх розробок для захисту довкілля.

2. Розвиток концепції "Триподілу відповідальності": українські компанії намагаються підтримувати баланс у своїй діяльності між соціальною відповідальністю, економічними інтересами та екологічною безпекою.

3. Підвищення рівня етичності та корупційної безпеки: українські компанії намагаються забезпечити свою діяльність відповідно до відповідних етичних стандартів та боротьби з корупцією.

4. Фокус на соціальній відповідальності у взаєминах зі співробітниками: українські компанії надають особливу увагу створенню сприятливих умов праці, підвищення рівня заробітної плати, забезпеченню взаємодії з профспілками, розвиток інших соціальних програм та ініціатив.

5. Запровадження технологій благодійного портфеля: деякі українські компанії включають благодійні програми в свої річні бізнес-плани, що дозволяє не тільки підтримувати ініціативи і проекти в межах своєї країни, а й розширювати свій вплив на міжнародному рівні.

У цілому, тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні відображають зростаючу потребу в екологічних та соціальних діях, забезпеченні етики та корупційної безпеки, поліпшення взаємин зі співробітниками та відповідність вимогам внутрішнього та міжнародного законодавства.

На ринку України багато компаній ведуть активну соціально-відповідальну діяльність та постійно вводять нові зміни, які допомагають проводити різні кампанії по стабілізації сталого розвитку (табл.1.9).

Споживачі виявляють все більший інтерес до етичної діяльності підприємств, що спонукає компанії взяти на себе відповідальність за свої соціальні та екологічні впливи. У такому контексті корпоративна соціальна відповідальність стає не тільки етичною вимогою, але і стратегічним напрямком розвитку бізнесу, що сприяє створенню сталого та взаємовигідного взаємовідношення між компаніями, суспільством і природою.

Таблиця 1.9 – Українські компанії, які активно займаються соціальною відповідальністю

Компанії	Соціально-відповідальна діяльність
Фінансовий клуб	Фінансовий провайдер та інвестиційний консультант, який має сертифікат соціальної відповідальності за міжнародним стандартом ISO 26000. Компанія підтримує соціальні та культурні проекти, які не пов'язані з її основною діяльністю
ТОВ «Нестле Україна»	Виробник продуктів споживання, який активно дбає про захист довкілля та підтримує соціальні програми. Наприклад, він співпрацює з організацією "Всеукраїнський Фонд "Соціальні ініціативи підтрипільської громади", який займається розвитком сільських територій, підвищенням якості життя населення та допомогою малим бізнесам.
Фармак	Фармацевтична компанія, яка в особливий спосіб відповідає за свою діяльність щодо захисту довкілля. Вони є членом Всеукраїнської екологічної ліги та закладає екологічні критерії для своїх партнерів, а також розробляє нові екологічно безпечні препарати.
McKinsey & Company Україна	Міжнародна консалтингова компанія, яка активно працює над підвищенням рівня соціальної відповідальності компаній в Україні. Вони проводять з'їзди та конференції, спрямовані на популяризацію соціальної відповідальності та розробку нових рішень для підвищення ефективності діяльності.

Джерело: розроблено автором на основі [63-65]

Аналізуючи дані з таблиці 1.9 хочеться зазначити, що представлені компанії – лише декілька прикладів українських підприємств, які прагнуть впроваджувати та залучати принципи соціальної відповідальності в свою стратегію розвитку. Багато інших компаній також зустрічають виклики ХХІ століття відповідно до участі в розвитку та формуванню економічно стійкої й екологічно чистої України. Бізнеси та підприємці дедалі більше та глибше розуміють, що їхні дії мають вплив не лише на фінансовий результат, але й на суспільство, навколишнє середовище та людей.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ NESTLE

2.1. Компанія Nestle: місія , напрями діяльності та фінансово – економічні результати

Nestlé є швейцарською мультинаціональною корпорацією, спеціалізованою у виробництві харчових продуктів і напоїв, з головним офісом у Веве, Швейцарія. Ця компанія відома як один із найбільших і найвідоміших у світі гравців у галузі виробництва продуктів харчування і напоїв, і має різноманітний асортимент продуктів та торгових марок. Історія Nestlé налічує свій початок від 1866 року, коли фармацевт Анрі Нестле, німецького походження, розробив поживну кашу для немовлят.

Декілька ключових аспектів і характеристик Nestlé включають:

- Асортимент продукції: Nestlé виготовляє широкий спектр продуктів харчування та напоїв, таких як дитяче харчування, бутильована вода, кава, молочні продукти, сніданки, кондитерські вироби, продукти для догляду за домашніми тваринами і багато інших. Корпорація відома своїми численними відомими брендами, такими як Nescafé, KitKat, Nesquik, Purina, Maggi та Gerber, серед інших.
- Глобальна присутність: Nestlé має представництва практично в кожній країні світу, а її продукція реалізується у понад 180 країнах. Корпорація володіє значним частками ринку в численних категоріях продуктів.
- Здоров'я та харчування: Nestlé приділяє велику увагу питанням здорового харчування та нутриції та активно працює над покращенням харчової якості своєї продукції. Крім того, компанія зосереджена на

боротьбі з глобальними проблемами, такими як недоїдання та ожиріння.

- Екологічна та соціальна відповідальність: Nestle, як і багато інших великих корпорацій, стикається з питаннями, пов'язаними з екологічною стійкістю та соціальною відповідальністю. Компанія зобов'язалася зменшити свій вплив на навколишнє середовище та сприяти відповідальному пошуку сировини.
- Історія придбань: Nestlé має багаторічний досвід придбання інших компаній для розширення свого продуктового портфеля. До найвідоміших придбань входять Gerber (дитяче харчування), Ralston Purina (догляд за домашніми тваринами) і Atrium Innovations (продукти для здоров'я і благополуччя).
- Суперечки: Nestlé неодноразово стикалася з різними суперечками, включаючи критику, пов'язану з маркетингом дитячих сумішей в країнах, що розвиваються, практикою розливу води та проблемами, пов'язаними з джерелами пальмової олії та какао.
- Корпоративна структура: Nestlé має декілька стратегічних бізнес-підрозділів, таких як Nestlé Waters, Nestlé Nutrition, Nestlé Health Science і інші, які спеціалізуються на конкретних категоріях продукції.

Також слід відзначити, що, окрім споживчих товарів, Nestlé управляє бізнес-підрозділом, який постачає інгредієнти та послуги для харчової промисловості. Корпорація активно працює над ініціативами корпоративної соціальної відповідальності, спрямованими на стійкий розвиток, відповідальний пошук джерел та поліпшення здоров'я та благополуччя споживачів. Nestle виставила перед собою завдання досягти нульових викидів парникових газів та забезпечити 100% переробку своєї упаковки до 2025 року.

Місія Nestle полягає в тому, щоб підвищити якість життя та сприяти здоровішому майбутньому, пропонуючи високоякісні та поживні продукти споживачам будь-якого віку. Місія Nestle майже не змінилася протягом

багатьох років, однак, її зміст і акценти змінювалися відповідно до змін у споживчих та соціальних очікуваннях, а також стратегічних пріоритетів компанії.

У підприємницькій діяльності Nestlé початковий акцент був спрямований на розробку та постачання дитячих харчових продуктів. У 1800-х роках, коли дитяча смертність була високою через недостатнє харчування, компанія Nestlé винайшла дитячий харчовий продукт на основі молока, відомий як *Farine Lactee*, який виявився ефективним засобом зниження рівня дитячої смертності. В той час головним завданням Nestlé було забезпечення високоякісних та поживних харчових сумішей для найменших, що сприяло покращенню їхнього здоров'я.

З роками компанія Nestlé розширила свій асортимент продукції, включивши широкий спектр харчових продуктів і напоїв, таких як кава, шоколад, вода в пляшках і корм для домашніх тварин. Однак змінюючи акценти відповідно до зміни споживчих вподобань, компанія Nestlé стала більш усвідомленою щодо важливості зосередження на більш здорових і екологічно безпечних продуктах.

У 2011 році Nestlé запустила "Інститут харчування Nestlé", щоб здійснювати наукові дослідження та освіту у сфері харчування для медичних працівників і пропагувати правильне харчування та активний спосіб життя. Це стало ще однією еволюцією у місії Nestlé, зосередженої на підвищенні свідомості про правильне харчування та здоровий спосіб життя.

У останні роки, разом з ростом обурення з приводу змін клімату та проблеми екологічної сталості, Nestlé розширила свою місію, включаючи акцент на сталість та відповідальне постачання інгредієнтів. Компанія пообіцяла до 2025 року використовувати лише відповідально вирощене какао та поступово відмовитися від одноразового пластику.

Таким чином, місія компанії Nestlé лишається фундаментальною, спрямованою на підвищення якості життя та здорового майбутнього споживачів, але її акценти та підходи до досягнення цієї місії історично

еволюціонували відповідно до суспільних потреб та зміни внутрішніх стратегічних спрямувань компанії.

Широкий спектр діяльності Nestlé охоплює широкий спектр продуктів і послуг у секторі харчових продуктів і напоїв, що робить її однією з найбільших і найбільш диверсифікованих харчових компаній у світі. Діяльність компанії ґрунтується на прагненні забезпечити споживачів у всьому світі високоякісними, поживними та екологічно чистими продуктами.

Ключові сфери діяльності компанії включають:

- Продукція для харчування та здоров'я: Nestlé виробляє різноманітну продукцію для харчування та здоров'я, включаючи дитячі суміші, продукти дитячого харчування, харчові продукти для медичного застосування для пацієнтів з конкретними медичними потребами та харчові добавки для дітей та дорослих.
- Напої: Nestlé є одним із ключових учасників у галузі виробництва напоїв, включаючи каву (бренди, такі як NESCAFÉ), бутильовану воду (Nestlé Waters), напої на основі молока (Nesquik) та різноманітні безалкогольні напої.
- Кондитерські вироби та снеки: Nestlé славиться своєю продукцією у галузі кондитерських виробів. Компанія володіє такими популярними брендами, як KitKat, Nestlé Crunch і Toll House для шоколадних виробів. Крім цього, вона виготовляє різноманітні снеки, такі як чіпси та інші закуски.
- Молочні продукти: Nestlé є важливим виробником молочних продуктів, пропонуючи такі товари, як молоко, йогурти, сир та морозиво під різними брендами.
- Догляд за домашніми тваринами: Компанія Nestlé працює у сфері догляду за домашніми тваринами, виготовляючи та продаючи корм для домашніх тварин та супутні товари під брендами, такими як Purina.

- Кулінарні продукти та допоміжні засоби: Компанія виготовляє кулінарні продукти та допоміжні засоби, такі як приправи Maggi, соуси та рецептурні суміші.
- Заморожені продукти: Nestlé має присутність на ринку заморожених продуктів і пропонує різноманітні заморожені страви та піци.
- Кава: Компанія Nestlé має сильну присутність на глобальному ринку кави, маркетингові бренди, такі як NESCAFÉ, Nespresso та Taster's Choice.
- Екологічна та соціальна відповідальність: Nestlé активно взята в розв'язання проблем екологічного та соціального характеру. Компанія зосереджена на відповідальному пошуку джерел сировини, зменшенні впливу на навколишнє середовище та підтримці сталих методів сільського господарства.
- Інновації та наукові дослідження: Компанія інвестує у наукові дослідження та розробки для створення нових та вдосконалених продуктів харчування та напоїв. Вона також фінансує Дослідницький центр Nestlé, який зосереджується на різних наукових аспектах харчування та здоров'я.
- Злиття та придбання: Nestlé має історію придбань для розширення свого портфеля продукції. Деякі замітні придбання включають Gerber (продукти для дітей), Ralston Purina (догляд за домашніми тваринами) та Atrium Innovations (продукти для здоров'я та благополуччя).
- Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ): Nestlé активно бере участь у ініціативах корпоративної соціальної відповідальності, включаючи ініціативи щодо боротьби з дитячою працею, покращення управління водними ресурсами та сприяння відповідальному пошуку сировини.

Nestle — це транснаціональна компанія з виробництва продуктів харчування та напоїв, яка нараховує понад 2000 брендів і працює в 18 країнах

світу. За 2022 рік компанія Nestle зареєструвала зростання загальних продажів на 8,4% до 94,4 млрд швейцарських франків (табл 2.1).

Таблиця 2.1 – Фінансові результати компанії Nestle за країнами у 2021 та 2022 роках

Країни	Значення показника по рокам, млн CHF		Відносне відхилення 2021 та 2022 років, %	
	2021	2022	у CHF	у місцевій валюті
Північна Америка	28646	33,000	15.2	
США	26269	30,314	15.4	10.4
Канада	2377	2,686	13	12.3
Європа	22224	22,291	0.3	
Франція	3805	3,558	-6.5	0.6
Англія	3406	3,409	0.1	7.1
Німеччина	2443	2,316	-5.2	2.1
Інші країни ЄС	12580	13,008	3.4	
Швейцарія	1136	1,109	-2.4	-2.4
Азія	20219	20,967	3.7	
Філіппіни	2656	2,667	0.4	6.3
Індія	1736	1,960	12.9	14.7
Австралія	1483	1,510	1.8	5.4
Інші країни регіону	13375	13,830	3.4	
Латинська Америка	10452	12,323	17.9	
Бразилія	2925	3,756	28.4	17.6
Мексика	2962	3,457	16.7	10.7
Чилі	1279	1,302	1.8	11.8
Інші країни регіону	3283	3,808	16	
Китай	5559	5,843	5.1	5.2
Разом	87107	94,424	8.4	

Джерело: розроблено автором на основі [66]

У результаті аналізу даних, наведених в таблиці 2.1, можна зробити висновок про:

1. Загальний обсяг фінансових результатів компанії в 2022 році становить 94 424 мільйони швейцарських франків.

2. У Північній Америці, фінансові результати показали позитивну динаміку зі зростанням на 15,2%. США і Канада також показали зростання у місцевій валюті та швейцарських франках.

3. У Європі загальна динаміка фінансових результатів була досить стабільною зі зростанням всього на 0,3%. Франція показала спад на 6,5%, в той час як Англія та Німеччина показали менший спад і зростання в швейцарських франках.

4. Азія показала позитивну динаміку зі зростанням на 3,7%. Індія, Філіппіни та Чина показали позитивні зміни у фінансових результатах.

5. Латинська Америка також показала позитивну динаміку зі зростанням на 17,9%. Бразилія, Мексика та інші країни регіону відзначилися позитивними результатами.

6. Усього компанія Nestle показала загальне зростання фінансових результатів на 8,4% між 2021 та 2022 роками (рис.2.1).

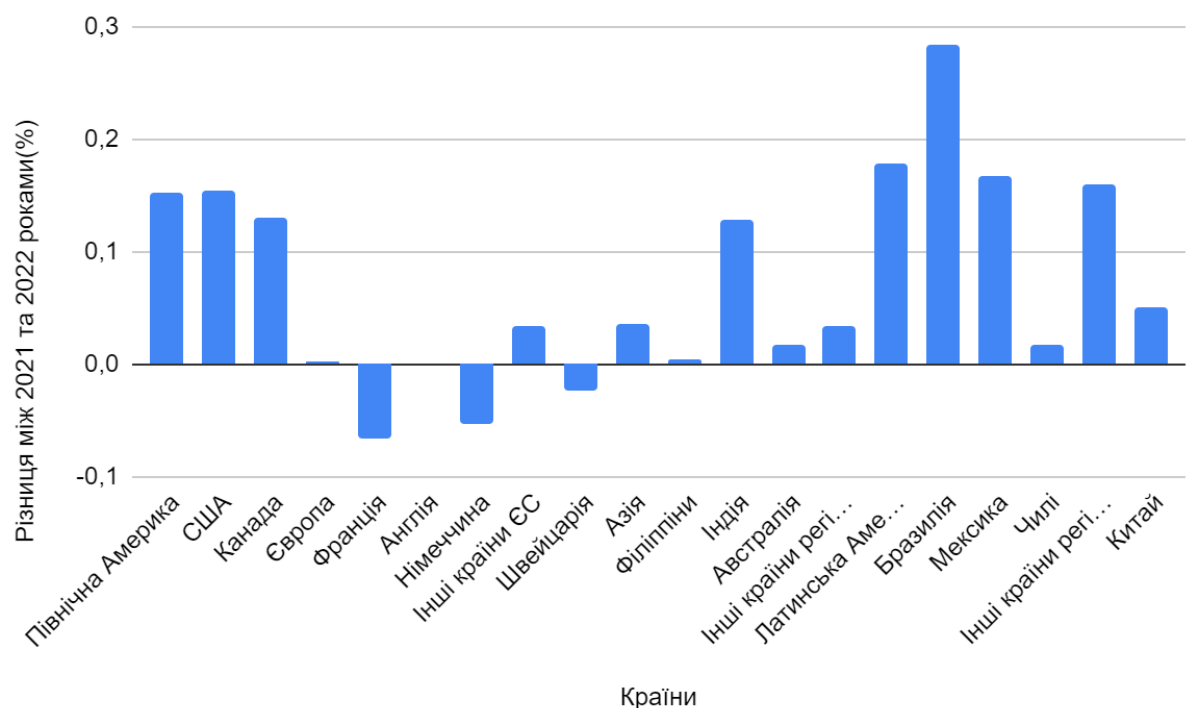


Рисунок 2.1 – Темпи зростання фінансових результатів компанії у розрізі країн 2021-2022 роки

Джерело: розроблено автором на основі [66]

Згідно даних рисунку 2.1 спостерігається загальна тенденція зростання фінансових результатів компанії у більшості регіонів, з винятком деяких європейських країн. Крім того, важливо враховувати валютні коливання, оскільки зміни в обмінних курсах також вплинули на фінансові результати компанії.

Фінансовий аналіз є важливим інструментом, який допомагає організаціям та інвесторам отримати уявлення про фінансові показники компанії та загальний стан. Вивчаючи ключові фінансові дані, ми можемо виявити тенденції, оцінити зростання та визначити потенційні сильні та слабкі сторони в компанії. Представлений графік на рисунку 2.2 включає дані про доходи за кожен квартал протягом періоду з 2012 року, що дозволяє нам досліджувати як короткострокові, так і довгострокові фінансові моделі. Заглиблюючись у цей набір даних, ми прагнемо надати повний огляд фінансової стабільності та потенціалу зростання компанії.

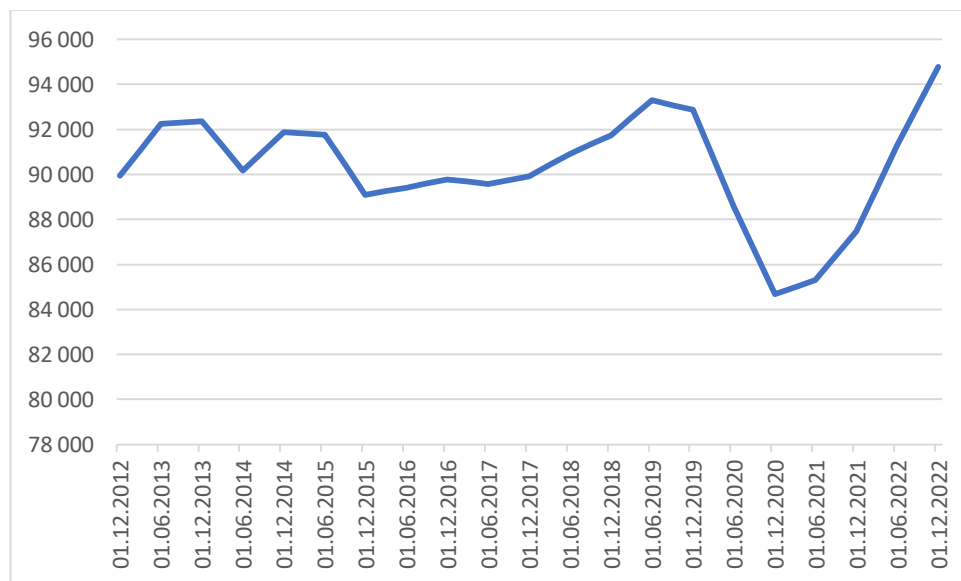


Рисунок 2.2 – Доходи компанії Nestle за 2012-2022 роки, млн доларів

Джерело: розроблено автором на основі [67]

Рисунок 2.2 дає змогу зробити висновок, що загальний тренд видається стабільним і зростаючим. З 31 грудня 2012 року до 31 грудня 2022 року прибуток має збільшитися з 89,931 до 94,780, що свідчить про поступовий ріст. Прибуток на кінець кожного року більший, ніж на інші дати. Це може бути пов'язано з плануванням прибутку на кінець року, податковими

обов'язками, та іншими факторами. Органічний ріст склав 8,3%, а цінова складова становила 8,2%, що відображає значне зростання витрат. В результаті, чистий прибуток від операцій знизився на 4,3% до 6,7 млрд швейцарських франків, а маржа чистого прибутку від операцій скоротилася на 200 базисних пунктів до 14,7%. Загальний дохід становив 94,8 млрд швейцарських франків, а чистий прибуток склав 9,27 млрд швейцарських франків.

Компанія поділена на певні регіональні зони, якщо розглядати Європейську сторону – в таблиці 2.2 представлені фінансові результати даного регіону (без росії) та порівняння показників за 2021 та 2022 роки.

Таблиця 2.2 – Фінансові показники компанії Nestle в європейській зоні за 2021-2022 роки

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			абсолютне	відносне, %
Обсяг продажів, млрд CHF	18,8	19,1	0,3	+1,6
Маржа, %	18,3	16,4	-1,9	-11,5

Джерело: розроблено автором на основі [68-69]

Аналізуючи дані таблиці 2.2, можна прийти висновку що за звітний період було зафіксовано органічне зростання продажів на 7,2% з ціноутворенням на рівні 6,4%. Стабільним було внутрішнє зростання, яке залишається незмінним на рівні 0,9%, не зважаючи на високу базу порівняння з 2021 року та обмеження пропозиції. Продажі зазнали негативного ефекту через вплив зміни курсу швейцарського франка до євро, оскільки знизились на 7,6%.

Проте, незважаючи на ці виклики, продажі в зоні Європи збільшилися на 1,8% та склали 19,1 мільярда швейцарських франків, що свідчить про високу стійкість підприємства в складних умовах. Компанія Nestlé також показала готовність до довгострокових інвестицій, оголосивши про вкладення в 40 мільйонів швейцарських франків для нового виробництва у Волинській області України, де буде працевлаштовано 1500 осіб.

Nestle є однією із відомих українських компаній у сфері виробництва харчових продуктів і напоїв, включаючи каву та чай. Незважаючи на відомість бренда, на українському ринку компанія представлена обмежено. Чистий фінансовий результат компанії в Україні склав збиток у розмірі 1 545 157 грн (табл.2.3). Не потрібно нехтувати тим фактом, що держава перебуває у стані війни та постійної міграції, багато товару було втрачено, а також йде перманентний відтік людського капіталу.

Таблиця 2.3 – Основні фінансові показники ТОВ «Нестле Україна» 2021-2022 роки

Показник	Значення показників по рокам, тис грн		Абсолютне відхилення, тис.грн
	2022	2021	
Усього активів	4 690 002	3 048 489	1 641 513
Основні засоби	397 954	323 610	74 344
Запаси	1 054 349	735 810	318 539
Гроші та їх еквіваленти	604 669	36 964	567 705
Непокритий збиток	(5 001 190)	(3 638 594)	(1 362 596)
Власний капітал	(5 000 390)	(3 637 794)	(1 362 596)
Зареєстрований капітал	800	800	0
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 839 595	1 025 624	813 971
Поточні зобов'язання і забезпечення	7 850 797	5 860 659	1 990 138
Чистий фінансовий результат: (збиток)	(1 545 157)	(105 825)	(1 439 332)

Джерело: розроблено автором на основі [70]

За даними, наведеними в таблиці 2.3 видно, що загальна вартість активів компанії значно зросла в порівнянні з попереднім роком, зростання становило 4 690 002 тис. грн в 2022 році порівняно з 3 048 489 тис. грн в 2021 році. Вартість основних засобів також зросла з 323 610 тис. грн в 2021 році до 397 954 тис. грн в 2022 році, що може вказувати на інвестиції в активи компанії. Запаси значно збільшилися, з 735 810 тис. грн в 2021 році до 1 054 349 тис. грн в 2022 році. Це може бути пов'язано зі збільшенням обсягів виробництва або закупівель. Значення грошей та їх еквівалентів суттєво зросло, від 36 964 тис. грн в 2021 році до 604 669 тис. грн в 2022 році. Це

може свідчити про більшу ліквідність компанії. Важливим показником є чистий фінансовий результат. У 2022 році компанія зазнала збитків в розмірі 1 545 157 тис. грн, що є значним в порівнянні зі збитком у 105 825 тис. грн в 2021 році. Загальний аналіз показує, що компанія має збільшення активів та власного капіталу, але також зазнає збитків і в 2021 році, і в 2022 році.

Оборотність активів є ключовим показником фінансової стійкості та ефективності управління ресурсами компанії. Аналіз динаміки цього показника надає розуміння того, наскільки успішно підприємство використовує свої активи для забезпечення оптимальних фінансових результатів. У даному контексті, таблиця 2.4 показує оборотність активів ТОВ "Нестле Україна" за чотири роки – з 2019 по 2022 роки. Цей період відображає дозволить виявити тенденції та фактори, що впливають на ефективність управління активами.

Таблиця 2.4 – Оборотність активів компанії ТОВ «Нестле Україна» з 2019 по 2022 роки

Показники	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації, тис грн	9417675	9503628	11054720	12164298
Темп зростання чистого доходу від реалізації продукції, %	-	0.91	16.32	10.04
Активи, тис грн	2683890	28699450	3048489	4690002
Оборотність активів, тис грн	3.51	0.33	3.63	2.59
Темп зростання сукупних активів, %	-	969.3	-89.4	53.8
Основні засоби (за первісною вартістю), тис грн	191091	315907	323610	397954
Темп зростання основних засобів, %	-	65.3	2.4	23.0
Оборотні активи, тис грн	2166633	2301281	2366863	3831246
Темп зростання оборотних активів, %	-	6.2	2.8	61.9
Чистий прибуток (збиток), тис грн	339408	(804152)	(105825)	(1545157)
Оборотність оборотних активів, оборотів	4.35	4.13	4.67	3.18
Маржа прибутку (збитку)	0.04	(0.08)	(0.01)	(0.13)

Джерело: розроблено автором на основі [70]

Аналізуючи таблицю 2.4 можна виявити декілька важливих тенденцій та показників фінансового стану підприємства протягом чотирьох років.

1. Чистий дохід від реалізації:

- з 2019 по 2022 рік, чистий дохід від реалізації продукції зріс на 29.2%, що свідчить про позитивний розвиток бізнесу.

2. Активи:

- активи зросли з 2683890 тис. грн у 2019 році до 4690002 тис. грн у 2022 році, що свідчить про значний розвиток підприємства.

3. Темп зростання сукупних активів:

- сукупні активи значно зросли у 2019 році, але пізніше відбулося різке зменшення у 2020 році, що може бути наслідком певних проблем або змін у стратегії підприємства.

4. Основні засоби:

- основні засоби також збільшилися, але темп зростання сповільнився у 2021 році.

5. Оборотні активи:

- загальна тенденція зростання оборотних активів, але існує значний приріст у 2022 році.

6. Чистий прибуток (збиток):

- чистий прибуток позначає велику зміну від позитивного в 2019 році до великого втрати в 2022 році, що може вказувати на серйозні проблеми або фінансові труднощі через пандемію та початок повномасштабного вторгнення.

7. Оборотність оборотних активів:

- оборотність оборотних активів зменшилася протягом років, що може вказувати на проблеми в управлінні оборотними активами.

Фінансування ТОВ «Nestle Україна» здійснюється через різні джерела. Одним з основних джерел фінансування є власні кошти компанії, які використовуються для забезпечення поточної діяльності, розвитку бізнесу та інвестиційних проектів.

Крім того, Nestle Україна може залучати фінансування від банків та інших фінансових установ шляхом отримання кредитів або видачі облігацій.

Це дозволяє компанії забезпечити потрібні ресурси для розширення бізнесу, модернізації виробничих потужностей та інших проектів.

Також, Nestle Україна може отримувати фінансову підтримку від державних органів та програм, які сприяють розвитку бізнесу, підтримці економіки та стимулюванню інвестицій.

Станом на 31 грудня 2020 компанія мала процентні позики від компанії групи «Нестле» - Nestle Treasury Center Middle East Africa Ltd. Дата погашення по довгостроковим процентним позикам (транш № 1) складає три роки і настане 18 лютого 2022 р. Дата погашення по короткостроковим процентним позикам складає три роки і за умовами договору має настати 25 листопада 2021 р. (транш № 2) та 19 червня 2021 р. (транш № 3). 30 квітня 2021 р., Компанія отримала лист про наміри пролонгації вищезазначених позик від Nestle Treasury Center Middle East & Africa LTD до 2024 р. Станом на 31 грудня 2021 компанія мала процентні позики від компанії групи «Нестле» - Nestle Treasury Center Middle East Africa Ltd. У червні 2021 року, компанія підписала додаткову угоду про пролонгацію траншу № 1 зі строком погашення 19 червня 2024 р. Відповідно до договору позики від 28 лютого 2022 року Компанія отримала позику зі строком погашення 28 лютого 2023 року. В березні 2022 року компанія отримала новий транш відповідно до іншої угоди зі строком погашення 19 червня 2024 року.

В умовах швидких та постійних змін в глобальному бізнес-середовищі, перед кожною великою міжнародною компанією, в нашому випадку Nestle, стоїть завдання не лише адаптуватися до нових трендів, але й ефективно планувати свій розвиток в майбутньому. Збалансоване прогнозування та стратегічне планування стають важливими складовими успішної діяльності у 2023 році. Давайте розглянемо світовий прогноз для компанії Nestle на найближчий рік, зокрема, у контексті глобальних тенденцій, економічного клімату та динаміки споживчого попиту.

Світовий прогноз для компанії Nestle на 2023 рік передбачає органічне зростання продажів на 6-8% та операційний прибуток від торгівлі в діапазоні 17-17,5%. При цьому очікується зростання базового прибутку на акцію в незмінній валюті від 6% до 10% (рис.2.3).

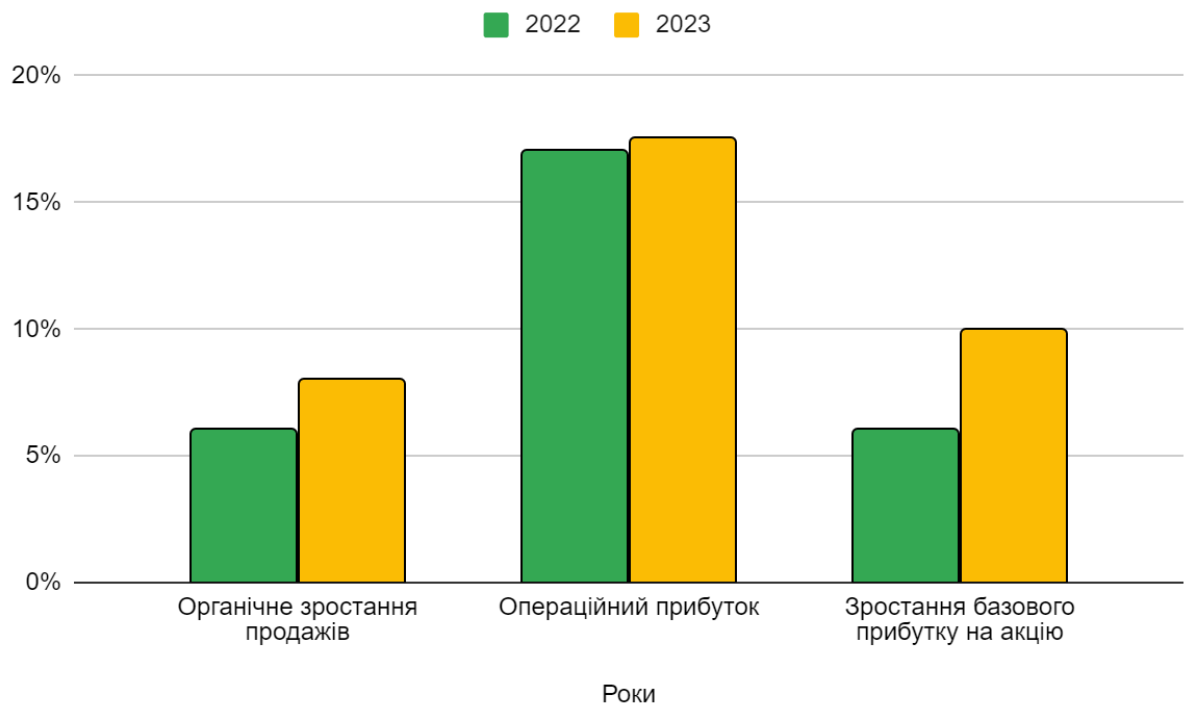


Рисунок 2.3 – Світовий прогноз зростання діяльності компанії Nestle на 2023 рік

Джерело: розроблено автором на основі [66-70]

Аналізуючи рисунок 2.3 можна прийти до висновку, що органічне зростання продажів вказує на очікуваний ріст обсягів продажів товарів або послуг на глобальному рівні. Зростання в діапазоні від 6% до 8% свідчить про оптимістичний прогноз щодо попиту на продукцію компаній та розвитку ринків. Зростання операційного прибутку свідчить про очікувану прибутковість виробництва та торгівлі. Вища маржа відображає покращення операційної ефективності. Зростання базового прибутку на акцію може бути наслідком поліпшення фінансової продуктивності компанії та додаткових інвестицій.

Цілі Nestle на 2025 рік залишаються незмінними: очікується стабільне середньодобове органічне зростання продажів та повернення до базового

діапазону операційного прибутку від торгівлі від 17,5% до 18,5% до кінця 2025 року (рис.2.4).

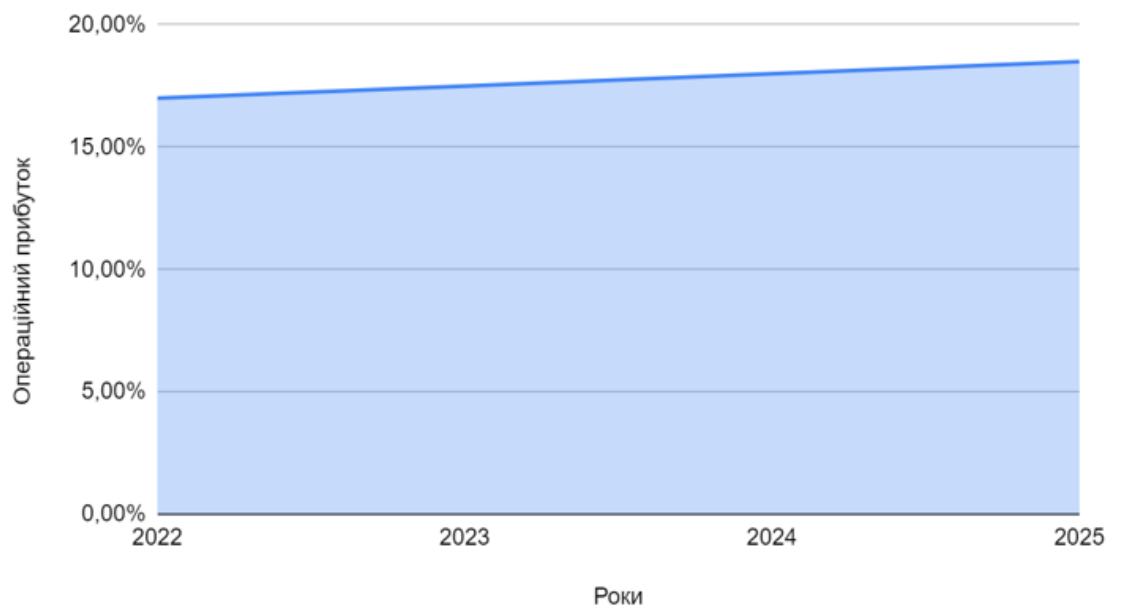


Рисунок 2.4 – Прогноз темпів зростання операційного прибутку компанії Nestle на 2022-2025 роки

Джерело: розроблено автором на основі [66-70]

Аналізуючи статистичні дані зображенні на рисунку 2.4 можна зробити висновок, що зростання операційного прибутку від 17,5% до 18,5% - це амбітний показник, який вказує на бажання оптимізувати внутрішні процеси та контролювати витрати. Також очікуване стабільне середньодобове органічне зростання продажів свідчить про бажання компанії забезпечити постійний ріст у виробництві та продажах продукції. Це може бути досягнуто шляхом розширення асортименту товарів, розвитку нових ринків та збільшення обсягів виробництва.

Загальний аналіз цих цілей показує, що компанія прагне підтримувати стійкий ріст та покращення дохідності. Важливо враховувати, що досягнення таких цілей може вимагати ретельного планування, інновацій та адаптації до змін на ринку.

Компанія Nestle, як один із світових лідерів у галузі харчової промисловості, активно здійснює ряд ініціатив, спрямованих на розвиток, стійкість та задоволення потреб споживачів. Ці ініціативи не лише

впливають на фінансові показники компанії, але й мають суттєвий вплив на ціну її акцій на фондовому ринку. На рисунку 2.5 зображені зміни та динаміка цін на акції компанії за останні роки.

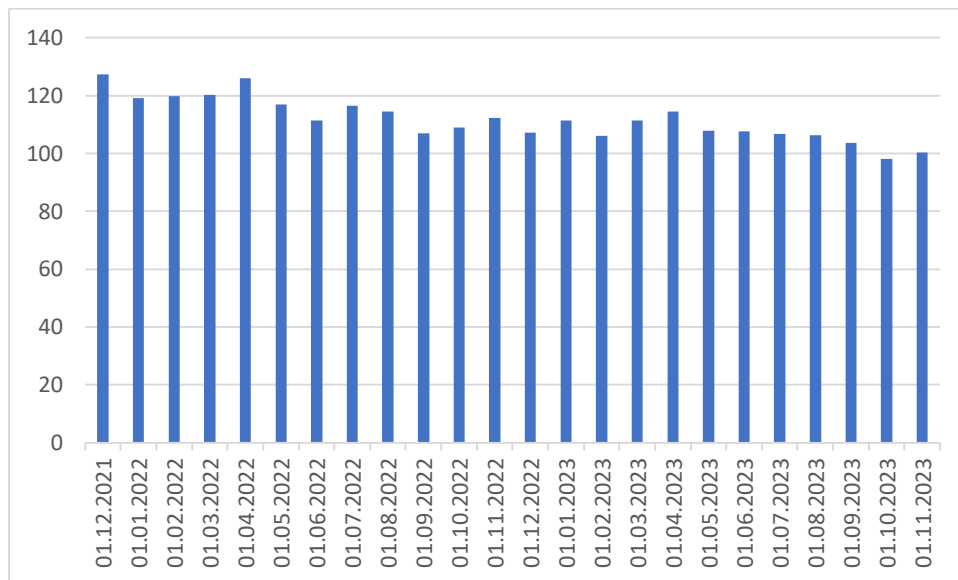


Рисунок 2.5 – Котирування акцій компанії Nestle на швейцарській біржі за 2021-2023 роки, CHF

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунок 2.5 можна визначити, що котирування акцій Nestle мають тенденцію до коливань. Є місяці із значним ростом, такі як грудень 2021 року та березень 2022 року, і місяці із зниженням, такі як травень 2022 року та вересень 2022 року. Загалом, здається, що компанія має стабільність, але існують періоди змін в ринковій активності.

У підсумку, ініціативи компанії Nestle грають важливу роль у формуванні цінової динаміки її акцій. Зокрема, стратегічні рішення щодо нових продуктів, ринкових розширень та сталого розвитку визначають перспективи для інвесторів. Наприклад, успішне впровадження нових продуктів або позитивні зміни в корпоративній структурі можуть призвести до підвищення довіри ринку та позитивного зростання цін на акції. З іншого боку, виклики, такі як негативні виробничі та економічні фактори, можуть призвести до спаду цін на акції. Враховуючи ці аспекти, стейкхолдери повинні уважно стежити за стратегічними рухами Nestle, розуміти їх вплив

на діяльність компанії та приймати обґрунтовані рішення щодо свого інвестиційного портфеля.

2.2. Оцінка рівня соціальної відповідальності компанії Nestle за основними показниками в Україні та на міжнародному ринку

Компанія Nestle в Україні та на міжнародному ринку визнана своїм високим ступенем корпоративної відповідальності та активного здійснення сталого розвитку. У межах своєї діяльності, компанія запроваджує різноманітні ініціативи та програми. Ось деякі ключові показники, що відображають рівень соціальної відповідальності компанії Nestle:

1. Екологічна стійкість: Nestle поставила перед собою амбітні цілі відносно скорочення викидів парникових газів, раціонального використання водних ресурсів та зменшення обсягів утворення відходів у своїй виробничій діяльності. Компанія Nestle скоротила на 6.4 мільйони тон викидів парникових газів, порівняно з іншими бізнес-середовищам (рис.2.6)

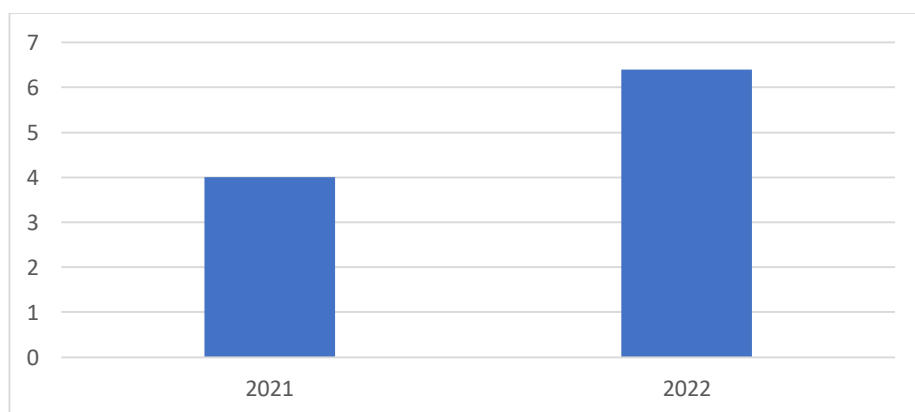


Рисунок 2.6 – Скорочення викидів парникових газів виробництв компанії Nestle у 2021-2022 роках (млн.тон)

Джерело: розроблено автором на основі [71]

2. Відповідальне постачання: Nestle віддала ідеї відповідального постачання сировини, зокрема, какао, кави та пальмової олії.

Компанія розробила програми, що забезпечують справедливі умови для фермерів і робітників, а також дбає про збереження біорізноманіття та екосистем. Більше того, на 99.1% було зменшено вирубування лісів та збільшення використання саме екосистем у ланцюгу поставок товару (рис.2.7).

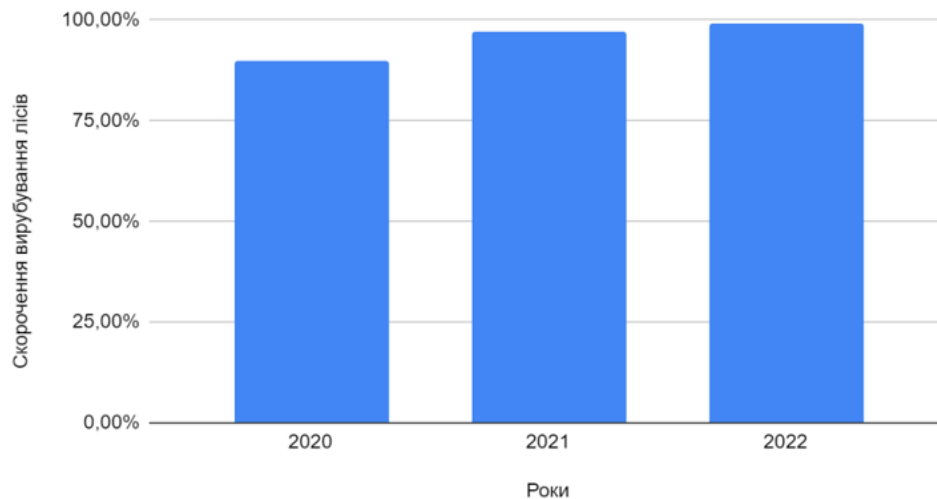


Рисунок 2.7 – Скорочення вирубування лісів компанії Nestle (%) – 2020-2022 роки

Джерело: розроблено автором на основі [71]

3. Харчування та здоров'я: Nestle вживає значущих заходів для поліпшення харчового профілю своєї продукції та популяризації здорового харчування. Компанія застосовує принципи відповідального маркетингу для дітей та розпочала ініціативи з метою протидії дефіциту мікроелементів у країнах, що розвиваються. На 10,5% було зменшено використання пластику в пакуванні з 2018 року та покладено великий початок на перехід до паперового пакування для збереження всіх поживних речовин в продукції (рис.2.8).

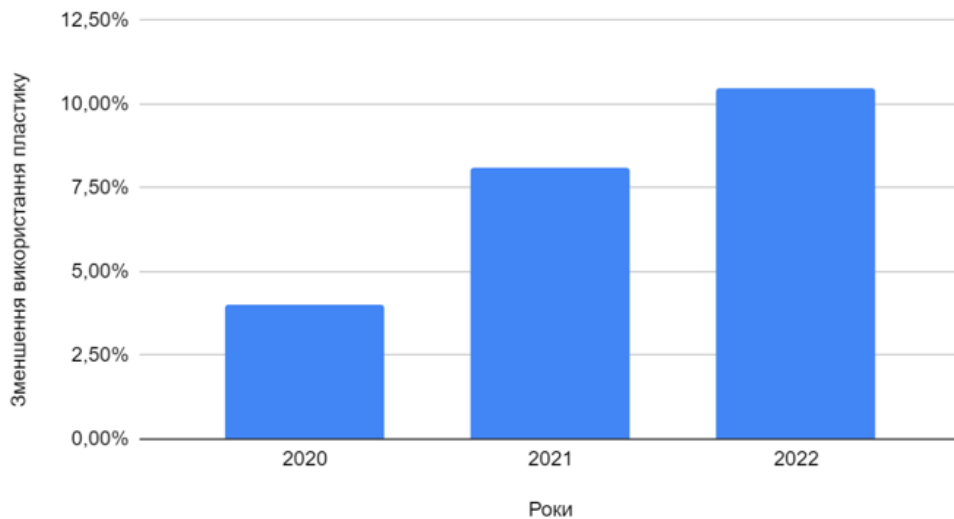


Рисунок 2.8 – Динаміка зменшення використання пластику в пакуванні продукції компанії Nestle (%)

Джерело: розроблено автором на основі [71]

4. Права людини та працевлаштування: Nestle дотримується прав людини та справедливого працевлаштування на всіх етапах виробництва. Компанія впровадила політику з метою захисту прав працівників, включаючи припинення дитячої та примусової праці. Було збільшено присутність жінок у компанії на 30,2 %, а також більше ніж 200 жінок отримали керівні посади (рис.2.9)

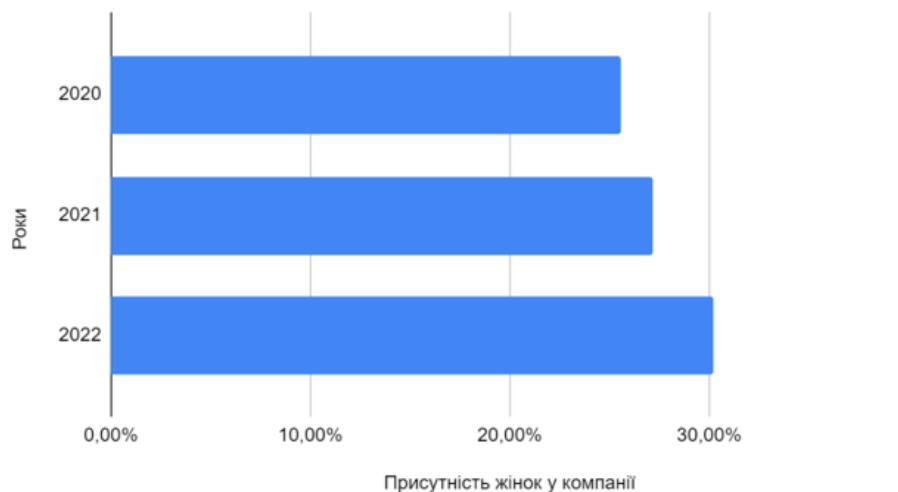


Рисунок 2.9 – Присутність жінок у компанії Nestle (%) – 2020-2022 роки

Джерело: розроблено автором на основі [71]

5. Залучення громад: Nestle активно взаємодіє з місцевими громадами з метою розуміння їхніх потреб і сприяння їхньому розвитку. Компанія

підтримує різноманітні громадські проекти, включаючи ініціативи в галузі освіти, охорони здоров'я та розвитку сільських територій.

Соціальна відповідальність, в контексті бізнесу, представляє собою концептуальний підхід, що покликаний акцентувати увагу на ролі компаній у сприянні соціальному та економічному розвитку суспільства. Ця концепція передбачає інтеграцію суспільних інтересів у стратегічний план бізнесу, дотримання високих етичних стандартів та мобілізацію значних ресурсів для збереження навколишнього середовища. Оцінка рівня соціальної відповідальності стала стандартною практикою для більшості підприємств, оскільки ця концепція охоплює різноманітні аспекти, такі як ініціативи, структури та програми, а також несе у собі деякі обмеження, такі як відсів корупційних випадків, при оцінці рівня соціальної відповідальності.

Важливо зауважити, що соціальна відповідальність є поняттям, яке включає в себе широкий спектр ініціатив та аспектів, що охоплюють різні сфери діяльності компаній. Отже, при оцінці рівня соціальної відповідальності, корупційні інциденти можуть бути відкинуті, оскільки вони не завжди відображають загальний підхід до соціальної відповідальності.

Nestle відзначається значними зусиллями у підтримці принципів ефективної соціальної відповідальності та сприянню сталому розвитку, які підтверджуються численними ініціативами. Наприклад, компанія виступає як активний учасник Європейського альянсу проти дитячої праці, спрямовуючи свої зусилля на боротьбу із негативним явищем, яке стосується важливого соціального аспекту сучасного суспільства. Крім того, компанія є членом Консорціуму зі зменшення впливу на навколишнє середовище, відзначаючись активною ролью в розвитку і впровадженні практик, спрямованих на збереження природних ресурсів та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

Також аналізуючи статистику та дані, то компанія з кожним роком постійно розвивається та не стоїть на місці, так вони вже мають більше ніж

129,2 мільярда порцій доступного харчування зі збагаченням мікроелементами (рис.2.10)

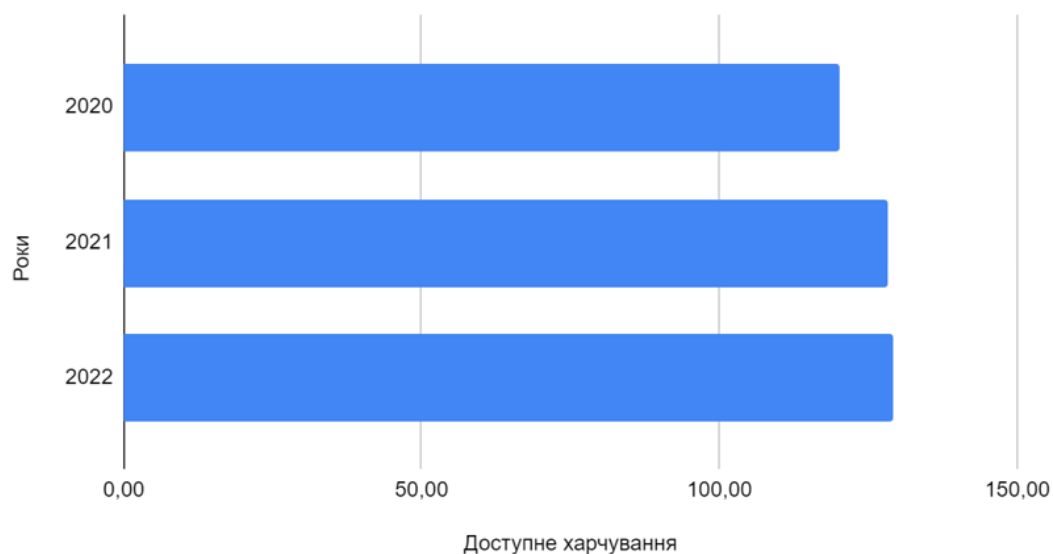


Рисунок 2.10 – Динаміка росту порцій доступного харчування зі збагаченням мікроелементами виробництва компанії Nestle (млрд, євро) – 2020-2022 роки

Джерело: розроблено автором на основі [71]

У сучасному світі, інвестори проявляють все більший інтерес до компаній, які вживають заходів та реалізують корпоративну соціальну відповідальність. Ця тенденція не лише відзеркалює зростаючу увагу до сталого розвитку, але й підкреслює важливість соціальних та екологічних питань для інвесторського співтовариства.

Nestle виступає не лише як глобальний гравець у сфері харчової промисловості, але й як приклад корпорації, яка активно реагує на сучасні виклики та встановлює високі стандарти соціальної відповідальності. Інвестори визнають це та виявляють зацікавленість у співпраці з компаніями, що розвиваються в напрямку сталого розвитку та виступають лідерами у втіленні принципів корпоративної соціальної відповідальності.

За 2022 рік компанія Nestle зробила великий крок у сталий розвиток та на своєму прикладі показала, як потрібно ефективно управляти власними активами на користь суспільства, це представлено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Ключові показники соціальної відповідальності компанії Nestle за 2020 - 2022 роки

Показники	Значення показника		
	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Скорочення викидів CO ₂ порівняно зі звичайним сценарієм, млн т	-	4,0	6,4
Частка основних ланцюгів постачання м'яса, пальмової олії, целюлози та паперу, сої та цукру зроблені без вирубки лісів, %	-	97,2	99,1
Основні інгредієнти, отримані за допомогою методів регенеративного землеробства, %	-	-	6,8
Скорочення використання води на заводах, млн м ³	1,69	2,30	2,38
Ключові інгредієнти, які вироблені екологічно, %	-	16,3	22
Кількість порцій доступного харчування зі збагаченням мікроелементами, млрд одиниць	120,0	128,6	129,2
Відсоток пластикової упаковки призначеної для переробки, %	74,8	74,9	81,9
Відсоток зменшення первинного пластику, %	4,0	8,1	10,5
Молоді люди у всьому світі, які мають доступ до економічних можливостей з 2017 року, млн осіб	2,45	3,89	5,62
Відсоток жінок, що займають понад 200 вищих керівних посад, %	25,6	27,2	30,2

Джерело: розроблено автором на основі [72]

Аналізуючи статистичні дані таблиці 2.5, можемо прийти висновку, що викиди CO₂ порівняно зі звичайним сценарієм зменшилися відсотково від 2020 до 2022 року, що свідчить про зростання екологічної ефективності компанії. Частка основних ланцюгів постачання, які ведеться без вирубки

лісів, зросла значно, зокрема, з 97,2% в 2021 році до 99,1% в 2022 році. Зауважимо, що в 2022 році 6,8% основних інгредієнтів отримані за допомогою методів регенеративного землеробства, що вказує на збільшення використання біологічно збагаченої землі.

У світлі глобальних трансформацій та розширення міжнародного впливу, акцент на локальному ринку стає ключовим стратегічним аспектом для багатьох компаній. В особливостях цього контексту, український ринок виступає як важливий фактор в узгодженні та виконанні глобальних бізнес-стратегій. Надана статистика та аналіз дозволять краще зрозуміти особливості місцевого розвитку соціальної відповідальності та сталого розвитку (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Оцінка сталого розвитку та визнання компанії Nestle

Організація	Проведене дослідження
CDP	Компанія продовжує займати провідну позицію в глобальній сфері Клімату та Води.
MSCI	У 2020 році компанія була нагороджена рейтингом AA від MSCI ESG за свої досягнення в галузі екологічних, соціальних та управлінських показників. Цей рейтинг підтверджує високу якість діяльності компанії з питань КСВ.
V.E.	Компанія зайняла високу позицію в рейтингу ESG, що підтверджує її важливість та вплив у продовольчому секторі. Це дає компанії провідну роль у цій галузі, оскільки вона відповідає вимогам екологічної, соціальної та управлінської відповідальності.
FTSE4GOOD	Згідно з даними Index, компанія займає міцні позиції у КСВ. У 2020 році, компанія отримала високий рейтинг 4,9 балів з 5 можливих за свої досягнення. Цей рейтинг підтверджує високу якість діяльності Nestle, що сприяє її успішному розвитку.

Джерело: розроблено автором на основі [73]

Компанія Nestle має ясну стратегію, спрямовану на допомогу кожному в Україні. На найближчі 10 років компанія взяла на себе нові цілі, щоб забезпечити здоровий спосіб життя, покращити економічний розвиток та зменшити шкідливий екологічний вплив (рис.2.11).

Цілі Nestle до 2030 року	Допомогти 20 мільйонам дітей та їх сімей до 2030 року вести здоровий спосіб життя шляхом забезпечення збалансованого харчування.
	Досягнути нульового впливу на екологію, що означає зменшення впливу своєї діяльності на довкілля до мінімуму. Це спрямовано на збереження природних ресурсів та зменшення негативного впливу на планету на майбутні роки.
	Підтримувати 30 мільйонів господарств, які пов'язані з діяльністю компанії, для допомоги розвиваючимся громадам. Цей підхід спрямований на створення сприятливих умов для розвитку та підтримки економічного зростання в цих громадах.

Рисунок 2.11 – Основні цілі компанії Nestle до 2030 року

Джерело: розроблено автором на основі [74]

Ініціативи компанії Nestle є інноваційними та практичними, і якщо компанія зможе реалізувати свої цілі, це відобразить на інших компаніях в галузі та сприятиме досягненню сталого розвитку корпораційного світу. Компанія Nestle продовжує вести свою діяльність в напрямку забезпечення сталого розвитку, що підтверджує принципи соціальної відповідальності та компетентності в сталому розвитку.

Результати оцінки соціальної відповідальності компанії Nestle на міжнародному ринку та конкретні ініціативи:

1. Оцінка впливу на навколишнє середовище: Nestle реалізує ряд ініціатив, спрямованих на зменшення негативного впливу своєї діяльності на навколишнє середовище, включаючи програми зі зменшення відходів, ініціативи з енергозбереження та стратегії по скороченню викидів газів.

2. Права людини та боротьба з дитячою працею: Nestle активно працює над забезпеченням дотримання прав працівників у всьому світі, включаючи впровадження програми моніторингу використання конфіденційної ділової інформації, що спрямована на боротьбу з дитячою працею.

3. Етичні норми: Nestle вдосконалює систему етичних стандартів та створює сприятливі умови для співробітників. Компанія застосовує політику прибуткового волонтерства, яка спонукає співробітників долучатися до важливих соціальних ініціатив та програм.

Результати оцінки рівня соціальної відповідальності компанії Nestle в Україні:

1. Оцінка рівня соціальної відповідальності Nestle в Україні включає аналіз наявних сертифікатів. ТОВ «Нестле Україна» володіє сертифікатом відповідності стандартам соціальної відповідальності ISO 26000 та SMETA.

2. Виробництво продуктів натурального походження: Nestle використовує натуральні сировинні матеріали, вирощені на власних заводах в Україні.

3. Співпраця бізнесу та громади: Nestle Україна активно взаємодіє з громадськістю та бізнесом через програму Дня підприємництва.

4. Підтримка українських родин та дітей: Забезпечення здоровим та збалансованим харчуванням людей біль-якого віку та статі, незважаючи на війну та економічні кризи.

Nestle продовжує розвивати імідж соціально відповідальної компанії, і подальший успіх буде залежати від результатів ініціатив та програм.

2.3. Визначення основних проблем та перспектив розвитку соціальної відповідальності в компанії Nestle

У сучасному бізнес-ландшафті соціальна відповідальність передбачає визнання та вирішення впливу компанії на суспільство та навколишнє середовище. Це є фундаментальним аспектом сталого розвитку і стає все більш необхідним у глобальному контексті, що розвивається. Сьогодні соціальна відповідальність виходить за межі простих моральних міркувань; це перетворилося на бізнес-імператив, який спрямований на підвищення корпоративного статусу, потоків доходів і залучення клієнтів.

Nestle, відомий світовий виробник продуктів харчування та напоїв, є видатним прикладом у цій сфері. Компанія активно виступає за сталий

розвиток і соціальну відповідальність, беручи участь у таких ініціативах, як «План какао» та стратегія Nestle Creating Shared Value. Тим не менш, Nestle стикається з постійними проблемами, які перешкоджають реалізації цілей соціальної відповідальності.

Один із найсерйозніших викликів, що стикається компанія Nestle у виконанні своїх зобов'язань у сфері соціальної відповідальності, полягає в забезпеченні ефективного управління та моніторингу свого ланцюга постачання. Ця проблема стає особливо актуальною у зв'язку з тим, що компанія Nestle діє в понад 190 країнах та взаємодіє з різноманітними постачальниками, які мають відмінні соціальні та екологічні стандарти.

Приклади наслідків недостатнього управління ланцюгом постачання можна спостерігати у випадку звинувачень, які з'явилися у 2015 році щодо використання дитячої праці на какао-фермах в Кот-д'Івуарі, які постачали сировину для компанії Nestle. Ці обвинувачення значно підірвали репутацію компанії і підкреслили важливість відповідального управління ланцюгом поставок.

Для вирішення цієї проблеми компанія Nestle розробила стандарт відповідального пошуку джерел, який встановлює стандарти та методи, які повинні дотримувати постачальники. Крім того, компанія провела комплексний аналіз свого ланцюга постачання з метою виявлення потенційних ризиків та прийняття необхідних заходів для їх врегулювання.

Крім того, компанія Nestle встановила завдання досягнути 100% сталого джерела сировини для своїх ключових продуктів до 2025 року. На момент 2020 року було повідомлено, що какао, пальмова олія, цукор і ваніль досягли відповідно 56%, 71%, 47% і 45% сталого джерела виробництва (рис.2.13). Ці зусилля свідчать про рішучий підхід компанії Nestle до відповідального управління ланцюгом постачання.

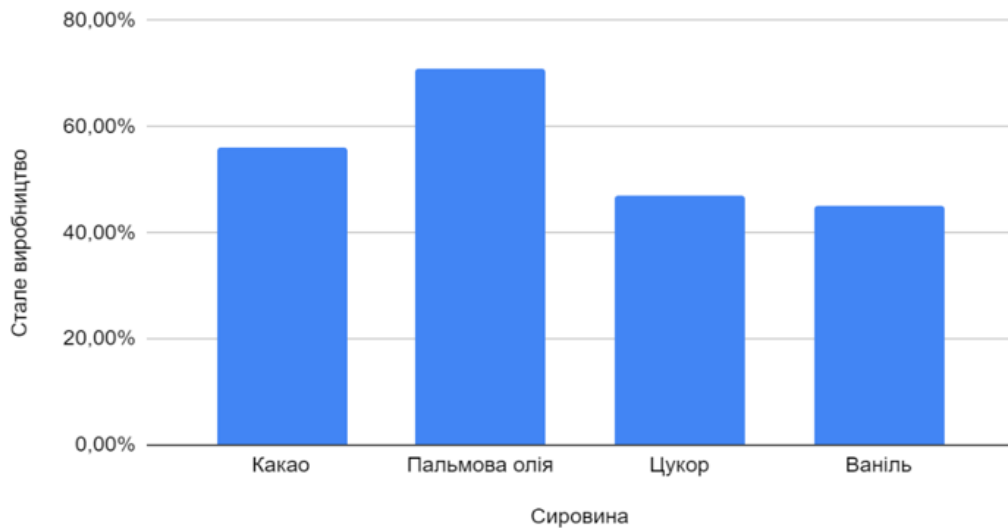


Рисунок 2.13 – Стале джерело виробництва сировини компанії Nestle у 2020 році

Джерело: розроблено автором на основі [71-72]

Щоб вирішити проблеми сталого розвитку та соціальної відповідальності, компанія Nestle запустила ініціативу, спрямовану на викорінення трудової експлуатації та сприяння створенню гуманних робочих умов у всьому ланцюжку поставок. Прозорість представляє собою важливий аспект, який впливає на компанію Nestle у ході розробки та реалізації політики соціальної відповідальності. Важко переконати, що всі учасники, які беруть участь у діяльності компанії, повністю усвідомлюють її соціально-відповідальні цілі та заходи, які вживаються для їх досягнення. Це ускладнюється глобальним і складним характером операцій Nestle, який унеможливорює ефективне відстеження та звітування.

З метою вирішення цієї проблеми, Nestle вжила кілька кроків для підвищення рівня прозорості. Ці заходи включають у себе публікацію щорічного звіту про створення спільної цінності, який містить докладну інформацію про ініціативи сталого розвитку та досягнуті результати. Крім того, компанія впровадила систему управління інформацією про постачальників, яка дозволяє Nestle ефективніше взаємодіяти зі своїми постачальниками та відстежувати їхній прогрес у досягненні стандартів соціальної відповідальності.

Останні дані свідчать, що Nestle досягла значних успіхів у покращенні прозорості. У своєму звіті про створення спільної цінності за 2020 рік, компанія повідомила, що досягла 100% прозорості в ланцюгу поставок пальмової олії та 94% прозорості в ланцюзі поставок какао (рис.2.14). Ці цифри свідчать про рішучість компанії у покращенні прозорості в ланцюзі поставок та підвищенні рівня відповідальності.

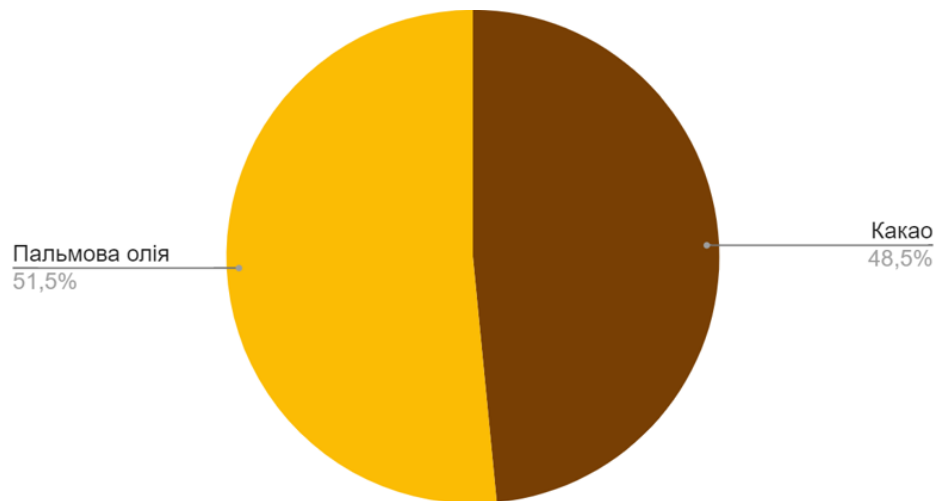


Рисунок 2.14 – Прозорість постачання сировини (2020 рік)

Джерело: розроблено автором на основі [71-72]

Крім того, Nestle поставила перед собою завдання досягти повної прозорості в ланцюгу поставок до 2025 року, включаючи оприлюднення переліку всіх постачальників, які надають сировину Nestle, та вказівку заводів, які виробляють її продукцію.

Популяризація здорового способу життя є актуальним завданням, з яким стикається компанія Nestle у своїй діяльності з погляду соціальної відповідальності. З плином часу, виявляється, що негативний вплив нездорового харчування на здоров'я стає все більш очевидним, і компанія вживає заходів для пом'якшення цих негативних наслідків. Однак ця ініціатива видається складною через сприйняття деякими продуктами компанії як нездоровими.

З метою вирішення цього питання, компанія Nestle приймає різні кроки для просування здорового способу життя. Компанія встановлює конкретні цілі, спрямовані на зменшення кількості солі, цукру та насичених жирів у

своїй продукції та пропонує нові продукти, виготовлені з більш здорових інгредієнтів. Ці ініціативи спрямовані на популяризацію здорового способу життя та споживчих звичок.

Паралельно з цим, Nestle активно взаємодіє з організаціями охорони здоров'я, медичними працівниками та іншими групами, щоб просувати здорове харчування та здоровий спосіб життя в усьому світі. Так, компанія об'єдналася з Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ), з метою підтримки здорового харчування та здорового способу життя. Крім того, Nestle запустила різні кампанії для підвищення обізнаності споживачів щодо звичок здорового харчування та переваг збалансованого харчування.

Загальною відзнакою є те, що просування здорового способу життя є серйозним завданням для компанії Nestle у сфері соціальної відповідальності. Компанія досягла значних успіхів у реалізації цієї ініціативи, включаючи встановлення конкретних цілей щодо складу своєї продукції та представлення нових, більш здорових продуктів. Партнерство з організаціями охорони здоров'я і освітні кампанії допомагають підвищувати свідомість споживачів щодо важливості здорового способу життя та здорового харчування. Nestle досягла прогресу у створенні більш здорових альтернативних продуктів, але постійне вдосконалення може бути виправданим, щоб уникнути будь-якого компромісу щодо її зобов'язань щодо соціальної відповідальності.

В контексті загальної соціальної відповідальності Nestle, важливо відзначити, що ця компанія продовжує демонструвати свою здатність реагувати на зростаючі виклики, а саме повномасштабне вторгнення на території України та нестабільне положення компанії ТОВ "Нестле Україна". Це проявляється через конкретні заходи, що спрямовані на поліпшення життя та допомогу громадам на місцевому рівні. Такий підхід свідчить про те, що Nestle не лише визнає необхідність глобальних ініціатив, а й активно бере участь у розвитку та підтримці спільнот на рівні країни, де вона здійснює свою діяльність. На рисунку 2.15 представлена інформація щодо підтримки

працівників, надання гуманітарної допомоги та інвестицій у 2022 році на теренах України. Ці заходи свідчать про відданість не лише глобальним ініціативам, але й участі у покращенні життя та допомозі громадам на місцевому рівні.

З перших днів війни компанія Nestle передала понад 4200 тонн продуктів харчування на суму більше ніж 540 мільйонів гривень.

У 2022 році було оголошено, що компанія інвестує 20 млрд гривень у створення нового виробничого майданчика на заході країни.

Компанія Nestle надала понад 500 тонн дитячого харчування як благодійну допомогу для 75 медичних установ та дитячих будинків.

Український офіс компанії Nestlé надає підтримку своїм працівникам, виділивши вже 291 656 швейцарських франків для відновлення житла, пошкодженого внаслідок бойових дій.

Протягом перших місяців війни було передано більше ніж 404 тонни продукції від «Мівіна», зокрема для тих, хто перебував у Харківському метрополітені.

Nestlé продовжує активно впроваджувати освітні ініціативи для навчання дітей здоровому харчуванню: протягом 2022 року понад 20 780 дітей прийняли участь у майстер-класах, онлайн-уроках та конкурсах.

З початку війни, як благодійність було надано 160 мільйонів порцій їжі.

Рисунок 2.15 – Допомога компанії ТОВ «Нестле Україна» за час повномасштабного вторгнення у 2022 році

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунок 2.15 можна зробити висновок, що однією з ключових та стратегічних ініціатив компанії ТОВ «Нестле Україна» є будівництво нового виробничого підприємства на території Волині. Під час періоду воєнного стану компанія вкладає кошти з метою активної підтримки економічного розвитку України, сприяючи збільшенню інфраструктурних можливостей та створюючи нові робочі місця в регіоні.

Загальний аналіз результатів вказує на активність компанії Nestle у сфері соціальної відповідальності та її значний внесок у вирішення проблем, що виникають у процесі корпоративної діяльності. Компанія фокусується на трьох основних напрямках соціальної відповідальності: охороні навколишнього середовища, створенні цінностей для споживачів та веденні відповідального бізнесу. Повноцінною частиною стратегії компанії є також прагнення до впровадження демократичних принципів та забезпечення високого рівня прозорості в її внутрішній діяльності.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ Nestle

3.1. Пріоритетні напрями розвитку компанії Nestle та основні запити зацікавлених сторін щодо забезпечення соціальної відповідальності

Nestle, як відома компанія в галузі продуктів харчування та споживчих товарів, зберігає головну мету — виробляти та постачати продукти високої якості, які повною мірою відповідають вимогам споживачів та клієнтів. Водночас корпорація демонструє свідоме усвідомлення своїх соціальних зобов'язань і проводить активні заходи зі сталого розвитку в усьому ланцюжку створення вартості. У цьому контексті Nestle визначила та окреслила дорожню карту пріоритетних траєкторій свого корпоративного розвитку, які чітко відповідають переважаючим очікуванням різних зацікавлених сторін. Це стратегічне узгодження підкреслює відданість компанії не лише комерційній досконалості, але й соціальній та екологічній відповідальності.

Nestle приділяє значну увагу екологічній упаковці як центральному принципу своїх корпоративних цілей, головною метою якої є пом'якшення та зменшення наслідків для навколишнього середовища шляхом розвитку економіки замкнутого циклу. Це передбачає проактивне надання інноваційних пакувальних рішень, які відповідають принципам переробки та повторного використання, одночасно розширюючи підтримку ініціатив, спрямованих на посилення практики раціонального та ефективного споживання. Nestle визнає гостроту проблеми з переробки відходів пакування в глобальному масштабі та взяла на себе новаторську роль у її

вирішенні. З цією метою компанія поставила серйозні та досить амбітні цілі, прагнучи зробити 100% своїх пакувальних матеріалів придатними для переробки або повторного використання до 2025 року. Ці узгоджені зусилля підкреслюють прагнення Nestle сприяти трансформаційним змінам у сфері екологічних методів упаковки.

Здоров'я та благополуччя є додатковим фокусом у стратегічній сфері Nestle. Корпорація помічає зростаючу свідомість споживачів щодо свого здоров'я, і у відповідь на це намагається розширити свій портфель продуктів пропозиціями, які є водночас більш поживними та сприяють покращенню самопочуття. Nestle зробила значні інвестиції в галузі досліджень та інновацій, виділивши ресурси для розробки продуктів, які відповідають мінливим вимогам щодо харчування своїх споживачів та клієнтів.

Управління водними ресурсами, з економічної точки зору, відіграє ключову роль у операційній структурі Nestle, причому корпорація суттєво визнає ключову важливість відповідального управління водними ресурсами. Діяльність Nestle за своєю суттю залежить від наявності води, і компанія демонструє непохитну прихильність до збереження цього життєво-важливого ресурсу. Компанія має стратегічно встановлені цілі, спрямовані на обмеження споживання води в своїй діяльності, приділяючи увагу пильності та оптимізації водних ресурсів. Незважаючи на великі скандали та активні публікації замовних статей, Nestle активно співпрацює з різними зацікавленими сторонами у спільних зусиллях, розширюючи підтримку водних програм, спрямованих на боротьбу з проблемами глобального дефіциту води.

Nestle приділяє особливу увагу прозорості своїх операцій ланцюга поставок, методично поширюючи зацікавленим сторонам вичерпну інформацію про своїх виробників, постачальників і показники ефективності. Цей всеосяжний підхід до прозорості ланцюга постачання відображає відданість компанії сприянню науковій ретельності у пошуках джерел і

етичній праці, водночас надаючи модель прозорості для зацікавлених сторін, таким чином зміцнюючи наукові та етичні основи своєї практики.

З економічної точки зору Nestle приділяє значну увагу розвитку позитивних відносин із місцевими громадами, в яких вона здійснює свою діяльність. Корпорація сумлінно визнає невід'ємний вплив своєї діяльності на ці спільноти та активно прагне зробити конструктивний внесок у регіони, де вона зберігає та посилює свою присутність. Залучення Nestle передбачає надання можливостей для працевлаштування, програм навчання та стажування, посилення освітніх ініціатив та підтримку місцевих соціальних та екологічних проєктів, сприяючи таким чином економічному зростанню та розвитку цих місцевостей.

Тим не менш, у сфері корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), незважаючи на проактивні ініціативи Nestle щодо сталого розвитку, велика кількість зацікавлених сторін, включаючи неурядові організації (НУО), інвесторів і споживачів, висловив побоювання щодо різних аспектів практики компанії з КСВ. Ці зацікавлені сторони очікують, що Nestle посилить свою присутність по вирішенню нагальних проблем, які охоплюють права людини, екологічну стійкість, відповідальний маркетинг, прозорість і підзвітність. Розглядаючи економічну складову, для Nestle необхідно ефективно орієнтуватися в мінливому ландшафті КСВ, щоб зберегти та підвищити свою репутацію та економічну життєздатність.

З економічної точки зору реакція Nestle на проблеми екологічної стійкості, прав людини, відповідального маркетингу, прозорості та підзвітності має важливе значення для різних груп зацікавлених сторін. Ці зацікавлені сторони наполегливо очікують, що Nestle зможе вжити істотних та рушійних заходів для пом'якшення свого впливу на навколишнє середовище, охоплюючи такі аспекти, як викиди вуглецю, перероблення та правильне утилізування відходів, використання води та інші екологічні впливи. Це очікування підтверджується зростаючим глобальним

побоюванням щодо швидкої зміни клімату та його далекосяжних наслідків як для громад, населення, так і для економічного ландшафту.

Водночас питання прав людини глибоко резонують у сфері економічних міркувань Nestle. Стейкхолдери змушують Nestle суворо дотримуватись стандартів по регулюванню прав людини, забезпечуючи справедливі можливості працевлаштування, справедливу винагороду, безпечне та здорове робоче середовище та збереження свободи асоціацій у всьому ланцюжку створення вартості. Це твердження походить від зростаючої схильності до етичного споживання та домінування соціально відповідального споживацтва, що додатково обґрунтовує економічні наслідки цих очікувань.

Крім того, відповідальна маркетингова практика має економічне значення, а зацікавлені сторони Nestle підкреслюють необхідність дотримання етичних і відповідальних стандартів у рекламі та просуванні нових та вже існуючих товарів. Все більше і більше зацікавлених сторін закликають Nestle утримуватися від оманливих заяв, уникати націлювання на вразливі демографічні сегменти та підтримувати збалансовані харчові переваги. У цьому економічному контексті надання точної інформації про харчування та уникнення стимулювання нездорових харчових звичок стає головним питанням.

Також, прозорість і підзвітність постають як ключові питання для економічних міркувань Nestle. Групи зацікавлених сторін виступають за підвищену прозорість у всіх сферах діяльності та ланцюга поставок, включаючи розкриття показників ефективності, деталей постачальників і прогресу на шляху до цілей сталого розвитку. Вони також виступають за оперативний діалог із зацікавленими сторонами та швидке визнання проблем. Це втілює в собі заклик до Nestle сприяти економічній стабільності через узгоджену відданість прозорості, залученості та підзвітності, забезпечуючи узгодження своїх бізнес-операцій із економічним ландшафтом, що розвивається, сумлінним споживанням та етичною торгівлею.

Нарешті найгостріша та найактуальніша проблема – незаконне використання дитячої праці в Республіці Кот-д'Івуар та Гані. Дана тематика досить глибоко резонує з боку зацікавлених сторін компанії Nestle. Вони постійно закликають Nestle прийняти жорсткі заходи, спрямовані на запобігання та викорінення дитячої праці в її розгалуженому ланцюжку поставок. Це передбачає ретельну належну перевірку, суворі механізми моніторингу та швидкі корективні дії у разі виявлення порушень. Підвищена важливість цього питання підкреслюється величезними глобальними підрозділами Nestle, які часто розташовані в регіонах, де спостерігається велика кількість дитячої праці.

Щоб зменшити ці занепокоєння та посилити свою практику соціальної відповідальності, Nestle може стратегічно застосувати кілька заходів. По-перше, вони можуть підвищити свою екологічну відповідальність, інвестуючи більше у відновлювані джерела енергії, зменшуючи утворення відходів і підвищуючи ефективність використання води під час своєї діяльності. Паралельно компанія може підвищити стандарти праці, забезпечуючи справедливую оплату праці, сприяючи безпечним умовам праці та відстоюючи свободу асоціацій для своїх працівників. Водночас Nestle може підвищити прозорість у своїй діяльності та ланцюжку поставок, розкриваючи вичерпну інформацію зацікавленим сторонам, активно беручи участь у конструктивному діалозі та демонструючи швидке реагування на їхні проблеми.

Стратегічні пріоритети Nestle точно узгоджуються з очікуваннями груп зацікавлених сторін з економічної точки зору. Ефективність практики соціальної відповідальності компанії нерозривно пов'язана з її довгостроковим економічним успіхом і репутацією. Nestle має наполегливо працювати над інноваціями та інвестиціями в стійкі рішення, спритно долаючи нові виклики зацікавлених сторін.

Підсумовуючи, хочеться навести трохи статистики та даних для більш глибокого розуміння, що вже було зроблена компанією за останні роки, дивлячись на основні запити та пропозиції.

1. Прихильність Nestle до екологічної упаковки підкреслюється значним прогресом, досягнутим у досягненні мети зробити всі пакувальні матеріали придатними для вторинної переробки або повторного використання до 2025 року. Зокрема, у 2020 році Nestle оприлюднила ключову розробку, представивши паперову обгортку для вторинної переробки - YES! снєк-батончики в Європі (рис.3.1), а також запуск повністю перероблених кавових капсул, сумісних із системою Nespresso. Ці інновації є взірцями стратегічних ініціатив компанії щодо скорочення пластикових відходів і стимулювання економіки замкнутого циклу, що має економічні наслідки з точки зору як збереження ресурсів, так і сприяння сталим моделям споживання. Крім того, участь Nestle у глобальних ініціативах з переробки має економічне значення, оскільки покращує практику поводження з відходами та пом'якшує екологічні наслідки.

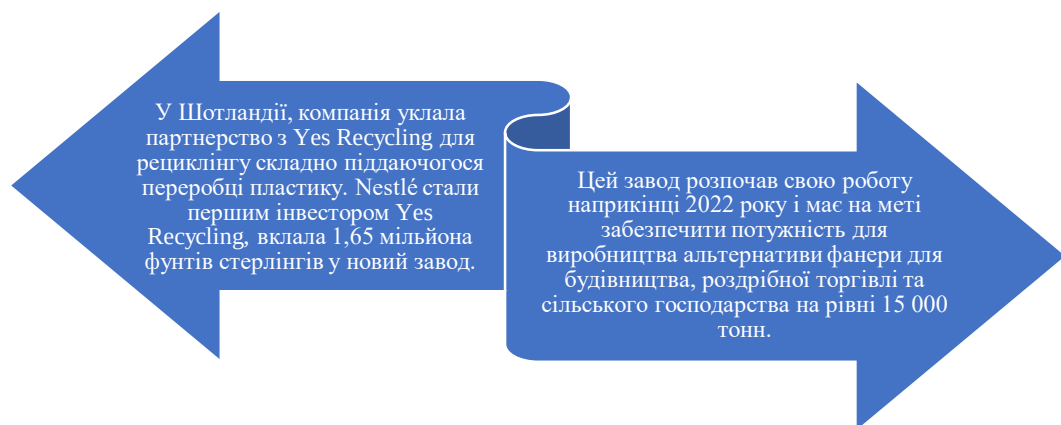


Рисунок 3.1 – Інвестиції компанії Nestle у сталий розвиток

Джерело. Складено автором на основі [75]

2. Розширюючи знання споживачів і заохочуючи практику здорового харчування, Nestle сприяє зниженню витрат на охорону здоров'я, що має економічне значення в ширшому масштабі. Однією з конкретних ілюстрацій економічного підходу Nestle до здоров'я та благополуччя є започаткування ініціатив щодо покращення харчового профілю харчових продуктів, про що

свідчить зниження на 30% вмісту цукру в порошковому шоколаді Nesquik. Це не лише відповідає споживчим уподобанням, але й сприяє досягненню ширших цілей громадського здоров'я, створюючи економічну аргументацію для просування більш здорових продуктів і вибору.

3. Nestle підтримує водні програми у глобальному масштабі, прикладом є участь у Альянсі за управління водними ресурсами. Ця ініціатива сприяє відповідальному управлінню водними ресурсами в місцевих громадах, потенційно підвищуючи доступність і якість водних ресурсів.

Nestlé планує вкласти понад 100 мільйонів швейцарських франків до 2030 року у впровадження низьковуглецевих логістичних рішень для своїх трьох міжнародних водних брендів - S. Pellegrino, Acqua Panna та Perrier [75-76]. Ці значущі інвестиції спрямовані на оптимізацію логістичних маршрутів, прискорення використання залізничних перевезень, зменшення залежності від традиційних видів пального та експерименти з інноваційними методами транспортування.

Шляхом скорочення надлишкових переміщень та переходу до більш сталі і екологічно дружніх способів транспорту, міжнародні водні бренди від Nestlé планують значно зменшити загальні викиди парникових газів. Ця ініціатива впишеться в широкий контекст зобов'язань Nestlé щодо досягнення нульового чистого викиду до 2050 року та сприятиме створенню більш стійкої та екологічно відповідальної логістики.

4. Nestle використовує сертифікаційні програми, такі як Fairtrade і Rainforest Alliance, з метою сприяння сталому розвитку сільського господарства та забезпечення прозорості власного ланцюжка поставок.

Nestle планує вкласти 1,2 мільярда швейцарських франків до 2025 року у розвиток регенеративного сільського господарства в межах своїх ланцюжків поставок.

5. Nestle впроваджувала низку ініціатив з метою підтримки дрібних фермерів і поліпшення їхнього життя, таких як NESCAFÉ та програма для

какао. Ці ініціативи сприяли створенню стійких ланцюжків поставок та сприяли розвитку місцевої економіки.

У Колумбії розпочався другий рік реалізації п'ятирічного проекту відновлення пасовищ, який отримав інвестиції у розмірі 1,6 мільйона швейцарських франків. Цей проект включає участь 38 фермерів і передбачає природне відновлення земель, на яких розташовані пасовища. В рамках проекту ліси мають можливість вільно рости поруч з пасовищами, сприяючи відновленню природи. Всього було поглинуто 11 970 тонн еквіваленту CO₂, що свідчить про значний внесок у скорочення викидів парникових газів та збереження навколишнього середовища.

В цілому, ініціативи Nestle з питань сталого розвитку мали значний позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище. Компанія досягла значних досягнень у зменшенні свого впливу на навколишнє середовище, просуванні більш здорових продуктів, відповідальному пошуку джерел і підтримці місцевих громад.

3.2. Вибір, обґрунтування ідей та проведення SWOT-аналізу для підвищення соціальної відповідальності

Вибір підвищення корпоративної соціальної відповідальності Nestle як стратегічного імперативу є ключовим виміром у зміцненні глобального статусу та репутації компанії. Компанія Nestle, будучи видатним та великим гравцем у світовій індустрії харчових продуктів і напоїв, останніми роками зазнала дедалі більшої уваги щодо її екологічної та соціальної поведінки. Зростання обізнаності та занепокоєння споживачів щодо екологічних і соціальних питань підкреслює необхідність для Nestle активно реагувати на ці занепокоєння, щоб зберегти свою конкурентну перевагу на ринку.

Нами запропоновано 5 ідей, які зможуть ефективно та швидко підвищити соціальну відповідальність компанії та ще більше збільшити її вплив на спільноту:

1. Розробити й започаткувати освітньо-інформаційну кампанію, щоб пояснити більш детально про зобов'язання Nestle щодо соціальної відповідальності, наголошуючи на зусиллях компанії щодо вирішення таких важливих проблем, як сталий розвиток, охорона навколишнього середовища та забезпечення трудового права.

Незважаючи на те, що компанія Nestle докладає багато зусиль у сфері сталого розвитку, ця кампанія стратегічно спрямована на подолання розриву між її ініціативами та обізнаністю споживачів, таким чином зміцнюючи довіру до бренду та лояльність споживачів. Використовуючи низку освітніх каналів та платформ, які охоплюють соціальні медіа, громадські заходи та партнерства з некомерційними організаціями, компанія покращує взаємодію з існуючими споживачами та клієнтами, одночасно розширюючи охоплення свого ринку, щоб відповідати зростаючій демографії екологічно свідомих споживачів.

Прикладом можуть слугувати, освітні та соціальні серіали й подкасти розміщені на платформах Prometheus та Дія : Освіта [77-78]. Розроблення та випуск кожного проєкту залежать від багатьох факторів, у таблиці 3.1 представлено цінова кореляція та очікувані витрати.

Таблиця 3.1 – Розроблення та випуск навчальних програм

Категорія	Діапазон вартості	Опис
Низька	\$5000 – \$20 000	Прості завдання, мінімальний вміст і звичайний дизайн
Середня	\$20 000 – \$50 000	Середня складність, більша наповненість контентом і залучення спеціалістів
Висока	\$50 000+	Складні функції, широкий та всеохоплюючий вміст і професійний рівень

Джерело. Складено автором на основі [79]

2. Створення стратегічних альянсів з некомерційними організаціями, які займаються збереженням навколишнього середовища, соціальною

рівністю та просуванням громади. Ця співпраця сприяє розвитку міцніших відносин із ключовими зацікавленими сторонами, підкреслюючи відданість Nestle економічній відповідальності.

Хоч компанія і співпрацює з великими організаціями, але завжди є місце розвитку та росту, тому я вважаю, що Nestle мають активно прагнути до нових партнерських відносин з некомерційними організаціями. Ця співпраця диверсифікує портфоліо соціальної відповідальності компанії та надає багатогранні переваги. Співпрацюючи з організаціями, які виступають за збереження навколишнього середовища, соціальну рівність і розвиток громади, як-от The Rainforest Alliance, WWF і Oxfam, Nestle не тільки просуває свої цілі соціальної відповідальності, але й створює відчутний позитивний вплив на суспільство. Ці ініціативи зміцнюють економічну життєздатність компанії, покращуючи репутацію бренду, залучаючи сумлінних споживачів і збагачуючи життя спільнот, які вони обслуговують, створюючи таким чином сценарій безпрограшного розвитку, який узгоджується з тривалим економічним зростанням.

Прикладом може слугувати, співпраця World Wildlife Fund (WWF) і Coca-Cola. Це партнерство спрямоване на зменшення впливу виробництва і використання пластику на довкілля. Обидві організації працюють над зменшенням відходів пластику, підвищення свідомості про рівність та біорізноманіття в глобальному виробництві та споживанні. Завдяки даній колаборації компанія змогла збільшити свій прибуток 1,5 рази та зміцнила свою позицію серед стейкхолдерів [80].

3. Спрямування капіталу на сталу практику сільського господарства, що включає впровадження методів землеробства з відновлюваними джерелами енергії, зусилля з меліорації ґрунту та сприяння агролісомеліорації. Ці інвестиції не тільки сприяють екологічному біорізноманіттю, але й зменшують вплив на навколишнє середовище, зрештою підвищуючи економічний добробут фермерів, які постачають Nestle необхідну сировину.

Стратегічний розподіл ресурсів для сталого ведення сільського господарства в ланцюжку постачання Nestle має глибоке віддзеркалення в царині економіки. Спрямовуючи капітал на такі ініціативи, компанія не лише діє як захисник навколишнього середовища, але й зміцнює стійкість і довговічність своїх ланцюгів постачання. В економічному плані це означає зниження операційного ризику, підвищення ефективності використання ресурсів і розвиток міцніших, економічно життєздатніших партнерств у сільськогосподарському секторі (табл.3.2).

Таблиця 3.2 – Наслідки стійкого ведення сільського господарства

Наслідки стійкого ведення сільського господарства	Згідно зі звітом Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, стійке сільське господарство може збільшити прибутки ферм до 79%.
	У звіті Всесвітнього фонду дикої природи встановлено, що стійкі методи ведення сільського господарства, такі як консерваційний обробіток ґрунту та сівозміна, можуть підвищити врожайність і прибуток до 50%.

Джерело. Складено автором на основі [81-82]

4. Впровадження комплексної програми, спрямованої на підтримку та розширення прав і можливостей жінок у сільськогосподарському секторі. Це включає положення щодо навчання їх та їхніх дітей, зменшення дитячої праці, наставництво та доступ до фінансових ресурсів. Такі заходи мають економічний резонанс, сприяючи гендерному паритету, зміцнюючи місцеві громади та забезпечуючи більш стійкий ланцюжок поставок.

Можливість та акцент Nestle на розширенні прав і свобод жінок у сфері сільського господарства глибоко перегукується з економічними міркуваннями. Ціль сталого розвитку ООН щодо гендерної рівності визнає ключову роль розширення прав і можливостей жінок у прагненні до сталого розвитку. Окрім виконання фундаментального етичного імперативу, інвестиції у розширення прав і можливостей жінок стимулюють економічне зростання в їхніх громадах і зміцнюють стійкість ланцюжків поставок Nestle. Співпраця з такими організаціями, як Міжнародна фінансова корпорація, що

спеціалізується на банківській справі для жінок, або стратегічне партнерство з некомерційними організаціями, такими як Глобальний фонд для жінок, розширює економічні можливості для жінок і підносить їхні громади. Це не тільки розвиває стійкі ланцюжки поставок, але й сприяє економічному розширенню, підтримуючи корпоративну та економічну стійкість Nestle.

Прикладом може слугувати липень 2021 року Фермерський центр Better Life створив 900 центрів BLF в Індії, Індонезії та Бангладеш, охопивши понад 300 000 дрібних фермерів продуктами та послугами від 29 різних партнерських організацій. Власники сільськогосподарських підприємств центрів BLF, майже 10% з яких жінки, заробили в середньому 2000 доларів США за перший рік роботи, що вдвічі перевищує середній дохід сільської домогосподарства в країні. Очікується, що ця сума з часом зросте до 5500 доларів США на 2-й рік і 10 900 доларів США на 3-й рік, оскільки Центр BLF стане більш відомим, охопить більше фермерів і підтримуватиме ширший асортимент продуктів і послуг (рис. 3.2).

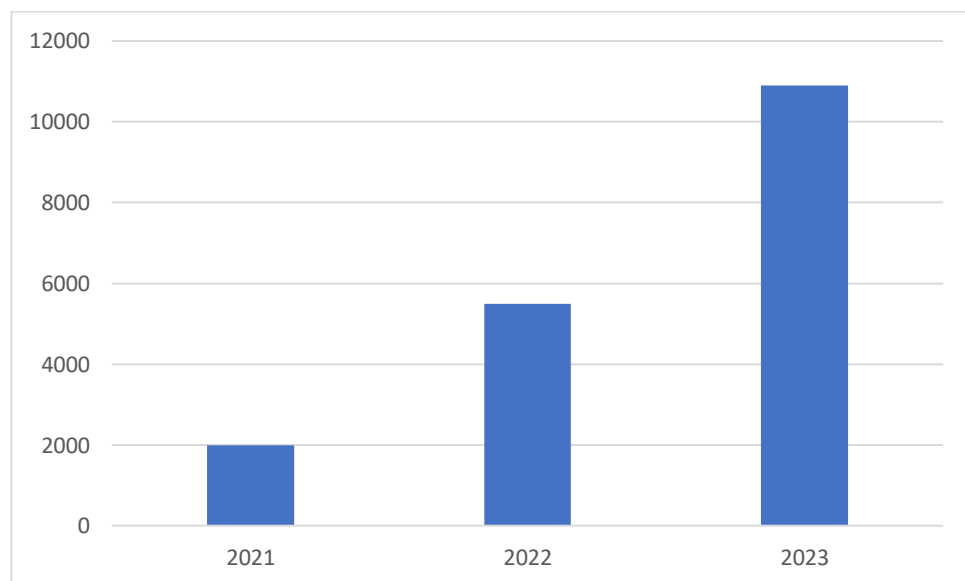


Рисунок 3.2 – Зростання зарплатних плат серед жінок 2021-2023 роки, тис, доларів США

Джерело. Складено автором на основі [83]

5. Інноваційна розробка надійної системи моніторингу та звітності про соціальні та екологічні наслідки діяльності Nestle. Ця система охоплює такі фактори, як викиди парникових газів, споживання води, утилізація відходів

та інші основні показники ефективності. Така система є економічно виваженою, оскільки вона гарантує прозорість, підзвітність і надає компанії можливість оцінювати свій прогрес у досягненні цілей сталого розвитку.

Узгоджуючи показники ефективності з Цілями сталого розвитку і регулярно повідомляючи про прогрес, Nestle не тільки підкреслює свою прихильність до сталого розвитку, але й зміцнює лояльність клієнтів, які прагнуть до даного розвитку. Акт регулярних оновлень прогресу служить переконливим інструментом для залучення потенційних послідовників на шляху до стійких практик, зрештою зміцнюючи позицію Nestle як перспективного, соціально відповідального економічного суб'єкта. Цей підхід також відображає стратегічну відданість компанії до забезпечення трансформації галузі в напрямку більш сталого та екологічно освідомленого бізнесу, що може виявитися важливим фактором у конкурентному бізнес-середовищі. У динаміці розвитку компанії Nestle за останні роки відзначається не лише впевнений прогрес у сфері сталого розвитку, але й систематичний розвиток ініціатив, спрямованих на поліпшення екологічних та соціальних аспектів бізнесу

Прикладом може слугувати дослідження та інновації Великобританії, де науковці обговорюють можливості для інновацій у моніторингу довкілля. Розробка технологій і рішень, які можуть ефективно контролювати та оцінювати різні аспекти навколишнього середовища, такі як якість повітря, біорізноманіття та зміна клімату. Повна економічна вартість проекту може становити від 450 000 до 750 000 фунтів стерлінгів [84].

Для досягнення більшої специфікації та глибшого розуміння потенціалу згаданих ідей пропонується застосувати SWOT-аналіз та ретельно проаналізувати кожен із варіантів, що були озвучені (рис.3.4–3.7). Даний аналіз є ефективним інструментом для систематичного оцінювання внутрішніх сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз, які можуть впливати на концепції або ідеї, що розглядаються.

- Розробити й започаткувати освітньо-інформаційну кампанію

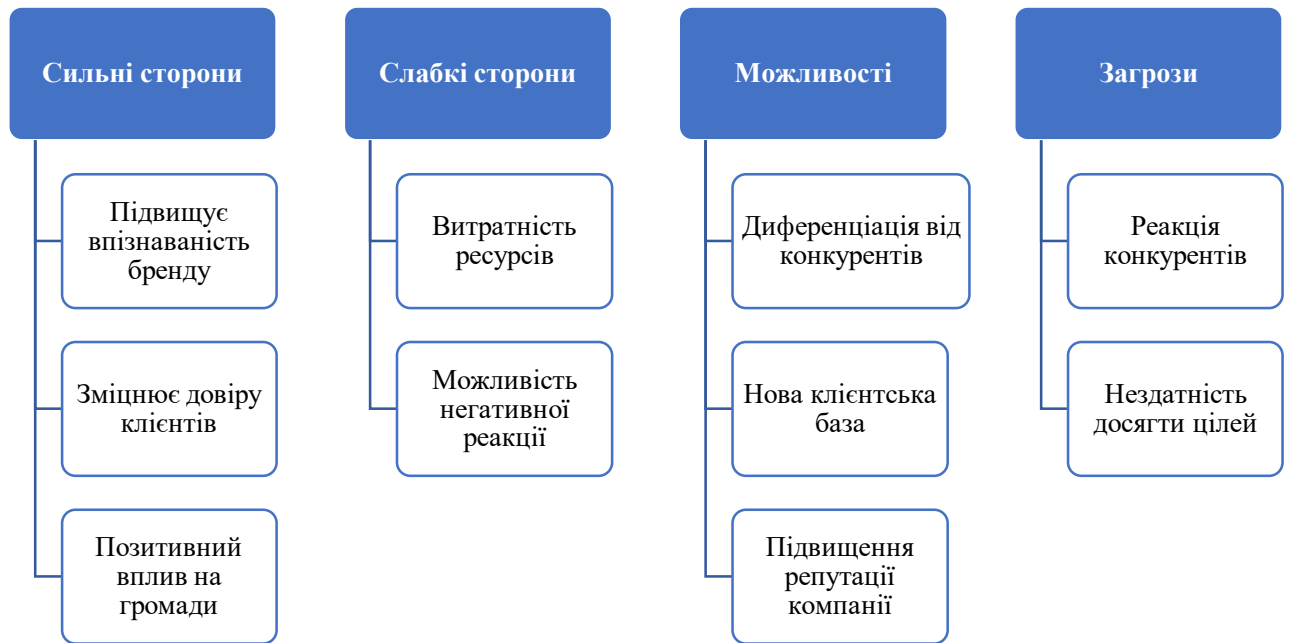


Рисунок 3.3 – SWOT-аналіз - розроблення й започаткування освітньо-інформаційної кампанії

Джерело. Складена автором

- Створення стратегічних альянсів з некомерційними організаціями



Рисунок 3.4 – SWOT-аналіз - створення стратегічних альянсів з некомерційними організаціями

Джерело. Складена автором

- **Спрямування капіталу на сталу практику сільського господарства**

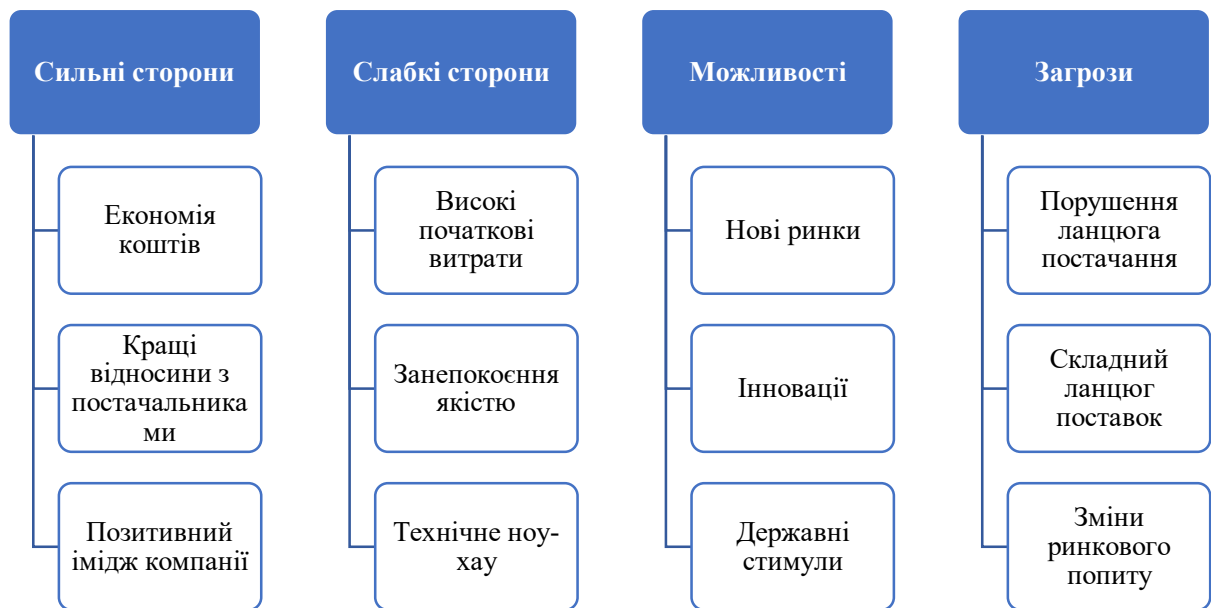


Рисунок 3.5 – SWOT-аналіз - спрямування капіталу на сталу практику сільського господарства

Джерело. Складена автором

- **Впровадження комплексної програми, спрямованої на підтримку та розширення прав і можливостей жінок у сільськогосподарському секторі**

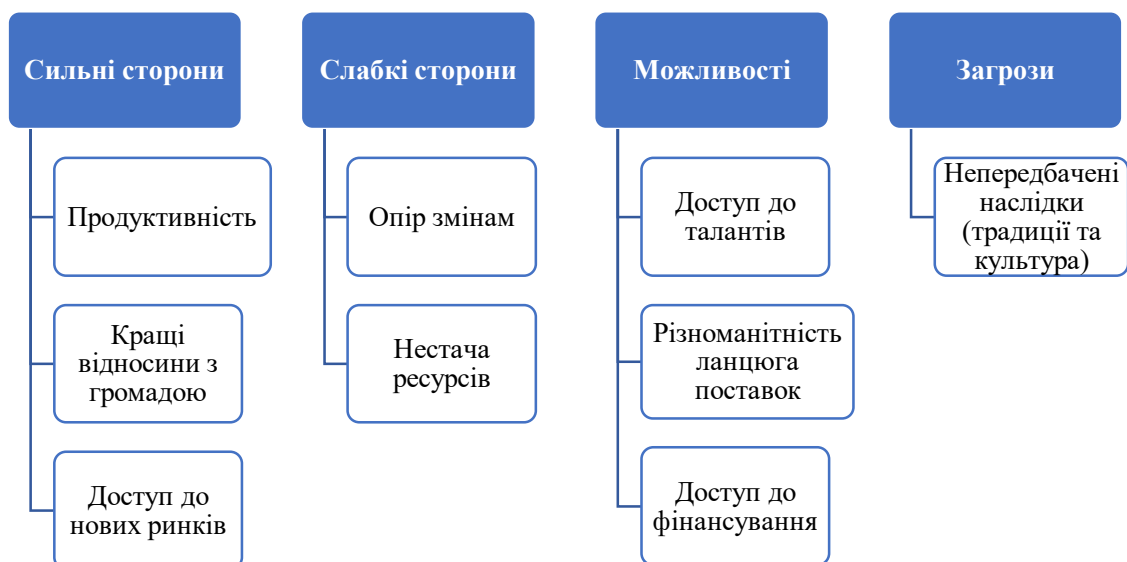


Рисунок 3.6 – SWOT-аналіз - впровадження комплексної програми, спрямованої на підтримку та розширення прав і можливостей жінок у сільськогосподарському секторі

Джерело. Складена автором

- **Інноваційна розробка надійної системи моніторингу та звітності про соціальні та екологічні наслідки діяльності Nestle**

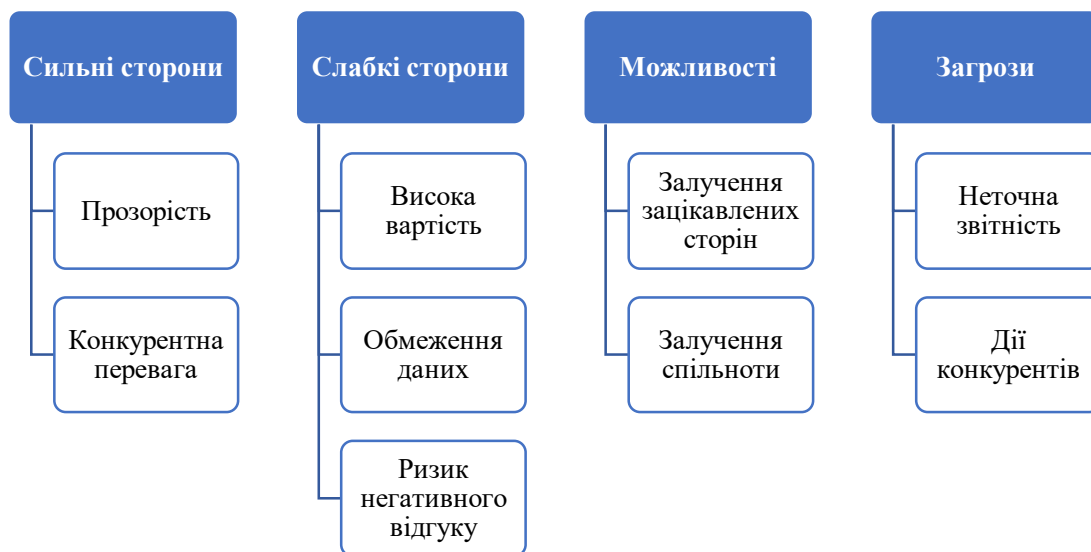


Рисунок 3.7 – SWOT-аналіз - інноваційної розробки надійної системи моніторингу та звітності про соціальні та екологічні наслідки діяльності Nestle

Джерело. Складена автором

SWOT-аналіз, якщо розглядати його через економічну призму, розкриває спектр потенційних переваг і проблем, пов'язаних із запропонованими ініціативами Nestle. Запровадження програми розширення прав і можливостей жінок у сільському господарстві відкриває потенціал для підвищення різноманітності, продуктивності та доступу до неосвоєних ринків. Однак це може стикнутися з опором змінам, перешкодами у встановленні стосунків із місцевими жінками та обмеженням ресурсів у певних регіонах.

Водночас розробка комплексної системи відстеження та звітності щодо соціального та екологічного впливу Nestle може сприяти прозорості, оптимізувати операційну ефективність та надавати конкурентні переваги. Тим не менш, це стикається з фінансовими обмеженнями, обмеженням даних і перспективою негативного відгуку.

У ширшому контексті очевидно, що кожна ініціатива демонструє свої унікальні сильні та вразливі сторони. Визнаючи, що ці невід'ємні ризики є

ключовими, культивування інноваційних рішень набуває першорядного значення у вирішенні переважаючих проблем сталого розвитку та соціальних викликів, що викликають першочергове занепокоєння для зацікавлених сторін Nestle. Активне залучення зацікавлених сторін у поєднанні з розумним застосуванням передових технологій є стрижнем в забезпеченні тріумфу зусиль Nestle, спрямованих на просування сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Збереження цієї траєкторії гарантує продовження вивчення додаткових ініціатив, доповнених надійними механізмами моніторингу та оцінки, таким чином забезпечуючи суттєвий вплив і одночасно пом'якшуючи пов'язані з цим ризики.

3.3. Оцінка ефективності ініціатив та аналіз впливу запропонованих заходів на результативність діяльності компанії

Як світовий лідер у галузі харчових продуктів і напоїв, Nestle визнає важливість корпоративної соціальної відповідальності для сталого розвитку. Таким чином, Nestle розробила комплексну стратегію сталого розвитку, спрямовану на зменшення впливу на навколишнє середовище, створення соціальної та економічної цінності та сприяння здоров'ю та благополуччю спільнот у всьому світі.

Стратегія сталого розвитку Nestle зосереджена на трьох ключових сферах: краще для планети, краще для окремих людей і краще для громад. Ініціативи компанії спрямовані на впровадження стійких та екологічно чистих методів, сприяння здоров'ю та добробуту через інноваційні продукти та підтримку місцевих громад за допомогою стійких сільськогосподарських методів та інших соціальних та екологічних програм.

Організація Об'єднаних Націй визначила 17 Цілей сталого розвитку, що виступають як орієнтири для покращення економічного, соціального та

екологічного благополуччя планети. В рамках цього контексту розглядаються конкретні ініціативи, які відзначаються своєю спрямованістю на досягнення Цілей сталого розвитку (рис.3.8).

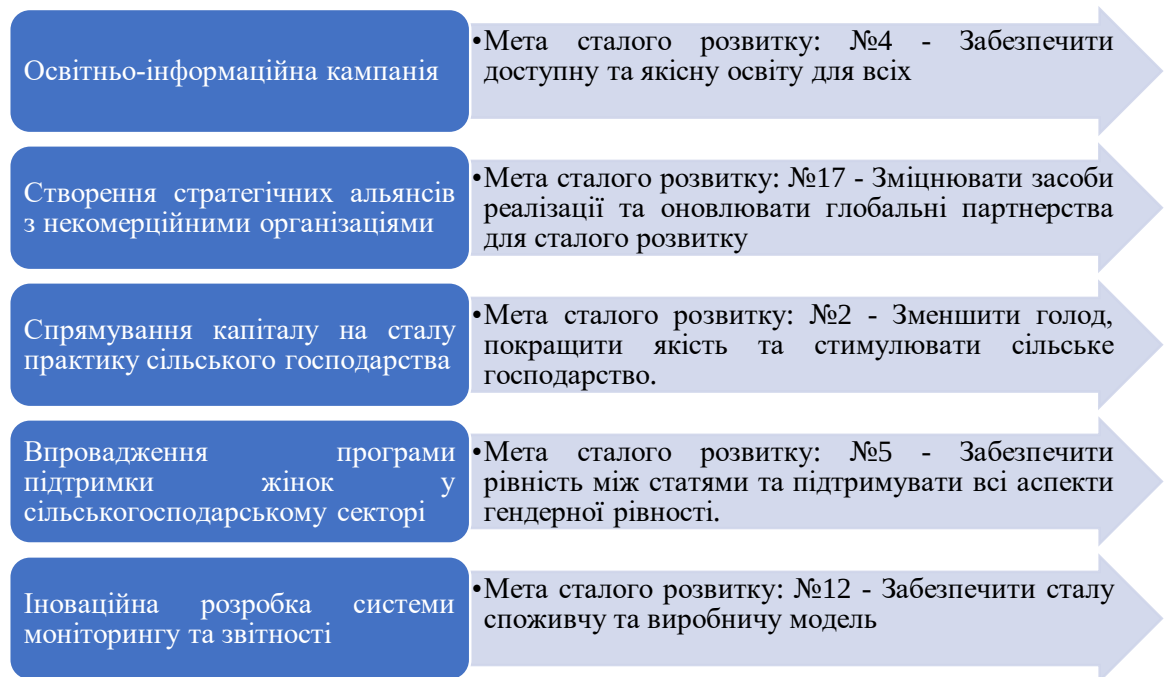


Рисунок 3.8 – Відповідність ініціатив для компанії Nestle сталому розвитку

Джерело. Складена автором

Nestle використовує підхід, який враховує довгостроковий вплив її діяльності на планету та громади, визнаючи, що сталий розвиток є важливим для майбутнього економічного зростання та процвітання. Nestle прагне працювати над досягненням Цілей сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй і узгоджувати свої ініціативи з цими цілями. Вони включають в себе різні аспекти, такі як боротьба з голодом, забезпечення добробуту людей та докладання зусиль до збереження екосистем.

Компанія постійно відстежує та оцінює ефективність своїх ініціатив у сфері сталого розвитку, щоб переконатися, що вони відповідають ширшим цілям сталого розвитку. Nestle приділяє особливу увагу впровадженню інноваційних технологій та підходів, спрямованих на зменшення впливу її діяльності на навколишнє середовище. Посівши позицію лідера в галузі

сталого бізнесу, компанія розуміє важливість взаємодії з громадами та зацікавленими сторонами.

Nestle визнає, що сталий розвиток має багатокроковий характер та вимагає взаємодії різних зацікавлених сторін. Активно співпрацюючи з місцевими органами влади, неприбутковими організаціями та іншими суб'єктами, компанія прагне вирішити ключові екологічні та соціальні питання.

Корпорація докладает зусиль до того, щоб забезпечити відкритість та прозорість у взаємодії зі споживачами. Компанія інформує громадськість про свої досягнення, а також виклики, з якими вона зіткнулася на шляху до сталого розвитку. Це є частиною їхнього зобов'язання перед суспільством та виражає їхню впевненість у необхідності спільних зусиль для досягнення глобальних цілей сталого розвитку.

У своєму прагненні до сталого розвитку, Nestle висвітлює не лише свої успіхи, але й труднощі, з якими вони стикаються. Це включає виклики, пов'язані з переходом до сталого сільського господарства, зміцненням ролі жінок у сільському господарстві, та інші аспекти їхньої діяльності. Відзначаючи ці питання, компанія прагне залучити громадськість та партнерів до спільної роботи для вирішення цих викликів та досягнення спільних цілей сталого розвитку.

5 ідей, які були запропоновані для компанії Nestle з ініціативи сталого розвитку - спрямовані на покращення соціального та екологічного впливу діяльності компанії. Ці ініціативи спрямовані на досягнення її цілей і завдань, а також на загальний внесок у сталий розвиток її бізнесу та майбутнє планети. Щоб будь-яка ідея стала успішною компанія має пройти певний шлях та скласти покроковий механізм розвитку (рис.3.9).

Успіх будь-якої з ідей потребує ретельного планування, реалізації та контролю. Nestle повинна встановити метрики та критерії для вимірювання впливу своєї діяльності на сталий розвиток, а також постійно оцінювати та оновлювати свої зусилля для забезпечення поступового поліпшення. Тільки

так компанія зможе зробити значний внесок у сталий розвиток свого бізнесу і майбутню планету.

Механізм реалізації соціально-відповідальної ініціативи	
Постановка цілей	Встановлення чітких цілей і завдань є важливим компонентом будь-якої ініціативи сталого розвитку. Ініціатива «Розширення прав і можливостей жінок» має на меті підвищити продуктивність і дохід жінок. Метою цієї ініціативи є розширення можливостей жінок у сільському господарстві, збільшення їхньої участі та сприяння гендерній рівності.
Реалізація	Реалізація запропонованих заходів, чи є вони ефективними, результативними і своєчасними, має вирішальне значення для досягнення бажаних результатів та розрахунків. У випадку ініціативи «Розширення прав і можливостей жінок» Nestle потрібно буде забезпечити жінкам та їх дітям доступ до ресурсів, навчання та освіти, щоб допомогти їм впевнено відчувати себе на одну рівні з чоловіками та не страждати від нестачі коштів.
Вплив і результат	Вимірювання впливу та результатів запропонованих заходів має вирішальне значення для оцінки їх ефективності та визначення будь-яких необхідних коригувань. Nestle може виміряти вплив ініціативи «Розширення прав і можливостей жінок», оцінивши віддачу від інвестицій у зв'язку зі збільшенням продуктивності та доходу жінок, а також кількість жінок, які беруть участь у галузі.
Відгуки та задоволеність зацікавлених сторін	У довгостроковій перспективі забезпечення того, щоб зацікавлені сторони залишалися задоволеними діяльністю Nestle шляхом підвищення прозорості, підзвітності та позитивного соціального та екологічного впливу, гарантуватиме стійкість та успіх ініціатив.
Стійкість	Сталий розвиток потребує постійного навчання, інновацій та вдосконалення для забезпечення постійного досягнення цілей і завдань Nestle. Компанія має прийняти комплексний план моніторингу та оцінки, щоб регулярно відстежувати ефективність ініціативи.

Рисунок 3.9 – Механізм реалізації соціально-відповідальної ініціативи для компанії Nestle

Джерело. Складено автором

Після проведеного дослідження на базі фінансової звітності та звітності з соціальної відповідальності компанії, хочеться виділити один проект, який може бути актуальний на сьогодні - впровадження комплексної програми, спрямованої на підтримку та розширення прав і можливостей жінок у сільськогосподарському секторі і тим самим зменшення дитячої робочої сили у проблемних місцях Гани та Кот-д'Івуар. Оскільки жінки по всьому світу досі страждають від патріархату та не можуть мати можливості розвиватися, дана ініціатива допоможе компанії Nestle отримати прибутки та зміцнити своє становище на ринку, а також залучити жінок до ринку праці й зупинити використання дитячої робочої сили.

Проведемо розрахунки. За 2022 рік компанія представила свій фінансовий звіт, де зазначила про прибуток у розмірі 94,8 млрд швейцарських франків. За останній 10 років компанія проінвестувала 224 мільйони швейцарських франків (більше ніж 9 млрд грн.) за останні 10 років, щоб зробити виробництво какао та сільське господарство більш стійким, покращити життя фермерів і підвищити якість продуктів (рис.3.10).

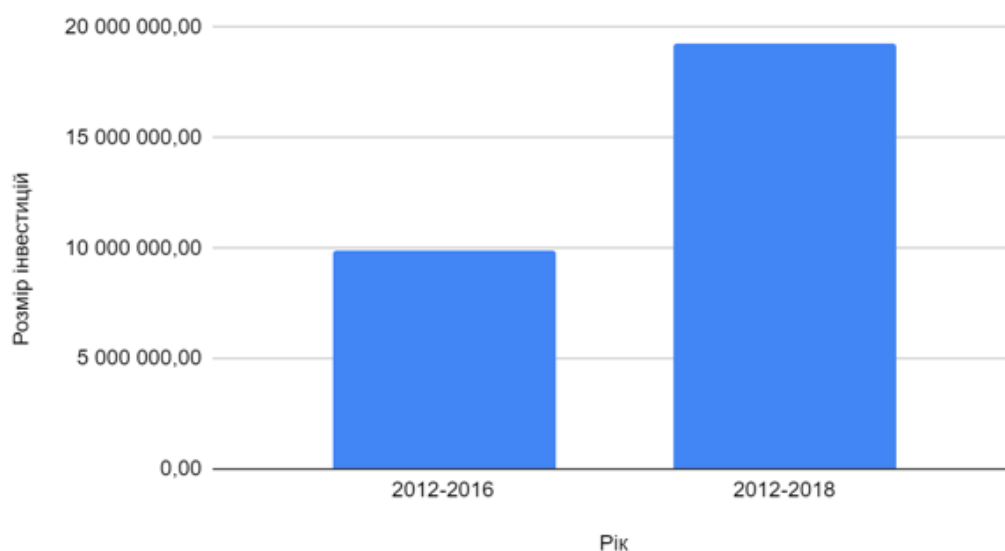


Рисунок 3.10 – Інвестиції компанії Nestle у запобігання дитячої робочої сили

Джерело. Складено автором на основі [85-87]

Аналізуючи рисунок 3.10 можемо прийти до висновку, що компанія з 2012 по 2016 роки проінвестувала 9,9 млн швейцарських франків та з 2012 по

2018 роки вклала 19,3 швейцарських франків у зменшення зростання дитячої робочої сили.

Невважаючи на те, що Nestle постійно проводить заходи та ініціативи по скороченню залучення дітей до праці на фермах, статистика постійно зростає, через те, що сім'ї в Гані та Кот д'Івуарі постійно потребують додаткового фінансування та залучення жінок до ринку праці замість дітей (рис.3.11).

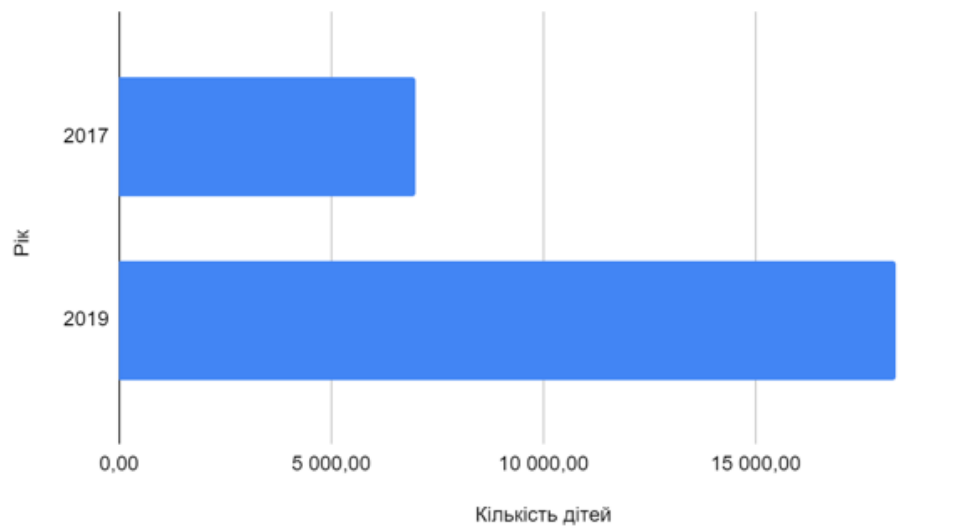


Рисунок.3.11 – Порівняння залучення дитячої робочої сили компанією Nestle у 2017 та 2019 роках

Джерело. Складено автором на основі [85-87]

Аналізуючи статистичні дані рисунка 3.11 можна прийти до висновку, що ініціативи та ідеї компанії не являються ефективними оскільки згідно зі Звіту компанії Nestle по запобіганню дитячої праці, рейтинг залучення дітей зріс з 17% у 2017 році до 23% у 2019 році. Саме тому ми вважаємо що наша ідея по залученню та навчанню жінок буде більш ефективною та допоможе знизити ризики зростання дитячої праці у регіоні.

У 2018 році ЮНЕСКО повідомила, що лише 47% людей старше 15 років у Кот д'Івуар грамотні, лише з 40% жінок вміють читати і писати порівняно з 53% чоловіків. Згідно нашого дослідження є велика кореляція між вищими рівнями грамотності серед жінок і зменшення випадків використання дитячої праці [88].

План нашої ініціативи розпочинається для жінок з уроків грамоти та лічби. Проведене дослідження виявило, що курси грамотності для жінок приводять до - «підвищення самооцінки та особистої автономії, розвивають креативність і критичність мислення» та ідея «повертає жінок до прямого залучення у розвиток сільського господарства і суспільства в цілому» [89].

Аналізуючи проведення схожих ініціатив іншими міжнародними корпораціями ми, звичайно, помітили, як матері більше займаються навчання дітей, не змушуючи їх працювати на фермах, і кілька помітних випадків нових навичок, які безпосередньо задіяні у потенціалі заробітку жінок.

Програма має потенціал для громад таким чином, щоб вони могли допомогти зменшити ймовірність використання дитячої праці довгий строк. За даними нашого дослідження, орієнтуючись на комплексні заходи інших компаній та на Звіт компанії Nestle по зпобіганню розвитку дитячої праці, ми сподіваємось охопити 900 жінок до кінця 2024 року (рис.3.12).

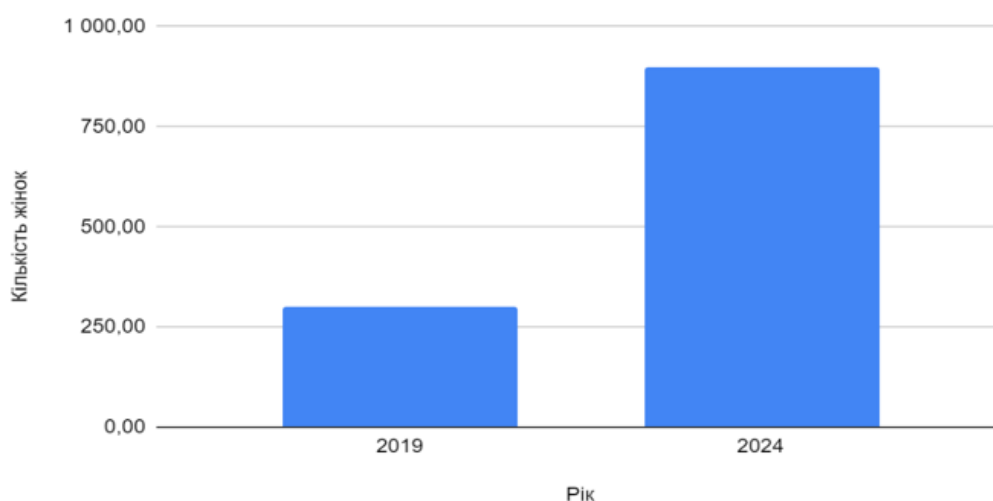


Рисунок 3.12 – Зростання кількості жінок, яких навчили початковій грамотності та залучення їх у сферу сільського господарства

Джерело. Складено автором на основі [85-87]

Аналізуючи графік на рисунку 3.12 ми бачимо, що у 2019 році у регіону було навчено 300 жінок початковій грамотності, згідно нашої ідеї та розширення програми по збільшенню залученості жінок на сільського господарства та зменшенню дитячої робочої праці, до кінця 2024 року буде

навчено 900 жінок, що провокує зростання на 200%, що є чудовим результатом.

Згідно зі Звіту по соціальній відповідальності компанії Nestle, щорічно вони інвестують більш ніж 22 млн швейцарських франків, де на захист дитячої праці та залучення жінок приходить 30% (рис.3.13)

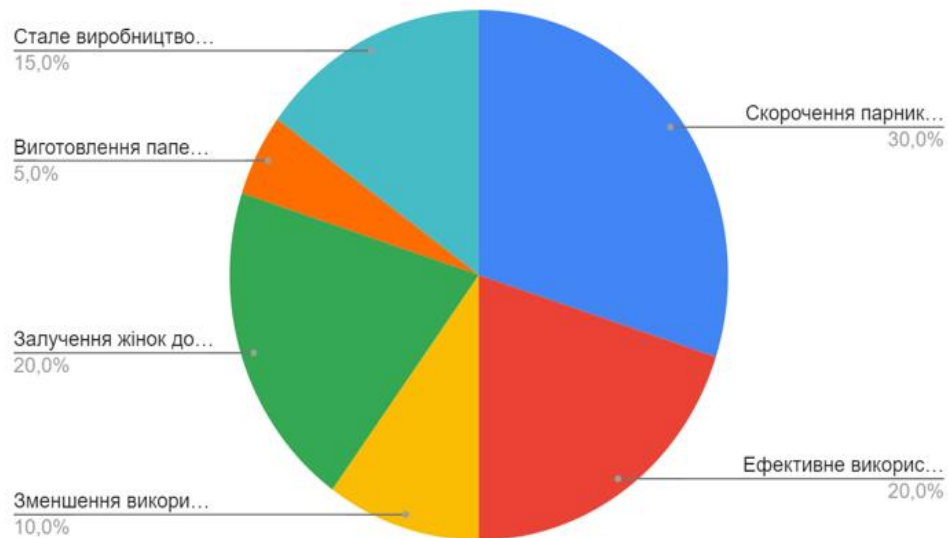


Рисунок 3.13 – Інвестиції компанії Nestle у соціально-відповідальні ініціативи, %

Джерело. Складено автором на основі [85-87]

Аналізуючи діаграму на рисунку 3.13 можна прийти до висновку, що компанії розділяє інвестиції. Найменший відсоток інвестування йде на виготовлення паперового пакування, а найбільший на скорочення парникових викидів.

Згідно з нашого дослідження можна розрахувати, що Nestle щорічно інвестує 20%, тобто 4 480 000 мільйонів швейцарських франків у проект підтримки та навчання жінок у сільському господарстві. Ми розглянемо потенційний наслідок та фінальний результат: зменшення дитячої робочої сили.

Зменшення дитячої робочої сили:

Давайте розглянемо розрахунок для зменшення дитячої робочої сили на основі ініціативи, яку ми запропонували. Згідно Звіту по сприянню зменшення дитячої праці, з 2012 по 2018 роки Nestle інвестувала 19,3

мільйона швейцарських франків (приблизно 10% від загального обсягу інвестицій) у зменшення зростання дитячої робочої сили.

Згідно з нашими розрахунками, Nestle щорічно інвестує близько 4 480 тис швейцарських франків у проект підтримки та навчання жінок у сільському господарстві.

Припустимо, що наша ініціатива спрацює і дійсно зменшить залучення дітей до праці на фермах. Щоб оцінити ефективність ініціативи, ми можете порівняти статистику з 2019 року з прогнозованими результатами на 2024 рік.

У 2019 році у регіоні було навчено 300 жінок початковій грамотності. За нашими розрахунками, до кінця 2024 року буде навчено 900 жінок, що є зростанням на 200%.

Отже, ми можемо припустити, що зростання дитячої робочої сили зменшиться на ту саму кількість у відсотках. Передбачається зменшення на 200%, що означає в два рази менше залучених дітей.

Якщо у 2019 році рівень залучення дітей становив 23%, то після ініціативи він знизиться на половину до 11,5%.

Це великий крок до досягнутої цілі, і ми можемо вважати ініціативу успішною, якщо ця цифра дійсно зменшиться до 11,5% до кінця 2024 року.

1. Початковий рівень залучення дітей у 2019 році: 23%.
2. Зростання кількості жінок, навчених грамотності, на 200% від початкового рівня, що означає $300 \text{ жінок} * 200\% = 900 \text{ жінок}$ навчено до кінця 2024 року.

Тепер ми можемо розрахувати зменшення рівня залучення дітей до праці:

Початковий рівень - 23%

Зменшення кількості залучених дітей на 200% більше, ніж у 2019 році:
 $23\% / 2 = 11,5\%$

Таким чином, рівень залучення дітей до праці на фермах зменшиться на половину, до 11,5% до кінця 2024 року, якщо наша ініціатива успішно впровадиться (рис.3.14).

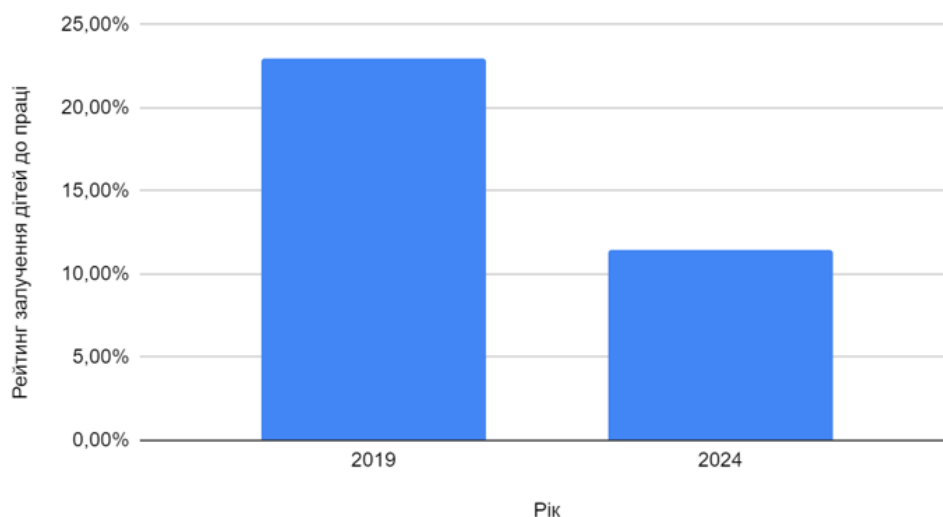


Рисунок 3.14 – Порівняння залучення дітей до праці до та після введення ініціативи для компанії Nestle

Джерело. Складено автором на основі [85-87]

За даними розрахунків, наша ініціатива щодо навчання жінок грамотності та залучення їх до сільського господарства має потенціал зменшити рівень залучення дітей до праці на фермах у регіоні. З 23% рівня залучення дітей в 2019 році, цей показник зменшиться на половину до 11,5% до кінця 2024 року, якщо наша ініціатива успішно впровадиться. Рівень залучення дітей буде зменшуватися пропорційно зростанню кількості жінок, які пройшли навчання грамотності та залучені до сільського господарства. Це велика мета, яка вимагає постійного контролю та моніторингу, але вона вказує на ефективність плану в боротьбі з дитячою працею на фермах.

Згідно наших підрахунків та відкритих статистичних даних на підготовку курсу можна виділити такі фактори та провести розрахунки (табл.3.3).

Таблиця 3.3 – Підготовка та створення навчальних програм для жінок та дітей

Час на підготовку	Результат
40 годин	Пошук викладачів
10 годин	Підготовка викладачів та проведення наставництв
75 годин	Створення конспекту курсу
6 години	Запис кожного уроку

Джерело. Складено автором на основі [90]

Якщо ми плануємо запустити курс із 20 уроків, кожен з яких має тривалість 10 хвилин кожне відео, ми маємо:

$$40 \text{ годин} + 10 \text{ годин} + 75 \text{ годин} + (6 \text{ години} \times 20) = 245 \text{ годин}$$

Далі ми маємо залучити викладачів, які зможуть просто та доступно пояснити початкову базу писемності та грамотності. Аналізуючи світові тенденції заробітних вчителів по світу беремо середню ставку у 25 доларів США на годину [91], то витрати нашого часу на створення цього курсу складатимуть:

$$\$25 \times 245 \text{ годин} = \$6125$$

Для нашого проєкту ми залучимо п'ять викладачів, з яких троє будуть для початкових класів та двоє для середніх, щоб у жінок та дітей було більше розуміння грамотності та писемності. З цього виходить такий розрахунок: $\$6125 \times 5 = \30625 – саме стільки компанія Nestle повинна буде заплатити вчителям для розвитку нашої ініціативи.

Також для того, щоб ініціатива мала результат потрібно найняти відеографа, який зможе зняти та змонтувати даний курс. Аналізуючи відкриті джерела можемо прийти до висновку, що година праці якісного оператора та монтажера буде становити 250 доларів США [92]. Так як наша ідея складається з 20 відео-уроків, а на запис кожного уроку виділяється 4 години, можемо розрахувати, що зйомка курсу обійдеться компанії у $\$250 \times 80 = \20000 .

Тепер ми можемо розрахувати загальну вартість курсу та нашої ініціативи: $\$30625 + \$20000 = \$50625$

Повертаючись до таблиці 3.1, ми можемо сказати що курс входить у діапазон від 20000 до 50000 доларів США та буде мати середню складність, високу наповненість контентом і залучення спеціалістів.

Зменшення залучення дітей до праці є важливою соціальною метою, і наша ініціатива має потенціал позитивно вплинути на якість життя дітей та жінок у регіоні. Такі заходи також можуть покращити сприйняття бренду компанії і допомогти підвищити соціальну відповідальність організації.

Компанія Nestle відзначається тим, що вона не лише впроваджує широкомасштабні глобальні ініціативи, але й активно займається реалізацією локальних проектів. Це свідчить про її зобов'язання сприяти сталому розвитку та враховувати унікальні потреби та контекст різних регіонів, де вона працює. Шляхом впровадження локальних ініціатив компанія демонструє свою готовність адаптувати свою діяльність до конкретних умов та сприяти позитивним змінам на рівні спільнот та місцевого середовища.

Однією з ключових та стратегічних локальних ініціатив Nestle є підтримка підприємства ТОВ "Нестле Україна" та будівництво нового виробничого підприємства на території Волині. Цей проект виходить за рамки звичайного розширення бізнесу і має важливий соціально-економічний вимір. У період воєнного стану компанія робить значні фінансові вкладення з метою активної підтримки економічного розвитку України.

Одним з основних напрямків цієї ініціативи є стимулювання зростання інфраструктурних можливостей регіону. Будівництво нового виробничого підприємства призначене не лише для розширення виробничих потужностей компанії, а й для внесення позитивного вкладу в розвиток інфраструктури Волині. Це може включати в себе будівництво та покращення доріг, енергетичних мереж, інших комунікаційних систем, що підвищить загальний рівень розвитку регіону.

Додатково, цей проект сприятиме створенню нових робочих місць в регіоні, що має велике соціальне значення, особливо в умовах економічних труднощів. Нові можливості зайнятості сприятимуть зростанню соціального рівня населення та зменшенню безробіття.

Така стратегічна ініціатива підприємства свідчить про відданість соціальній відповідальності та бажання сприяти сталому розвитку України в умовах викликів і нестабільності. Інвестиції в розвиток регіонів під час важких періодів демонструють прихильність бізнесу до країни та готовність приймати активну участь у її економічному відродженні. Це відображає

стратегічний підхід компанії до соціально-економічного взаємодії з країною та сприяє сталому розвитку (рис.3.15).

Економічна складова	Соціальна відповідальність	Зменшення вразливості	Збереження природних ресурсів
Інвестиції в новий завод сприяють економічному зростанню, створюючи нові робочі місця та підтримуючи інфраструктурний розвиток. Це допомагає зменшити безробіття та підвищує рівень доходу в регіоні.	Створення нових робочих місць під час воєнного стану вказує на соціальну відповідальність компанії, що враховує потреби та інтереси спільноти та сприяє збереженню соціально-економічного балансу.	Диверсифікація економічних джерел та створення нових індустрій може допомогти зменшити вразливість регіону перед зовнішніми шоками та сприяти його стійкості.	Компанія використовує сталий підхід до виробництва, застосовуючи ефективні технології та враховуючи екологічні аспекти. Це сприяє збереженню природних ресурсів та зменшенню впливу на навколишнє середовище.

Рисунок 3.15 – Елементи сталого розвитку під час будівництва нового заводу компанії ТОВ «Нестле Україна» на Волині

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунок 3.15 можна прийти до висновку, що такі підходи підсилюють взаємозв'язок між економічними, соціальними та екологічними вимогами, сприяючи сталому розвитку, який враховує потреби сучасного покоління, не позбавляючи при цьому можливостей майбутніх поколінь.

Компанія ТОВ «Нестле Україна» анонсувала обсяг інвестицій, спрямованих на створення нового виробничого підприємства на Волині. Орієнтуючись на визначеній сумі та проводячи прогноз, було проведено комплексні розрахунки економічної ефективності проекту за різними сценаріями. Усі необхідні таблиці та дані представлені у додатках.

Нове виробниче підприємство на західній території може стати каталізатором розвитку та створенням нових можливостей для місцевої громади. На рисунку 3.15 видно, як будівництво впливає на економічний розвиток зараз, створюючи робочі місця, збільшуючи податкові надходження та підтримуючи місцевий бізнес. На рисунку 3.16 можна побачити прогнозовані переваги у майбутньому. Введення в дію виробничого об'єкту може призвести до підвищення рівня життя мешканців і створення умов для

розвитку технологій. Таким чином, будівництво нового виробничого підприємства відображає відданість компанії Nestle не лише своєму бізнесу, а й підтримці сталого розвитку та процвітання місцевих спільнот.

Будівництво нового виробничого підприємства на західній території може мати значущий вплив на місцеву громаду, приносячи як переваги на сьогоднішній день (рис 3.16), так і в майбутньому (рис.3.17).

Створення робочих місць	•Будівництво та подальша експлуатація заводу створить нові робочі місця для місцевих мешканців, зменшуючи безробіття та підвищуючи рівень доходу у громаді.
Збільшення податкових надходжень	•Діяльність підприємства призведе до збільшення податкових надходжень до місцевого бюджету, що може бути використано для розвитку інфраструктури та соціальних програм.
Розвиток місцевого підприємництва	•Поява нового виробничого об'єкту може пробудити конкурентноспроможність регіону та розвиток інших малих та середніх підприємств, які будуть надавати послуги або постачати товари для нового підприємства.

Рисунок 3.16 – Переваги для місцевої громади від появи нового виробничого комплексу ТОВ «Нестле Україна» на сьогоднішній день

Джерело: розроблено автором

Технологічний розвиток	•Нове виробниче підприємство може привести до впровадження нових технологій та інновацій, що сприятиме розвитку технологічного потенціалу громади.
Навчання та розвиток	•Компанія може інвестувати в програми навчання та розвитку для місцевих жителів, що підвищить їх кваліфікації та забезпечить доступ до нових можливостей у сфері працевлаштування.
Сприяння соціальному розвитку	•Компанія може взяти на себе соціальну відповідальність, сприяючи розвитку місцевої освіти, охорони здоров'я та інших сфер соціальної інфраструктури.
Підвищення якості життя	•Загальна економічна активність, збільшення доходів та покращення інфраструктури можуть призвести до підвищення якості життя місцевого населення.

Рисунок 3.17 – Переваги для місцевої громади від появи нового виробничого комплексу ТОВ «Нестле Україна» у майбутньому

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рисунки 3.16 та 3.17 можна прийти висновку, що усі ці фактори сприяють сталому розвитку, забезпечуючи економічну стійкість, соціальний прогрес та підтримку середовища на тривалий термін.

ТОВ «Нестле Україна» активно допомагає країні під час повномасштабного вторгнення. Вони прагнуть до сталого розвитку, сприяють не тільки економічному зростанню, але й покращенню життя місцевої громади та захисту навколишнього середовища.

ВИСНОВКИ

У процесі вивчення теми "Обґрунтування розвитку соціальної відповідальності бізнесу" під час підготовки магістерської роботи, було проведено науковий аналіз і дослідження, спрямовані на розуміння сутності та важливості соціальної відповідальності для підприємств. Висновки, які були отримані на основі цього дослідження, варто відзначити наступним чином:

1. Соціальна відповідальність бізнесу є важливим елементом сучасної підприємницької діяльності. Вона передбачає, що компанії несуть відповідальність, враховуючи економічні, соціальні та екологічні аспекти.

2. З метою виконання КСВ, підприємства повинні активно співпрацювати з громадськістю та стейкхолдерами. Важливо будувати партнерські відносини та взаємодіяти з ними для досягнення спільних цілей.

3. Соціальна відповідальність бізнесу може призвести до позитивних результатів, включаючи підвищення репутації підприємства, зменшення ризиків, покращення умов праці, а також сприяти сталому розвитку.

4. Важливим елементом соціальної відповідальності є створення стратегій та програм, спрямованих на розвиток соціальних та екологічних ініціатив у сфері бізнесу. Такі ініціативи можуть включати в себе зменшення викидів CO₂, підтримку освіти та розвиток громадських ініціатив.

5. Практичні рекомендації включають в себе необхідність враховувати соціальну відповідальність в стратегії розвитку підприємства, активно взаємодіяти з громадськістю, створювати конкретні програми та ініціативи для розвитку соціальних та екологічних проєктів, а також впроваджувати системи моніторингу та оцінки результатів.

Nestlé досягла значного прогресу в розвитку своїх ініціатив соціальної відповідальності. Компанія усвідомила важливість інтеграції сталого розвитку та соціальної відповідальності у свою бізнес-практику. Вони

реалізували різноманітні програми та ініціативи для вирішення ключових соціальних та екологічних проблем, таких як збереження води, відповідальне постачання джерел та просування здорового способу життя.

Nestlé поставила перед собою амбітні цілі до 2030 року, включаючи зобов'язання скоротити викиди парникових газів, досягти нульового викиду відходів на звалища та покращити добробут фермерів і працівників у ланцюзі поставок. Компанія також доклала зусиль для підвищення прозорості та підзвітності, публікуючи щорічні звіти про результати своєї соціальної та екологічної діяльності.

Крім того, Nestlé активно співпрацює із зацікавленими сторонами, включаючи неурядові організації, уряди та споживачів, щоб вирішити проблеми та співпрацювати над стійкими рішеннями. Компанія встановила партнерства та ініціативи для сприяння відповідальному пошуку сировини, підтримки місцевих громад і сприяння досягненню Цілей сталого розвитку ООН.

Незважаючи на те, що Nestlé досягла значних успіхів у своїй соціальній відповідальності, це безперервний шлях, і завжди є місце для вдосконалення. Компанія продовжує стикатися з проблемами та перевіркою в таких сферах, як використання води, пластикові відходи та дитяча праця в ланцюжку постачання. Проте прихильність Nestlé до постійного вдосконалення та її проактивний підхід до вирішення цих проблем демонструють її відданість соціальній відповідальності.

Головна рекомендація – розвиток ініціативи, яка була запропонована, що стосується залучення жінок та зменшення використання дитячої праці. Ця ініціатива є ключовою частиною розвитку соціальної відповідальності бізнесу і має на меті покращення умов для жінок та дітей у сільських регіонах, а також сприяє зменшенню негативного впливу дитячої праці на їхнє фізичне та психологічне здоров'я.

Ініціатива залучення жінок та зменшення використання дитячої праці передбачає створення програм та курсів, спрямованих на розвиток навичок і

грамотності серед жінок. Ці програми сприяють підвищенню самооцінки та особистої автономії жінок, а також їхньому активному включенню в сільське господарство та розвиток громад.

Зазначена ініціатива має потенціал для зміцнення громад таким чином, щоб вони могли допомогти зменшити ймовірність використання дитячої праці в майбутньому. Важливо надати підтримку жінкам та дітям в навчанні та розвитку, щоб створити сталі умови для їхнього благополуччя та розвитку.

У цьому контексті, ініціатива щодо залучення жінок та зменшення використання дитячої праці може бути важливим кроком вперед у розвитку соціальної відповідальності бізнесу та сприяти створенню позитивного соціального впливу на громади та суспільство в цілому.

Для ТОВ «Нестле Україна» будівництво нового виробничого підприємства на території Волині виступає ключовою та стратегічною ініціативою, що відзначається не лише комерційним успіхом, але й визначається відповідальністю та соціальною активністю. Важливим аспектом є той факт, що компанія продовжує вкладати кошти в економіку України під час періоду воєнного стану, виявляючи глибокий інтерес до сприяння економічному розвитку країни й створює нові робочі місця, що сприяє підвищенню якості життя місцевого населення. Таким чином, ініціатива компанії ТОВ «Нестле Україна» на Волині взаємодіє з бізнес-інтересами та соціальною відповідальністю, створюючи позитивний внесок у розвиток економіки та благополуччя українського суспільства.

Загальною висновком є той факт, що соціальна відповідальність бізнесу важлива для сталого розвитку сучасних підприємств та має потенціал позитивно вплинути на їхню результативність та репутацію. Доцільність розвитку соціальної відповідальності бізнесу підтверджена як теоретичними дослідженнями, так і практичними прикладами успішних компаній, які вже активно впроваджують соціальні та екологічні ініціативи. Подальший розвиток цього напрямку в діяльності підприємств може сприяти покращенню якісного та сталого розвитку суспільства в цілому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Carroll, A. B., & Shabana, K. M. The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*. 2010. 12(1). 85-105.
2. Nestle. (2019). Our Purpose. URL: <https://www.nestle.com/aboutus/our-purpose> (date of access: 09.09.2023).
3. Folkman, G. Social Responsibility in Business: What Can We Learn from the World's Best Companies?. G. Folkman, B. Burchell, C. Brierley, D. Gulenko. *Journal of European Business Education*. 2019. Vol. 8. Iss. 1. Pp. 80-90.
4. Business.ua. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: як змінилося за останні роки - URL: <https://business.ua/uk/soc-vdp/biznes--i-sotsialna-vidpovidalnist-u-ukrayini/> (дата звернення: 05.10.2023).
5. Pînzaru, F. The Role of Stakeholder Engagement in Corporate Social Responsibility: A Comparative Study of Three Cases in the UK, Moldova and Ukraine. F. Pînzaru, E. Mazur, Z. Zholdak, A. Brojba-Motrynychuk, T. Bodyak. *Sustainability*. 2020. Vol. 12. Iss. 13. Pp. 5198.
6. І. Шевченко, Соціальна відповідальність бізнесу: основні аспекти і тенденції розвитку / І. Шевченко // Економіка та управління в організаціях: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Київ : Національний університет водного господарства та природокористування, 2021. – Вип. 1(42). – С. 28-33.
7. О. Русін, Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, види та тенденції розвитку / О. Русін // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2020. – Т. 22, Вип. 2. – С. 90-99.
8. І. Ісакова, Соціальна відповідальність бізнесу: основні аспекти та символіка / І. Ісакова // Наукові записки. Серія "Економіка". 2020. Т. 32. – С. 21-26.

9. О. Ковальський Основні питання соціальної відповідальності бізнесу / О. Ковальський // Менеджмент і підприємництво в Україні: етапи становлення, проблеми та перспективи розвитку : зб. наук. пр. Київ : НУХТ, 2021. – С. 117-123.
10. Porter M. E., Kramer M. R. Creating Shared Value. Managing Sustainable Business. Dordrecht, 2018. P. 323–346. URL: https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16 (date of access: 13.10.2023).
11. Okada N. Social responsibility of business: A conceptual framework from Japan. *Japan Society for the Promotion of Science*. 2020.
12. Tsengiwe, S. and Adeyeye, M. Measuring social responsibility of business in South Africa: A critical analysis. *International Journal of Social Economics*. 2020
13. Andreu, R. Corporate social responsibility and societal challenges: Toward a new approach. *Sustainability*. 2021
14. Mande, B. and Kulkarni, S. Social responsibility of business as a tool for sustainable development: An empirical investigation in India. *Journal of Cleaner Production*. 2021
15. Legal responsibility: Seong-Young Lee, Jong-Rong Chen, and Jae Shin, "Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: legal compliance, reputation, and strategic management of law," *Journal of Business Ethics* 159, no. 4 (2019): 1025-1040.
16. Economic responsibility: Jing Xiao, Guoquan Liang, and Yuqian Shi, "The economic implications of corporate social responsibility: a study of environmentally sustainable practices in the food sector," *Journal of Cleaner Production* 209 (2019): 1095-1106.
17. Ethical responsibility: Michele T. Cole, Kerry E. Howell, and Jon P. Howell, "The ethical leadership job satisfaction relationship in China," *Journal of Business Ethics* 156, no. 1 (2019): 81-97.
18. Philanthropic responsibility: Craig E. Carroll, Joe F. Hair Jr., Tamira King, and Valeria Klapper, "Corporate social responsibility and customer loyalty: a configurational analysis," *Journal of Marketing* 83, no. 5 (2019): 1-20.

19. Кодекс законів про працю України : Кодекс України від 10.12.1971 р. № 322-VIII : станом на 1 жовт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 25.10.2023).
20. Про внесення змін до пункту 1 Постанови Верховної Ради Української РСР від 26 червня 1991 року "Про введення в дію Закону Української РСР "Про охорону навколишнього природного середовища" : Постанова Верхов. Ради України від 25.02.1994 р. № 4041-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4041-12#Text> (дата звернення: 05.10.2023).
21. Литвиненко, І. А. Етичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Економіка і прогнозування*. 2019. 1. 103-115.
22. Федчишин Л. М. Корпоративна соціальна відповідальність як необхідна складова розвитку українських підприємств. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. 2017. 4(17). 121-127.
23. Шуткова В. Д. Стейкхолдерний підхід до організації управління та концептуальні підходи до розуміння корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 2018. 907. 165-171.
24. Сліпушко В. М., & Фурман Г. О. Стейкхолдери та їхній вплив на корпоративні практики управління в Україні. *Економіка та держава*. 2018. 4. 43-46.
25. Колісник О. С. Сталість бізнесу: перевірка концепції на прикладі підприємства з пакування продукції FMCG. *Бізнес Інформ*. 2018. 5. 182-189.
26. Гузенко С. В., & Белоконь О. І. Глобалізаційні виклики для корпоративної соціальної відповідальності: досвід Європейського Союзу. *Підприємництво, господарство та право*. 2019. 3(42). 134-142.
27. European Commission. (2011). A renewed EU strategy 2011-14 for corporate social responsibility (COM/2011/681). URL: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/EN/1-2011-681-EN-F1-1.Pdf> (date of access: 23.10.2023).

28. Global Reporting Initiative. (2021). About GRI. URL: <https://www.globalreporting.org/about-gri/> (date of access: 22.09.2023).
29. SASB. (2021). What is SASB? URL: <https://www.sasb.org/about/what-is-sasb/> (date of access: 23.09.2023).
30. International Organization for Standardization. (2010). ISO 26000:2010: Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html> (date of access: 23.09.2023).
31. MSCI. (2021). ESG ratings methodology. URL: <https://www.msci.com/esg-ratings/methodology> (date of access: 23.09.2023).
32. Sustainalytics. (2021). ESG ratings methodology. URL: <https://www.sustainalytics.com/esg-ratings/methodology/> (date of access: 23.09.2023).
33. United Nations Global Compact. (2021). Ten principles. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/ten-principles> (date of access: 23.09.2023).
34. U.S. Securities and Exchange Commission. (2016). Final rule: Business and financial disclosure required by Regulation S-K. URL: <https://www.sec.gov/rules/final/2016/33-10064.pdf> (date of access: 23.09.2023).
35. "About the UN Global Compact." United Nations Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/about>. (date of access: 23.09.2023).
36. "The Sustainability Imperative." Nielsen. URL: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2015/the-sustainability-imperative/>. (date of access: 25.09.2023).
37. "B Corp Certification FAQs." B Corporation. URL: <https://bcorporation.net/what-are-b-corps/why-b-corps-matter>. (date of access: 25.09.2023).
38. "2019 Global 100 Index." Corporate Knights. URL: <https://www.corporateknights.com/reports/2019-global-100/2019-global-100-ranking-15481140/>. (date of access: 25.09.2023).

39. "ESG and Financial Performance: Uncovering the Relationship." McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/esg-and-financial-performance-uncovering-the-relationship> (date of access: 03.10.2023).
40. "Employers Must Cultivate A Strong Reputation For Corporate Social Responsibility." Glassdoor. URL: <https://www.glassdoor.com/research/employer-reputation-for-social-responsibility/>. (date of access: 03.10.2023).
41. "Global Sustainable Investment Review 2020." Global Sustainable Investment Alliance. URL: https://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2020/06/GSIR_Review2020.3.285.pdf. (date of access: 03.10.2023).
42. "The Business Case for Purpose." Harvard Business Review Analytic Services. URL: https://hbr.org/resources/pdfs/comm/ey/hbr_ey_the-business-case-for-purpose.pdf. (date of access: 03.10.2023).
43. Dow Jones Sustainability World Index | S&P Dow Jones Indices. S&P Dow Jones Indices. URL: <https://www.spglobal.com/spdji/en/indices/esg/dow-jones-sustainability-world-index/#overview> (date of access: 03.10.2023).
44. Home | Ethical Trading Initiative. Home | Ethical Trading Initiative. URL: <https://www.ethicaltrade.org> (date of access: 16.10.2023).
45. CSR indices worldwide. Respect Index | Odpowiedzialność społeczna Giełdy. URL: http://respectindex.pl/csr_indices_worldwide (date of access: 16.10.2023).
46. About ESGI. Global Corruption & ESG Indexes. URL: <https://risk-indexes.com/about-esgi/> (date of access: 16.10.2023).
47. Unilever's Sustainable Living Plan URL: <https://www.unilever.com/sustainable-living/> (date of access: 16.10.2023).
48. Unilever's commitment to fair working conditions URL: <https://www.unilever.com/about/who-we-are/human-rights-and-worker-conditions/> (date of access: 16.10.2023).

49. The Body Shop's sustainability practices URL: <https://www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/sustainability> (date of access: 16.10.2023).
50. The Body Shop's commitment to community trade URL: <https://www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/company-information/our-values/community-trade> (date of access: 16.10.2023).
51. Danone's "One Planet. One Health" sustainability strategy URL: <https://www.danone.com/sustainability/our-strategy.html> (date of access: 16.10.2023).
52. Danone's commitment to fair working conditions URL: <https://www.danone.com/sustainability/people-care/about-our-people-policy.html> (date of access: 16.10.2023).
53. IKEA's commitment to becoming climate positive URL: <https://www.ikea.com/gb/en/this-is-ikea/people-planet-positive/> (date of access: 17.10.2023).
54. IKEA's sustainability initiatives URL: <https://www.ikea.com/gb/en/this-is-ikea/people-planet-positive/sustainability-at-ikea/> (date of access: 17.10.2023).
55. Fonterra - Sustainable Development Report 2020 URL: https://www.fonterra.com/content/dam/fonterra-website/about-us/en/pdf/Sustainable_Development_Report_2020.pdf (date of access: 17.10.2023).
56. Infosys - Corporate Social Responsibility URL: <https://www.infosys.com/about/corporate-responsibility/> (date of access: 17.10.2023).
57. Shiseido - Diversity & Inclusion URL: <https://corp.shiseido.com/en/csr/diversity/> (date of access: 17.10.2023).
58. Samsung - Sustainability Report 2020 URL: <https://www.samsung.com/us/aboutsamsung/sustainability/sustainability-reports/> (date of access: 17.10.2023).

59. Forbes - Corporate Social Responsibility Trends to Follow in 2021 URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/12/28/top-10-corporate-social-responsibility-trends-to-follow-in-2021/?sh=39ddfcbe70b7> (date of access: 24.10.2023).
60. Harvard Business Review - The Top 10 Trends in CSR for 2021 URL: <https://hbr.org/2020/12/the-top-10-trends-in-csr-for-2021> (date of access: 24.10.2023).
61. B Lab - Business Sustainability Trends to Watch in 2021 URL: <https://bcorporation.net/news/business-sustainability-trends-watch-2021> (date of access: 24.10.2023).
62. GreenBiz - Trends to Watch in Corporate Sustainability for 2021 URL: <https://www.greenbiz.com/article/trends-watch-corporate-sustainability-2021> (date of access: 24.10.2023).
63. Офіційний сайт компанії Nestlé. URL: <https://www.nestle.ua> (date of access: 24.10.2023).
64. Офіційний сайт компанії Фармак. URL: <https://farmak.ua> (date of access: 24.10.2023).
65. Ukraine. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/ua/overview> (date of access: 24.10.2023).
66. Nestlé. Nestlé publishes its 2022 Annual Report URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2023-03/2022-annual-review-en.pdf> (date of access: 26.10.2023).
67. Nestlé (SWX:NESN) Stock Forecast & Analyst Predictions - Simply Wall St. Simply Wall St. URL: https://simplywall.st/stocks/ch/food-beverage-tobacco/vtx-nesn/nestle-shares/future?blueprint=2387672&utm_medium=finance_user&utm_campaign=infographic&utm_source=yahoo (date of access: 26.10.2023).
68. Nestlé reports full-year results for 2022. Nestlé Global. URL: <https://www.nestle.com/media/pressreleases/allpressreleases/full-year-results-2022> (date of access: 26.10.2023).

69. Nestlé reports half-year results for 2022. Nestlé Global. URL: <https://www.nestle.com/media/pressreleases/allpressreleases/half-year-results-2022> (date of access: 26.10.2023).
70. ТОВ Nestlé Україна. Фінансова звітність за 2022 рік зі звітом незалежного аудитора URL: <https://www.nestle.ua/uk/investor/financial-information> (date of access: 26.10.2023).
71. Nestlé: Good food, Good life | Nestlé Global. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2023-03/sustainability-performance-indicators-2022.pdf> (date of access: 26.10.2023).
72. Performance and reporting. Nestlé Global. URL: <https://www.nestle.com/sustainability/performance-reporting> (date of access: 26.10.2023).
73. Звіт зі створення спільних цінностей та сталого розвитку Nestlé в Україні та Молдові 2019-2020. Nestlé. URL: <https://www.nestle.ua/csv/csv-report-2019-2020> (date of access: 26.10.2023).
74. Our road to net zero. Nestlé Global. URL: <https://www.nestle.com/sustainability/climate-change/zero-environmental-impact> (date of access: 26.10.2023).
75. Nestle. (2022). Creating Shared Value and Sustainability Report 2022. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2023-03/creating-shared-value-sustainability-report-2022-en.pdf> (date of access: 26.10.2023).
76. Nestlé invests in logistics innovations to reduce greenhouse gas emissions for its international water brands. Nestlé Global. URL: <https://www.nestle.com/media/news/water-brands-logistics-investment-emissions-reduction> (date of access: 26.10.2023).
77. Дія.Освіта. Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/> (date of access: 29.10.2023).
78. Prometheus – Найбільша платформа онлайн-курсів в Україні. Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/> (date of access: 29.10.2023).

79. How much does it cost to build an educational app?. Zealous System. URL: https://www.zealously.com/blog/how-much-does-it-cost-to-build-an-educational-app/#Educational_App_Development_Cost_Estimation (date of access: 29.10.2023).
80. The Coca-Cola Company and WWF Global Partnership. World Wildlife Fund. URL: <https://www.worldwildlife.org/pages/the-coca-cola-impact-report> (date of access: 29.10.2023).
81. Home | Food and Agriculture Organization of the United Nations. FAOHome. URL: <https://www.fao.org/home/en/> (date of access: 29.10.2023).
82. WWF - Building a future in which humans live in harmony with nature. WWF conserves our planet, habitats, & species like the Panda & Tiger | WWF. URL: <https://wwf.panda.org/> (date of access: 29.10.2023).
83. Making Small Farms More Sustainable – and Profitable. Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/2021/08/making-small-farms-more-sustainable-and-profitable> (date of access: 29.10.2023).
84. Innovation in environmental monitoring. UKRI – UK Research and Innovation. URL: <https://www.ukri.org/opportunity/innovation-in-environmental-monitoring/> (date of access: 29.10.2023).
85. Nestle (2019). Tackling Child Labor: Nestlé Cocoa Plan Annual Report 2019. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2019-12/nestle-tackling-child-labor-report-2019-en.pdf> (date of access: 29.10.2023).
86. Nestle Cocoa Plan (2022). NCP Progress Report 2022. URL: https://www.nestlecocoaplan.com/sites/site.prod.nestlecocoaplan.com/files/2022-10/NEST7399_22_NCP-Progress-Report-2022_V19.pdf. (date of access: 29.10.2023).
87. Nestle (2023). Nestle Creating Shared Value and Sustainability Report 2022. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2023-03/creating-shared-value-sustainability-report-2022-en.pdf>. (date of access: 29.10.2023).
88. Côte d'Ivoire | UNESCO UIS. UNESCO UIS. URL: <https://uis.unesco.org/en/country/ci> (date of access: 01.11.2023).

89. Plan International UK (n.d.). The importance of education: How literacy improves lives. URL: <https://plan-uk.org/blogs/the-importance-of-education-how-literacy-improves-lives>. (date of access: 01.11.2023).
90. 1. How Much Time and Money to Create an Online Course?. Fly Plugins. URL: <https://flyplugins.com/create-an-online-course/> (date of access: 11.11.2023).
91. This is where teachers are paid the most. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2021/10/teachers-pay-countries-salaries-education/> (date of access: 13.11.2023).
92. How much do videographers charge UK? Average videographer day rate London. Mladens Isakovs Videographer. URL: <https://www.filmteam.co.uk/the-average-cost-of-video-production/#:~:text=You%20should%20expect%20to%20pay%20a%20videographer%20professional,£300%20-%20£1000%20per%20video%20for%20someone%20reliable>. (date of access: 13.11.2023).
93. Фінансова звітність ТОВ «Нестле Україна» за 2019 рік URL: https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/filefield_paths/ТОВ%20Нестле%20Україна_Фінансова%20звітність%20за%202019%20рік%20зі%20звітом%20незалежного%20аудитора.pdf
94. Фінансова звітність ТОВ «Нестле Україна» за 2020 рік URL: https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2021-05/ТОВ%20Нестле%20Україна_Фінансова%20звітність%20за%202020_рік%20зі%20звітом%20незалежного%20аудитора.pdf
95. Фінансова звітність ТОВ «Нестле Україна» за 2021 рік URL: https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2022-08/ТОВ%20Нестле%20Україна_Фінансова%20звітність%20за%202021рік%20зі%20звітом%20незалежного%20аудитора.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

*Таблиця А.1 – Основні показники фінансово-господарської діяльності
ТОВ «Нестле Україна» за 2019 рік*

Основні показники фінансово-господарської діяльності Товариства за 2019 рік (тис. грн.)		
Найменування показника	Період	
	звітний	попередній
Усього активів	2 683 890	2 449 733
Основні засоби (за залишковою вартістю)	191 091	188 394
Запаси	572 830	590 645
Гроші та їх еквіваленти	285 900	190 611
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	(2 925 287)	(3 291 450)
Власний капітал	(2 924 487)	(3 290 650)
Зареєстрований (пайовий/статутний) капітал	800	800
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	3 300 886	3 702 050
Поточні зобов'язання і забезпечення	2 307 491	2 038 333
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	339 408	163 325

*Таблиця А.2 – Основні показники фінансово-господарської діяльності
ТОВ «Нестле Україна» за 2020 рік*

Основні показники фінансово-господарської діяльності Товариства за 2020 р.
(тис. грн.)

Чистий фінансовий результат діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю «НЕСТЛЕ УКРАЇНА» за звітний період склав збиток у розмірі 804 152 тис. грн. (прибуток у розмірі 337 436 тис. грн. у 2019 р.). Важкий для всього людства 2020 р. негативно вплинув на господарську діяльність Товариства та його фінансові показники але ми впевнено дивимось у майбутнє, незважаючи на виклики, які несе Товариству 2021 р.

Найменування показника	Період	
	Звітний (тис. грн.)	Попередній (тис. грн.)
Усього активів	2 869 945	2 683 890
Основні засоби (за залишковою вартістю)	315 907	191 091
Запаси	704 325	572 830
Гроші та їх еквіваленти	144 778	285 900
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	(3 808 295)	(2 934 950)
Власний капітал	(3 807 495)	(2 934 150)
Зареєстрований (пайовий/статутний) капітал	800	800
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	395 373	3 309 703
Поточні зобов'язання і забезпечення	6 282 067	2 308 337
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	(804 152)	337 436

*Таблиця А.3 – Основні показники фінансово-господарської діяльності
ТОВ «Нестле Україна» за 2021 рік*

Товариство з обмеженою відповідальністю «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»
Звіт про управління

Найменування показника	Період	
	Звітний	Попередній
	(тис. грн)	(тис. грн)
Усього активів	3 048 489	2 869 945
Основні засоби (за залишковою вартістю)	323 610	315 907
Запаси	735 810	704 325
Гроші та їх еквіваленти	36 964	144 778
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	(3 638 594)	(3 808 295)
Власний капітал	(3 637 794)	(3 807 495)
Зареєстрований (пайовий/статутний) капітал	800	800
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 025 624	395 373
Поточні зобов'язання і забезпечення	5 660 659	6 282 067
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	(105 825)	(804 152)

*Таблиця А.4 – Основні показники фінансово-господарської діяльності
ТОВ «Нестле Україна» за 2022 рік*

Товариство з обмеженою відповідальністю «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»
Звіт про управління

Найменування показника	Період	
	Звітний	Попередній
	(тис. грн)	(тис. грн)
Усього активів	4 690 002	3 048 489
Основні засоби (за залишковою вартістю)	397 954	323 610
Запаси	1 054 349	735 810
Гроші та їх еквіваленти	604 669	36 964
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	(5 001 190)	(3 638 594)
Власний капітал	(5 000 390)	(3 637 794)
Зареєстрований (пайовий/статутний) капітал	800	800
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 839 595	1 025 624
Поточні зобов'язання і забезпечення	7 850 797	5 660 659
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	(1 545 157)	(105 825)

Таблиця Б.1 Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Нестле Україна»
на 31 грудня 2019 р.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2019 р.	31 грудня 2018 р.	1 січня 2018 р.
1	2		4	3	
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	10	72 099	96 057	105 961
первісна вартість	1001		334 591	322 850	472 560
накопичена амортизація	1002		(262 492)	(226 793)	(366 599)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8	73 596	56 186	29 679
Основні засоби	1010	8	191 091	188 394	173 805
первісна вартість	1011		536 390	499 572	446 869
знос	1012		(345 299)	(311 178)	(273 064)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	20	-	35 827	98 769
Інші необоротні активи	1090	9	180 471	165 625	136 371
Усього за розділом I	1095		517 257	542 089	544 585
II. Оборотні активи					
Запаси	1100	11	572 830	590 645	626 873
виробничі запаси	1101		84 534	71 718	92 894
незавершене виробництво	1102		-	-	-
готова продукція	1103		-	-	-
товари	1104		488 296	518 927	533 979
Поточні біологічні активи	1110		-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12	1 189 237	1 009 385	858 408
Дебіторська заборгованість за розрахунками:					
за виданими авансами	1130	12	18 912	21 719	59 739
з бюджетом	1135		299	84	9 835
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12	95 282	92 068	182 517
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	13	285 900	190 611	97 918
готівка	1166		1	-	-
рахунки в банках	1167		285 899	190 611	97 918
Витрати майбутніх періодів	1170		23	121	1 775
Інші оборотні активи	1190	14	4 150	3 011	3 588
Усього за розділом II	1195		2 166 633	1 907 644	1 840 653
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-	-
Баланс	1300		2 683 890	2 449 733	2 385 238

Таблиця Б.2 Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Нестле Україна»
на 31 грудня 2020 р.

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2020 р.				
Форма № 1		Код за ДКУД		1801001
Актив	Код Рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	9	72 099	56 862
первісна вартість	1001		334 591	355 354
накопичена амортизація	1002		(262 492)	(298 492)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	73 596	72 163
Основні засоби	1010	7	191 091	315 907
первісна вартість	1011		536 390	687 846
Знос	1012		(345 299)	(371 939)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-
Відстрочені податкові активи	1045	21	-	-
Інші необоротні активи	1090	8	180 471	215 736
Усього за розділом I	1095		517 257	660 668
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	10	572 830	704 325
виробничі запаси	1101		84 534	89 119
незавершене виробництво	1102		-	-
готова продукція	1103		-	-
Товари	1104		488 296	615 206
Поточні біологічні активи	1110		-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11	1 189 237	1 195 529
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	11	18 912	143 284
з бюджетом	1135		299	407
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11	95 282	6 922
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12	285 900	144 778
Готівка	1166		1	1
рахунки в банках	1167		285 899	144 777
Витрати майбутніх періодів	1170	13	23	6 626
Інші оборотні активи	1190	14	4 150	7 406
Усього за розділом II	1195		2 166 633	2 209 277
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-
Баланс	1300		2 683 890	2 869 945

Таблиця Б.3 Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Нестле Україна»
на 31 грудня 2021 р.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2021 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код Рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	9	56 862	39 198
первісна вартість	1001		355 354	316 332
накопичена амортизація	1002		(298 492)	(277 134)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	72 163	133 364
Основні засоби	1010	7	315 907	323 610
первісна вартість	1011		687 846	737 414
Знос	1012		(371 939)	(413 804)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-
Інші фінансові інвестиції	1035		-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-
Відстрочені податкові активи	1045	21	-	-
Інші необоротні активи	1090	8	215 736	185 454
Усього за розділом I	1095		660 668	681 626
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	10	704 325	735 810
виробничі запаси	1101		89 119	77 600
незавершене виробництво	1102		-	-
готова продукція	1103		-	-
Товари	1104		615 206	658 210
Поточні біологічні активи	1110		-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11	1 195 529	1 514 163
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	11	143 284	56 449
з бюджетом	1135		407	2 269
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11	6 922	5 581
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12	144 778	36 964
Готівка	1166		1	-
рахунки в банках	1167		144 777	36 964
Витрати майбутніх періодів	1170	13	6 626	10 851
Інші оборотні активи	1190	14	7 406	4 776
Усього за розділом II	1195		2 209 277	2 366 863
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
	1200		-	-
Баланс	1300		2 869 945	3 048 489

Додаток Б

Таблиця Б.4 Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Нестле Україна»
на 31 грудня 2022 р.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2022 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код Рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	9	39 198	23 507
первісна вартість	1001		316 332	305 926
накопичена амортизація	1002		(277 134)	(282 419)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	133 364	45 337
Основні засоби	1010	7	323 610	397 954
первісна вартість	1011		737 414	813 136
Знос	1012		(413 804)	(415 182)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-
Відстрочені податкові активи	1045		-	-
Інші необоротні активи	1090	8	185 454	391 958
Усього за розділом I	1095		681 626	858 756
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	10	735 810	1 054 349
виробничі запаси	1101		77 600	97 270
незавершене виробництво	1102		-	-
готова продукція	1103		-	-
Товари	1104		658 210	957 079
Поточні біологічні активи	1110		-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11	1 514 163	1 679 863
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	11	56 449	172 425
з бюджетом	1135		2 269	1 216
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11	5 581	262 201
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12	36 964	604 669
Готівка	1166		-	-
рахунки в банках	1167		36 964	604 669
Витрати майбутніх періодів	1170	13	10 851	19 913
інші оборотні активи	1190	14	4 776	36 610
Усього за розділом II	1195		2 366 863	3 831 246
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-
Баланс	1300		3 048 489	4 690 002

Таблиця В.1 Фінансові результати компанії Nestle у 2021-2022 роках

Sales by geographic areas			
	Differences 2022/2021 (in %)		
	in CHF	in local currency	in CHF millions
By main markets			2022
North America	+15.2%	(a)	33 000
United States	+15.4%	+10.4%	30 314
Canada	+13.0%	+12.3%	2 686
Europe	+0.3%	(a)	22 291
France	-6.5%	+0.6%	3 558
United Kingdom	+0.1%	+7.1%	3 409
Germany	-5.2%	+2.1%	2 316
Rest of geographic area	+3.4%	(a)	13 008
of which Switzerland	-2.4%	-2.4%	1 109
Asia, Oceania and Africa	+3.7%	(a)	20 967
Philippines	+0.4%	+6.3%	2 667
India	+12.9%	+14.7%	1 960
Australia	+1.8%	+5.4%	1 510
Rest of geographic area	+3.4%	(a)	14 830
Latin America	+17.9%	(a)	12 323
Brazil	+28.4%	+17.6%	3 756
Mexico	+16.7%	+10.7%	3 457
Chile	+1.8%	+11.8%	1 302
Rest of geographic area	+16.0%	(a)	3 808
Greater China	+5.1%	(a)	5 843
Greater China	+5.1%	+5.2%	5 843
Total	+8.4%	(a)	94 424

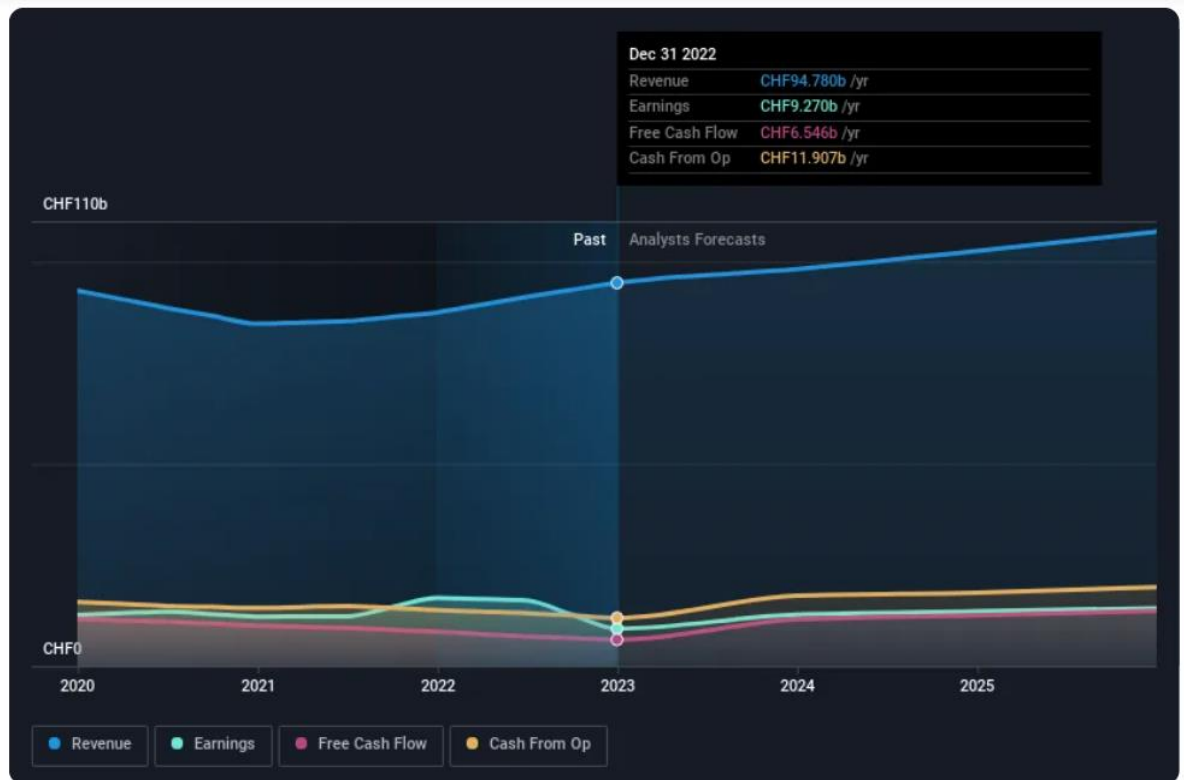


Рисунок В.2 – Доходи компанії Nestle за 2012-2022 роки

Таблиця В.3 – Фінансові показники компанії Nestle в європейській зоні за 2021-2022 роки

	Sales 2022	Sales 2021	RIG	Pricing	Organic growth	UTOP 2022	UTOP 2021	Margin 2022	Margin 2021
Zone Europe*	CHF 19.1 bn	CHF 18.8 bn	0.9%	6.4%	7.2%	CHF 3.1 bn	CHF 3.4 bn	16.4%	18.3%

Our 2022 performance summary



Рисунок Г.1 – Ключові показники соціальної відповідальності компанії Nestle за 2022 рік

Додаток Д

Розрахунок економічної ефективності ініціативи з будівництва заводу на Волині ТОВ «Нестле Україна»

Таблиця Д.1 – Оцінка ефективності ініціативи ТОВ «Нестле Україна» за 1 сценарієм

Показники	На початок 2024 року	2024	2025	2026			4-й	Разом (1+2+3)
Інвестиції, тис. грн.	2,000,000							
Чистий прибуток, тис. грн.		397977.16	646712.885	895448.61	994942.9	994942.9	994942.9	
Амортизація, тис. грн.		56,848	56,848	56,848	56,848	56,848	56,848	
Грошовий потік, тис. грн (р. 2 + р. 3)		454825.4933	703560.885	952296.61	1051790.9	1051790.9	1051790.9	-
Дисконтний множник при ставці 20 %	1	0.833	0.694	0.579	0.482	0.402	0.335	-
Дисконтовані інвестиції при ставці 20%, тис.грн (р. 1 x р. 5)	2000000		-					2000000.00
Дисконтований CF при ставці 20 %, тис. грн. (р. 4 x р. 5)	–	379021.24	488583.95	551097.58	507229.41	422691.17	352242.64	2700865.99
Дисконтовані грошові потоки нарастаючим підсумком при ставці 20 %	-2000000	-1620978.76	- 1132394.81	- 581297.23	-74067.82	348623.35	700865.99	700865.99

Додаток Д

Таблиця Д.2 – Оцінка ефективності ініціативи ТОВ «Нестле Україна» за другим сценарієм

Показники	На початок 2024 року	2024	2025	2026			4-й	Разом (1+2+3)
Інвестиції, тис. грн.	2,000,000							
Чистий прибуток, тис. грн.		994942.9	994942.9	994942.9	994942.9	994942.9	994942.9	
Амортизація, тис. грн.		56,848	56,848	56,848	56,848	56,848	56,848	
Грошовий потік, тис. грн (р. 2 + р. 3)		1051791.233	1051790.9	1051790.9	1051790.9	1051790.9	1051790.9	-
Дисконтний множник при ставці 20 %	1	0.833	0.694	0.579	0.482	0.402	0.335	-
Дисконтовані інвестиції при ставці XX %, тис.грн (р. 1 x р. 5)	2000000		-					2000000.00
Дисконтований CF при ставці 20 %, тис. грн. (р. 4 x р. 5)	–	876492.69	730410.35	608675.29	507229.41	422691.17	352242.64	3497741.56
Дисконтовані грошові потоки нарастаючим підсумком при ставці 20 %	-2000000	-1123507.31	- 393096.96	215578.33	722807.74	1145498.91	1497741.56	1497741.56

Додаток Д

Таблиця Д.3 – Оцінка ефективності ініціативи ТОВ «Нестле Україна» за третім сценарієм

Показники	На початок 2024 року	2024	2025	2026			4-й	Разом (1+2+3)
Інвестиції, тис. грн.	2,000,000							
Чистий прибуток, тис. грн.		746207.175	746200	746200	746200	746200	746200	
Амортизація, тис. грн.		42,636	42,636	42,636	42,636	42,636	42,636	
Грошовий потік, тис. грн (р. 2 + р. 3)		788843.425	788836	788836	788836	788836	788836	-
Дисконтний множник при ставці 20 %	1	0.833	0.694	0.579	0.482	0.402	0.335	-
Дисконтовані інвестиції при ставці XX %, тис.грн (р. 1 x р. 5)	2000000		-					2000000.00
Дисконтований CF при ставці 20 %, тис. грн. (р. 4 x р. 5)	—	657369.52	547802.78	456502.31	380418.60	317015.50	264179.58	2623288.29
Дисконтовані грошові потоки нарастаючим підсумком при ставці 20 %	-2000000	- 1342630.48	- 794827.70	- 338325.39	42093.21	359108.71	623288.29	623288.29

Ім'я користувача:

Бізнес-економіки та підприємництва Чебакова Тетян...

ID перевірки:

1015916232

Дата перевірки:

16.11.2023 22:12:29 EET

Тип перевірки:

Doc vs Internet + Library

Дата звіту:

16.11.2023 22:18:08 EET

ID користувача:

100005716

Назва документа: Ружанська_Ю.В

Кількість сторінок: 92 Кількість слів: 18744 Кількість символів: 146664 Розмір файлу: 1.20 MB ID файлу: 1015583768

2.41% Схожість

Найбільша схожість: 0.35% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1015579868)

1.31% Джерела з Інтернету

253

Сторінка 94

2.19% Джерела з Бібліотеки

451

Сторінка 95

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

1

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана
Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

ПРОТОКОЛ
аналізу науковим керівником звіту про запозичення в тексті
кваліфікаційної магістерської роботи

Студента: Ружанської Юлії Валеріївни

На тему: ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Науковий керівник: Дзюбенко Любов Миколаївна

Спеціальність: 051 Економіка

Освітньо-професійна програма: Бізнес-економіка

Коефіцієнт подібності: 2,41%

За результатами ознайомлення з повним звітом про запозичення, який згенерований системою виявлення і запобігання плагіату StrikePlagiarism.com, констатую наступне:

- ☒ виявлені в роботі запозичення є сумнійними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;
- ☐ виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- ☐ виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

(дата)

(підпис)

Дзюбенко Л.М.
(ПІБ наукового керівника)

**ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПЛАН
НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА
Ружанської Юлії Валеріївни**

**ОПП «Бізнес-економіка»
на 2022-2023 рр.**

№	Вид науково-дослідної роботи	Термін виконання	Результат виконання
1	Участь у I Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції “Полілог мов і культур в освітньо-науковому просторі “	«21-22» березня 2023 р.	Доповідь: МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ МІЖ СПІВРОБІТНИКАМИ КОМПАНІЇ Сертифікат учасника
2	Участь у декаді студентської науки «Наукові барви-2023»	«27-28» квітня 2023 р.	Доповідь: РЕАЛЬНІ ПРАКТИКИ ТА СКЛАДОВІ УСПІХУ КОНЦЕПЦІЇ ШВИДКОЗРОСТАЮЧИХ КОМПАНІЙ Сертифікат учасника

17.11.2023

ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва
Інститут інноваційного підприємництва Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
Громадська організація «Науково-дослідний інститут економічного розвитку»



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА
З 1994 РОКУ



СЕРТИФІКАТ УЧАСНИКА

Всеукраїнської наукової інтернет-конференції
студентів, аспірантів і молодих вчених
«НАУКОВІ БАРВИ-2023»

РУЖАНСЬКА ЮЛІЯ ВАЛЕРІЇВНА

27-28 квітня 2023 року

Голова оргкомітету
Інна Рєпіна



Київський національний лінгвістичний університет

Сертифікат

№23026

учасника

**І Всеукраїнської студентської
науково-практичної конференції
«Полілог мов і культур в освітньо-науковому просторі»**

Юлії Ружанської



21-22 березня 2023 року



Проректор з наукової роботи КНЛУ
Діана КОРОЛЬОВА