

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Тези

**77-ї наукової конференції професорів,
викладачів, наукових працівників,
аспірантів та студентів університету**

ТОМ 2

16 травня – 22 травня 2025 р.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

На сьогоднішній день значення сучасного бізнесу на світовому рівні виходить далеко за межі отримання прибутку. Найбільшим потрясінням для суспільства в останні роки стало глобальне потепління, пандемія Covid-19 та війна. Так, міжнародні компанії сформували нові стратегії та вийшли на зовсім інший рівень підприємницької діяльності, коли питання соціально-екологічної відповідальності стало першочерговим, адже набуває нового значення – як моральний обов'язок і стратегічний підхід задля підтримки держави, суспільства та навколишнього середовища.

Україна показала приклад світові, коли бізнес бере активну участь у гуманітарних ініціативах, відновленні інфраструктури, збереженні екології та забезпеченні робочих місць, що у свою чергу стає головним важелем стійкості суспільства. У даній роботі представляється дослідження на основі аналізу діяльності міжнародних компаній, що реалізують соціально-екологічні ініціативи в Україні, а саме якими є їхні дії, і чому відповідальний бізнес сьогодні – це не лише репутація, а й реальна допомога в умовах війни.

Приклади таких компаній у середині яких соціально-екологічна відповідальність є частиною їх корпоративної стратегії демонструє етику бізнесу в кризових умовах [1].

Так, основними напрямками соціально-екологічної відповідальності міжнародних компаній в Україні стали [1,2]:

1. Гуманітарна допомога та підтримка населення: забезпечення ліками, продуктами, засобами гігієни; підтримка внутрішньо переміщених осіб (ВПО); допомога лікарням, школам, громадам.

2. Підтримка Збройних Сил України: фінансова допомога на оборону (перекази у фонд "Повернись живим", UNITED24 тощо); постачання технічного обладнання (дрони, автомобілі, засоби зв'язку).

3. Збереження екології в умовах війни: інвестування в «зелені» технології та відновлення зруйнованої інфраструктури; участь у розчищенні територій від шкідливих речовин, очищення водних ресурсів; мінімізація викидів та впровадження енергоефективних рішень на підприємствах в Україні.

До міжнародних компаній, що найбільше проявили соціально-екологічну відповідальність в Україні під час військового стану можна

віднести [3]: міжнародну компанію «Nestlé», яка на сьогоднішній день є одією з наймасштабніших світових виробників харчової продукції. Представництво компанії в Україні досить оперативно відреагувало на виклики, спричинені війною. Так, було спрямовано понад 40 мільйонів швейцарських франків гуманітарної допомоги, включаючи продукти, дитяче харчування, засоби гігієни та фінансування благодійних організацій. Відкрито нові сучасні виробничі лінії в Україні, дозволи сформувати понад 1500 нових робочих місць. Шведська компанія ІКЕА проявила відповідальність як у соціальному, так і в екологічному вимірах, під час війни в Україні, а саме спрямувавши десятки мільйонів євро через UNHCR (Управління Верховного комісара ООН у справах біженців) для підтримки українських біженців та тимчасово переміщених осіб. Крім, того в рамках глобальної екостратегії ІКЕА реалізовує перехід на стійкі джерела енергії у виробничо-логістичних ланцюгах, включаючи постачання з України. Французька компанія Danone зосередилася на харчовій безпеці та екології: постачає продукти харчування для нужденних, лікарень, волонтерських центрів та осіб, що постраждали від бойових дій. У межах своєї політики сталого розвитку впроваджує екологічно безпечні виробничі процеси на українських підприємствах – мінімізує водоспоживання, енергоспоживання та викиди.

З огляду на вищезгадані приклади, можна зробити висновок, що соціально-екологічна відповідальність міжнародних компаній в умовах війни в Україні – це не просто жест солідарності, а системна стратегія, яка поєднує: підтримку вітчизняної економіки та українського суспільства в цілому; допомогу у збереженні робочих місць і доступу до базових послуг; формування екологічної рівноваги навіть у кризових умовах. Саме такі дії посилюють довіру до міжнародного бізнесу, формують позитивний імідж компаній на глобальному рівні та демонструють, що відповідальність приносить ефективність навіть у кризових ситуаціях.

Література:

1. Буряк, А. А., & та інші (2024). Виклики та перспективи впровадження екологічних та соціальних ініціатив у міжнародному бізнесі. *Актуальні проблеми сталого розвитку*, 1(2), 57–64. [https://doi.org/10.60022/2\(2\)-8SD](https://doi.org/10.60022/2(2)-8SD) .

2. Левченко І.В. (2024) *Пріоритети корпоративної культури в умовах міжнародних трансформацій* / Lyubov Tytarenko, Iryna Levchenko, Kateryna Potkalo // *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. – Полтава: НУПП, 2024. – Т. (1 (92)). – С. 79-86. – doi: [https://doi.org/10.26906/EiR.2024.1\(92\).3312](https://doi.org/10.26906/EiR.2024.1(92).3312) .

3. Fbc.biz.ua. (2024). *Соціально-відповідальний бізнес: ТОП-10 компаній, що допомагають українцям пережити війну та наближають перемогу*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://fbc.biz.ua/news/suspilstvo/sotsialno-vidpovidalnij-biznes-top-10-kompanij-shho-dopomagayut-ukrayintsyam-perezhyti-vijnu-ta-nablizhayut-peremogu> .