

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

**Факультет управління персоналом, соціології та психології  
Кафедра соціоекономіки та управління персоналом**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА Менеджмент персоналу**

**Спеціальність:** 073 - Менеджмент

**Галузь знань:** 07 - Управління та адміністрування

Форма навчання: денна

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**«Розвиток корпоративної соціальної відповідальності»**

здобувача: Друзякіна Антона Вікторовича

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кицак Т.Г.

---

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

Завідувач кафедри:  
доктор економічних наук,  
професор Лопушняк Г.С.

---

**Київ – 2023**

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

**Факультет управління персоналом, соціології та психології  
Кафедра соціоекономіки та управління персоналом**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА Менеджмент персоналу**

**Спеціальність:** 073 - Менеджмент

**Галузь знань:** 07 - Управління та адміністрування

**ПОГОДЖЕНО**

Керівник проектної групи  
(гарант) освітньо-професійної  
програми

О. І. Кравчук

*(підпис) (ініціали, прізвище)*

\_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

Г. С. Лопушняк

*(підпис) (ініціали, прізвище)*

\_\_\_\_\_ 2023 р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

здобувачу вищої освіти

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

**форми навчання денної**

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи на тему:  
**Розвиток корпоративної соціальної відповідальності**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "\_\_\_" \_\_\_\_\_ р. № \_\_\_\_\_

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах ТОВ «Нова Пошта»

**План кваліфікаційної бакалаврської роботи**

<b>Розділ 1</b>	<b>Теоретичні основи концепції корпоративної соціальної відповідальності</b> <small>(назва розділу)</small>
<b>Розділ 2</b>	<b>Аналіз соціально відповідальних практики компанії ТОВ «Нова Пошта»</b> <small>(назва розділу)</small>
<b>Розділ 3</b>	<b>Удосконалення соціально відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта»</b> <small>(назва розділу)</small>

<b>Об'єкт дослідження:</b>	корпоративна соціальна відповідальність бізнесу.
<b>Предмет дослідження:</b>	відносини, які виникають в процесі формування корпоративної соціальної відповідальності в їх взаємодії зі стейкхолдерами.
<b>Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:</b>	визначення основних напрямів вдосконалення корпоративної соціальної відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта»

**Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

<b>У розділі 1</b>	дослідити сутність і значення соціальної відповідальності бізнесу; розглянути діалог зі стейкхолдерами як пріоритетний напрям розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу; визначити методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик компаній;
<b>У розділі 2</b>	здійснити організаційно-економічну характеристику ТОВ «Нова Пошта»; виокремити основні аспекти соціально відповідальної діяльності ТОВ «Нова Пошта»
<b>У розділі 3</b>	дослідити заходи щодо поліпшення соціальної відповідальності компанії ТОВ «Нова Пошта»; здійснити обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

**Завдання підготував  
науковий керівник**

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Завдання одержав  
здобувач**

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## *Реферат*

### *Розвиток корпоративної соціальної відповідальності*

Кваліфікаційна бакалаврська робота складається з 3 розділів (перший розділ має по 3 підпункти, другі та третій розділи по 2 підпункти). Перший розділ висвітлює теоретичні аспекти теми концепції корпоративної соціальної відповідальності, другий розділ є аналітичним, третій - рекомендаційним. Обсяг дипломної роботи - 61 аркуш, включаючи список використаних джерел та додатки. У дипломній роботі є 7 таблиць, 15 рисунків. Під час написання використано 39 джерел. Робота містить 3 додатки. Також робота містить результати практичної наукової діяльності – рекомендації щодо удосконалення корпоративної соціальної відповідальності обраного підприємства (ТОВ «Нова пошта»).

**Об'єктом** дослідження є корпоративна соціальна відповідальність бізнесу.

**Предметом** дослідження є це відносини, які виникають в процесі формування корпоративної соціальної відповідальності в їх взаємодії зі стейкхолдерами.

**Метою** кваліфікаційної бакалаврської роботи є визначення основних напрямів вдосконалення корпоративної соціальної відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта»

**Завдання** кваліфікаційної бакалаврської роботи: дослідити сутність і значення соціальної відповідальності бізнесу; розглянути діалог зі стейкхолдерами як пріоритетний напрям розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу; визначити методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик компаній; здійснити організаційно-економічну характеристику ТОВ «Нова Пошта»; виокремити основні аспекти соціально відповідальної діяльності ТОВ «Нова Пошта»; дослідити заходи щодо поліпшення соціальної відповідальності компанії ТОВ «Нова Пошта»; здійснити обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

Вищезазначені завдання вирішуються за допомогою наступних **методів дослідження**: загальні методи наукового пізнання та дослідження. До них відносяться: аналіз (для оцінки актуальних тенденцій в сфері корпоративної соціальної відповідальності бізнесу), узагальнення (з метою дослідження основних аспектів корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта»), систематизація і групування, статистичне спостереження, математичні методи обробки інформації.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в узагальненні та класифікації у визначенні основних напрямів вдосконалення основних аспектів корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

**Практичне значення дослідження** полягає у впровадженні розроблених інноваційних рекомендацій стосовно удосконалення корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Нова Пошта».

**Ключові слова**: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу стейкхолдери, оцінка ефективності корпоративної соціальної відповідальності, поліпшення соціальної відповідальності.

**Відгук**  
на кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача вищої освіти  
**Друзякіна Антона Вікторовича**  
на тему: «**Розвиток корпоративної соціальної відповідальності**»

Тема кваліфікаційної роботи є актуальною, оскільки впровадження корпоративної соціальної відповідальності сприяє підвищенню репутації, іміджу, бренду та конкурентоспроможності компанії. Сталість, екологічна свідомість, соціальна справедливість та етичне ведення бізнесу стають дедалі більш цінними для споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. Дослідження у цій галузі допомагає розкрити переваги та можливості для підприємств.

Соціальна відповідальність бізнесу охоплює широкий спектр аспектів. По-перше, вона передбачає створення якісних робочих місць та забезпечення справедливої оплати праці для співробітників. Компанії повинні дотримуватись норм праці, забезпечувати безпечні та здорові умови праці, а також розвивати можливості для професійного зростання своїх працівників.

Проведене дослідження відрізняється якістю і практичною значущістю.

Позитивною рисою кваліфікаційної роботи є те, що в ній визначено базові засади формування соціальної відповідальності бізнесу, що активним чином впливає на досягнення ключових цілей організації, зростання прибутку, покращення використання послуг праці, посилення конкурентоспроможності, розширення власної ніші на ринку товарів і послуг.

Самостійні розробки автора полягають у визначенні рекомендацій по удосконаленню політики організації у соціальній, економічній та екологічній сферах.

Кваліфікаційна робота заслуговує позитивної оцінки і рекомендується до захисту.

Науковий керівник  
к.е.н., доцент кафедри  
соціоекономіки та управління персоналом

Тарас КИЦАК

## РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача вищої освіти, студента факультету управління персоналом, соціології та психології, заочної форми навчання

**Друзякіна Антона Вікторовича**

на тему: «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності»

Аналіз процесів, що притаманні сучасному підприємництву, переконливо доводить, що важливу роль відіграє корпоративна соціальна відповідальність. Сьогодні надзвичайно складно уявити успішну компанію, яка не приділяє належної уваги питанням взаємодії із суспільством та стейкхолдерами в питанні вирішення соціальних проблем. Поступово така практика набуває поширення і в Україні.

До ключових позитивних моментів представленої кваліфікаційної бакалаврської роботи можна віднести:

- аналіз сутності корпоративної соціальної відповідальності та її основних характеристик;
- детермінація місця та ролі діалогу зі стейкхолдерами в системі факторів корпоративної соціальної відповідальності;
- проведення організаційно-економічної характеристики ТОВ «Нова пошта» та дослідження рівня її корпоративної соціальної відповідальності;
- розробка проєктних пропозицій щодо корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова пошта»;
- оцінка ефективності розроблених заходів на фінансово-економічний стан досліджуваного підприємства.

Практична значимість представленої кваліфікаційної роботи бакалавра полягає у розробці ряду пропозицій, які можуть використовуватися як в діяльності ТОВ «Нова пошта», так і в корпоративних стратегіях інших підприємств в Україні.

Суттєві зауваження до кваліфікаційної бакалаврської роботи А. Друзякіна відсутні. Разом з тим, варто відмітити, що бажано було б більше уваги порівняти практику соціально відповідальних заходів ТОВ «Нова пошта» з аналогічною діяльністю інших бізнес-одиниць в Україні.

Кваліфікаційна бакалаврської робота Друзякіна А.В. на тему: «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» повністю відповідає вимогам до кваліфікаційних бакалаврських робіт та рекомендується до захисту із високою позитивною оцінкою.

Голова правління  
ПрАТ «КУА АПФ «КУБ»

(посада,



юк Є.О.

підпис, м.п.)

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. Теоретичні основи концепції корпоративної соціальної відповідальності.....	6
1.1.Сутність і значення соціальної відповідальності бізнесу.....	6
1.2.Діалог зі стейкхолдерами як пріоритетний напрям розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу.....	14
1.3.Методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик компаній.....	20
РОЗДІЛ II. Аналіз соціально відповідальних практики компанії ТОВ «Нова Пошта» .....	26
2.1.Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Нова Пошта».....	26
2.2.Діагностика соціально відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта» .....	37
РОЗДІЛ III. Удосконалення соціально відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта» .....	44
3.1.Проект заходів щодо поліпшення соціальної відповідальності компанії ТОВ «Нова Пошта» .....	44
3.2.Обґрунтування ефективності запропонованих заходів.....	49
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ	

## ВСТУП

Швидкі та динамічні зміни в світовому бізнес-середовищі ставлять учасників ринку перед викликом, вимагаючи швидкої та адекватної адаптації до нових умов і правил. Здійснення діяльності на засадах стійкого розвитку стає все більш природним для глобального бізнесу, хоча для національних економічних агентів це може бути незвичайним. Одним з ключових аспектів стійкого розвитку є соціальна відповідальність та урахування інтересів всіх зацікавлених сторін при управлінських рішеннях та діяльності. Тому актуальним стає дослідження взаємовідносин зі стейкхолдерами на основі соціальної відповідальності.

Суспільство все більше ставить питання про соціальну відповідальність бізнесу. Люди стають більш свідомими споживачами і більш уважними до етичних та соціальних аспектів діяльності підприємств. Дослідження корпоративної соціальної відповідальності допомагає розуміти, як бізнес може відповідати на очікування суспільства та сприяти позитивній зміні. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності може сприяти підвищенню репутації компанії. Сталість, екологічна свідомість, соціальна справедливість та етичне ведення бізнесу стають дедалі більш цінними для споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. Дослідження у цій галузі допомагає розкрити переваги та можливості для підприємств.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності бізнесу були досліджені в працях таких вчених як: А. Керролл, А. Колот, Гж. Колодко, С. Гудзинський, О. Новікова, О. Стойка, В. Кузяк, М. Фрідмен, А. Хімченко. В своїх роботах вони розглядали сутність даного економічного поняття і його основні складові та характеристики. Проте, незважаючи на значний науковий внесок перелічених авторів, питання подальшого розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу є вкрай актуальним, особливо в умовах військового стану.

*Мета і завдання дослідження.* Метою роботи є визначення основних напрямів вдосконалення корпоративної соціальної відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта»

У рамках окресленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити сутність і значення соціальної відповідальності сучасного бізнесу;
- розглянути діалог зі стейкхолдерами як пріоритетний напрям розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу;
- визначити методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик компаній;
- здійснити організаційно-економічну характеристику ТОВ «Нова Пошта»;
- виокремити основні аспекти соціально відповідальної діяльності ТОВ «Нова Пошта»;
- дослідити заходи щодо поліпшення соціальної відповідальності компанії ТОВ «Нова Пошта»;
- здійснити обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

*Об'єкт дослідження* – це корпоративна соціальна відповідальність бізнесу.

*Предмет дослідження* – це відносини, які виникають в процесі формування корпоративної соціальної відповідальності в їх взаємодії зі стейкхолдерами.

*Методи дослідження.* В ході дослідження в кваліфікаційній бакалаврській роботі застосовувалися загальні методи наукового пізнання та дослідження. До них відносяться: аналіз (для оцінки актуальних тенденцій в сфері корпоративної соціальної відповідальності бізнесу), узагальнення (з метою дослідження основних аспектів корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта»), систематизація і групування, статистичне спостереження, математичні методи обробки інформації.

*Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів.*

Теоретична значущість даного дослідження полягає у визначенні пріоритетних напрямів вдосконалення основних аспектів корпоративної соціальної

відповідальності бізнесу. Практична значущість полягає в тому, щоб імплементувати ці пропозиції на прикладі ТОВ «Нова Пошта».

*Інформаційна база дослідження* відображає список праць провідних вітчизняних та зарубіжних спеціалістів у сфері дослідження основних аспектів корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, наукові публікації в наукових фахових виданнях та засобах масової інформації. Статистичну основу кваліфікаційної роботи склали: статистичні дані ООН, Державної служби статистики, фінансова та управлінська звітність ТОВ «Нова Пошта».

*Структура роботи.* Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

## РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

### 1.1. Сутність і значення соціальної відповідальності бізнесу

Соціальна відповідальність бізнесу є важливою складовою сучасного підприємництва. Це поняття відображає здатність та готовність підприємств діяти відповідально перед суспільством та враховувати вплив своїх дій на людей, природу та громадські цінності.

Соціальна відповідальність бізнесу охоплює широкий спектр аспектів. По-перше, вона передбачає створення якісних робочих місць та забезпечення справедливої оплати праці для співробітників. Компанії повинні дотримуватись норм праці, забезпечувати безпечні та здорові умови праці, а також розвивати можливості для професійного зростання своїх працівників.

По-друге, соціально відповідальні підприємства мають бути уважними до впливу своєї діяльності на навколишнє середовище. Вони повинні використовувати енергоефективні технології, раціонально використовувати ресурси, мінімізувати викиди та забруднення. Крім того, підприємства можуть сприяти збереженню природи шляхом підтримки екологічних проєктів та ініціатив.

Третій аспект соціальної відповідальності бізнесу - це сприяння розвитку та підтримка громад. Це означає взаємодію з місцевими спільнотами, підтримку благодійних та соціальних проєктів, спонсорство культурних та спортивних подій, а також участь у вирішенні соціальних проблем, що стоять перед громадою [1, с. 57].

Соціальна відповідальність бізнесу також включає етичний аспект. Компанії мають діяти чесно, відверто та відповідати перед своїми клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Вони повинні дотримуватись високих

стандартів корпоративної етики, бути прозорими у своїй діяльності та взаємодії з громадськістю.

Соціальна відповідальність бізнесу не тільки приносить користь самим підприємствам, але й сприяє створенню стабільного та процвітаючого суспільства. Вона спонукає до створення інноваційних рішень, сприяє розвитку соціального партнерства та забезпечує сталу економічну та соціальну добробут. Тому соціальна відповідальність бізнесу має стати не просто модою, а невід'ємною складовою успішної та стійкої підприємницької діяльності.

У науковій літературі існує розмаїття підходів і трактувань щодо сутності, функцій і завдань соціально відповідальності бізнесу (де), незважаючи на їх актуальність для дослідження. Тому, важливим завданням є вивчення різних підходів вчених до визначення цього поняття. Відповідні підходи представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1. – Групування окремих визначень соціальної відповідальності бізнесу в науковій літературі

# з/п	Автор	Визначення
1	Новікова, Дейч, Панькова, [2, Ст.6].	соціальну відповідальність бізнесу варто розглядати як філософсько-соціологічну категорію, що відображає об'єктивно необхідні відносини між особистістю та суспільством на основі їх взаємних зобов'язань, які реалізуються у свідомій та вольовій поведінці й діяльності
2	Л. С. Селіверстова та Н. В. Лосовська [3, с. 32].	соціальна відповідальність бізнесу є добровільною, а не обов'язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання із добродійним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки
3	Левченко О. П. [4]	відповідальність є соціальною, оскільки у відносинах між людьми та їх групами відповідальність реалізується у міжособистісних відносинах через взаємозв'язок та взаємозалежність. Вона виникла як аспект суспільних відносин, разом з утворенням суспільства, і впродовж всієї історії виступає як один з чинників управління та регуляції поведінки людини у процесі діяльності. Разом із розвитком суспільства і адекватних йому соціальних

		правил і норм та відповідних соціальних, правових, політичних, економічних інститутів, які регулюють поведінку людини, розвивається і поняття соціальної відповідальності
--	--	---

*Продовження таблиці 1.1*

4	Спиридонова Д. Ю. [5]	Даний автор визначає напрями реалізації СВБ, де виділяє екологічну, суспільну, трудову та економічну відповідальності [3, с. 171]. Де економічна розглядається як створення умов для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку корпорації, забезпечення його прибутковості та високого рівня рентабельності. Тут прослідковується також важлива частина економічної складової, так як вона проявляється як в самій основі відповідальності та переваги від реалізації СВБ також можуть бути економічними.
5	Гудзинський С. О. [6]	бачить економічну складову також у вигляді економічної вигоди, яку отримує підприємство. Присутність економічної вигоди, за ним, проглядається в контексті саме отримання конкурентних переваг для суб'єкта реалізації соціальної відповідальності як її кінцевого результату, який, зокрема, полягає у: створенні репутаційного капіталу та зростання заінтересованості інвесторів; доступі до нових джерел фінансування та інвестиційних фондів; доступу до нових ринків збуту; підвищенні вартості нематеріальних активів; опосередкованому зростанні прибутків завдяки покращанню якості управління людськими ресурсами та ефективності

*Джерело: систематизовано автором на основі робіт авторів*

Аналіз теоретичних підходів до поняття «корпоративна соціальна відповідальність» виявляє різноманітність тлумачень і розуміння цього поняття в науковій літературі. Різні автори та дослідники надають власні визначення та тлумачення корпоративної соціальної відповідальності залежно від своїх підходів та поглядів на цю концепцію.

Один з підходів полягає у розгляді корпоративної соціальної відповідальності як обов'язку підприємства перед суспільством, що вимагає врахування соціальних, екологічних та етичних аспектів у своїй діяльності. Цей підхід підкреслює важливість активного внеску підприємства у покращення соціального благополуччя та сталого розвитку.

Інший підхід розглядає корпоративну соціальну відповідальність як стратегічний підхід до управління, який спрямований на досягнення позитивних результатів як для бізнесу, так і для суспільства в цілому. За таким підходом,

підприємство враховує соціальні вимоги та очікування зацікавлених сторін, забезпечуючи взаємовигідний результат для всіх сторін.

Третій підхід розглядає корпоративну соціальну відповідальність як елемент етичності та моралі в бізнесі, де підприємство бере на себе відповідальність за свої дії та вплив на суспільство. Цей підхід акцентує на значущості принципів справедливості, інтегритету та етичності в управлінні підприємством.

Аналіз теоретичних підходів до поняття «корпоративна соціальна відповідальність» допомагає розкрити різні аспекти та погляди на цю концепцію, що веде до більшого розуміння та розвитку практики соціально відповідального бізнесу.

Соціальна відповідальність бізнесу базується на наступних основних постулатах (Рис. 1.1):

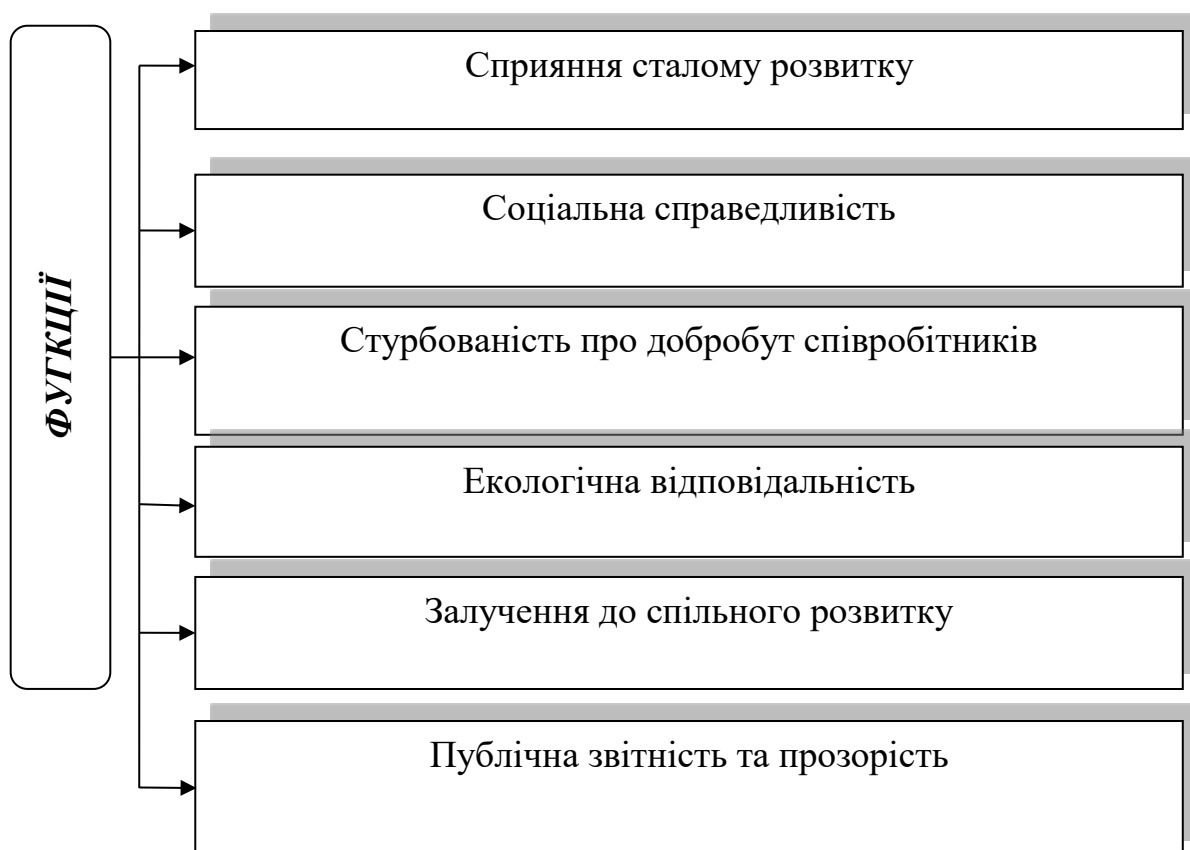


Рисунок 1.1. – Основні постулати соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Детальніше опишемо кожен із них.

**Сприяння сталому розвитку:** Соціально відповідальний бізнес прагне досягти економічного розвитку, забезпечуючи при цьому збалансованість з охороною навколишнього середовища та задоволенням потреб суспільства. Він приділяє увагу довгостроковим наслідкам своїх дій, ставлячи під загрозу майбутні покоління.

**Соціальна справедливість:** Соціально відповідальний бізнес визнає важливість рівного доступу до можливостей та розподілу благ суспільства. Він дотримується етичних принципів, уникнення дискримінації, працює на користь рівних можливостей для всіх членів суспільства.

**Стурбованість про добробут співробітників:** Соціально відповідальний бізнес прагне створити сприятливі умови для своїх співробітників. Це включає чесну оплату праці, безпечні та здорові робочі умови, можливості професійного розвитку та підтримку балансу між роботою та особистим життям.

**Екологічна відповідальність:** Соціально відповідальний бізнес враховує вплив своїх дій на навколишнє середовище. Він працює на зменшення негативного впливу на природу, застосовуючи екологічно чисті технології, раціональне використання ресурсів та захист біорізноманіття.

**Залучення до спільного розвитку:** Соціально відповідальний бізнес співпрацює зі спільнотами та громадськими організаціями з метою вирішення соціальних проблем та сприяння розвитку спільної доброти. Він враховує думку та потреби зацікавлених сторін, діє у партнерстві з ними.

**Публічна звітність та прозорість:** Соціально відповідальний бізнес демонструє прозорість своїх дій та результатів. Він публікує інформацію про свою соціальну відповідальність, включаючи свої цілі, політику, досягнення та виклики, що стоять перед ним. Він взаємодіє зі зацікавленими сторонами та відкритий до діалогу [7].

Ці постулати визначають основні принципи соціально відповідального бізнесу, які спрямовані на досягнення гармонії між економічними цілями, соціальною справедливістю та охороною навколишнього середовища.

Важливим аспектом дослідження соціальної відповідальності є також виокремлення чинників, що впливають на формування соціальної відповідальності в бізнес-структурах (Рис. 1.2.)

Група чинників дії впливає на соціальну відповідальність підприємств через податкову систему, структуру державного управління на національному та місцевому рівнях, застосування державних доплат, субсидій, спеціальних соціальних фондів, а також через волонтерську діяльність та інші заходи. Досвід успішних економік свідчить, що створення ефективних податкових систем, систем державних субсидій та спеціальних соціальних фондів дозволяє зробити соціальну відповідальність необхідною складовою сучасного функціонування підприємств. Це сприяє гармонійному поєднанню соціальної відповідальності з виробничо-господарською діяльністю підприємства, що робить їх взаємопов'язаними та взаємовигідними.

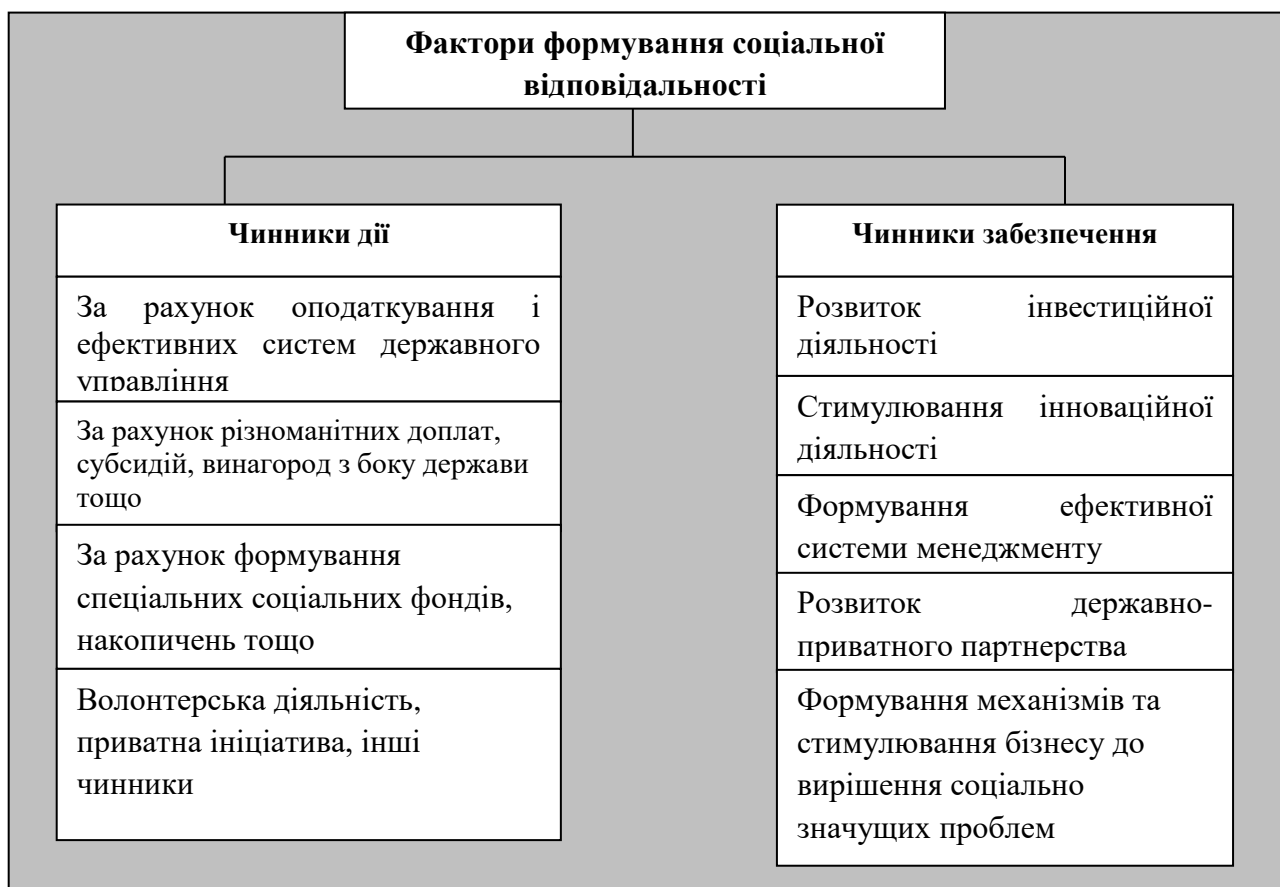


Рисунок 1.2. – Чинники формування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: побудовано автором на основі [8].

Фактори, що сприяють соціальній відповідальності, базуються на стимулюванні інвестиційної діяльності, яка є основою для впровадження інновацій. Це, в свою чергу, призводить до додаткових фінансових надходжень та створення міцної фінансово-економічної бази для розвитку систем соціальної відповідальності. Важливе значення має вдосконалення систем управління підприємствами, формування механізмів мотивації для залучення до соціальної відповідальності, побудова організаційної структури підприємства та оптимізація функцій управління. Особливу роль в гарантуванні соціальної відповідальності відіграє державно-приватне партнерство, що сприяє залученню додаткових ресурсів не лише для виробничо-господарської діяльності, але й для стимулювання соціальної відповідальності.

Кількість компаній, що практикують соціальну відповідальність та здійснюють витрати на соціальні ініціативи та зміни, активно залежить від цих факторів. Крім того, фінансово-економічний аспект соціальної відповідальності є так само важливим, оскільки виконання дій, пов'язаних із соціальною відповідальністю бізнесу, вимагає значних ресурсів. На рисунку 1.3 показано один з можливих варіантів цього процесу.

Забезпечення фінансово-економічної сторони соціальної відповідальності вимагає розгляду різних чинників. Пошук джерел фінансування соціальних проектів на підприємстві є першим кроком у реалізації фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності. Механізми такого інвестування мають спрямовуватися на розвиток та впровадження інновацій, включаючи, серед іншого, використання ресурсозберігаючих технологій, які потенційно зменшують витрати підприємства та економлять ресурси.

Забезпечення високого рівня соціальної відповідальності включає створення спеціальних соціальних фондів, а також активізацію волонтерської діяльності та підтримку різноманітних соціальних потреб. В свою чергу, організація державно-приватного партнерства або використання краудфандингу можуть бути іншими варіантами фінансово-економічного забезпечення корпоративної соціальної

відповідальності. В цьому випадку приватні кошти спрямовуються на створення спеціальних фондів [11].

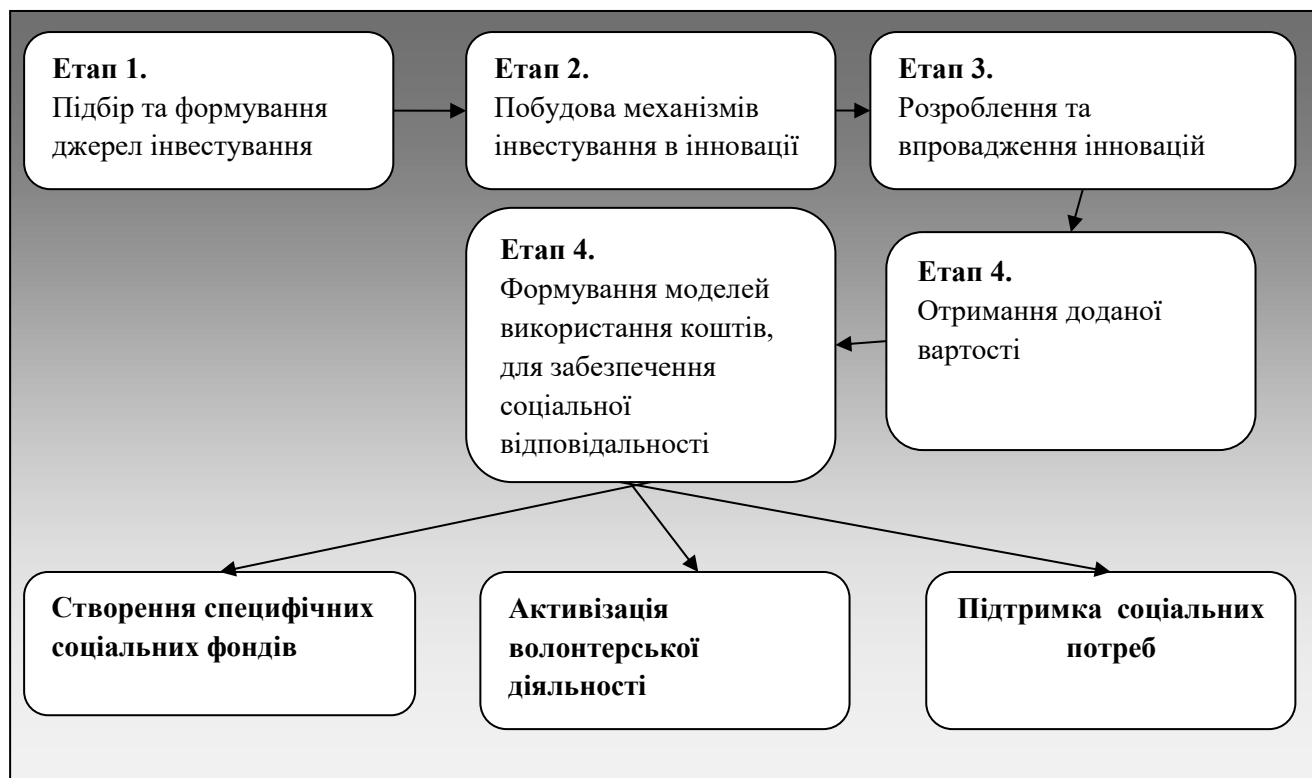


Рисунок 1.3. – Фінансово-економічне забезпечення корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: побудовано автором на основі [9]

Хоча деякі компанії вважають, що соціальна відповідальність призводить лише до додаткових витрат, насправді практика показує, що вона покращує результати компанії, оскільки залучає інвестиції у проекти. Крім того, вже зараз очевидно, що клієнти часто готові платити більше за продукцію від соціально відповідального бренда. Тому соціальна відповідальність також може допомогти залучити та утримати співробітників. Підприємства, які проявляють соціальну відповідальність, можуть бути надзвичайно привабливими для інвесторів.

Як висновок відзначимо, що соціальна відповідальність визначається як добровільне виконання підприємством своїх зобов'язань перед суспільством, навколишнім середовищем та стейкхолдерами, виходячи за рамки законодавства та економічних очікувань. Вона включає в себе не лише фінансовий успіх, але й враховує соціальні, екологічні та етичні аспекти діяльності підприємства.

Значення соціальної відповідальності для бізнесу полягає в кількох аспектах. По-перше, це покращення репутації підприємства та встановлення позитивного сприйняття серед споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. По-друге, соціальна відповідальність сприяє сталому розвитку. За допомогою прийняття соціально відповідальних практик, підприємства можуть зменшити свій вплив на навколишнє середовище, зберегти ресурси, зменшити викиди забруднюючих речовин та сприяти екологічній ефективності. По-третє, соціальна відповідальність сприяє підвищенню співробітництва зі стейкхолдерами.

## **1.2. Діалог зі стейкхолдерами як пріоритетний напрям розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу**

Будь-яка організація, незалежно від своєї складності, є відкритою та динамічною соціально-економічною системою, яка взаємодіє з зовнішнім оточенням. Вплив зовнішнього середовища змушує організацію змінюватись, а в свою чергу, організація впливає на нього, безпосередньо або опосередковано. Зовнішнє середовище охоплює різні чинники, такі як політичні, географічні, демографічні, екологічні, економічні, правові, соціальні, науково-технологічні та інші. У цьому середовищі знаходяться клієнти організації, постачальники, різні інституції та владні органи на різних рівнях, а також громада та суспільство загалом. Саме тому соціально відповідальна діяльність організації не обмежується внутрішнім середовищем, а також орієнтована на відповідь на вимоги сучасності або власну ініціативу. Цю відповідь можна реалізувати шляхом різноманітних дій (Рис.1.4.).

Відповідно до дій стейкхолдерів, здійснюються різноманітні дії, які подані на рисунку вище. При цьому вибір, поєднання та значення цих дій визначаються важливістю конкретних груп, взаємними інтересами та силою впливу. Залежно від того, яка впливаюча сторона має більший вплив на діяльність організації, зовнішнє середовище можна поділити на ближнє та дальнє.

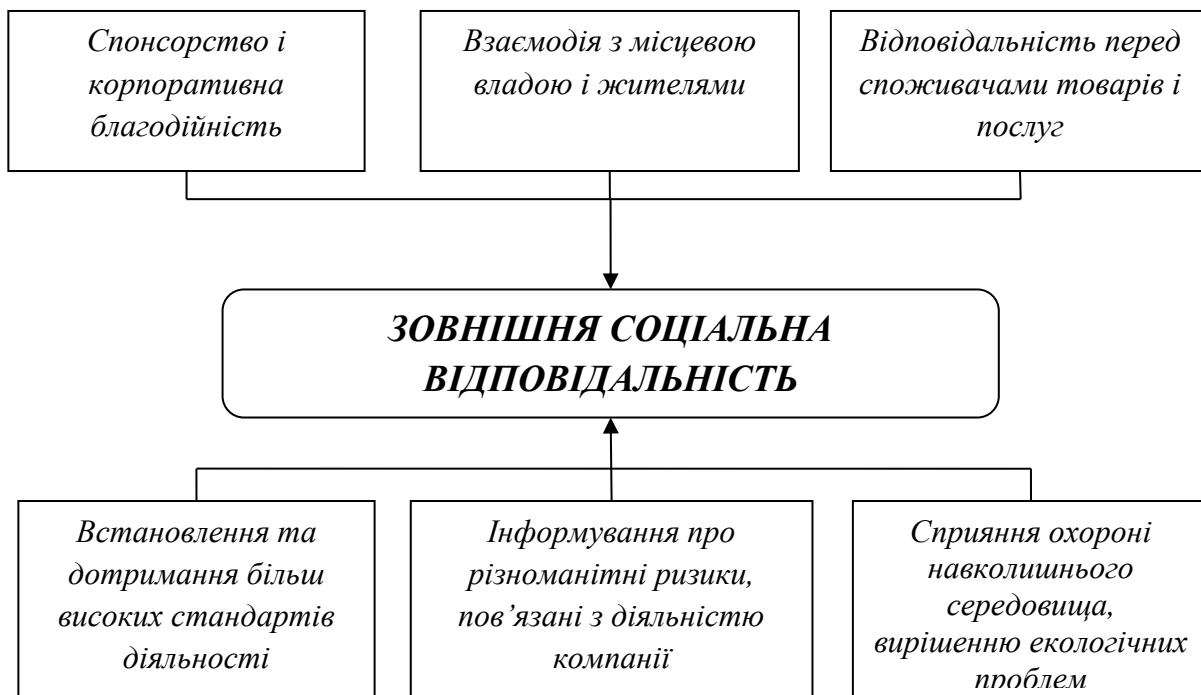


Рисунок 1.4. – Напрями реалізації зовнішньої соціальної відповідальності

Джерело: побудовано автором на основі [11]

Згідно з стандартом AA1000SES [12], стейкхолдери є групою, яка має здатність впливати на діяльність організації або відчувати вплив від неї, її продукції, послуг та пов'язаних з цим дій. Важливо відзначити, що стейкхолдерами не є просто ті, хто знаходиться у знайомстві з організацією або має свою думку про неї. Згідно зі стандартом ISO 26000, стейкхолдерами вважаються особи або групи осіб, які мають інтереси щодо рішень або діяльності організації [13].

Ми будемо розглядати стейкхолдерів, які включають фізичних та юридичних осіб, зацікавлених у розвитку підприємства та здатних впливати на його розвиток. Ці зовнішні партнери (контактні аудиторії, стейкхолдери) включають партнерів, власників та співвласників підприємства, акціонерів, засоби масової інформації, органи місцевого самоврядування, профспілкові організації тощо, які мають інтерес до успішного розвитку підприємства, а також його клієнтів та постачальників. Також варто зауважити, що стейкхолдери можуть бути як зовнішніми, так і внутрішніми, наприклад, колектив підприємства або

об'єднання працівників. Тому зацікавлені сторони є ширшим поняттям, ніж просто зовнішні контрагенти, і можуть бути поділені на внутрішні та зовнішні.

Діалог зі стейкхолдерами - це набір заходів, які компанія вживає для створення можливості діалогу між нею та однією або кількома заінтересованими сторонами. Метою цього діалогу є надання компанії інформаційної основи для прийняття рішень. По суті, це означає залучення стейкхолдерів до планування процесів та розробки політик підприємства. Форми діалогу можуть бути різними, наприклад: особисті зустрічі з заінтересованою стороною, робота в робочих групах для спільного вирішення питань, проведення круглих столів та налагодження комунікації. Дуже часто такі діалоги відбуваються під час великих конференцій. Окрему форму діалогу в Україні встановлено законодавством, яке передбачає проведення консультацій з громадськістю при формуванні державної політики або плануванні проекту, який може мати значний вплив на навколишнє середовище.

Діалог зі стейкхолдерами є пріоритетним напрямом розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу. Взаємодія та співпраця зі зацікавленими сторонами, такими як споживачі, працівники, постачальники, громадські організації, активісти та інші зацікавлені групи, стають ключовими елементами успішної соціально-відповідальної практики бізнесу.

Механізм діалогу зі стейкхолдерами в сегменті корпоративної відповідальності бізнесу передбачає ряд кроків і заходів для ефективного взаємодії з цими заінтересованими сторонами. Ось кілька кроків, що можуть бути використані для побудови такого механізму (Рис. 1.5):

Детальніше розглянемо кожен із етапів.

1. Ідентифікація стейкхолдерів: Ретельний аналіз та визначення різних груп стейкхолдерів, які можуть бути зацікавлені в діяльності вашої компанії. Це можуть бути клієнти, постачальники, співробітники, громадські організації, акціонери та інші.

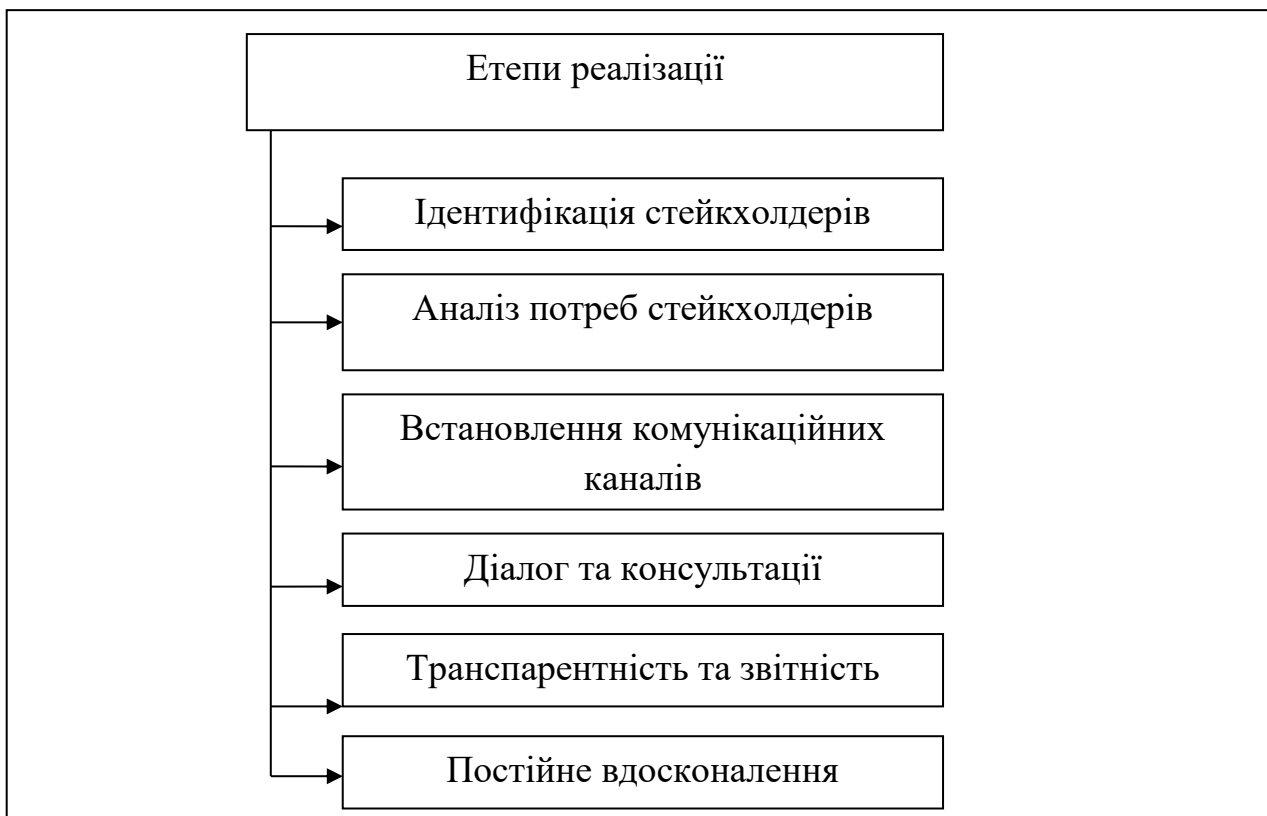


Рисунок 1.5. – Етапи реалізації діалогу зі стейкхолдерами в процесі побудови корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: побудовано автором на основі [14]

2. Аналіз потреб стейкхолдерів: Необхідно вивчати потреби, очікування та побажання кожної групи стейкхолдерів. Слід розглянути, як компанія може відповісти на ці потреби та врахувати їх у своїх стратегіях та рішеннях.

3. Встановлення комунікаційних каналів: Створення ефективних комунікаційних каналів, які дозволять взаємодіяти зі стейкхолдерами. Це може включати регулярні наради, форуми, онлайн-платформи, електронну пошту, соціальні медіа тощо. Забезпечте відкритість, доступність та двосторонню комунікацію.

4. Діалог та консультації: Запровадження процесів діалогу та консультацій зі стейкхолдерами для обміну ідеями, думками та відгуками. Це можуть бути зустрічі, круглі столи, консультації з експертами, опитування тощо.

5. **Транспарентність та звітність:** Тут слід забезпечити належний рівень прозорості та звітності щодо своїх дій перед стейкхолдерами. Слід публікувати інформацію про вплив компанії на різні сторони, включаючи соціальні, екологічні та економічні аспекти. Звіти про сталість та соціальну відповідальність можуть бути використані для цих цілей.

6. **Постійне вдосконалення:** Слід забезпечувати належній зворотний зв'язок зі стейкхолдерами. Слід удосконалювати власні стратегії та діяльність, враховуючи мінливі потреби та очікування [15].

Цей механізм діалогу зі стейкхолдерами допоможе компанії забезпечити ефективну взаємодію та співпрацю з різними зацікавленими сторонами, що сприятиме покращенню корпоративної відповідальності та досягненню сталого розвитку.

Діалог зі стейкхолдерами дозволяє бізнесу враховувати різноманітність потреб та очікувань різних груп людей і знаходити рішення, які враховують інтереси всіх сторін. Це сприяє покращенню взаєморозуміння, забезпеченню легітимності дій бізнесу та створенню взаємовигідних партнерств. Діалог такого роду може здійснюватися через різні механізми, такі як публічні консультації, обговорення громадських ініціатив, регулярні зустрічі та конференції, спільні проекти та багато інших. Цей діалог допомагає бізнесу зрозуміти потреби споживачів, отримати фідбек щодо своєї діяльності та виявити можливості для покращення.

Окремо слід відзначити особливості взаємодії зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів в межах корпоративної соціальної відповідальності. Взаємодія зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів в межах корпоративної відповідальності є важливим аспектом управління сучасними підприємствами. Зовнішні стейкхолдери включають клієнтів, постачальників, урядові органи, громадські організації та інші зацікавлені сторони, які мають прямий або опосередкований вплив на діяльність компанії. Внутрішні стейкхолдери, у свою чергу, включають акціонерів, керівництво, працівників та інші особи, які безпосередньо пов'язані з організацією.

Одна з основних особливостей взаємодії зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів полягає в розумінні їхніх різних потреб і очікувань. Зовнішні стейкхолдери можуть мати інтерес до якості продукту, сталого розвитку, етичної поведінки компанії та інших аспектів, які впливають на суспільство. Внутрішні стейкхолдери, з свого боку, можуть мати очікування щодо заробітної плати, умов праці, розвитку кар'єри та інших аспектів, які впливають на їхнє самопочуття та задоволеність роботою.

Іншою важливою особливістю взаємодії стейкхолдерів є потреба у взаєморозумінні та діалозі. Компанія повинна активно спілкуватися зі стейкхолдерами, слухати їхні погляди та пропозиції, а також чітко комунікувати свої цілі та стратегії. Це допомагає зберегти довіру та підтримку з боку стейкхолдерів, сприяє розвитку партнерських відносин і спільним досягненням цілей.

Крім того, важливо враховувати різні потреби та інтереси стейкхолдерів при прийнятті рішень. Корпоративна відповідальність вимагає збалансованого підходу, що враховує як фінансові та економічні аспекти, так і соціальні та екологічні вимоги. Це може означати зміни в бізнес-моделі, впровадження стандартів сталого розвитку, підтримку спільнот та багато іншого.

Усі ці особливості взаємодії зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів в межах корпоративної відповідальності вимагають постійної уваги та розвитку. Підприємства, які успішно враховують і взаємодіють зі своїми стейкхолдерами, мають більше можливостей для стабільного розвитку, зміцнення репутації та досягнення довгострокового успіху [15, 16].

Кодекс кращих практик залучення громадськості до процесів прийняття рішень Ради Європи детально розкриває ієрархію залучення стейкхолдерів. Він визначає чотири рівні участі.

Перший рівень - надання інформації, забезпечення доступу до важливої та точної інформації, проведення досліджень та кампаній з підвищення поінформованості.

Другий рівень - консультація для збору інформації про інтереси та пропозиції партнерів.

Третій рівень - проведення слухань та публічних форумів з участю заінтересованих сторін.

Четвертий рівень - створення робочої групи або комітету для консультування з політичних пріоритетів. Компанія повинна визначити своїх стейкхолдерів, розробити план їх залучення та встановити форми взаємодії. Регулярне звітування про результати цього залучення є обов'язковим. Залучені стейкхолдери повинні розуміти, як звертатися до компанії та конкретних осіб у ній. [16].

Прийняття рішень на основі діалогу зі стейкхолдерами сприяє більшій прозорості, відкритості та відповідальності бізнесу. Врахування думки та потреб зацікавлених сторін допомагає уникнути конфліктів, забезпечити сталість бізнесу та покращити його репутацію.

Важливо відзначити, що діалог зі стейкхолдерами повинен бути взаємовигідним та включати всі сторони, а не бути просто формальною консультацією. Він має спиратися на принципи відкритості, довіри, поваги та взаємодії, що дозволяють створити конструктивне середовище для співпраці та досягнення спільних цілей.

Таким чином, діалог зі стейкхолдерами стає важливим інструментом для підприємств, які прагнуть розвивати соціальну відповідальність. Він допомагає забезпечити узгодженість між бізнесом та суспільством, сприяє сталому розвитку та впровадженню позитивних змін у суспільстві. Здійснення діалогу зі стейкхолдерами визнано як один з пріоритетних напрямів розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу. Відкритий та систематичний діалог сприяє залученню різноманітних груп зацікавлених сторін до процесу прийняття рішень, сприяє встановленню взаєморозуміння та співпраці між підприємством та його стейкхолдерами. Діалог зі стейкхолдерами відображає важливість врахування потреб та очікувань різних груп, таких як споживачі, співробітники, інвестори, громадські організації та інші зацікавлені сторони. Це дозволяє бізнесу отримати

ретельне розуміння соціальних викликів та впливу своїх дій на стейкхолдерів. Процес діалогу може включати консультації, обговорення, співпрацю та залучення стейкхолдерів до прийняття рішень та впровадження соціально-відповідальних практик. Це сприяє створенню стійких взаємовигідних відносин, підвищенню довіри та підтримці з боку різних груп зацікавлених сторін.

### **1.3.Методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик компаній**

Існує кілька підходів до оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Ось декілька з них:

1. **Фінансовий підхід:** Цей підхід зосереджений на фінансових показниках та вимірюванні економічного впливу корпоративної соціальної відповідальності. Він включає оцінку витрат і вигод, пов'язаних зі сталістю, екологічною відповідальністю, соціальними програмами тощо. Наприклад, оцінка впливу на прибутковість, зниження витрат, покращення репутації та маркетингові переваги.
2. **Стандарти та сертифікація:** Багато організацій розробляють стандарти та сертифікаційні системи, які допомагають виміряти та оцінити рівень впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, стандарти ISO 26000, GRI (Global Reporting Initiative) або сертифікація B Corp [17].
3. **Звітність та оцінка показників:** Цей підхід передбачає вимірювання та оцінку конкретних показників корпоративної соціальної відповідальності. Це можуть бути соціальні, екологічні та економічні показники, такі як кількість впроваджених соціальних програм, зниження викидів, участь у проектах спільноти, рівень задоволеності співробітників тощо.

4. Соціальні дослідження та опитування: Цей підхід включає проведення соціальних досліджень та опитувань серед зацікавлених сторін для вимірювання сприйняття та ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Це допомагає оцінити рівень задоволеності, довіри та сприйняття компанії у суспільстві.
5. Взаємодія з зацікавленими сторонами: Цей підхід передбачає активну взаємодію зі стейкхолдерами та отримання їх зворотного зв'язку та рекомендацій. Вимірювання ефективності здійснюється шляхом оцінки сприйняття та задоволеності стейкхолдерів відносно корпоративної соціальної відповідальності [18].

Важливо враховувати, що кожен підхід має свої переваги та обмеження. Часто використовується комбінація декількох підходів для отримання комплексної оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

При оцінці діяльності підприємств звертається увага на їхні бізнес-процеси, пов'язані з політикою соціальної відповідальності, що мають комплексний вплив на навколишнє середовище та суспільство. У міжнародній практиці широко використовуються методики індексування для оцінки соціальної відповідальності підприємств, які наведені в таблиці 1.2.

Оптимальне оцінювання ефективності соціальної діяльності часто досягається шляхом поєднання кількісного та якісного аналізу. Використання якісних методів дозволяє врахувати інтереси та потреби соціальних груп, позиції всіх зацікавлених сторін і їхні пріоритети, а також допомагає зрозуміти економічний, політичний та соціальний контекст соціальної відповідальності. Оцінка будь-якого об'єкту або напряму соціальної відповідальності підприємства за допомогою будь-якого методу вимагає використання системи показників. Існують часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники оцінки соціальної відповідальності підприємства.

Таблиця 1.2. – Індексні методики оцінки соціальної відповідальності бізнесу

Індексний показник	Часткові показники
Індекс Domini Social Investment (DSI 400)	оцінюються соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств
Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	критеріями оцінки виступають показники корпоративного управління, соціальна активність, екологічна діяльність
Індекс FTSE4Good	фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства, права людини
Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index)	оцінюється благодійність, взаємини з основними партнерами
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)	аналіз соціальної інклюзії підприємства

Джерело: [19,20]

Для виявлення чинників, що гальмують реалізацію соціальної відповідальності підприємств та визначення умов і перспектив її активізації, рекомендується науково-методичний підхід до оцінювання соціальної відповідальності, що базується на наступних принципах: врахування як внутрішніх, так і зовнішніх проявів соціальної відповідальності підприємства; аналіз як фінансової звітності підприємства, так і соціальних інвестицій; обмеження кількості використовуваних показників (що сприяє практичній реалізації методичного підходу). Для оцінювання внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності підприємств розроблено критерії та показники їх оцінки.

З урахуванням міжнародного досвіду використання кількісних методів вимірювання ефективності соціальних інвестицій та потреби у доповненні їх показниками оцінки зовнішнього середовища, запропоновано наступні цілі оцінки:

1. Оцінку ефективності витрачання соціальних і інтелектуальних ресурсів.
2. Оцінку ефективності соціальних інвестицій компанії/підприємства.

3. Оцінку конкурентоспроможності компанії/підприємства.
4. Відповідний рівень впливу соціальних інвестицій на результати.

При оцінці рівня соціальної відповідальності компанії або підприємства важливо враховувати такі загальні критерії ефективності:

1. Результативність: співвідношення досягнутих результатів до поставленої мети, наприклад, зменшення заборгованості перед бюджетом або іншими зацікавленими сторонами.

2. Економічність: співвідношення результатів до затрат ресурсів (матеріальних та нематеріальних), тобто досягнення результату з меншими витратами.

3. Релевантність: відповідність цілей до реальних соціальних проблем, тобто вирішення конкретних соціальних проблем персоналу, територіальної громади та зацікавлених сторін.

4. Ефективність управління: співвідношення результатів діяльності (доходу або чистого прибутку) до витрат на управління, збут та персонал, яке відображає ефективність управління підприємством на основі фінансової звітності

Для швидкого аналізу КСВ та порівняльного аналізу в межах галузі чи території рекомендується використовувати кількісні методи, які базуються на вивченні показників господарської діяльності підприємства. Кількісні методи оцінки більш підходять для встановлення причинно-наслідкових залежностей, використовуючи показники результатів діяльності. При виборі показників для вимірювання рівня соціальної відповідальності підприємства рекомендується скористатися переліком, який приведений у таблиці 1.3.

Запропонована методика оцінювання ефективності соціальної відповідальності передбачає послідовність таких кроків: визначення цілей оцінювання, ідентифікація об'єктів оцінювання, обґрунтування критеріїв оцінювання, визначення набору показників оцінювання, вибір методів розрахунку показників та обчислення кількісних значень критеріїв, тобто показників, що відповідають різним критеріям.

Таблиця 1.3. – Індексні методики оцінки соціальної відповідальності бізнесу

Показники вимірювання внутрішнього середовища	Показники вимірювання зовнішнього середовища
Індекс питомих соціальних інвестицій (ІІ) (в грошових одиницях): $II = CI / LI$ , де CI- осяг соціального інвестування; LI - середньоспискова чисельність працівників.	Комплексний індекс КІ: $KI = (VP + CI + SB) / PV$ , де VP - виплачені податки; CI - інвестиції в людський капітал; SB - соціальні видатки; PV - витрати виробничого призначення
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів (IS), що вимірюється в відсотках: $IS = CI / S$ , де S це обсяг продажу.	Індикатор перспективного розвитку: $IPR = (CI + SB) / PR$ , де PR – чистий прибуток.
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі прибутків (IP), що вимірюється в відсотках: $IP = CI / PR$	Індикатор соціальних видатків: $ICV = SB / PR$

Джерело: [22]

В цілому, здійснений аналіз дозволяє нам виокремити основні методичні підходи, стосовно показників оцінювання корпоративної соціально відповідальності бізнесу. Було виявлено, що оцінювання ефективності цих практик є складним завданням, оскільки вони охоплюють різноманітні аспекти соціальної відповідальності та мають комплексний вплив на різні сторони бізнесу. У міжнародній практиці використовуються різні методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик. Це включає в себе використання індексних методик, що базуються на систематичній оцінці певних показників та критеріїв соціальної відповідальності. Також використовуються методики вимірювання соціального впливу, які дозволяють оцінити конкретні соціальні результати та зміни, спричинені соціально відповідальними діями компаній.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПРАКТИКИ КОМПАНІЇ ТОВ «НОВА ПОШТА»

### 2.1. Організаціо-економічна характеристика ТОВ «Нова Пошта»

ТОВ «Нова Пошта» є одним з найбільших та найуспішніших логістичних операторів в Україні, який надає послуги з доставки та логістики. Компанія займається наданням послуг з експрес-доставки, вантажоперевезення та логістики. Вона пропонує широкий спектр послуг, включаючи доставку вантажів, поштову логістику, сервіси складського зберігання та електронну комерцію. Діяльність цього підприємства залежить від кількох основних економічних аспектів, які допомагають йому функціонувати ефективно та успішно.



Рисунок 2.1. – Основні аспекти діяльності ТОВ «Нова Пошта» на вітчизняному ринку логістичних послуг [23]

Основні економічні аспекти діяльності ТОВ «Нова Пошта» включають попит на послуги доставки, ефективну логістику, інвестиції в технології та інновації, а також управління персоналом. Ці аспекти допомагають компанії забезпечити якісну та швидку доставку товарів своїм клієнтам, підтримуючи своє високе становище на ринку логістичних послуг в Україні.

«Нова Пошта» має розгалужену мережу пунктів прийому та видачі вантажів, яка охоплює практично всі регіони України. Компанія активно розширює свою присутність і встановлює нові відділення, щоб забезпечити зручний доступ до своїх послуг для клієнтів. Окрім цього, компанія доволі активно використовує сучасні технології та інновації в своїй діяльності. Це включає використання онлайн-систем для відстеження вантажів, розробку мобільних додатків для зручності клієнтів, впровадження електронних платежів та інші технологічні рішення.

«Нова Пошта» обслуговує широкий спектр клієнтів, включаючи фізичних осіб, підприємства, електронні магазини та інші бізнеси. Компанія надає індивідуальні та корпоративні рішення з доставки та логістики, спрямовані на задоволення потреб клієнтів. ТОВ «Нова Пошта» визначається своєю ефективною мережею, використанням сучасних технологій та наданням широкого спектру послуг з доставки та логістики. Ця компанія є одним з ключових гравців в галузі та продовжує забезпечувати якісне обслуговування своїх клієнтів.

Україна має найбільш доступну мережу обслуговування для клієнтів, що включає 9300 відділень по всій країні та 14000 поштоматів. Навіть при повномасштабній війні в 2022 році компанія здійснила 315 мільйонів відправлень. 30 грудня 2022 року Нова пошта встановила новий рекорд, відправивши 1,9 мільйона посилок за добу.

У Групі присутні як українські, так і зарубіжні компанії, зокрема «Нова Пошта», «НП Логістик», «NovaPay» і «Нова Пошта Глобал». Лідером на ринку логістики є Нова пошта, яка забезпечує зручну доставку для кожного клієнта, незалежно від того, чи це відділення, поштомат чи вказана адреса. Крім того,

компанія надає можливості для тисяч підприємців розвивати свій бізнес не лише в Україні, а й за її межами.

NovaPay є фінансовою установою, яка розвиває свою власну міжнародну платіжну систему і надає фінансові послуги як клієнтам Нової пошти, так і бізнесу. У 2021 році NovaPay стала першою приватною небанківською фінансовою установою, яка стала повноправним учасником міжнародних платіжних систем, таких як Visa та MasterCard. Компанія також має сертифікат відповідності стандарту безпеки даних індустрії платіжних карт PCI DSS, що гарантує надійний захист банківських даних користувачів під час здійснення платежів через систему NovaPay. За даними Національного банку України, NovaPay є лідером серед небанківських систем переказу коштів в Україні [23].

Nova Global, з свого боку, пропонує логістичні рішення в глобальній доставці, щоб допомагати українцям та бізнесу доставляти товари по всьому світу. Один з їх найпопулярніших продуктів - сервіс NP Shopping. Цей сервіс дозволяє українцям здійснювати покупки в інтернет-магазинах Європи та США, які не надають прямої доставки до України. Товари доставляються до відділень Нової пошти, поштоматів або безпосередньо на адресу замовника.

У 2021 році було створено авіакомпанію Supernova Airlines з метою забезпечення швидкої доставки клієнтам компанії з будь-якої точки світу. Перші польоти літаків АН-26 за маршрутами Рига-Жешув та Рига-Кишинів заплановані на травень 2023 року.

Nova Post Moldova є лідером ринку експрес-доставки в Молдові серед приватних компаній. Вони забезпечують доставку в будь-яку точку країни на наступний день. Компанія має 19 власних відділень та 200 поштоматів. У 2022 році Nova Post Moldova доставила 600 тисяч посилок і вантажів, що становить 40% більше, ніж попереднього року.

У жовтні 2022 року компанія розширила свою присутність на ринку Шенгенської зони шляхом запуску Nova Post Polska в Польщі. За шість місяців роботи компанія відкрила 30 відділень в 18 польських містах, а також два

сортувальні термінали у Варшаві та поблизу Жешува (м. Глогув Малопольський) [23].

Для того, щоб довести динамічність розвитку досліджуваної компанії, здійснимо аналіз її основних господарсько-економічних показників. І розпочнемо ми з кількості відділень (Рис. 2.2).

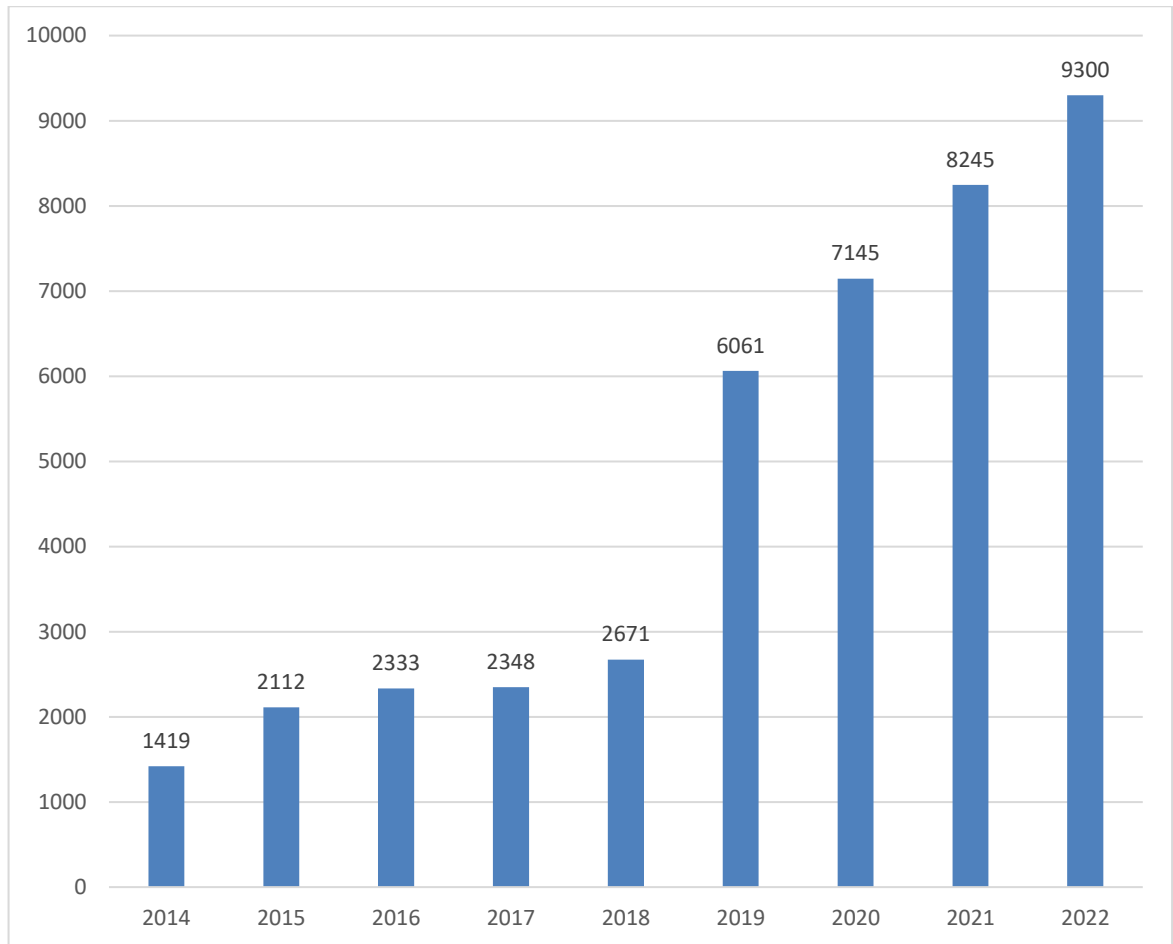


Рисунок 2.2. – Кількість відділень ТОВ «Нова Пошта» за період 2014-2022 рр., од.

Джерело: побудовано автором на основі [23]

З рисунку 2.2 видно, що протягом періоду 2014-2022 рр., ТОВ «Нова Пошта» демонструє швидкий темп росту та розширення своєї мережі відділень. Компанія активно розбудовує свою присутність в Україні, відкриваючи нові відділення у різних містах та населених пунктах країни. Крім того, вона розширює свою діяльність за кордоном, що сприяє збільшенню міжнародного

присутності компанії. В цілому ж, за ці 9 років, кількість відділень компанії зросла більш ніж в 5 разів.

Структура організації ТОВ "Нова Пошта" є дуже розгалуженою (Додаток А). Кожний підрозділ є незалежним, але водночас пов'язаним з іншими підрозділами в організаційній системі компанії. Результати роботи кожного адміністративного підрозділу оцінюються за показниками, які відображають досягнення його цілей та завдань. Ієрархія та робочі правила встановлюються в кожній підсистемі, охоплюючи всю організацію від верху до низу.

Проаналізуємо роботу основних відділів компанії.

Фінансовий та бухгалтерський відділ ТОВ «Нова Пошта». Цей відділ відповідає за фінансові аспекти компанії, включаючи фінансовий облік, звітність, бюджетування та аналіз фінансових даних. Вони забезпечують точний і своєчасний облік відповідно до вимог законодавства, допомагають у виборі стратегічних напрямків та розвитку компанії.

Бухгалтерія забезпечує досягнення бізнес-результатів, забезпечуючи точний та своєчасний облік відповідно до вимог законодавства. Інформація, яка отримується з бухгалтерського, податкового та оперативного обліку, використовується для прийняття щоденних рішень щодо найбільш прибуткових інвестицій, їх амортизації та фінансового планування.

Відділ логістики. Цей відділ відповідає за організацію та управління логістичними процесами компанії, включаючи складське управління, транспортування та доставку вантажів. Вони відповідають за ефективну роботу логістичної мережі, виконання термінових доставок та оптимізацію логістичних процесів.

ІТ-відділ відіграє важливу роль у розвитку та управлінні інформаційними технологіями компанії. Вони забезпечують безперебійну роботу ІТ-інфраструктури, включаючи мережеве з'єднання, програмне забезпечення та системи безпеки даних. Відділ ІТ допомагає забезпечити ефективну автоматизацію процесів, управління базами даних та інтеграцію інформаційних систем.

Відділ маркетингу та реклами: Цей відділ відповідає за розробку та виконання маркетингових стратегій та кампаній компанії. Вони проводять дослідження ринку, розробляють рекламні матеріали, керують брендом та просувають послуги ТОВ «Нова Пошта» на ринку.

Відділ зв'язків з громадськістю: Цей відділ відповідає за взаємодію з громадськістю, засобами масової інформації та іншими зацікавленими сторонами. Вони керують комунікаційною стратегією компанії, ведуть відносини зі ЗМІ, організовують заходи та заходи корпоративної відповідальності.

Ці відділи спільно працюють, щоб забезпечити ефективну діяльність ТОВ «Нова Пошта» в різних аспектах їхньої діяльності, включаючи фінанси, логістику, технології та маркетинг. Кожен відділ має свої власні функції та відповідальності, але спільно працюють для досягнення загальних цілей компанії.

Відділення мережі філій ТОВ «Нова Пошта» є незалежним структурним підрозділом компанії, яке займається прийомом та відправленням вантажів. Основними завданнями відділів є:

- Прийом, огляд та доставка вантажів замовникам.
- Забезпечення повної та ефективної упаковки для відправлення.
- Прийом заявок на передачу, повернення вантажів, зміну дати доставки та зміну даних одержувача.
- Надання інформації замовникам щодо роботи організації.

Відділ обслуговування клієнтів має на меті виконання запланованих продажів, пошук нових клієнтів та обслуговування існуючих згідно з високими стандартами компанії. Керівники цього відділу особисто зустрічаються з клієнтами, узгоджують комерційні пропозиції, враховують їх потреби, укладають договори та забезпечують задоволення клієнтів.

Важливість цього відділу для компанії є надзвичайно великою, оскільки його частка в перевезеннях становить щонайменше 37% (Рис. 2.3.).

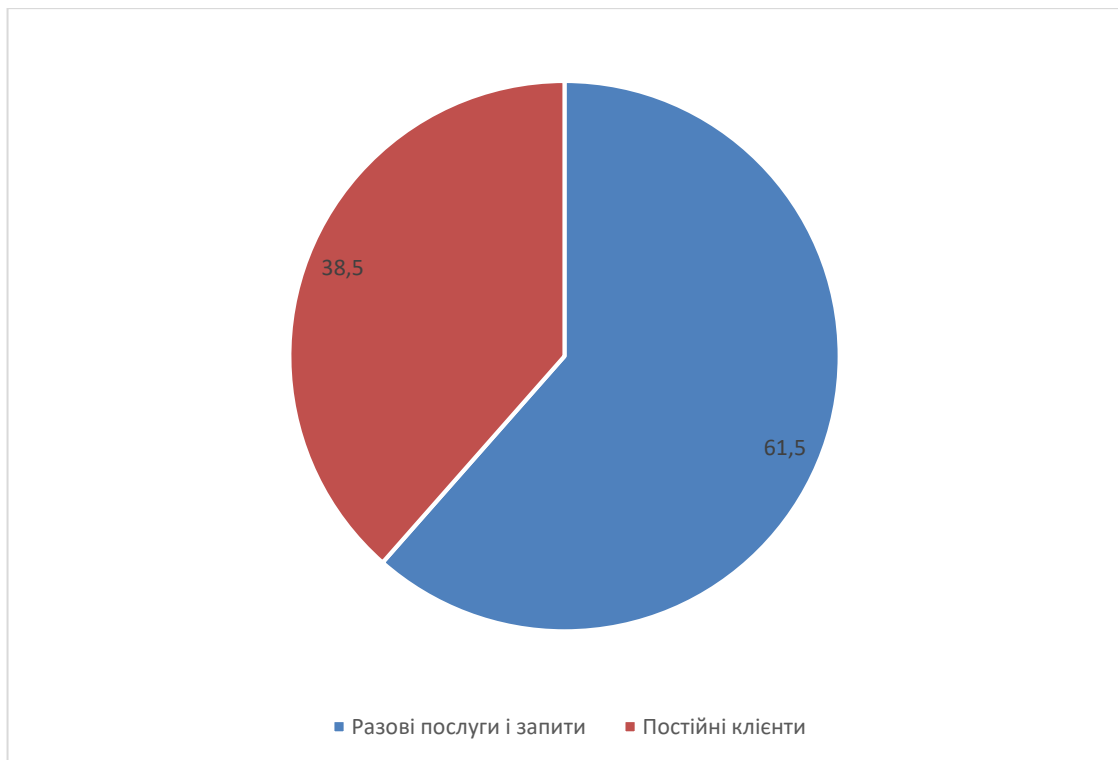


Рисунок 2.3. – Частка клієнтів в загальному обсязі наданих послуг ТОВ «Нова Пошта» за 2021 рік

Джерело: побудовано автором на основі [23]

З рисунку 2.3 видно, що частка постійних клієнтів в загальній структурі є доволі високою і складає за даними 2021 року 38,5%, в той час як на разових клієнтів припадає 61,5%. В таких умовах доволі важливо зберігати постійних клієнтів та надавати їм відповідні преференції.

В цілому відзначимо, що компанія «Нова Пошта» є однією з найнадійніших логістичних компаній в Україні. Завдяки своєму багаторічному досвіду, розгалуженій мережі відділень та поштоMATів, впровадженню сучасних технологій та інновацій, а також зосередженості на безпеці вантажів, «Нова Пошта» забезпечує швидку, надійну та безпечну доставку для своїх клієнтів. Компанія володіє високою репутацією та надійністю, які підтверджуються їхнім прагненням до якісного обслуговування та відповідності міжнародним стандартам безпеки даних і платіжних систем.

Також, проаналізуємо основні аспекти, які стосуються фінансового стану компанії. Розпочнемо ми із дослідження динаміка активів ТОВ «Нова Пошта» в період 2018-2021 років (Рис. 2.4.).

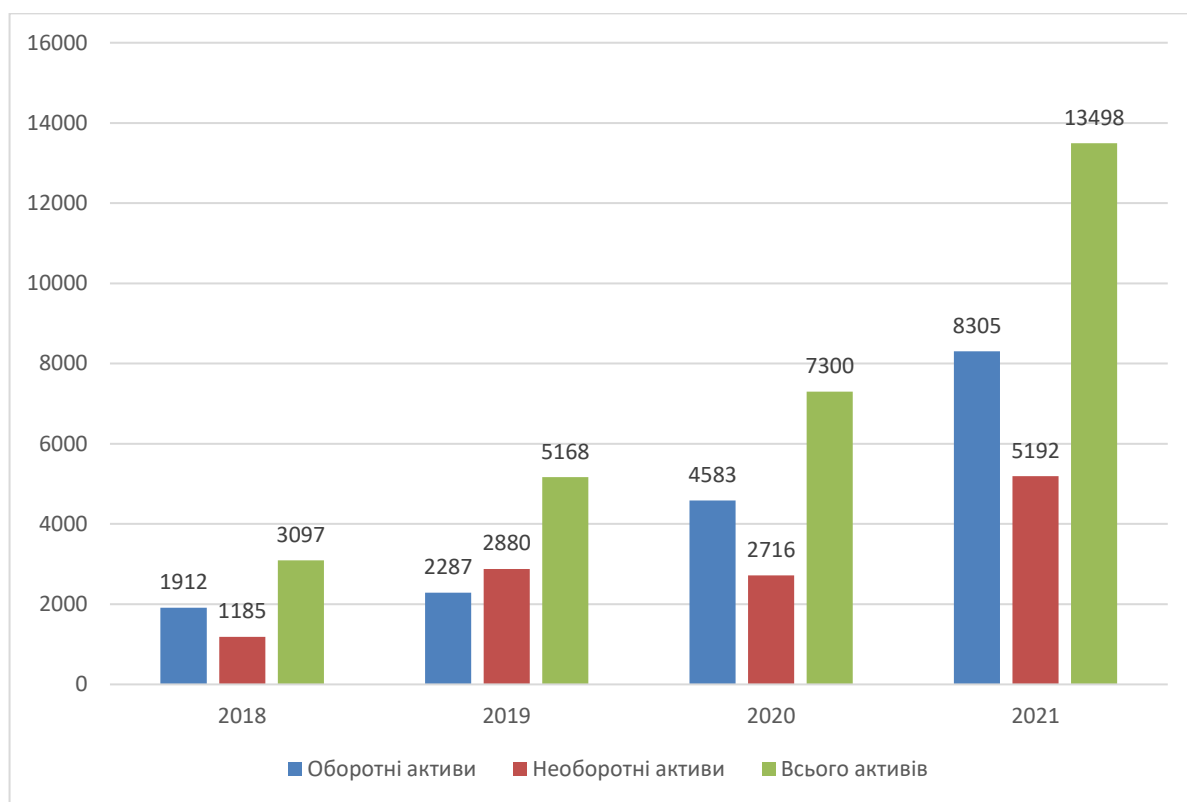


Рисунок 2.4. – Динаміка та структура активів ТОВ «Нова Пошта» за період 2018-2021 рр., млн. грн.

Джерело: побудовано автором на основі [24]

З рисунку 2.4 видно, що протягом досліджуваного періоду обсяги активів ТОВ «Нова Пошта» мали тенденцію до значного зростання, і за 4 роки вони зросли на 10401 млн. грн. або більш ніж на 400%. В структурі активів, більшу питому вагу мають саме оборотні активи, що пов'язано із специфікою діяльності компанії.

Також, слід розглянути динаміку формування прибутку/збитку досліджуваної компанії ТОВ «Нова Пошта» протягом досліджуваного періоду 2018-20201 рр. (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Структура доходів та витрат ТОВ «Нова Пошта» протягом періоду 2018-2021 рр., млн. грн.

Стаття	2018	2019	2020	2021	Відхилення
Чистий дохід від реалізації продукції	10515	13453	16902	20843	10328
Собівартість реалізованої продукції	(8550)	(10504)	(12877)	(16441)	-7891
Адміністративні витрати	(1087)	(1244)	(1469)	(1923)	-836
Витрати на збут	(247)	(337)	(416)	(561)	-314
Інші операційні витрати	(261)	(488)	(768)	(508)	-247
Прибуток до оподаткування	510	868	1090	2794	2284
Податок на прибуток	(58)	(85)	(98)	(194)	-136
Чистий прибуток/збиток	452	782	991	2600	2148

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності компанії [24]

Як видно з даних в таблиці 2.1, протягом досліджуваного періоду в ТОВ «Нова Пошта» зростали показники чистого доходу від реалізації продукції. В цілому це свідчить про те, що компанія доволі гнучко адаптувалася під умови коронавірусної пандемії та змогла примножити власні доходи. В цілому, відзначимо, що чистий дохід від реалізації продукції мав швидші темпи зростання аніж показник собівартості наданих послуг ТОВ «Нова Пошта». Протягом досліджуваного періоду, показник чистого доходу від реалізації послуг ТОВ «Нова Пошта» зріс на 10328 млн. грн. або на 98,22%.

У результаті ефективного управління бізнесом та вигоди від масштабу в операційній діяльності, витрати зростали непропорційно. Для наглядного відображення успіхів компанії, ми можемо побудувати схематичний графік, де

будуть представлений показник чистого прибутку та темпи його зростання за аналогічний період.

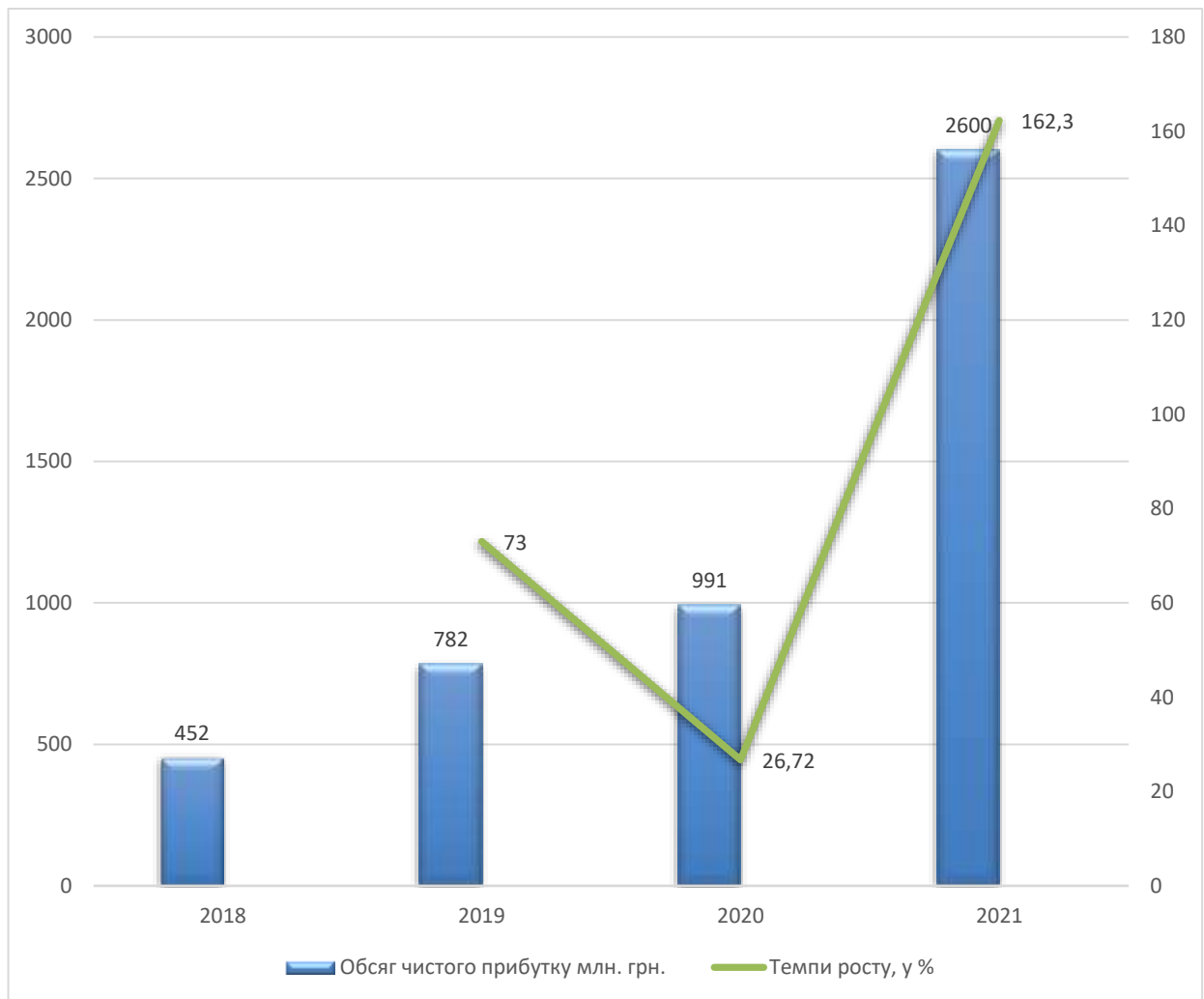


Рисунок 2.5 – Обсяг чистого прибутку ТОВ «Нова Пошта» та темпи його зростання в 2018-2021 рр., млн. грн. та %

Джерело: розроблено автором за даними [24]

З рисунку 2.5 видно, що ТОВ «Нова Пошта» протягом періоду 2018-2021 років отримувала тільки прибутки, які зростали з року в рік. За досліджуваний період, обсяг чистого прибутку зріс на 2148 млн. грн. або на 475%. В цілому, такий тренд однозначно свідчить про ефективність діяльності компанії та її здатності до реагування на зовнішні умови ринку. За рахунок зростання обсяг чистого прибутку компанії, ТОВ «Нова Пошта» може виділяти більше ресурсів на корпоративну соціальну відповідальність в цілому.

Також, слід проаналізувати основні показники рентабельності компанії ТОВ «Нова Пошта» за аналогічний період (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2 – Структура доходів та витрат ТОВ «Нова Пошта» протягом періоду 2018-2021 рр., млн. грн.

Стаття	2018	2019	2020	2021	Відхилення
Коефіцієнт поточної ліквідності	108,8	80,8	78,2	101,6	-7,2
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	11,9	32,5	26,4	16,1	4,2
Коефіцієнт автономії	18,1	24,6	30,0	33,2	15,1
Показник рентабельності активів	18,1	15,1	13,6	19,26	1,16
Показник рентабельності власного капіталу	263,6	160,3	78	57,89	-205,71
Показник рентабельності чистого доходу	4,29	5,81	5,86	12,74	8,45

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності компанії [24]

З даних в таблиці 2.2 видно, що протягом досліджуваного періоду, компанія «Нова Пошта» зберігала нормативні значення стосовно власних показників ліквідності та автономії. Незважаючи на зменшення показника поточної ліквідності, він є більшим аніж нормативне значення. Щодо показників рентабельності, то вони також є доволі високими, а зменшення індикатора рентабельності власного капіталу викликане перш за все зростанням обсягу власного капіталу протягом досліджуваного періоду.

В цілому, здійснений нами аналіз показав основні організаційні та фінансово-економічні характеристики діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта». Дана компанія розвивається доволі динамічно, щороку збільшуючи кількість відділень та поштоMATів по Україні. Основна запорука успіху компанії – це гнучкий менеджмент та здатність адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища. Ефективною є організаційна структура компанії, яка дозволяє кожному підрозділу бути незалежним, але водночас пов'язаним з іншими підрозділами в організаційній системі компанії. Результати роботи кожного адміністративного підрозділу оцінюються за показниками, які відображають досягнення його цілей та завдань. Щодо фінансово-економічних показників, то протягом останніх 4 років компанія стабільно отримує чистий прибуток, а показники рентабельності знаходяться на високому рівні.

## **2.2. Діагностика соціально відповідальної діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта»**

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності досліджуваної компанії «Нова пошта» має на меті використання взаємопов'язаних практик та програм, які інтегровані в наш бізнес-процес і відповідають за нашу поточну та минулу діяльність, а також ураховують вплив наше компанії на зовнішнє середовище. «Нова пошта» у 2016 році прийняла дану стратегію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка є «дорожньою картою» для соціального інвестування. Кожен проект, який реалізує компанія, має пряму взаємозв'язок з нашим баченням розвитку компанії і цінностями нашого бренду.

Підхід Нової Пошти до проектів корпоративної соціально відповідальності полягає в тому, що компанія здійснює соціальні інвестиції, орієнтуючись на соціальний вплив. Основним результатом наших КСВ проектів є внесок компанії

в розв'язання конкретних соціальних проблем, будь то наслідки військових дій або нестача книг у сільських бібліотеках.

Група Нова пошта, згідно з даними ДФС, знаходиться у ТОП-20 найбільших платників податків в Україні. Протягом 2022 року група сплатила 7,1 млрд грн податків і зборів до бюджетів на всіх рівнях, що на 700 млн грн більше, ніж у попередньому довоєнному 2021 році. Крім того, Нова пошта є одним з найбільших роботодавців в Україні, надаючи роботу для 32 000 осіб.

Нова пошта не тільки надає сучасні логістичні послуги, але також виконує свою соціальну відповідальність як корпоративний громадянин країни. Компанія регулярно реалізує соціальні та екологічні проекти, спрямовані на покращення життя українців. Основні напрями корпоративної соціально відповідальності ТОВ «Нова Пошта» подано на наступному рисунку 2.6.



Рисунок 2.6. – Напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта»

Джерело: побудовано автором на основі [25]

Детальніше розглянемо кожен із виділених напрямів.

Підтримка мобілізованих працівників. ТОВ «Нова пошта» надає підтримку своїм співробітникам, які були мобілізовані до лав української армії. Вона

повністю забезпечує їх засобами захисту, медикаментами та мобільним зв'язком для спілкування з рідними. За останні два роки на допомогу цим співробітникам було виділено понад 2,5 мільйона гривень.

Протягом цього періоду близько 150 працівників компанії були призвані на військову службу під час мобілізації, а ще понад 50 осіб перебувають на строковій військовій службі. Серед них вантажники, працівники приймальних відділень, оператори контактного центру та керівники підрозділів компанії. «Нова пошта» забезпечила їх бронежилетами та касками найвищого рівня захисту, а також польовими аптечками з необхідними медикаментами. Співробітники «Нової пошти», які залишаються на роботі, також долучаються до збору коштів на підтримку мобілізованих та постраждалих колег. Компанія має Лінію підтримки 24/7 для мобілізованих працівників, де можна звернутися у разі потреби або просто отримати психологічну підтримку.

Допомога працівникам в зоні військових дій. Компанія «Нова пошта» високо цінує кожного свого працівника і навіть у надзвичайних ситуаціях прагне зберегти свій кадровий склад. Внаслідок закриття відділень у населених пунктах Донецької, Луганської областей і Автономної Республіки Крим компанія перевела своїх працівників до інших регіонів. Більш ніж 200 працівників разом зі своїми родинами були транспортовані з зони проведення антитерористичної операції.

«Нова пошта» надає можливості працівникам, які працювали в закритих відділеннях, продовжити свою кар'єру в компанії. Це включає переведення до підрозділів у інших населених пунктах, допомогу з житлом на період адаптації, безкоштовний перевезення особистих речей та членів сім'ї, підбір вакансій, навчання та працевлаштування родичів працівників. Компанія також створює нові робочі місця не тільки для своїх власних працівників, але й для переселенців.

Компанія "Нова пошта" впровадила соціальну програму під назвою "Гуманітарна пошта України", яка є важливою частиною волонтерського руху. Шляхом сприяння волонтерам, компанія вносить свій внесок у благополуччя та мирне майбутнє України. "Гуманітарна пошта України" залишається основним соціальним проектом компанії. Важливим є не лише обсяг вантажів, які компанія

безкоштовно доставляє в зону бойових дій на АТО спільно з волонтерськими організаціями, але й її внесок у вирішення соціальних проблем, пов'язаних зі збройним конфліктом в Україні. Ця ініціатива отримала визнання від суспільства, експертів і, найголовніше, щирі слова подяки від волонтерів та отримувачів гуманітарної допомоги.

До початку повномасштабного вторгнення росії, компанія доставила майже 20 тисяч тонн гуманітарних вантажів. Після 24 лютого 2022 року "Гуманітарна пошта" стала окремим гуманітарним напрямом роботи "Нової пошти". За 2022 рік компанія оплатила доставку 22 073 тонн допомоги, що відповідає вазі 77 літаків "Мрія". Загалом протягом 8 років програми, компанія співпрацювала з 1150 благодійними фондами та організаціями, забезпечуючи логістику та доставку.

"Нова пошта" вважає соціальні проекти та програми ключовою корпоративною інвестицією у благополуччя України. Шляхом активної участі в громадському житті та систематичних соціальних інвестицій, компанія приєднується до розв'язання серйозних проблем українського суспільства. Популярна ініціатива "Гуманітарна пошта України" є лише одним з багатьох соціальних проектів, які компанія реалізує. Підход "Нової пошти" до корпоративної соціальної відповідальності не обмежується вибіркоким фінансуванням окремих ініціатив. Компанія визнає свій обов'язок активно долучатися до реального подолання соціальних проблем. З метою забезпечення більшої ефективності своїх інвестицій, "Нова пошта" встановила чітке бачення та критерії для вибору співпраці з громадськими та благодійними організаціями. У найважчі моменти компанія надає підтримку тим, хто її найбільше потребує. Протягом пандемії COVID-19 "Нова пошта" придбала та передала українським лікарням кисневе та інше медичне обладнання, забезпечувала лікарів засобами захисту.

Вклад у здоровий спосіб життя. У межах стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), компанія "Нова пошта" визначила ще один напрямок - популяризацію здорового та активного способу життя. Ми підтримуємо біговий рух в Україні, зокрема напівмарафони. Ми обрали цей напрямок, оскільки біг

повністю відображає нашу компанію. "Нова пошта" схожа на бігуна, для якого постійний рух є єдиним способом досягнення перемоги. Цей вид спорту також відображає нашу концепцію легкості. Біг є, можливо, найлегшим способом підтримувати фізичну форму, а "Нова пошта" є компанією, що надає швидкий та легкий сервіс доставки. Крім цього, наші працівники також роблять інший важливий внесок у здоров'я українців - вони стають донорами крові.

Компанія вже вдруге партнерує з NOVA POSHTA KYIV HALF MARATHON, виступаючи титульним спонсором цих змагань. У 2016 році Київський міжнародний півмарафон став однією з найбільш масових бігових подій року в Україні: у змаганнях взяли участь понад 7 000 учасників з 43 країн світу. У дитячих стартах взяли участь рекордна кількість дітей - понад 900 осіб у віці від 1 до 14 років. Призовий фонд змагання становив 104 000 гривень.

Реабілітація учасників АТО та ветеранів війни. "Нова пошта" протягом двох останніх років успішно реалізовує соціальні проекти, спрямовані на досягнення мирного розв'язання конфлікту на Донбасі. Першим із цих проектів стала ініціатива "Гуманітарна пошта України". Однак у компанії розуміють, що проблема значно ширша, ніж просто доставка вантажів. У 2016 році ми запустили довготривалу програму реабілітації учасників АТО, яка включає співпрацю з медичними закладами та підтримку заходів, спрямованих на соціалізацію бійців. Компанія відкрита для учасників АТО як роботодавець і планує впровадити програму адаптації для бійців, які приймають роботу в "Новій пошті".

Також, слід проаналізувати основні показники стосовно ефективності здійснюваної корпоративної та соціально відповідальності для ТОВ «Нова Пошта» на основі показників, які були досліджені в першому розділі до роботи. Проте перш за все слід проаналізувати обсяги соціальних витрат ТОВ «Нова Пошта» протягом аналогічного періоду (Рис.2.7).

З даного рисунку видно, що протягом досліджуваного періоду, обсяг витрат ТОВ «Нова Пошта» на корпоративну та соціальну відповідальність значно збільшився в абсолютному вираженні, що свідчить про існування чіткої стратегії в досліджуваній компанії.

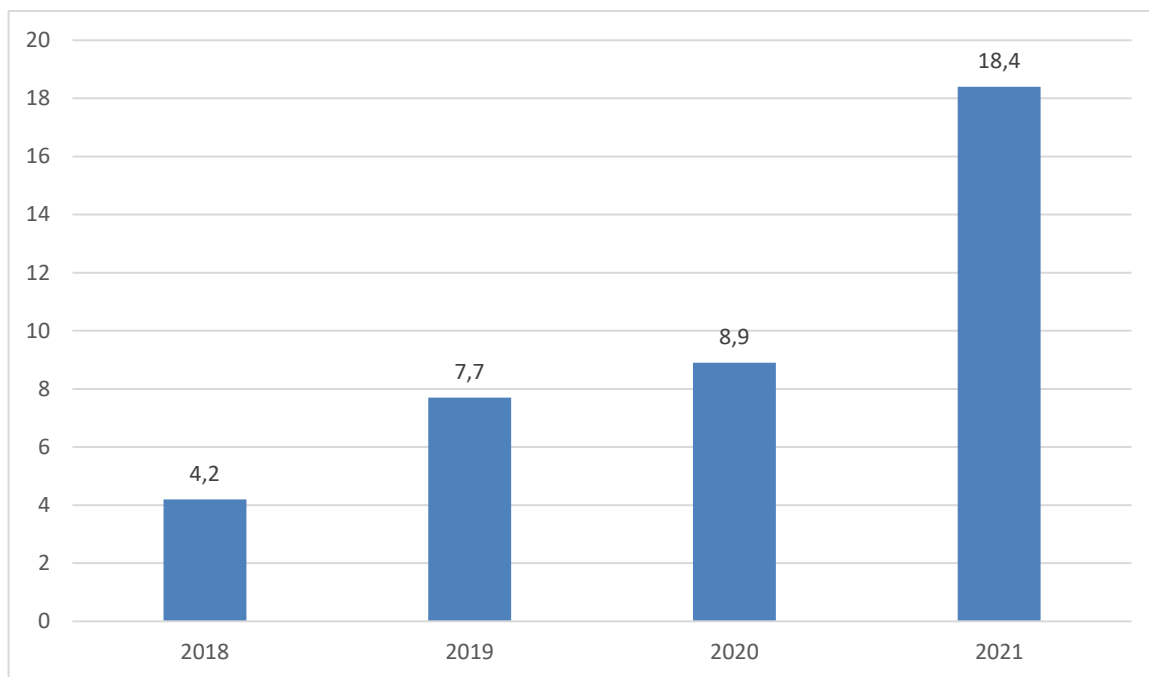


Рисунок 2.7. – Обсяги витрат на корпоративну та соціальну відповідальність ТОВ «Нова Пошта» в 2018-2021 рр., млн. грн.

Джерело: побудовано автором на основі [25]

В цілому, за ці 4 роки, обсяг витрат на корпоративну та соціальну відповідальність збільшився на 16,2 млн. грн. або більш ніж в 4 рази.

Далі, проаналізуємо показники стосовно ефективності здійснюваної корпоративної та соціально відповідальності для ТОВ «Нова Пошта» (табл. 2.3.).

Таблиця 2.3 – Показники корпоративної соціально відповідальності ТОВ «Нова Пошта» протягом періоду 2018-2021 рр.

Стаття	2018	2019	2020	2021	Відхилення
Індекс питомих соціальних інвестицій	1604,7	281,7	327,49	617,65	-986,6
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів (IS)	0,04%	0,057%	0,052%	0,088%	0,04
Частка соціальних інвестицій у сумарному	0,92%	0,98%	0,89%	0,7%	

обсязі прибутків (IP)					-0,22%
-----------------------	--	--	--	--	--------

Джерело: побудовано автором на основі [25]

З даних в таблиці 2.3 можна спостерігати ситуацію, що незважаючи на значне зростання абсолютних показників соціальних інвестицій, в відносному співвідношенні ситуація немає позитивного тренду. В цілому, за ці 4 роки, тільки частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі продажів мала позитивну тенденцію, в той час як індекс питомих соціальних інвестицій та частка соціальних інвестицій в чистому прибутку мали негативний тренд. Проте в цілому, така ситуація в першу чергу викликана доволі швидкими темпами зростання чистого прибутку ТОВ «Нова Пошта».

В цілому, здійснений нами аналіз дозволив визначити основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта». Дана компанія зосереджується на декількох основних аспектах, включаючи екологічну сталість, підтримку спільнот, соціальні проекти та ініціативи для поліпшення життя людей. Компанія також активно підтримує благодійність, культурні та спортивні заходи, працює над створенням рівних можливостей для всіх працівників та впроваджує програми для допомоги уразливим групам населення. ТОВ «Нова Пошта» зосереджена на побудові сталої, відкритої та етичної бізнес-моделі, спрямованої на забезпечення позитивного впливу на суспільство та довкілля. Окрім цього, нами були досліджені статистичні основи соціально відповідальності компанії, і завдяки чому, можна сказати, що компанія з кожним роком збільшує соціальні інвестиції. Навіть беручи до уваги той факт, що у відносному вираженні значення певних показників має негативну динаміку, то дана ситуація викликана доволі швидкими темпами зростання чистого прибутку ТОВ «Нова Пошта».

## РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТОВ «НОВА ПОШТА»

### 3.1. Проект заходів щодо поліпшення соціальної відповідальності компанії ТОВ «Нова Пошта»

Реалізація корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структурою має багато позитивних наслідків для суспільства та сприяє впровадженню демократичних та людських принципів у діяльності. Ця стратегія включає в себе відповідальність за поточну та минулу діяльність, а також розглядає вплив компанії на зовнішнє середовище. Для удосконалення своєї корпоративної соціальної відповідальності, компанія може розглядати наступні напрями (Рис. 3.1):

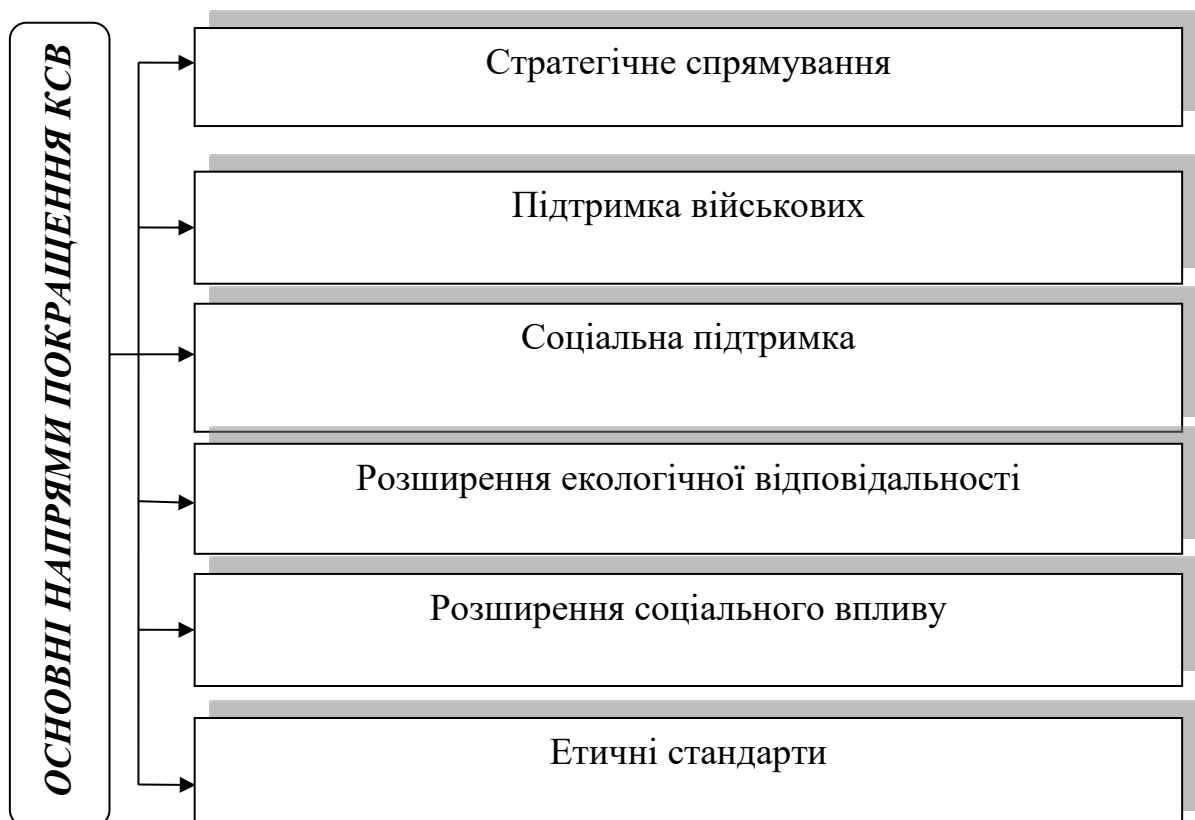


Рисунок 3.1. – Основні напрями удосконалення корпоративної соціально відповідальності ТОВ «Нова Пошта»

Джерело: побудовано автором на основі [26]

Удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності для ТОВ «Нова пошта», охоплює взаємопов'язані практики та програми, які є неодмінною частиною бізнес-процесів компанії.

Детальніше розглянемо кожен із цих аспектів, які відповідно зображені на рисунку 1.1.

1. Стратегічне спрямування: ТОВ "Нова Пошта" має розробити стратегію корпоративної соціальної відповідальності, яка враховує їхні власні цінності та місію, а також потреби та очікування зацікавлених сторін, таких як клієнти, співробітники та громадські організації.

2. Екологічна відповідальність: Компанія повинна вдосконалювати свою екологічну відповідальність шляхом зменшення впливу на навколишнє середовище. Це може включати впровадження програм з енергоефективності та використання відновлювальних джерел енергії, зменшення викидів CO<sub>2</sub>, вдосконалення упаковки та утилізації відходів.

3. Соціальна підтримка: Компанія може зосередитися на підтримці соціальних проектів та ініціатив, спрямованих на поліпшення якості життя українських громад. Це може включати підтримку освітніх програм, охорони здоров'я, благодійність та інші заходи для сприяння соціальному розвитку.

4. Розширення соціального впливу: Компанія може вдосконалювати свій соціальний вплив шляхом залучення співробітників до добровільницьких та громадських ініціатив, стимулювання внутрішнього волонтерства та розвитку програм партнерства з місцевими громадами.

5. Етичні стандарти: Компанія може підвищити свою корпоративну соціальну відповідальність, встановивши високі стандарти етики та додержуючись прозорих та відповідальних практик у своїй діяльності. Це може включати прозорість у фінансовій звітності, дотримання принципів бізнесу та етичних стандартів в усіх аспектах діяльності компанії.

Ці напрями спрямовані на забезпечення більш стійкої та відповідальної діяльності ТОВ «Нова Пошта» та допоможуть покращити їхній внесок у суспільство та довкілля.

Проте, окрім виділення основних аспектів удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта», важливим завданням є також формування відповідного механізму, який буде забезпечувати їх належне виконання.

Як вірно відзначає Л. Селіверстов, під час вдосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності важливо чітко визначити ключові показники (індикатори), які свідчатимуть про успішну реалізацію заходів. При цьому, щодо зовнішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності доцільно включити такі складники: надання грантів на благодійні цілі; фінансову та матеріальну допомогу; участь у законодавчих ініціативах через роботу в асоціаціях; курси перекваліфікації для працівників; партнерські проекти з владою та навчальними установами; волонтерську діяльність та співпрацю з громадськими організаціями. З щодо внутрішньої стратегії корпоративної соціальної відповідальності, доцільно включити такі складники: соціальні інвестиції; екологічну програму; етичні та інші робочі стандарти; кар'єрний розвиток персоналу; прозорість та конкретність у звітності; стимулювання працівників (премії, додаткові вигоди, компенсації) [27].

На основі робіт цієї вченої, ми пристосуємо дані елементи до умов діяльності ТОВ «Нова Пошта» та виділимо основні їх етапи:

1. Проведення аналітичних досліджень, включаючи аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування ТОВ «Нова пошта».
2. Визначення стратегічних альтернатив розвитку, з урахуванням результатів стратегічного аналізу.
3. Оцінка та вибір оптимальної стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності для ТОВ «Нова пошта», враховуючи середньо- та довгострокові цілі компанії.

4. Офіційна документація обраної стратегії корпоративної соціальної відповідальності та визначення відповідальних осіб за її реалізацію та досягнення запланованих результатів і розроблених показників ефективності.

5. Реалізація заходів, що включені до затверджених цільових програм корпоративної соціальної відповідальності.

За рахунок реалізації таких послідовних етапів, буде забезпечено постійне зростання рівня корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта», враховуючи цілі, які описані на рис. 3.1.



Рисунок 3.2. – Механізм ефективної реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова пошта» [26]

В цілому, для досягнення позитивних результатів, необхідно узгодити цілі, завдання, інструменти, процеси управління, рівні відповідальності та очікувані результати. Це дозволить ефективно інтегрувати корпоративну соціальну відповідальність в різні функціональні напрями діяльності ТОВ «Нова пошта». Ми вважаємо, що для поліпшення стратегії та тактики інтеграції корпоративної соціальної відповідальності в ТОВ «Нова пошта» доцільним є застосування процесного підходу, спрямованого на наступні результати:

- Зростання рівня інформаційної відкритості та прозорості і розвиток нових каналів комунікації з різноманітними соціальними групами;
- Формування чіткого розуміння менеджерами ТОВ «нова Пошта» стосовно змісту корпоративної соціальної відповідальності як суспільного явища;
- Зміцнення співпраці з некомерційними організаціями при визначенні пріоритетів корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта»;
- Перехід від простого адміністрування соціальних програм до розвитку економічно ефективних зв'язків між ТОВ «Нова пошта», державою та місцевими громадами;
- Підвищення якості корпоративної культури та значущості етичних норм у відносинах з суспільством.

В цілому, здійснений нами аналіз дозволив визначити основні аспекти стосовно удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта» в сучасних умовах. На нашу думку, удосконалення цієї стратегії можливо за рахунок двох умов: визначення пріоритетних напрямів удосконалення корпоративної соціальної відповідальності та удосконалення існуючого механізму його справляння, за рахунок імплементації відповідних етапів. Саме така комбінація буде ефективною з точки зору компанії, яка вже на існуючому етапі приділяє доволі багато питань корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, проте запропоновані нами міри мають забезпечити подальше його покращення як в короткостроковій так і в довгостроковій перспективі. ТОВ «Нова Пошта» є одним із провідних гравців на ринку логістичних послуг і може відповідно стати таким же гравцем на ринку соціально відповідального бізнесу.

### 3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів

Згідно з С. Куц, «впровадження стратегій корпоративної соціальної відповідальності має наступні економічні переваги: покращення управління шляхом уникнення ризиків; поліпшення репутаційного менеджменту; збільшення обсягів надання послуг і ринкової частки; збільшення здатності залучати, утримувати та мотивувати співробітників; оптимізація операційних процесів та зниження виробничих витрат; встановлення ефективних стосунків з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядових організацій; покращення фінансових та економічних показників діяльності [28].

Запропонована нами стратегія управління з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності включає основні цілі, які можна розподілити на економічні, соціальні та екологічні.

Економічні цілі стратегії розвитку ТОВ «Нова Пошта» включають:

- Підвищення конкурентоспроможності компанії.
- Покращення бізнес-культури в країні.
- Забезпечення доступних та якісних послуг.
- Дотримання законодавства та сплата податків.
- Розвиток партнерства з державними органами та суспільством.

Соціальні цілі компанії включають:

- Позитивне сприйняття ТОВ «Нова Пошта» серед населення.
- Сприяння розвитку інновацій у соціальній сфері.
- Розвиток культури споживання та підвищення обізнаності споживачів щодо екологічних, економічних та соціальних аспектів послуг.
- Залучення до реалізації соціальних проектів та благодійності.
- Поліпшення умов праці та охорони здоров'я працівників.
- Розроблення етичних стандартів ведення бізнесу та розвитку лідерства.

Екологічні цілі ТОВ «Нова Пошта» включають:

- Перехід автопарку на електромобілі;

- Інвестування в екоінновації та створення системи екологічного менеджменту.
- Здійснення цілеспрямованих екологічних акцій та закупівля енергоефективного обладнання.
- Перехід на альтернативні джерела енергії.

Важливо відмітити ключові показники, які відображають зв'язок між конкретними заходами та показниками успіху бізнес-структури, що мають причинно-наслідкову залежність.

Таблиця 3.1. – Очікувані ефекти між впровадженими заходами удосконалення корпоративної соціальної відповідальності та показниками ТОВ «Нова Пошта»

Групи стейкхолдерів	Запропоновані міри	Вплив на компанію
Клієнти	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Забезпечення високої якості обслуговування та гарантії задоволеності клієнтів.</li> <li>• Ретельна перевірка партнерів та перевізників з метою забезпечення надійної співпраці.</li> <li>• Співпраця з громадськими організаціями та фінансова підтримка благодійних та екологічних ініціатив.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Приріст кількості нових клієнтів.</li> <li>2. Збільшення обсягу доходу, отриманого від діяльності.</li> <li>3. Підвищення рівня обізнаності потенційних клієнтів про компанію.</li> </ol>
Соціум	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Організація спортивних заходів та співробітництво з профспілками.</li> <li>• Проведення заходів стосовно реабілітації військових</li> <li>• Забезпечення екологічних ініціатив</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зростання рівня впізнаваності бренду та його сприйняття як соціально відповідального.</li> <li>2. Покращення іміджу компанії в цілому</li> <li>3. Підвищення рівня обізнаності потенційних клієнтів про компанію</li> </ol>
Працівники	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запровадження навчання для персоналу та створення соціального пакету, що сприяє особистісному розвитку.</li> <li>• Надання можливості для прискореного кар'єрного зростання.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гнучкість у кадровому потенціалі.</li> <li>2. Збільшення рівня інформованості потенційних співробітників про компанію.</li> <li>3. Ефективність роботи та продуктивність праці.</li> </ol>

Джерело: побудовано автором на основі [29]

Реалізація запропонованих нами заходів в сфері корпоративної соціальної відповідальності компанією «Нова Пошта» може мати наступні соціальні та економічні ефекти:

1. Зміцнення репутації та покращення іміджу: це може призвести до збільшення довіри клієнтів та споживачів, що збільшує лояльність і попит на продукти та послуги компанії.
2. Залучення нових клієнтів та збільшення обсягу продажів: клієнти все більше усвідомлюють соціальну відповідальність компаній і віддають перевагу тим, які активно займаються цією сферою. Це може сприяти привабливості компанії для нових клієнтів і збільшенню обсягу продажів.
3. Зниження ризиків та оптимізація витрат: реалізація соціально відповідальних заходів, таких як енергоефективність, екологічна програма, поліпшення умов праці, може допомогти знизити витрати на енергію, матеріали, зменшити ризики штрафів або судових позовів.
4. Підвищення конкурентоспроможності: більшість споживачів виявляють зростаючий інтерес до соціально відповідальних компаній. Реалізація соціальних і екологічних ініціатив може зробити компанію привабливішою для клієнтів та інвесторів, підвищити її репутацію та конкурентоспроможність на ринку.
5. Залучення та утримання талановитого персоналу: компанії, які показують соціальну відповідальність, можуть бути привабливими для талановитих працівників, що дозволяє залучити та утримувати кваліфікованих співробітників.

Ці ефекти можуть призвести до покращення фінансових показників, збільшення доходів та ринкової частки компанії «Нова Пошта».

Проте в цілому, найбільшим та найвагомим ефектом, з нашої точки зору, є покращення іміджевої позиції компанії ТОВ «Нова Пошта» на ринку, адже при усіх інших рівних умовах, саме за рахунок зростання соціальної складової бізнесу, ставлення до неї серед основних мас населення буде тільки покращуватися. На наступному рисунку 3.3 буде подано основні ефекти від таких впроваджень.

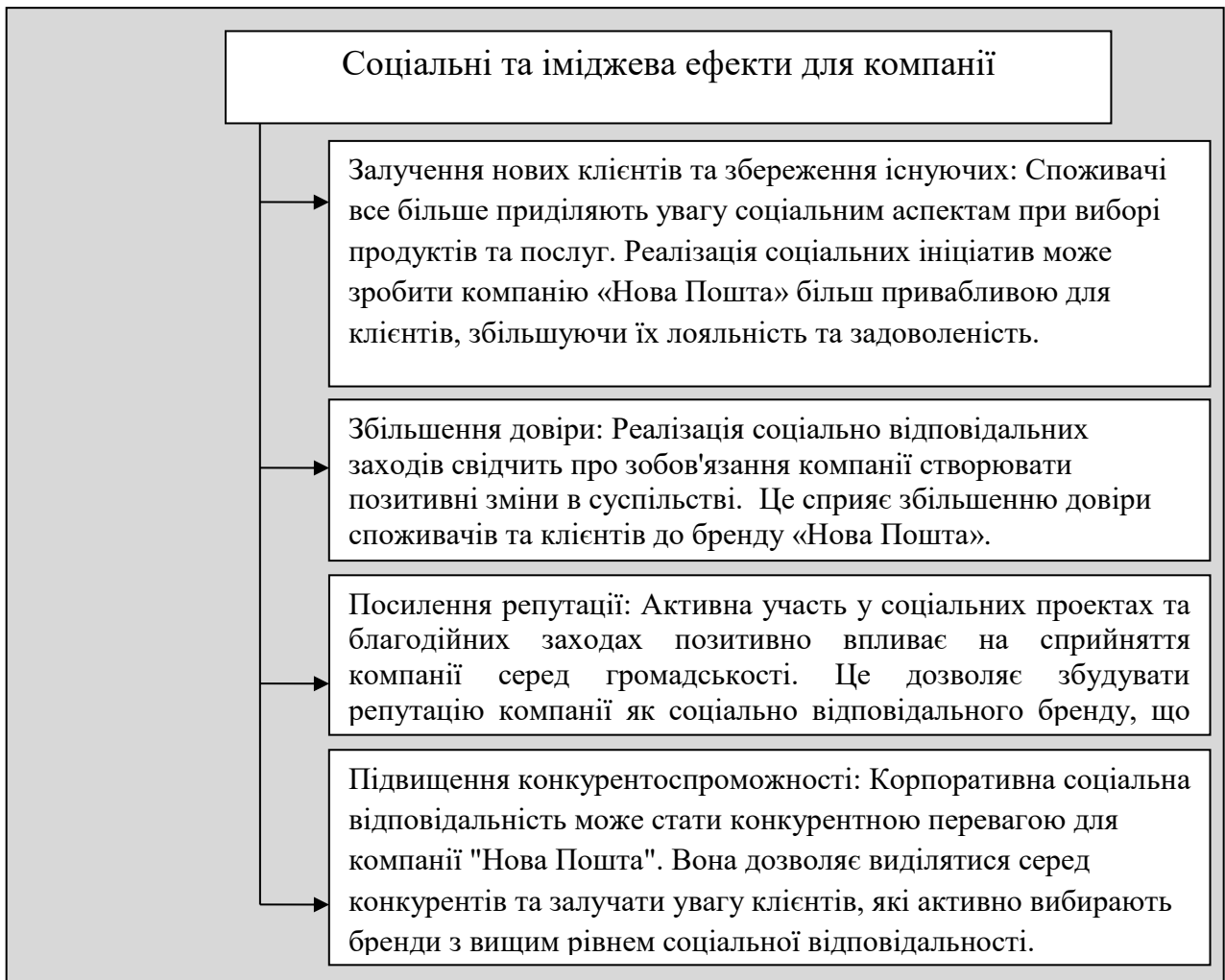


Рисунок 3.3. – Основні аспекти покращення іміджевої позиції ТОВ «Нова Пошта» від впровадження нової стратегії корпоративної соціально відповідальності

Джерело: побудовано автором на основі [30]

Окрім цього, слід звернути увагу на формування ефективної корпоративної культури. Впровадження запропонованих заходів, які стосуються саме персоналу компанії, дозволить їй сформувати ефективний пул працівників. Соціальна відповідальність буде створенню відкритої та прозорої комунікаційної культури в компанії. Регулярні звіти та інформування про впровадження соціальних програм роблять процеси та результати видимими для всього колективу. Це сприяє взаєморозумінню, довірі та сприйняттю компанії як відкритої та відповідальної організації.

Таким чином, соціальна відповідальність ТОВ "Нова Пошта" впливає на формування корпоративної культури, сприяючи створенню спільних цінностей, зміцненню командного духу та прозорій комунікації. Вона спонукає співробітників до активної участі у соціальних проектах та сприяє привабливості компанії для талановитих фахівців. Соціальна відповідальність є не лише елементом бізнес-стратегії, але й суттєвою складовою корпоративної культури, що підтримує розвиток компанії на довгостроковій основі.

Як висновок відзначимо, що удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта» є важливим кроком у покращенні її іміджу та досягненні ефективності в різних аспектах. Реалізація цих заходів може мати значний вплив на створення позитивного сприйняття компанією, залучення нових клієнтів, збереження існуючих, привабливість для талановитих працівників та підвищення конкурентоспроможності. Компанія має можливість зміцнити свою позицію на ринку, сприяючи соціальному благополуччю та сталому розвитку суспільства, що є важливим фактором успіху у сучасному бізнес-середовищі. Виконання визначених заходів та покращення стратегії корпоративної соціальної відповідальності сприятимуть створенню позитивної репутації та забезпеченню сталого розвитку компанії в майбутньому.

## ВИСНОВКИ

Написання цієї кваліфікаційної бакалаврської роботи дає змогу зробити наступні висновки:

1. Соціальна відповідальність визначається як добровільне виконання підприємством своїх зобов'язань перед суспільством, навколишнім середовищем та стейкхолдерами, виходячи за рамки законодавства та економічних очікувань. Вона включає в себе не лише фінансовий успіх, але й враховує соціальні, екологічні та етичні аспекти діяльності підприємства. Значення соціальної відповідальності для бізнесу полягає в кількох аспектах. По-перше, це покращення репутації підприємства та встановлення позитивного сприйняття серед споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. По-друге, соціальна відповідальність сприяє сталому розвитку. За допомогою прийняття соціально відповідальних практик, підприємства можуть зменшити свій вплив на навколишнє середовище, зберегти ресурси, зменшити викиди забруднюючих речовин та сприяти екологічній ефективності. По-третє, соціальна відповідальність сприяє підвищенню співробітництва зі стейкхолдерами.

2. Діалог зі стейкхолдерами стає важливим інструментом для підприємств, які прагнуть розвивати соціальну відповідальність. Він допомагає забезпечити узгодженість між бізнесом та суспільством, сприяє сталому розвитку та впровадженню позитивних змін у суспільстві. Здійснення діалогу зі стейкхолдерами визнано як один з пріоритетних напрямів розвитку соціально-відповідальних практик бізнесу. Відкритий та систематичний діалог сприяє залученню різноманітних груп зацікавлених сторін до процесу прийняття рішень, сприяє встановленню взаєморозуміння та співпраці між підприємством та його стейкхолдерами. Діалог зі стейкхолдерами відображає важливість врахування потреб та очікувань різних груп, таких як споживачі, співробітники, інвестори, громадські організації та інші зацікавлені сторони. Це дозволяє бізнесу отримати

ретельне розуміння соціальних викликів та впливу своїх дій на стейкхолдерів. Процес діалогу може включати консультації, обговорення, співпрацю та залучення стейкхолдерів до прийняття рішень та впровадження соціально-відповідальних практик. Це сприяє створенню стійких взаємовигідних відносин, підвищенню довіри та підтримці з боку різних груп зацікавлених сторін.

3. Здійснений аналіз дозволяє нам виокремити основні методичні підходи, стосовно показників оцінювання корпоративної соціально відповідальності бізнесу. Було виявлено, що оцінювання ефективності цих практик є складним завданням, оскільки вони охоплюють різноманітні аспекти соціальної відповідальності та мають комплексний вплив на різні сторони бізнесу. У міжнародній практиці використовуються різні методичні підходи до оцінювання ефективності соціально відповідальних практик. Це включає в себе використання індексних методик, що базуються на систематичній оцінці певних показників та критеріїв соціальної відповідальності. Також використовуються методики вимірювання соціального впливу, які дозволяють оцінити конкретні соціальні результати та зміни, спричинені соціально відповідальними діями компаній.

4. В цілому, здійснений нами аналіз показав основні організаційні та фінансово-економічні характеристики діяльності компанії ТОВ «Нова Пошта». Дана компанія розвивається доволі динамічно, щороку збільшуючи кількість відділень та поштоMATів по Україні. Основна запорука успіху компанії – це гнучкий менеджмент та здатність адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища. Ефективною є організаційна структура компанії, яка дозволяє кожному підрозділу бути незалежним, але водночас пов'язаним з іншими підрозділами в організаційній системі компанії. Результати роботи кожного адміністративного підрозділу оцінюються за показниками, які відображають досягнення його цілей та завдань. Щодо фінансово-економічних показників, то протягом останніх 4 років компанія стабільно отримує чистий прибуток, а показники рентабельності знаходяться на високому рівні.

5. Здійснений нами аналіз дозволив визначити основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта». Дана компанія зосереджується на декількох основних аспектах, включаючи екологічну сталість, підтримку спільнот, соціальні проекти та ініціативи для поліпшення життя людей. Компанія також активно підтримує благодійність, культурні та спортивні заходи, працює над створенням рівних можливостей для всіх працівників та впроваджує програми для допомоги уразливим групам населення. ТОВ «Нова Пошта» зосереджена на побудові сталої, відкритої та етичної бізнес-моделі, спрямованої на забезпечення позитивного впливу на суспільство та довкілля. Окрім цього, нами були досліджені статистичні основи соціальної відповідальності компанії, і завдяки чому, можна сказати, що компанія з кожним роком збільшує соціальні інвестиції. Навіть беручи до уваги той факт, що у відносному вираженні значення певних показників має негативну динаміку, то дана ситуація викликана доволі швидкими темпами зростання чистого прибутку ТОВ «Нова Пошта».

6. Здійснений нами аналіз дозволив визначити основні аспекти стосовно удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта» в сучасних умовах. На нашу думку, удосконалення цієї стратегії можливо за рахунок двох умов: визначення пріоритетних напрямів удосконалення корпоративної соціальної відповідальності та удосконалення існуючого механізму його справляння, за рахунок імплементації відповідних етапів. Саме така комбінація буде ефективною з точки зору компанії, яка вже на існуючому етапі приділяє доволі багато питань корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, проте запропоновані нами міри мають забезпечити подальше його покращення як в короткостроковій так і в довгостроковій перспективі. ТОВ «Нова Пошта» є одним із провідних гравців на ринку логістичних послуг і може відповідно стати таким же гравцем на ринку соціально відповідального бізнесу.

7. Удосконалення стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова Пошта» є важливим кроком у покращенні її іміджу та досягненні ефективності в різних аспектах. Реалізація цих заходів може мати значний вплив на створення позитивного сприйняття компанією, залучення нових клієнтів,

збереження існуючих, привабливість для талановитих працівників та підвищення конкурентоспроможності. Компанія має можливість зміцнити свою позицію на ринку, сприяючи соціальному благополуччю та сталому розвитку суспільства, що є важливим фактором успіху у сучасному бізнес-середовищі. Виконання визначених заходів та покращення стратегії корпоративної соціальної відповідальності сприятимуть створенню позитивної репутації та забезпеченню сталого розвитку компанії в майбутньому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гусєва О.Ю., Воскобоєва О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ : Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
2. Новікова О. Ф., Дейч М. Є., Панькова О. В. та ін. (2013). Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія. Донецьк. 296 с
3. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. (2019). Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. *Економіка та держава*. № 7. С. 13–16.
4. Хімченко А. Соціальні та економічні аспекти функціонування корпорацій. *Вісник економічної науки України*. 2012. № 2 (22). С. 168-172.
5. Григор'єва О. В. Корпоративна соціальна відповідальність: навчально-методичний посібник для студентів напряму підготовки 6.030505 «Управління персоналом та економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво». Полтава: ПолтНТУ, 2017. 88 с.
6. Гудзинський С. О. Соціальна відповідальність бізнесу: її сутність та роль в регулюванні зайнятості. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. № 2 (22), т. 2. 2013. С. 63-72.
7. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8385> (дата звернення: 08.05.2023)
8. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України*. 2014. № 3. С. 70-82.

9. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 4.
10. . Колот А.М., Грішнова О.А. та ін. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : моногр. ; [за наук. ред. дра екон. наук, проф. А.М. Колота]. К. : КНЕУ. 2012. 257 С.
11. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Колот А. М., Грішнова О. А., Герасименко О. О. та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. К. : КНЕУ, 2015. 519 С.
12. Стандарт взаємодія с заінтересованными сторонами AA1000SES. URL: <http://www.accountability21.net>. (дата звернення: 08.05.2023)
13. Керівництво з соціальної відповідальності ISO/DIS 26000/ Міжнародна організація стандартизації : Guidance on social responsibility. URL: [isotc.iso.org](https://www.iso.org) (дата звернення: 10.04.2023)
14. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. Вінниця : ВНАУ, 2020. 228 с
15. Смачило В. В., Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. Соціальна відповідальність бізнесу крізь призму комунікацій зі стейкхолдерами. *Ефективна економіка*. 2018. № 9.
16. Курінна І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Трегуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. К.: Поліграфія «Юстон». 47 с.
17. ISO 26000, GRI (Global Reporting Initiative <https://iso26000sgn.org/iso-26000/about-iso26000/gri-and-iso-26000/>) (дата звернення 15.03.2023)
18. Філіппова С.В., Сухотеріна М.І. Порівняльна характеристика методик оцінки ефективності системи корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С. 284-287.
19. Дослідження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: [www.un.org.ua/files/Concept\\_Paper.pdf](http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf) (дата звернення: 20.07.2022).

20. Затеїщикова О.О. Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу. URL: [irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r\\_81/cgiirbis\\_64.exe](http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe) (дата звернення: 20.03.2023).
21. Куцик В. І. Методичні основи оцінювання соціальної відповідальності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2018. Вип. 3 (40). С. 92-99.
22. Куцик В. І. Розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2019. № 24. С. 77- 84.
23. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua> (дата звернення 15.04.2023)
24. Фінансова звітність ТОВ «Нова Пошта» за 2021 рік. URL: <https://static.novaposhta.ua/sitecard/misc/doc/Фінансова%20звітність%202021.pdf> (дата звернення 15.04.2023)
25. Соціальний звіт ПАТ «Нова Пошта». URL: [https://novaposhta.ua/zvit\\_zi\\_stalogo\\_rozvitku\\_2020/#/](https://novaposhta.ua/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2020/#/) (дата звернення 15.04.2023)
26. Ушенко Н.В., Піддубна І.О. Інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у стратегію управління бізнес-структури. *Причорноморські економічні студії*. 2017. №24. С. 162-167.
27. Селіверстова Л.С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 7. С. 309–314.
28. Куц С. Соціальна відповідальність бізнесу. *Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка*. 2009. № 3. С. 88–101.
29. Криницька Л.В. Вплив соціальної корпоративної відповідальності на ефективність діяльності підприємства. URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/conf\\_sep\\_14/sek3/Krynytska/tezu.docx](https://kneu.edu.ua/userfiles/conf_sep_14/sek3/Krynytska/tezu.docx) (дата звернення: 20.03.2023).
30. Букреєва, Д., & Денисенко, К. (2022). Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*, (38).
31. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.

32. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. URL: <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini>

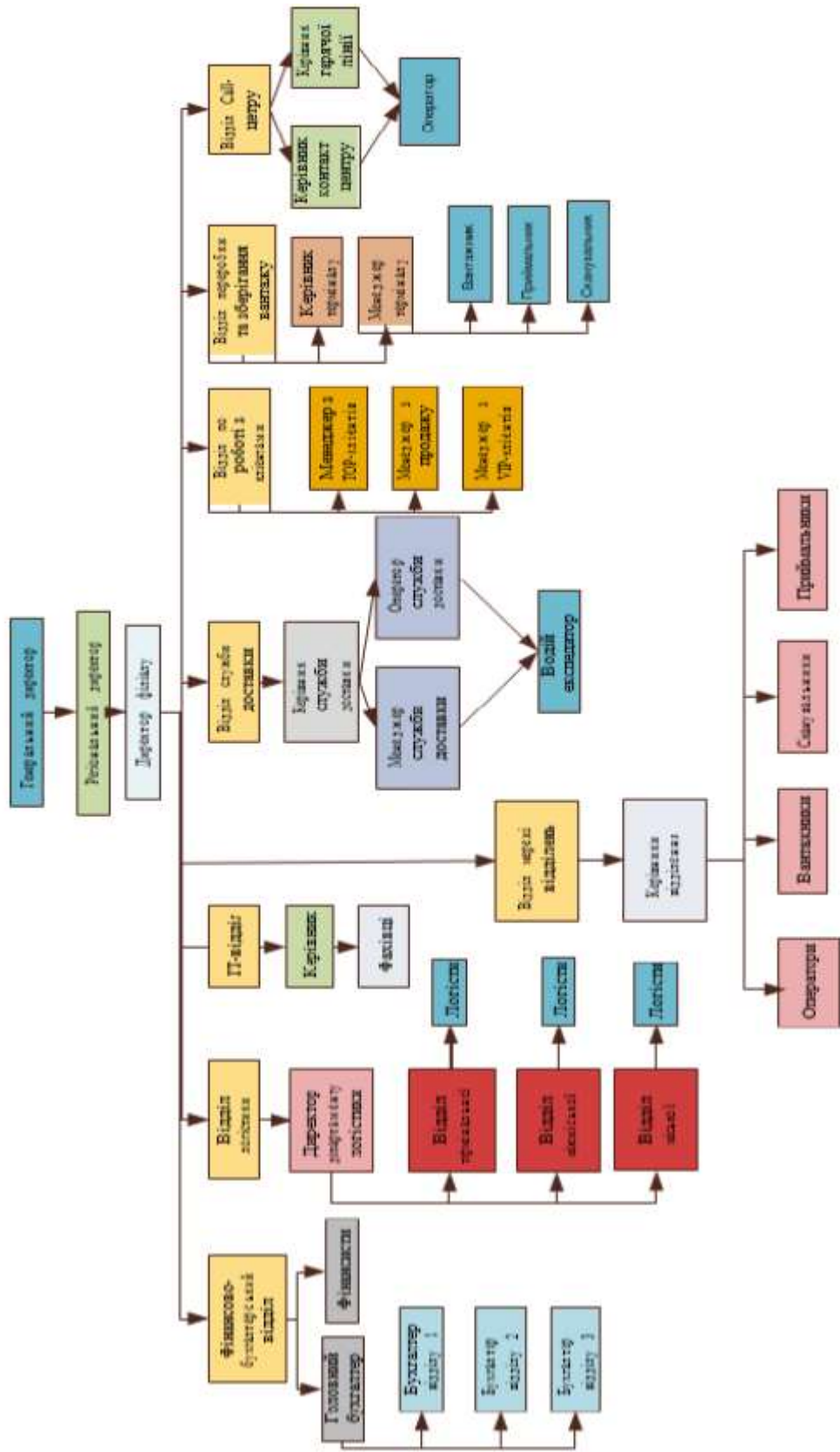
33. CSR Ukraine. Кейс компанії Нова Пошта. URL <https://csr-ukraine.org/keys-kompanii-nova-poshta/> (дата звернення: 21.04.2023).

34. Липова П.І. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні репутації комерційних компаній в Україні. URL: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18349/Lypova\\_mahisterska\\_ro\\_bota.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18349/Lypova_mahisterska_ro_bota.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 10.02.2023).

35. Боднарук О.В. Європейський досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2016. № 2. С. 41-48.

ДОДАТКИ

Додаток А. Організаційна структура ТОВ «Нова Пошта»



## Додаток Б. Звіт про фінансовий стан ТОВ «Нова Пошта»

Дата (рік, місяць, число)	Коди		
	2022	01	01
Підприємство: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "НОВА ПОШТА"	за ЄДРПОУ 31316718		
Територія: Київська	за КОАТУУ 8036100000		
Організаційно-правова форма господарювання: Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ 240		
Вид економічної діяльності: інша допоміжна діяльність у галузі транспорту	за КВЕД 52.29		

Середня кількість працівників: 29790

Адреса, телефон: 03026, м. Київ, Столичне шосе, будинок 103, корпус 1, поверх 9., (0532) 69-62-24

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками).

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

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

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	16	1000	108 324	104 440
первісна вартість		1001	199 978	223 320
накопичена амортизація		1002	(91 654)	(118 880)
Незавершені капітальні інвестиції	17	1005	701 136	1 544 921
Основні засоби	15	1010	3 351 500	6 171 683
первісна вартість		1011	5 182 319	8 426 565
знос		1012	(1 830 819)	(2 254 882)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості		1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості		1017	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів		1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів		1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції	18	1035	100 639	314 176
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	19	1045	131 634	142 680
Гудвіл		1050	-	-
Відстрочені акавізційні витрати		1060	-	-

Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	-	-
Інші необоротні активи	20	1090	190 460	27 591
Усього за розділом I		1095	4 583 693	8 305 491
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	21	1100	188 871	236 988
Виробничі запаси		1101	188 221	224 395
Незавершене виробництво		1102	-	-
Готова продукція		1103	-	-
Товари		1104	650	12 593
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Депозити перестракування		1115	-	-
Векселі одержані		1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22	1125	678 593	704 235
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	23	1130	53 432	100 979
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	24	1135	10 741	24 360
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів		1140	5 722	809 390
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків		1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	23	1155	848 238	2 473 319
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	25	1165	917 065	827 839
Готівка		1166	47	72
Рахунки в банках		1167	790 419	666 911
Витрати майбутніх періодів		1170	14 028	15 526
Частка перестраховика у страхових резервах		1180	-	-
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань		1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат		1182	-	-
резервах незароблених премій		1183	-	-
інших страхових резервах		1184	-	-
Інші оборотні активи		1190	-	-
Усього за розділом II		1195	2 716 690	5 192 636
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>				
Баланс		1200	-	-
		1300	7 300 383	13 498 127

I. Власний капітал				
<b>Зареєстрований (пайовий) капітал</b>	26	1400	4 654	4 654
Внески до незареєстрованого статутного капіталу		1401	-	-
Капітал у дооцінках		1405	-	-
<b>Додатковий капітал</b>	27	1410	27 301	27 301
Емісійний дохід		1411	-	-
Накопичені курсові різниці		1412	-	-
Резервний капітал		1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)		1420	2 154 949	4 459 269
Неоплачений капітал		1425	-	-
Вилучений капітал		1430	-	-
Інші резерви		1435	-	-
<b>Усього за розділом I</b>		<b>1495</b>	<b>2 186 904</b>	<b>4 491 224</b>
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Пенсійні зобов'язання		1505	-	-
Довгострокові кредити банків	28	1510	397 182	1 456 288
Інші довгострокові зобов'язання	28	1515	1 241 240	2 441 012
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу		1521	-	-
Цільове фінансування		1525	-	-
Благодійна допомога		1526	-	-
Страхові резерви		1530	-	-
у тому числі:				
резерв довгострокових зобов'язань		1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат		1532	-	-
резерв незароблених премій		1533	-	-
інші страхові резерви		1534	-	-
Інвестиційні контракти		1535	-	-
Призовий фонд		1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту		1545	-	-
<b>Усього за розділом II</b>		<b>1595</b>	<b>1 638 422</b>	<b>3 897 300</b>
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків		1600	-	-
Векселі видані		1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	28	1610	1 447 572	2 554 797
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	29	1615	802 700	1 037 757
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	30	1620	408 141	484 647
у тому числі з податку на прибуток	30	1621	62 466	61 519
розрахунками зі страхування		1625	57 009	77 886
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці		1630	336 162	380 300
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	39 173	46 774
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	32	1640	43 500	10 000

Пасив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків		1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю		1650	-	-
Поточні забезпечення	31	1660	333 356	390 237
Доходи майбутніх періодів		1665	1 193	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків		1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	33	1690	6 251	127 205
Усього за розділом III		1695	3 475 057	5 109 603
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та и вибуття		1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду		1800	-	-
Баланс		1900	7 300 383	13 498 127

Підписано і затверджено до випуску від імені ТОВ Нова Пошта 18 липня 2022 року.

Бульбу Євген Сидор Миколайович  
Директор

Тимофеева Аліна Іванівна  
Головний бухгалтер

Примітки, що додаються, є невід'ємною частиною окремої фінансової звітності.

## Додаток В. Звіт про фінансові результати ТОВ «Нова Пошта»

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
За 2021 рік

I. Фінансові результати

Форма N2 Код за ДКУД

1801003

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5	2000	20 843 502	16 902 857
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>		2010	-	-
<i>    премії підписані, валова сума</i>		2011	-	-
<i>    премії, передані у перестраховування</i>		2012	-	-
<i>    зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>		2013	-	-
<i>    зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>		2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6	2050	(16 441 004)	(12 877 086)
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>		2070	-	-
<b>Валовий:</b>				
прибуток		2090	4 402 498	4 025 771
збиток		2095	-	-
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>		2105	-	-
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>		2110	-	-
<i>    зміна інших страхових резервів, валова сума</i>		2111	-	-
<i>    зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>		2112	-	-
Інші операційні доходи	7	2120	202 834	166 643
<i>у тому числі:</i>				
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>		2121	-	-
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>		2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>		2123	-	-
Адміністративні витрати	8	2130	(1 923 703)	(1 469 141)
Витрати на збут	9	2150	(561 844)	(416 263)
Інші операційні витрати	10	2180	(508 590)	(768 703)
<i>у тому числі:</i>				
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>		2181	-	-
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>		2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>				
прибуток		2190	1 611 195	1 538 307

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
збиток		2195	-	-
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи	11	2220	1 814 806	687 882
Інші доходи		2240		
<i>у тому числі:</i>				
<i>дохід від благодійної допомоги</i>		2241	-	-
Фінансові витрати	12	2250	(630 813)	(533 590)
Втрати від участі в капіталі		2255	-	-
Інші витрати	13	2270	(255)	(602 457)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>		2275	-	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>				
прибуток		2290	2 794 933	1 090 142
збиток		2295	-	-
(Витрати)/дохід з податку на прибуток	14	2300	(194 613)	(98 850)
Прибуток/(збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>				
прибуток		2350	2 600 320	991 292
збиток		2355	-	-

Ім'я користувача: Соціально-економіка та управління персоналом Кицкав Та...	ID перевірки: 1015667716
Дата перевірки: 19.06.2023 16:51:45 EEST	Тип перевірки: Doc vs Internet + Library
Дата звіту: 19.06.2023 16:56:28 EEST	ID користувача: 100005733

Назва документа: Дружбін керівник Кицкав

Кількість сторінок: 57 Кількість слів: 11316 Кількість символів: 92474 Розмір файлу: 801,00 KB ID файлу: 1015293614

## 11.6% Схожість

Найбільша схожість: 1.82% з Інтернет-джерелом (<http://www.economy.nyuks.com.ua/?sp=1&z=6366>)

7.40% Джерела з Інтернету

232

Сторінка 59

7.24% Джерела з Бібліотеки

568

Сторінка 60

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

## Модифікації

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

Замінені символи

27