

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНИЙ ЦЕНТР ЗАОЧНО-ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ  
Кафедра менеджменту та адміністрування

ДИПЛОМНА РОБОТА

Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства  
(на прикладі ТОВ «ЕКО-СФЕРА», м.Калинівка, Вінницька обл.)


Шифр ДРМН.012.551ПЗ

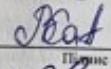
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

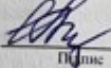
Галузь знань 07 Управління та адміністрування  
Шифр і назва галузі знань


Спеціальність 073 Менеджмент  
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма Менеджмент  
Назва

Виконав студент 4 курсу, група МО(н)  Руслана ВОЛОХОВСЬКА  
Шифр Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник К.Є.Н., доц.  Олена САВЧЕНКО  
Науковий ступінь, звання Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер СТ.ВИКЛ.  Ірина ГРАБОВСЬКА  
Науковий ступінь, звання Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

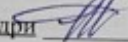
До захисту допускаю:  
Завідувач кафедри менеджменту  Ніла ТЮРИНА  
та адміністрування Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

14 06 2024 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет навчальний центр заочно-дистанційної освіти  
 Кафедра менеджменту та адміністрування  
 Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
 Галузь знань 07 Управління та адміністрування  
шифр і назва  
 Спеціальність 073 Менеджмент  
шифр і назва  
 Освітня програма Менеджмент

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри 

"15" 02 2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Волоховської Руслани Русланівни

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема: Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства (на прикладі ТОВ «ЕКО-СФЕРА», м.Калинівка, Вінницька обл.)  
 керівник роботи Савченко О.В., к.с.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування  
Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, місце роботи

Затверджено наказом ректора університету № 8 від 15.02 2024 р. дод. 69


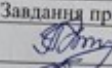

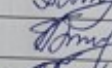

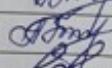


2. Строк подання студентом роботи на кафедру 20.06.2024

3. Вихідні дані до роботи статті, монографії, навчальні посібники з заданої теми, статистична інформація підприємства, бухгалтерська звітність, інформація мережі Інтернет тощо

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1.Теоретико-методичні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства, 2.Аналіз діяльності ТОВ «ЕКО-СФЕРА», 3. Способи оптимізації управління корпоративною соціальною відповідальністю ТОВ «ЕКО-СФЕРА».

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень): Декомпонування моделей соціальної відповідальності бізнесу. Нормативно-правове забезпечення КСВ підприємств України. Техніко-економічні показники ТОВ «Еко-Сфера». SWOT-аналіз ТОВ «Еко-Сфера». Перелік рекомендацій для оптимізації управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) ТОВ «Еко-Сфера». Компоненти корпоративної культури.

6. Консультанти розділів дипломної роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1. Теоретико-методичний	Савченко О. В., доцент кафедри МА		
2. Дослідницько-аналитичний	Савченко О. В., доцент кафедри МА		
3. Проектно-рекомендаційний	Савченко О. В., доцент кафедри МА		
4. Нормоконтроль	Грабовська І.В., ст. викладач р кафедри МА		

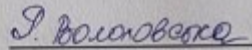
7. Дата видачі завдання лютий 2024

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

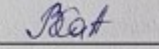
Пор. №	Назва етапів (розділів) дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	Лютий 2024	Виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	Лютий 2024	Виконано
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	Лютий 2024	Виконано
4.	Аналіз літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	Лютий 2024	Виконано
5.	Корегування теми дипломної роботи та календарного плану-графіку	Березень 2024	Виконано
6.	Підготовка першого розділу	Березень 2024	Виконано
7.	Підготовка другого розділу	Квітень 2024	Виконано
8.	Підготовка третього розділу	Травень 2024	Виконано
9.	Підготовка висновків	Червень 2024	Виконано
10.	Здача науковому керівнику	Червень 2024	Виконано

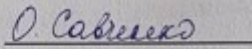
Студент

  
 Підпис

  
 Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи

  
 Підпис

  
 Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

## АНОТАЦІЯ

Волоховська Р. Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства (на прикладі ТОВ «ЕКО-СФЕРА», м.Калинівка, Вінницька обл.)

Керівник роботи – к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування Савченко О.В.

Дипломна робота бакалавра: 53 с., 7 рисунків, 8 таблиць, 34 джерела посилання, 3 додатки.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, СТРАТЕГІЯ КСВ, КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

В першому розділі роботи нами проаналізовано теоретичні основи поняття корпоративної соціальної відповідальності, її моделі, а також розглянуто нормативні аспекти регулювання в рамках забезпечення корпоративної соціальної відповідальності.

В другій частині досліджено діяльність ТОВ “Еко-Сфера”, проведено аналіз її корпоративної соціальної відповідальності.

В третьому розділі роботи нами пропонується:

а) розробити стратегію корпоративної соціальної відповідальності із залученням зовнішніх консультантів. В результаті відбудеться підвищення ефективності управлінських рішень, збільшення внеску компанії в сталий розвиток суспільства, нарощення інвестиційної привабливості, ефективне позиціонування та ін. Очікуваний ефект у розмірі 17 500 грн;

б) сформувати корпоративну культуру на основі стандартів КСВ. Захід полягає в оприлюдненні цінностей, компонентів корпоративної культури, формування єдиної бази корпоративної культури в свідомості працівників.

14.06 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1 Поняття корпоративної соціальної відповідальності підприємства, еволюція та судження науковців	8
1.2 Моделі корпоративної соціальної відповідальності	12
1.3 Законодавча основа з питань формування та забезпечення корпоративної соціальної відповідальності підприємства	18
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕКО-СФЕРА»	22
2.1 Характеристика ТОВ «ЕКО-СФЕРА»	22
2.2 Аналіз корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «ЕКО- СФЕРА»	29
2.3 Стан корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах	31
3 СПОСОБИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТОВ «ЕКО-СФЕРА»	37
3.1 Розробка стратегії корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «ЕКО-СФЕРА»	37
3.2 Формування корпоративної культури на основі стандартів корпоративної соціальної відповідальності	41
ВИСНОВКИ	47

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

50

ДОДАТКИ

54

## ВСТУП

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) сьогодні стає все більш важливим елементом управління з кількох причин.

По-перше, через зростаючі очікування. Споживачі, інвестори та інші зацікавлені сторони все більше очікують від компаній ведення етичного та відповідального бізнесу. Це означає не лише дотримання законів, але й добровільне взяття на себе зобов'язань щодо позитивного впливу на суспільство та довкілля

По-друге, через її вплив на репутацію та бренд: Сильна репутація КСВ може покращити імідж компанії, підвищити лояльність клієнтів, залучити та утримати кращих співробітників, а також сприяти кращому доступу до капіталу.

По-третє, через ризики та можливості: КСВ може допомогти компаніям краще identify and manage environmental, social and governance (ESG) risks, which can have a significant impact on their bottom line. Additionally, it can open up new business opportunities and markets.

По-четверте, через забезпечення сталого розвитку. КСВ принципи сприяють сталому розвитку, що в свою чергу гарантує довгострокове процвітання компанії.

По-п'яте, важливість етичного ведення бізнесу: КСВ підкреслює етичні принципи та цінності, на яких ґрунтується діяльність компанії, що робить її більш прозорою та підзвітною.

В цілому, впровадження КСВ може принести значну користь як компаніям, так і суспільству в цілому.

Питання соціальної відповідальності широко обговорюється в науковій літературі. Можна виділити так званих «науковців — класиків»: Мілтон Фрідман, американський економіст, який вважав, що основна соціальна

відповідальність бізнесу - максимізувати прибуток для акціонерів. Едвард Стейкхолдер, американський філософ, в свою чергу, запропонував концепцію "стейкхолдерів", згідно з якою компанії повинні враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін, а не лише акціонерів. Відомий Пітер Друкер вважав, що КСВ - це не лише етичний обов'язок, але й можливість для створення довгострокової цінності. Сучасними дослідниками даних питань є М.Портер, Керол Дженкінс, Робін кейблз та інші.

Серед вітчизняних науковців, які аналізували моделі соціальної відповідальності бізнесу, можна назвати: У. Волинець, І.О. Ворончак, Л.А. Гордієнко, Є.В. Коваленко, А.С. Ласукову, О.В. Попадюк, З. П. Урусову і М. Ю. Вернидуба та інших.

Питання керування корпоративною ціальною відовідальністю компаній можна вважати надзвичайно актуальними, особливо с сучасних умовах, наближення до стандартів функціонування зарубіжних компаній.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів управління корпоративною соціальною відповідальністю, розробка оптимізаційних рекомендацій для об'єкта дослідження.

В якості об'єкта аналізу обрано ТОВ «ЕКО-СФЕРА» - один із найбільших виробників соків на ринку України.

Предметом роботи є процес управління КСВ.

В роботі використано методи аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення, абстрагування та інші.

# 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1 Поняття корпоративної соціальної відповідальності підприємства, еволюція та судження науковців

Історично роль бізнесу у соціальній політиці обмежувалася фінансуванням державних програм та благодійністю. Але, з часом, погляди змінювались.

Перші наукові дослідження сутності соціальної відповідальності бізнесу, її принципів, методів та механізмів реалізації розпочалися в 50-х роках ХХ століття. У 1953 році Хоуард Р. Боуен у монографії «Соціальна відповідальність бізнесмена» [28, с. 45] зробив значний внесок у цю сферу, описавши, як "концепція соціальної відповідальності може бути застосована в бізнесі, а розуміння більш широких соціальних цілей при прийнятті рішень можуть приносити соціальні та економічні вигоди для суспільства".

Американський науковець К. Девіс зробив значний внесок у розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу, запропонувавши «комплексний підхід до аналізу зовнішніх сил, які детермінують соціальну активність компаній». Його праці допомогли розширити розуміння цієї сфери та визначити ключові фактори, які впливають на соціальну відповідальність бізнесу.

Отже, в 1970-х роках у США та Великій Британії з'явилася нова концепція ведення бізнесу – соціальна відповідальність бізнесу (СВБ). Її виникнення стало відповіддю на зростаючі запити суспільства та споживачів, які очікували від компаній не лише якісних товарів та послуг, але й етичного

та відповідального ставлення до довкілля, працівників та суспільства загалом. Серед очікувань від неї можна назвати: соціальний захист працівників та відсутність дискримінації; забезпечення високої якості продукції; екологізація діяльності та самої продукції; здійснення діяльності відкрито, прозоро.

Поняття соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) ґрунтується на працях багатьох науковців. Окрім Хоурда Р. Боуена та К. Девіса, значний внесок у розвиток цієї концепції зробили: Р. Акерман, який проаналізував практику великих корпорацій щодо втілення принципів СВБ у повсякденну діяльність; А. Керолл, автор моделі корпоративної соціальної відповідальності; В. Фредерік, автор концепції «соціального контракту» між компанією та суспільством, згідно з яким компанія отримує право на ведення бізнесу в обмін на виконання певних соціальних зобов'язань.

Міжнародне керівництво соціальної відповідальності у стандарті ISO 26000 зазначає, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)— це відповідальність підприємства за вплив його рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки [31]

Європейська Комісія окреслює два визначення поняття корпоративна соціальна відповідальність:

- концепція, згідно з якою підприємства на добровільних засадах вирішують стати на шлях розвитку кращого суспільства й чистішого навколишнього середовища;

- концепція, за якою компанії інтегрують вирішення екологічних та соціальних проблем у свій бізнес добровільно, але за участі зацікавлених сторін [33].

Зростання уваги до поняття соціальної відповідальності було викликане такими передумовами, як зростання впливу профспілок, порівняно більш жорсткі стандарти в трудовому законодавстві, вимогах до охорони довкілля, тощо.

Впровадження принципів СВБ може принести багато переваг, таких як:

- а) покращення репутації та іміджу компанії;
- б) збільшення лояльності клієнтів та партнерів;
- в) підвищення мотивації та продуктивності співробітників;
- г) зниження ризиків, пов'язаних з негативним впливом на довкілля та порушенням прав працівників;
- д) доступ до нових ринків та інвестиційних можливостей.

Серед вітчизняних науковців, які аналізували моделі соціальної відповідальності бізнесу, можна назвати: У. Волинець, І.О. Ворончак, Л.А. Гордієнко, Є.В. Коваленко, А.С. Ласукову, О.В. Попадюк, З. П. Урусову і М. Ю. Вернидуба та інших.

Українські науковці роблять значний внесок у розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), адаптуючи її до вітчизняних реалій. Зокрема, А.М. Колот виділив три ключові етапи еволюції СВБ:

- базова концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) (1950-1970 рр.). Цей етап характеризувався усвідомленням бізнесом необхідності відповідального ставлення до своїх стейкхолдерів;

- концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (КСС) (1970-1990 рр.): На цьому етапі акцент робився на тому, як компанії сприймають та реагують на соціальні очікування;

- концепція корпоративної соціальної діяльності (КСД) (1980-2000 рр.): Ця концепція підкреслює активну роль бізнесу у вирішенні соціальних проблем та його інтеграцію у суспільне життя.

Колектив авторів за керівництва Т.Л. Желюка розглядали концепцію соціальної відповідальності підприємства через призму концепції сталого розвитку [5].

Автори Лазоренко О. та Колишко Р. - стратегічні підходи до формування комерційними організаціями корпоративної соціальної відповідальності [21].

Овсянюк-Бердадіна О.Ф. та Толуб'як В.С., в свою чергу, розглядали механізм фінансового та інституційного стимулювання соціальної відповідальності бізнесу в країнах ЄС [25].

Охрименко О.О. та Іванова Т.В. [20] вивчали теорію, методологію та практику соціальної відповідальності на рівнях людини, держави та корпорації. Ними аналізувались також конкретні механізми формування соціальної відповідальності у відносинах між працівниками та їх роботодавцями, у відносинах керівників підприємств із контрагентами та іншими контрагентами [20].

Дослідження українських науковців, на нашу думку, допомагають не лише глибше зрозуміти сутність СВБ, але й розробити практичні рекомендації щодо її впровадження в українських компаніях.

Сучасне бачення соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) виходить за межі благодійних програм. СВБ передбачає системний підхід до вирішення соціальних проблем з урахуванням довгострокових наслідків та впливу на всі аспекти діяльності компанії.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність є бізнес-моделлю, згідно якої компанії докладають узгоджених зусиль і здійснюють свою діяльність у такому форматі, щоб покращувати суспільство та навколишнє середовище організації. Економічна та корпоративна соціальні відповідальності діяльність нерозривно зв'язані. Бізнес, який завдає шкоди системам, від яких він залежить, зрештою буде нежиттєздатним [32]

## 1.2 Моделі корпоративної соціальної відповідальності

Визначальним до формування моделі соціально відповідального суб'єкта бізнесу є підхід Керолла, який запропонував відповідну управлінську модель корпоративною соціальною відповідальністю (рисунок 1.1).

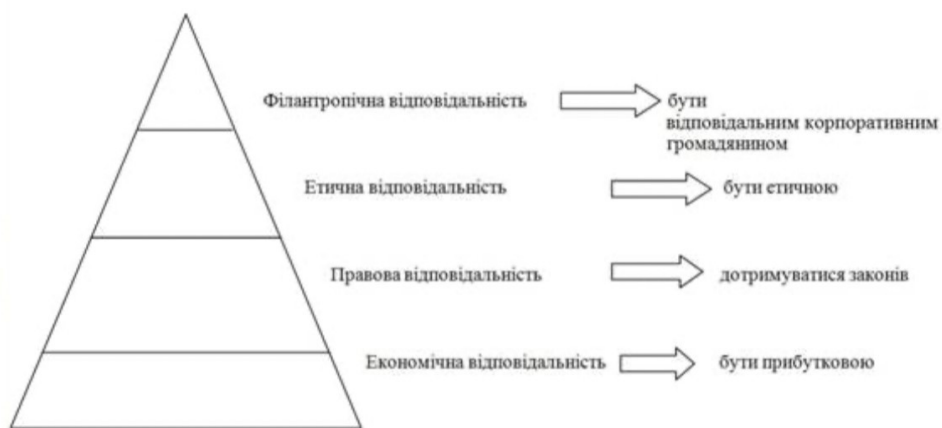


Рисунок 1.1 - Управлінська модель корпоративної соціальної відповідальності Керрола [18]

Як видно з піраміди А. Керолла, виділяєть такі типи корпоративної соціальної відповідальності: економічна, правова, етична, дискреційна.

Економічна відповідальність являє собою основу корпоративної соціальної відповідальності компанії, є базовою функцією компанії на ринку виробників товарів та послуг. Корпоративна соціальна відповідальність підприємства з економічної точки зору полягає у вдосконаленні споживчих властивостей, якості продуктів чи наданих послуг. Згідно такого рівня КСВ підприємство є тоді соціально відповідальним, коли виготовляє продукт чи надає послугу, яка якнайкраще задовольняє конкретну економічну потребу індивідуального споживача або суспільства вцілому.

Правова відповідальність є наступним рівнем КСВ, але все ж є обов'язковою для кожної компанії. Вона передбачає необхідність компанією дотримуватись законодавства, слідувати нормативно-правовим актам та загалом очікуванням, виконання зобов'язань перед суспільством.

Етична відповідальність є добровільним, проте, ціннісним орієнтиром діяльності підприємства і обумовлює формування корпоративної культури на підставах, що не суперечать суспільним цінностям.

Дискреційна відповідальність являє собою найвищий рівень інтеграції КСВ у систему. Вона ініціює дії компаній, спрямовані на підтримку і розвиток суспільства, завдяки добровільній участі компанії у реалізації різноманітних соціальних заходів, програм та доброчинних проєктів.

Загалом ініціативи корпоративної соціальної відповідальності можуть включати різні категорії:

- екологічна відповідальність - це комплекс заходів, спрямованих на мінімізацію негативного впливу діяльності людини на довкілля. Її ключові напрямки включають зменшення забруднення та шкідливих викидів в навколишнє середовище, впровадження екологічних технологій виробництва, раціональне та економне використання використання природних ресурсів;

- правозахисна відповідальність - ініціативи щодо відповідальності за права людини передбачають забезпечення справедливих трудових практик (наприклад, рівна оплата за однакову роботу) і справедливих торгових практик, а також відмову від дитячої праці, дискримінації на робочому місці;

- філантропічна відповідальність - фінансування освітніх програм, підтримка ініціатив у сфері охорони здоров'я, пожертвування на цілі та підтримка проєктів благоустрою громади;

- економічна відповідальність - ініціативи економічної відповідальності передбачають удосконалення ділової активності фірми, одночасно беручи

участь у екологічних практиках – наприклад, використовуючи новий виробничий процес для мінімізації відходів [30]

Здійснюючи дії щодо реалізації, корпоративної соціальної відповідальності бізнес несе позитивний соціальний вплив, а саме це влючає:

а) сплата податків та інших платежів, які далі спрямовуються у державний бюджет і використовуються державою задля реалізації соціальних цілей;

б) забезпечення працівникам гідних умов життя через належну оплату та якісні умови праці; покращення умов життя персоналу через різноманітні соціальні проекти; забезпечення можливостей по задоволенню потреб та інтересів споживачів;

в) покращення екологічної ситуації;

г) створення нових можливостей для працевлаштування та розвитку, тощо.

Ефективне впровадження корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення ефективної соціально-економічної діяльності включає визначення системних функцій організації та розроблення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю компанії.

Тим часом науковці дійшли висновку, що набір інструментів соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) не є універсальним. Він залежить від багатьох факторів, таких як країна (з її культурними особливостями та соціально-економічною ситуацією); культура (цінності та норми поведінки); рівень розвитку країни та її економіки.

Одним із поглядів на виділення типів моделей соціальної відповідальності є такий:

а) модель активного втручання держави, із характерним наданням соціальних благ на загальній основі, врахуванням інтересів всіх сторін сторін (характерна для західноєвропейських країн);

б) модель обмеженого втручання держави, для якої властивий другорядний впливом уряду та ключова роль підприємств та корпорацій в процесі вирішення соціальних проблем (японська модель);

в) модель реактивного втручання держави, для якої властиве мінімальна участь владних інститутів при вирішенні соціальних проблем суспільства (властива для США) [27].

Існує два основних типи моделей соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), які розрізняються за рівнем їх реалізації:

а) глобальна модель. Ця модель ґрунтується на етичній поведінці та добровільній ініціативі транснаціональних корпорацій. Вона охоплює практики, спрямовані на: поліпшення умов праці на глобальному рівні; управління охороною навколишнього середовища в масштабах планети.; розробку проектів розвитку громад у різних країнах світу.

б) Географічна модель, яка базується на трьох теоріях:

1. Теорія корпоративного еґоїзму (американська модель СВБ), згідно якої компанії зосереджуються на максимізації прибутку, дотримуючись при цьому законів та етичних норм.

2. Теорія корпоративного альтруїзму (європейська модель СВБ), яка передбачає, що компанії беруть на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, навіть якщо це не завжди приносить їм пряму вигоду.

3. Теорія розумного еґоїзму (змішана модель СВБ або модель корпоративної соціальної відповідальності). Постулатом модулі є те, що компанії шукають баланс між власними інтересами та інтересами суспільства, прагнучи до довгострокового успіху.

Важливо зазначити, що ці моделі не є взаємовиключними. Багато компаній використовують елементи обох моделей у своїй роботі.

Вибір моделі СВБ залежить від багатьох факторів, таких як розмір та сфера діяльності компанії, її цінності та стратегія розвитку, культурні особливості та соціально-економічна ситуація в країні.

Грунтуючись на цих трьох теоріях було виділено три базових моделі соціальної відповідальності бізнесу: американську, європейську та азіатську (рисунок 1.2).



Рисунок 1.2 — Декомпонування моделей соціальної відповідальності бізнесу [14]

Американська модель соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) спирається на філантропічний підхід. Це означає, що компанії виділяють частину свого прибутку на фінансування соціальних проєктів та ініціатив, які не завжди мають прямий зв'язок з їхньою основною діяльністю.

На противагу американській моделі, де соціальна відповідальність часто ґрунтується на добровільних ініціативах компаній, європейська (континентальна) модель СВБ спирається на державне регулювання. За цією моделлю, підприємства сплачують значні податки, які потім держава використовує для фінансування соціальних програм.

Важливими напрямками інвестування в рамках європейської моделі є: розвиток персоналу, освіта та наука, а також технології. Таким чином, соціальна відповідальність в Європі не лише очікується від бізнесу, але й виступає частиною його стратегії, спрямованої на довгострокове зростання.

Азійська (азіатська) модель соціальної відповідальності бізнесу будується із врахуванням традицій, культури та менталітету відповідного населення. Азіатська модель включає японську модель, китійську та сингапурські моделі.

Японська модель характеризується потужним впливом держави на всі процеси щодо здійснення соціальної відповідальності; поширеності соціально-побутових ініціатив, що мають на меті задоволення потреб працівників; розповсюдження практики володіння компаніями об'єктів соціальної інфраструктури.

У країнах Центральної та Східної Європи експерти виділяють такі моделі СВБ, як пострадянська, центральноевропейська, балтійська, західнобалтійська.

Українська модель корпоративної соціальної відповідальності (СВБ) знаходиться у стадії становлення, хоча існують реальні перспективи для її розвитку, адже СВБ може стати дієвим інструментом для вирішення соціальних проблем, наразі їй бракує системного підходу.

Багато українських компаній недооцінюють важливість соціальної відповідальності, роблячи акцент на більш прагматичних аспектах, таких як захист прав акціонерів, діяльність органів управління, внутрішній контроль, фінансова прозорість.

Відсутність готовності до діалогу з широким колом зацікавлених сторін (стейкхолдерів) може призвести до конфліктів інтересів, зростання витрат та, зрештою, до послаблення стійкості компаній.

Для успішного розвитку вітчизняної моделі СВБ необхідна активніша участь бізнесу у вирішенні соціальних питань, а також чітке розуміння того, що соціальна відповідальність не лише несе в собі репутаційні вигоди, але й може стати рушійною силою довгострокового розвитку.

### 1.3 Законодавча основа з питань формування та забезпечення корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Функціонування організації в економічній системі має регулюватися принципами та правилами, які забезпечать єдине розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності. Правильне їх застосування є запорукою ефективного функціонування та об'єктивного визначення стану корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Основною засадою господарювання в Україні є Господарський кодекс, згідно якого усі суб'єкти господарювання мають право самостійно, без обмежень, здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, не заборонену законом. Щодо корпоративної соціальної відповідальності, то у статті 49 даного кодексу зазначено, що підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян та їх об'єднань.

За завдану шкоду та збитки підприємство понесе майнову та іншу встановлену законом відповідальність [7]

Правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні визначає Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. [1]

Оскільки фінансова звітність підприємств не становить комерційної таємниці, вона є важливим джерелом розкриття інформації про корпоративну соціальну відповідальність компанії. Окрім цього, вагомими для розкриття діяльності компанії на національному рівні стали також зміни до Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» № 2164-VIII від 05.10.2017 [1], згідно з якими середні і великі підприємства зобов'язані складати «Звіт про управління». Цей звіт має описувати як фінансову, так і нефінансову інформацію, що включатиме дані щодо використання навколишнього середовища, управління персоналом, благодійність, тощо, а також характеризуватиме стан й перспективи розвитку компанії, розкриватиме основні ризики діяльності.

Регулювання процесу оподаткування здійснюється Податковим кодексом України [2]. Зокрема стаття № 16 визначає, що обов'язки платників податків включають подання контролюючим органам інформації про облік доходів, витрат та інших показників в порядку, у строки і у обсягах, встановлених податковим законодавством України.

В умовах глобалізації впроваджуючи корпоративну соціальну відповідальність важливим є вихід компанії на міжнародні ринки чи взаємодія зі світовими партнерами. Зважаючи на це, доцільно звернути увагу на Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [3], у якому зазначається, що для ведення бізнесу суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право укладати будь-які види зовнішньоекономічних договорів(контрактів), крім тих, які прямо та у виключній формі заборонені

законами України. Україна зобов'язана здійснювати захист прав та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно із нормами міжнародного права.

Митним кодексом України [4], визначаються процедури митного контролю та митного оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України. Також у даному законі регламентується застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією тощо.

Для впорядкування питання нормативного регулювання КСВ, слід погрупувати кодекси та закони України (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 - Нормативно-правове забезпечення КСВ підприємств України

Сфера КСВ	Нормативно-правові акти
Корпоративне управління	Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Податковий кодекс України
Трудові відносини	Кодекс законів про працю, Закон України «Про оплату праці», Закон України «Про зайнятість населення», Закон України «Про захист персональних даних», Закон України «Про відпустки»
Екологічна відповідальність	Земельний кодекс України, Повітряний кодекс України, Водний кодекс України, Лісовий кодекс України, Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», Закон України «Про відходи».
Чесні операційні практики	Закон України «Про засади запобігання та протидії корупції», Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції», Закон України «Про здійснення державних закупівель».
Відносини із стейкхолдерами	Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про доступ до публічної інформації», Закон України «Про рекламу», Закон України «Про інформацію», Закон України «Про захист суспільної моралі»
Соціальна відповідальність	Закон України «Про благодійність і благодійні організації», Закон України «Про гуманітарну допомогу».

Узагальнюючи, законодавчо-правове підґрунтя для здійснення суб'єктом підприємництва будь-якого виду господарювання на території України є достатньо насиченим та регламентованим. Законодавча база постійно доповнюється і оновлюється, а правове поле не створює ніяких перешкод для ефективного функціонування підприємства. Українське законодавство підтримує підприємства та встановленими законами визначає загальні правові, економічні та соціальні засади для здійснення виробничо-господарської та корпоративно-соціально відповідальної діяльності. Для забезпечення ефективного розвитку підприємства та інтегрування його на світовий ринок, компанії слід опиратись на міжнародні нормативи та стандарти, які чітко окреслюють умови імплементації корпоративної соціальної відповідальності.

## 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

### 2.1 Характеристика ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

ТОВ «ЕКО-СФЕРА» — це підприємство-виробник соків, флагман української індустрії натуральних напоїв. Компанія функціонує на ринку більше 20 років. Дата реєстрації товариства в ЄДР — 05.03.2003. р. Поточне місце реєстрації — вулиця І.Мазупи 45, м. Калинівка, Вінницька область.

Повна назва - Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕКО-СФЕРА» (Limited liability company «ECO-SPHERE»).

Клас КВЕД - 10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків.

Інші види діяльності ТОВ «Еко-Сфера» включають виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки, неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, оптова торгівля іншими товарами господарського призначення, оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням, та інші.

Номер свідоцтва платника ПДВ - 323205502071.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕКО-СФЕРА» створене з метою отримання прибутку, який планується реінвестувати у розвиток компанії та задоволення суспільних потреб. Досягнення цієї мети (згідно Статуту компанії), здійснюється шляхом виробництва та реалізації продукції, товарів, робіт та послуг, що відповідають вимогам чинного законодавства.

Компанія досягає мети діяльності шляхом остійного підвищення особистої зацікавленості працівників, засновників та менеджерів.

Створення якісного та корисного продукту за доступними цінами – це не лише мета діяльності, але й постійні орієнтири Товариства.

ТОВ «ЕКО-СФЕРА» широко представлена по всій Україні мережа, яка налічує два сучасні заводи: у селі Попівці, у місті Калинівка. Головний офіс компанії знаходиться в Києві. Філії - у п'яти обласних центрах, зокрема - Вінниці, Житомирі, Луцьку, Рівному та Києві.

Отже, ТОВ «ЕКО-СФЕРА» володіє двома сучасними виробничими комплексами, де всі етапи виробництва (від переробки свіжих фруктів до розливу готової продукції), підпорядковані найсуворішим стандартам якості.

Перший комплекс спеціалізується на виготовленні сировини: тут з ретельністю відібрані фрукти та ягоди перетворюються на натуральне пюре та соки. Другий комплекс відповідає за виробництво кінцевого продукту. Тут з натуральних інгредієнтів виготовляють смачні та корисні соки, які втамовують спрагу та дарують заряд бадьорості.

Компанія ТОВ «ЕКО-СФЕРА» використовує екологічно чисті технології, а також дбає про збереження природних ресурсів.

ТОВ «Еко-Сфера» має ліцензії, зокрема, на маркування «без ГМО», «Схвалено Міністерством охорони здоров'я України», «Дітям від 3 років».

Основні видами продукції товариства є концентрований сік, овочеve та фруктове пюре, соки, сокові продукти, які фасуються в покування з комбінованого матеріалу по 0,2 л, 1 л, 1,9 л, а також - в скляну тару об'ємом 3,0 літри. Безалкогольні напої також виготовляються згідно достатньо широкого асортименту («DonLimon», «Exotika», «Orange Storm», «Lemon Splash», «Дабл Кола»), фасування відбувається в ПЕТФ пляшки від 0,5 л до 2,0 л.

Торгова марка «ЕКО» та «Вінні» від ТОВ «ЕКО-СФЕРА» пропонує широкий вибір питної та мінеральної води в зручних ПЕТФ пляшках (від 0,5 л до 6 л) та полікарбонатних бутлях багаторазового користування (19,9 л).

Торгова марка «ЕКО» та «Вінні» від ТОВ «ЕКО-СФЕРА» пропонує широкий вибір питної та мінеральної в аналогічних пакуваннях.

Компанія випускає соки не лише під власними марками, але і під замовлення великих торговельних мереж (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 - Продукція ТОВ «ЕКО-СФЕРА», що пропонується ринку під торговими марками на замовлення

Організаційна структура ТОВ «ЕКО-СФЕРА»: чітка основа для ефективного управління. Система управління ТОВ «ЕКО-СФЕРА» ґрунтується на чітко визначеній організаційній структурі. Вона окреслює склад, підпорядкованість та взаємодію всіх елементів компанії, визначаючи оптимальну кількість управлінського персоналу та його розподіл за підрозділами.

Структура регламентує адміністративні, функціональні та інформаційні взаємовідносини між працівниками апарату управління та підрозділами, встановлюючи чіткі права, обов'язки та відповідальність менеджерів.

Це дає змогу ефективно досягати поставлених цілей, адже кожен співробітник чітко знає свою роль та місце в системі.

Організаційна структура ТОВ «ЕКО-СФЕРА» – це динамічний інструмент, який постійно вдосконалюється та адаптується до мінливих потреб компанії (розміщена на рисунку А.1 додатку А).

Як бачимо, ТОВ «ЕКО-СФЕРА» має трирівневу систему управління та включає:

- Вищий орган управління компанією – Загальні збори Учасників;
- Наглядову Раду;
- Виконавчий орган компанії (представлений директором).

ТОВ «ЕКО-СФЕРА» – це компанія, яка усвідомлює важливість чіткої стратегії для досягнення успіху. Саме тому, щороку розробляється стратегічний план розвитку, який визначає курс компанії. Щорічна постановка цілей дозволяє конкретизувати бажаний результат та ефективно рухатися до його досягнення.

З метою забезпечення прозорості діяльності, на офіційному сайті компанії розміщуються щорічні звіти про управлінську діяльність, форми бухгалтерської звітності.

В цілому, ТОВ «ЕКО-СФЕРА» – це надійний партнер, який відкрито веде свій бізнес та прагне до постійного вдосконалення.

Компанія приймає участь у тендерах. Зокрема, у 2024 році, ТОВ «Еко-Сфера» виграла тендор на 716 509 грн на поставку соків для філії "Відокремлений підрозділ «Хмельницька Атомна Електрична Станція» акціонерного товариства «Національна Атомна Енергогенеруюча Компанія «ЕНЕРГОАТОМ»»; на поставку питної ваги (0,5 л) на суму 223 040 грн для ДП України «Міжнародний дитячий центр «АРТЕК»»; поставку нектару яблучного пастеризованого на суму 96 000 грн для Комунальної установи «Радомишльський психо-неврологічний інтернат» Житомирської обласної ради, та інші.

Загалом, компанія була учасником у 2 523 закупівлях, переможцем стала у 2 237 закупівлях на суму 217,21 млн грн. Було підписано 2 156 договорів на суму 210,57 млн грн. В процесі очікування перебуває 12 договорів на суму 224 252,52 грн.

Проведемо аналіз основних показників діяльності компанії (таблиця 2.1, техніко-економічні показники — таблиця Б.1, додаток Б). Деякі показники ТОВ «ЕКО-СФЕРА» наведені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 — Деякі показники діяльності ТОВ «ЕКО-СФЕРА» за у 2021-2023 роках

Показник	Одиниці виміру	Рік			Темпи зміни, %, до попереднього року	
		2021	2022	2023	6	7
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
1. Чистий дохід від реалізації продукції, робіт та послуг	тис грн	509 037	778 188	993 827	152,87	127,71
2. Собівартість реалізованої продукції, робіт та послуг	тис грн	402 317	600 297	719 274	149,21	119,82
3. Валовий прибуток	тис грн	106 720	177 891	274 553	166,69	154,34
4. Чистий прибуток	тис грн	5 803	24 937	55 619	429,73	223,04
5. Власний капітал	тис грн	260 970	242 739	422 704	93,01	174,14
6. Необоротні активи	тис грн	289 470	199 952	288 617	69,08	144,34
7. Оборотні активи	тис грн	282 450	298 797	440 385	105,78	147,39

Таблиця 2.1 показує зростання показників чистого доходу від реалізації продукції, чистого та валового прибутку ТОВ «ЕКО-СФЕРА».

Загалом, за період з 2021 по 2023 рік чистий дохід від реалізації продукції, робіт та послуг товариства збільшився на 484 790 тис. грн. Темпи змін показника по роках становили відповідно 52,87 та 27,71%.

За період з 2021 по 2023 роки бачимо зростання валового прибутку на 167 833 тис грн. В 2022 році спостерігається зменшення суми власного капіталу (на 18231 тис грн) та необоротних активів підприємства (89518 тис грн). Це може бути пов'язане з амортизацією власних засобів, або продажем певних активів товариства. В той же час, сума оборотних активів компанії

зростає кожного року — з 282 450 тис грн у 2021 до 440 385 тис грн у 2023 році.

Динаміку показників можна побачити на рисунку 2.1.

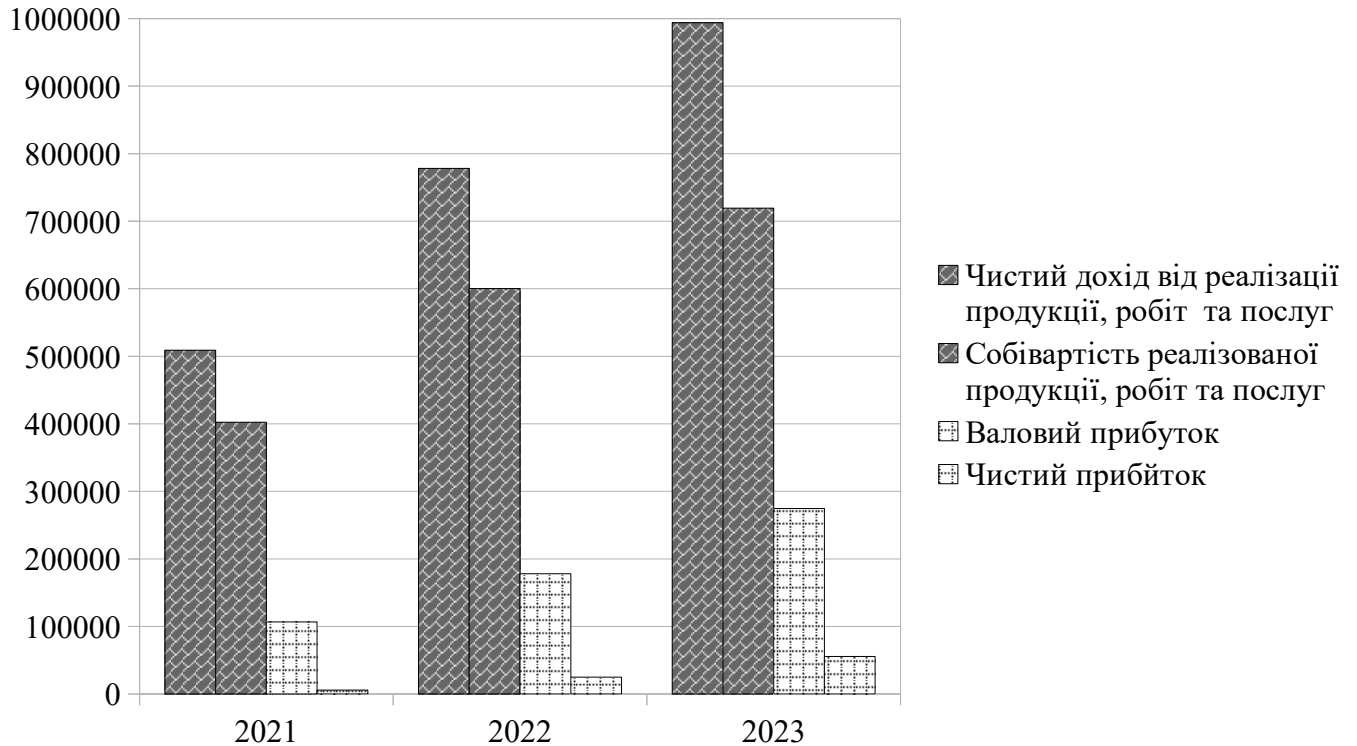


Рисунок 2.1 — Динаміка показників валового доходу, прибутку ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

Щодо інших показників компанії можемо зазначити, що чисельність робітників протягом 2021-2023 років зменшилась на 9 осіб. Середньомісячна заробітна платня зросла на 6803,52 грн. Це пов'язане із зростанням величини мінімальної заробітної платні за законодавством.

Витрати на одиницю реалізованої продукції коливаються від 0,79 у 2021 році до 0,72 в 2023 році. Що є позитивною тенденцією, оскільки підприємство збільшує ефективність використання витрат.

Поряд з аналізом техніко-економічних показників, нами здійснено аналіз сильних та слабких сторін діяльності товариства, моливостей та загроз для ТОВ «ЕКО-СФЕРА» (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 — SWOT-аналіз ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

Strengths («сильні сторони»)	Weaknesses («слабкі сторони»)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- надійна репутація, тривалий період існування на ринку;</li> <li>- відповідність продукції міжнародним стандартам якості;</li> <li>- сильна соціальна позиція керівництва; <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання власної сировини у виробничому процесі;</li> <li>- постійний розвиток, інновації в асортименті;</li> <li>- активна рекламна компанія;</li> </ul> </li> <li>- соціальний ефект у вигляді піклування про здоров'я населення; <ul style="list-style-type: none"> <li>- застосування екологічно чистих технологій (сучасні фільтри), відсутність відходів (перетворення жмиху на паливо для опалення приміщень взимку);</li> </ul> </li> <li>- допомога військовим і не тільки через громадську організацію</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- високо конкурентний ринок;</li> <li>- сезонні коливання попиту;</li> <li>- висока вартість обладнання для забезпечення виробництва;</li> <li>- потреба в дослідженнях ринку, відслідковування дій конкурентів</li> </ul>
Opportunities («можливості»)	Threats («загрози»)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- вихід на зарубіжні ринки;</li> <li>- подальше розширення асортименту;</li> <li>- збільшення обсягів реалізації на внутрішньому ринку;</li> <li>- дослідження сучасних технологій та застосування новітніх методів обробки сировини;</li> <li>- придбання нових земель, розширення масштабів вирощування сировини;</li> <li>- підвищення професіоналізму персоналу;</li> <li>- отримання більшої кількості державних замовлень на поставки продукції до лікарень, дитячих садочків, тощо</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- посилення військової агресії;</li> <li>- перебої з подачею електроенергії;</li> <li>- зміна смаків споживачів;</li> <li>- зменшення доходів населення;</li> <li>- економічна криза;</li> <li>- неврожай сировини власного виготовлення;</li> <li>- нестача спеціалістів;</li> <li>- зростання операційних витрат;</li> <li>- зростання податкового навантаження (законодавчі зміни)</li> </ul>

В цілому, звичайно, ТОВ «ЕКО-СФЕРА» є «сильним гравцем» на ринку соків України, з великим потенціалом розвитку та перспективами.

## 2.2 Аналіз корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

Серед складових корпоративної соціальної відповідальності є, як нами вже зазначалось, є економічна, соціальна та екологічна складові.

ТОВ «ЕКО-СФЕРА» здійснює свою діяльність прозоро. На сайті підприємства представлена фінансова звітність за 2021, 2022 та 2023 роки. Крім того, компанія оприлюднює звіт незалежного експерта — аудитора щодо фінансової звітності ТОВ «ЕКО-СФЕРА», відповідно до Міжнародних стандартів аудиту.

Експерт засвідчила, що звітність складено відповідно до вимог Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, вона відповідає вимогам Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16 липня 1999 року № 996-XIV щодо складання фінансової звітності.

З 2022 року, ТОВ «ЕКО-СФЕРА» допомагає Захисникам України та постраждалим від війни. Ініціювавши створення «Благодійний фонд Олега Гончарука», Олег Гончарук ставив на меті забезпечення усіх потреб захисників та захисниць України; надання матеріальної та психологічної допомоги постраждалим від бойових дій та ВПО. З кожного проданного соку компанії, 1 чи 2 гривні саме зараз йдуть на дані цілі.

Серед «перемог» фонду можна назвати наступні. Об'єднавши зусилля з фондом «Українські Вогнеборці» - «Ukrainian FireFighters Foundation» придбали мікроавтобус Citroen, а інженери провідного виробника рятувальної техніки у Великобританії «North Fire» дообладнали все за найвищим класом. Супер комфортабельний, спеціально обладнаний мікроавтобус для кінологів та собак, які рятують людські життя під завалами, передали пошуково-рятувальній службі ДСНС України.

На даний час, зусиллями фонду та ТОВ «ЕКО-СФЕРА» зібрали 12 903 926 гривень, 15 350 923 грн надіслали в благодійні фонди для допомоги ЗСУ та постраждалим від війни, надали готової продукції на суму 6 670 102 грн (соки та вода) - волонтерам та в деокуповані міста та села.

Компанія отримала численні подяки за свою активну волонтерську діяльність, серед яких — від Головного управління розвідки Міністерства оборони України, проекту «Знак Якості», Міжнародного благодійного фонду «Повернись живим», та ін.

Співробітники ТОВ «ЕКО-СФЕРА» отримують справедливую компенсацію за свою роботу, яка відповідає ринковим стандартам. Працівники виконують обов'язки згідно посадових інструкцій та за договорами найму.

На ТОВ «ЕКО-СФЕРА» забезпечуються пільги, такі як медичне страхування, відпустки та пенсійні плани.

Підкреслимо важливу роль умов праці на ТОВ «ЕКО-СФЕРА». Співробітники протягом робочого дня знаходяться в безпечному та здоровому середовищі, що відповідає всім нормам та правилам, вимогам до таких приміщень. Також, на підприємстві забезпечується належне навчання та інструктаж з питань безпеки. Заохочується зворотний зв'язок від співробітників щодо проблем безпеки, є скриньки довіри, час від часу проводиться анкетування.

Співробітників заохочують до навчання, підвищення власних навичок та вмінь, створюються умови для розвитку та кар'єрного зростання.

Якщо говорити про екологічну складову соціальної відповідальності, то стандарти компанії в даному випадку є достатньо високими.

ТОВ «ЕКО-СФЕРА» використовує на 100 % натуральні інгредієнти, а продукція відповідає міжнародним стандартам якості.

На підприємстві впроваджені «Система управління якістю ISO 9001», «Система екологічного менеджменту ISO 14000» та «Система управління

безпекою харчових продуктів ISO 22000», що відповідає основним принципам HASP.

Щодо екологічної складової продукції зазначимо, що 15 видів соків ТОВ «ЕКО-СФЕРА» мають екологічну сертифікацію, що підтверджує відповідність стандарту «Плоди та овочі оброблені та законсервовані. Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу».

Сертифікати можна побачити в додатку В.

### 2.3 Стан корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах

В травні 2023 року компанії «CSR Ukraine» та «The Page» об'єднали зусилля для проведення дослідження, спрямованого на вивчення стійкості українського бізнесу в умовах війни. В «Індексі КСВ 2023» взяли участь 30 компаній, що пройшли анкетування [24]. Розглядалась 5-компонентна модель КСВ у воєнний час:

- безперервність бізнесу і податки,
- безпека співробітників і співробітниць,
- боєздатність,
- об'єднаність,
- громада.

Опитування продемонструвало, що практично всі учасники надають підтримку ЗСУ. Лише дві компанії не змогли долучитися до допомоги армії через обмеження, пов'язані з їхньою глобальною політикою.

Водночас, всі компанії, що взяли участь у рейтингу, підтримують своїх співробітників, які мобілізовані до лав ЗСУ. 23 з них продовжують

виплачувати їм заробітну плату, а 17 додатково забезпечують військовим спорядженням[24].

Більше половини (16 з 30) компаній активно впроваджують програми реінтеграції та підтримки ветеранів та ветеранок у своєму колективі. Ці програми включають, наприклад, можливості перенавчання або підвищення кваліфікації, додаткові оплачувані відпустки, психологічну підтримку та розширені пакети медичного страхування.

Також, 25 з 30 компаній продемонстрували турботу про своїх співробітників та їхні родини, здійснивши їхню релокацію до безпечних регіонів. Окрім цього, компанії надали їм матеріальну та психологічну допомогу, організувавши трансфер та розміщення[24].

Компанії не лишили байдужими своїх співробітників, які були змушені покинути домівки через війну. Їм надавалась матеріальна допомога, яка включала:

- виплату заробітної плати та премій авансом, щоб люди могли без проблем облаштуватися на новому місці;

- додаткові кошти на облаштування та оплату житла. Деякі компанії також зберегли виплати для своїх співробітників, які перебувають в окупації;

- для тих, хто працює в прифронтових зонах, передбачені надбавки до зарплати.

Більшість компаній запровадили програми матеріальної допомоги для тих, хто постраждав від війни:

- у разі втрати або пошкодження житла;
- у випадку поранення;
- при загибелі членів родини.

Дев'ять компаній навіть надали одноразову матеріальну допомогу всім своїм працівникам.

Турбуючись про безпеку своїх працівників, 20 компаній облаштували укриття в офісах та на виробничих площадках. Окрім цього, МХП надав фінансову допомогу для створення 75 укриттів у школах, дитячих садках та лікарнях, а «Нова пошта» збудувала загальнодоступні бетонні укриття у Харкові, Херсоні та Миколаєві.

14 з 30 компаній підтримують підрядників та партнерів. Компанії продемонстрували свою підтримку різними способами, включаючи: надання корпоративного транспорту та приміщень у період блекаутів, щоб допомогти своїм працівникам та громадянам у складний час; перенесення даних критичної інфраструктури у хмарне середовище партнерів, забезпечуючи безперебійну роботу та доступ до інформації навіть у разі відсутності електроенергії; зміна умов оплати з післяплати на передплату на прохання постачальників, надаючи їм фінансову підтримку та сприяючи стабільності економіки.

До початку повномасштабного вторгнення, 22 з 30 компаній вже мали плани безперервності бізнесу. З початком бойових дій більшість з них оновили ці плани, включивши до них розділи, що стосуються енергонезалежності, гарантування безпеки працівників, експорту товарів і послуг та інших важливих аспектів.

Більшість компаній (17 з 30) оприлюднили інформацію про розділи своїх планів безперервності бізнесу, що стосуються підтримки працівників. Ці плани зазвичай передбачають: збереження робочих місць для всіх, релокацію співробітників та їхніх сімей до безпечних регіонів, фінансову та матеріальну допомогу релокованим, психологічну підтримку, облаштування шелтерів в офісах з запасами їжі, води, спальними місцями, безперебійним живленням та інтернетом.

План безперервності бізнесу, що стосується бізнес-процесів, містить низку ключових положень: визначення критичних процесів, розробка плану їх покрокового відновлення, евакуація обладнання, посилення фізичної

безпеки офісів, збереження та/або переміщення даних за межі України, забезпечення безперебійного доступу до інтернету (завдяки Starlink) та енергопостачання (за допомогою генераторів).

43% опитаних компаній зазначили, що вони сплачували податки наперед, але лише 8 із компаній розкрили данні: сума платежів разом склала близько 3,3 млрд грн.

«Нова пошта», ПрАТ «Київстар», ЕРАМ Україна, «Infopulse та Sense Bank» очолили рейтинг КСВ Індексу 2023 року. Середній бал Індексу цьогогоріч склав 60, а 15 компаній подолали позначку в 60 балів (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 - Результати оцінки КСВ Індексу підприємств у 2023 році

	Компанія	Кількість балів	у т.ч.				
			Безперервність бізнесу і податки	Безпека співробітників	Боездатність	Об'єднаність	Громада
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Нова пошта	92	17	20	20	15	20
2	ПрАТ Київстар	89	11	20	18	20	20
3	ЕРАМ Україна	88	13	20	17	20	20
4	Infopulse	87	16	20	18	13	20
5	Sense Bank	83	12	20	17	16	18
6	«Делойт» в Україні	70	4	17	17	15	17
7	Банк ПУМБ	68	17	12	16	5	18
8	Датагруп та Volia	68	11	12	15	10	20
9	SoftServe	67	12	20	15	8	12
10	Kernel	66	9	18	16	8	15
11	МХП	66	3	18	13	15	17
12	Ciklum	63	10	16	15	6	16
13	ПрАТ "Лантменнен Акса"	61	0	20	15	10	16

Кінець таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8
14	Фармак	61	8	10	18	12	13
15	Sargemini Engineering Ukraine	60	13	20	16	1	10
16	Креді Аргіколь Банк	59	12	11	13	5	18
17	Ferrexpro	59	3	17	18	3	18
18	Юридична фірма Asters	59	0	16	15	15	13
19	Master of Code Global	55	6	11	13	11	14
20	ПриватБанк	52	3	17	17	5	10
21	ТОВ СП "НІБУЛОН"	52	3	6	17	10	16
22	Svitsoft	50	11	12	11	10	6
23	АТ "Укргаз видобування"	50	0	17	15	0	18
24	UKRSIBBANK BNP Paribas Group	49	13	17	9	5	5
25	ІТ - Інтегратор	48	0	20	12	11	5
26	ELEKS	46	4	13	16	5	8
27	Мережа супермаркетів SPAR(Україна)	46	0	10	10	10	16
28	ТОВ «Байер»	44	0	13	6	5	20
29	ТОВ "РУШ" (Лінія магазинів EVA та EVA.UA)	36	3	7	15	0	11
30	ТОВ "Ю.Комодітіз"	18	3	6	8	0	1
	Середній бал	60	7	15	15	9	14

Варто зазначити, що деякі ІТ-компанії не змогли надати дані через політику конфіденційності (наприклад, дані про співпрацю з урядом та регіональною владою), що могло вплинути на їхнє місце в рейтингу.

Стійкість українського бізнесу: 5 ключових напрямків КСВ під час війни показані на рисунку 2.2.

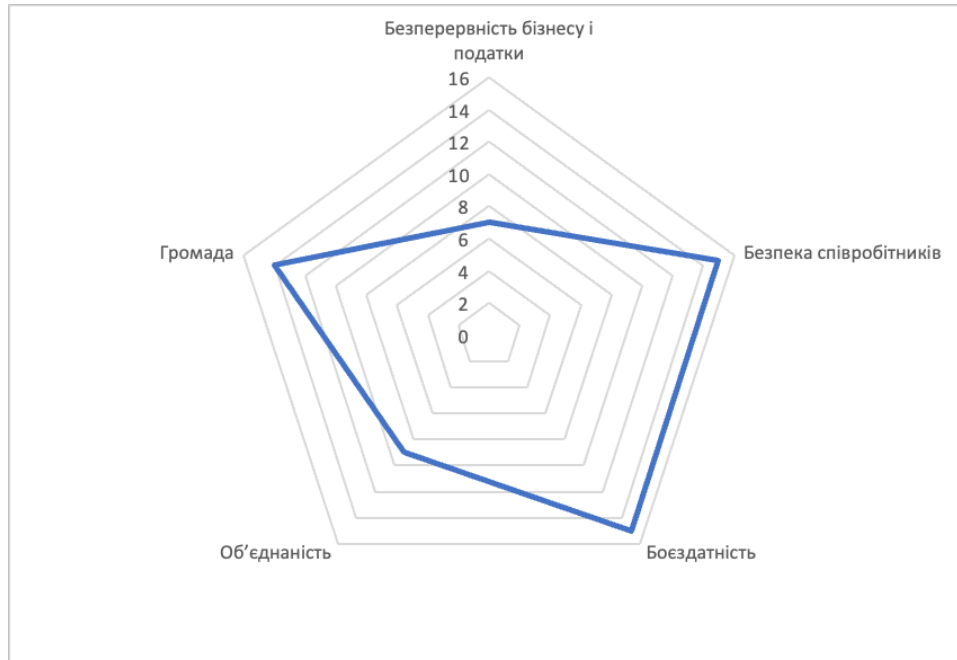


Рисунок 2.2 - Найбільш важливі напрямки КСВ українських підприємств з початку військової агресії [25]

Як бачимо, великі компанії приділяють значну увагу розвитку корпоративної соціальної відповідальності. А напрямки, які є найбільш популярними можна взяти до уваги керівництву об'єкта дослідження як перспективи подальших кроків її розвитку.

### 3. СПОСОБИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

#### 3.1 Розробка стратегії КСВ на ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

Розробка стратегії КСВ є важливим аспектом оптимізації діяльності компанії в цілому, її розвитку.

В Україні більшість підприємств, незалежно від їх розміру (великі, середні, малі), не володіють чітко сформульованою стратегією соціальної відповідальності. Їхня діяльність у цій сфері обмежується виконанням законодавчих норм та реалізацією епізодичних благодійних проектів. Лише 29,6% компаній інтегрували КСВ у свої стратегічні цілі та розробили відповідну стратегію [12, С.53].

Стратегія КСВ - це чіткий план дій, який веде бізнес до успіху та робить світ кращим. Стратегія КСВ допомагає компаніям не лише мінімізувати негативний вплив на довкілля та суспільство, але й отримувати від цього вигоду. Вона робить бізнес більш стійким, покращує його репутацію, залучає та мотивує співробітників, а також сприяє лояльності клієнтів. Тож КСВ - це не лише відповідальність, але й розумна інвестиція в майбутнє.

Чітко розроблена стратегія КСВ допоможе ТОВ «ЕКО-СФЕРА» у:

- збільшення внеску компанії сталий розвиток суспільства, забезпечить соціальний, економічний та екологічний ефекти;
- підвищенні ефективності управлінських рішень. КСВ стимулює прийняття більш зважених та далекоглядних рішень, що враховують вплив діяльності компанії на суспільство та довкілля;

- поліпшенні системи корпоративного управління та підвищення конкурентоспроможності. Впровадження принципів КСВ сприяє більш ефективному корпоративному управлінню, що робить позицію компанії більш стійкою, конкурентоздатною на ринку;

- нарощенні інвестиційної привабливості. КСВ робить компанію більш привабливою для інвесторів, які цінують відповідальний підхід до ведення бізнесу;

- ефективному позиціонуванні компанії - як сучасної інноваційної організації стратегічного значення. КСВ допомагає компанії здобути імідж лідера, який дбає про довгостроковий розвиток та позитивний вплив на суспільство;

- розвитку взаємодії із зацікавленими в діяльності компанії сторонами та підвищення їхньої довіри до компанії. КСВ сприяє кращому діалогу з клієнтами, партнерами, співробітниками та громадськістю, що веде до підвищення довіри та лояльності з їхнього боку;

- підвищенні якості управління нефінансовими ризиками. Зокрема, впровадження принципів КСВ допомагає компаніям краще ідентифікувати та управляти нефінансовими ризиками, пов'язаними з соціальними та екологічними факторами;

- посиленні корпоративної культури та підвищенні лояльності співробітників до компанії. КСВ сприяє створенню позитивної та етичної корпоративної культури, що мотивує та залучає співробітників;

- забезпеченні відкритої для аналізу, прозорості діяльності.

- значному поліпшенні іміджу компанії завдяки погляду на компанію як на відповідального та соціально-орієнтованого суб'єкта.

Зазвичай, розробка даної стратегії не обходиться власними силами, а потребує залучення сторонніх спеціалістів.

Експерти з розробки КСВ відіграють важливу роль у забезпеченні того, щоб компанії вели етичний та відповідальний бізнес. Вони допомагають

компаніям розробити та впровадити стратегії КСВ, які відповідають їхнім цінностям, цілям та специфіці діяльності.

Ось деякі з основних обов'язків експертів з розробки КСВ:

а) дослідження та аналіз. Експерти з КСВ проводять дослідження, щоб зрозуміти вплив компанії на довкілля, суспільство та економіку. Вони також аналізують кращі практики КСВ в інших компаніях;

б) розробка стратегії. На основі своїх досліджень та аналізу експерти з КСВ розробляють стратегії КСВ, які відповідають цілям компанії. Ці стратегії можуть включати цілі та завдання щодо таких питань, як екологічна відповідальність, соціальна відповідальність та корпоративне управління;

в) впровадження стратегії. Експерти з КСВ допомагають впровадити стратегії КСВ, розроблені ними. Це може включати розробку програм та ініціатив, навчання співробітників та моніторинг прогресу;

г) звітування та комунікація. Експерти з КСВ готують звіти про діяльність КСВ компанії для стейкхолдерів, таких як інвестори, клієнти та громадськість. Вони також можуть спілкуватися про діяльність КСВ з громадськістю через веб-сайти, соціальні мережі та інші канали;

д) навчання та підвищення кваліфікації. Експерти з КСВ проводять навчання та підвищення кваліфікації співробітників з питань КСВ. Це може допомогти співробітникам зрозуміти важливість КСВ та те, як вони можуть внести свій вклад у діяльність КСВ компанії.

Зазначимо, що варість послуг експерта з розробки стратегії КСВ може варіюватись в залежності від обсягів діяльності, досвіду спеціаліста, галузі та розміру компанії. Так діапазон цін може бути наступним:

Консультація з експертом - від 5 000 до 20 000 грн.

Розробка базової стратегії КСВ - від 20 000 до 50 000 грн.

Розробка комплексної стратегії КСВ з впровадженням - від 50 000 до 100 000 грн.

Серед компаній, які можуть допомогти в даному виді консалтингових послуг необхідно назвати Центр «Розвиток КСВ» CSR Ukraine. Компанія бачить свою місію - об'єднати зусилля компаній, просувати принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на національному рівні та втілювати в життя стійкі КСВ-проекти у співпраці з бізнесом та донорами, щоб сприяти системним змінам в Україні.

В процесі пошуку свого консультанта важливо сформувавши бюджет витрат та оцінити ефективність такого заходу.

Так, нами було сформовано лінію тренду ТОВ «ЕКО-СФЕРА», щоб сформувавши розмір перспективних рівнів прибутку компанії (рисунок 3.1).

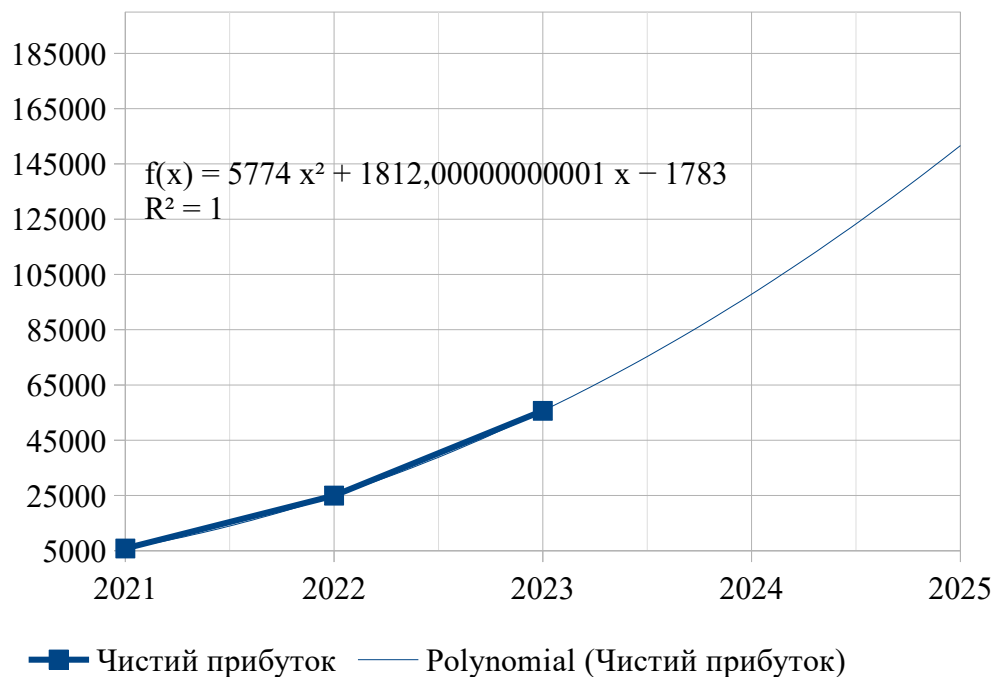


Рисунок 3.1 — Чистий прибуток та лінія тренду прибутку ТОВ «ЕКО-СФЕРА» у 2024 та 2025 роках

Так, прогнозований прибуток у 2024 році становитиме 91667 тис грн, а у 2025 році — 151667 тис грн.(таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 — Планові показники чистого прибутку ТОВ «ЕКО-СФЕРА» та їх динаміка

Показник	Роки			Абсолютне відхилення по роках, тис грн		Відносне відхилення по роках, %	
	2023	2024	2025	2024/2023	2025/2024	2024/2023	2025/2024
Чистий прибуток, тис грн	55619	91667	151667	36048	60000	164,82	165,45

Зростання прибутку по роках становитиме відповідно 36 048 та 60 000 тис грн, або 64,82 та 65,45%. При цьому, витрати на комплексну стратегію ТОВ «ЕКО-СФЕРА», разом із консультацією спеціаліста становитиме 120 тис грн. Це означає, що зростання чистого прибутку на 0,3% до рівня 275000 грн призведе до значного ефекту та перекриє витрати на захід в 2,29 рази. А економічний ефект становитиме 155 000 грн. А зростання прибутку лише на 0,15% дасть ефект 17 500 грн ефекту.

### 3.2 Формування корпоративної культури на основі стандартів КСВ

Корпоративний кодекс на основі КСВ (Корпоративна соціальна відповідальність) - це збірник принципів та норм, які визначають, як компанія має вести себе у соціальній та екологічній сферах.

Кодекс має ґрунтуватися на незмінних цінностях (таблиця 3.2), таких як порядність, відкритість та прозорість, які є основою будь-якого справедливого та відповідального суспільства.

Таблиця 3.2 - Цінності компанії, зазначені у «Корпоративному кодексі управління»

Назви цінностей	Заходи, до яких дотримується компанія
Порядність	Заохочувати сумлінність і чесність, вміння дотримуватися норм і правил фірми, повагу до персоналу організації та її діяльності
Послідовність	Компанія дотримується стратегії та попередньо прийнятих рішень
Орієнтованість на клієнтів	Діяльність фірми спрямована на створення продукту, якого потребує клієнт. При цьому інтереси клієнта знаходяться не нижче інтересів менеджменту та інвесторів
Професіоналізм	Очікування від усього колективу успішної реалізації поставлених завдань, при присутності у працівників необхідних знань і навичок, а також умінь до самонавчання
Відповідальність	Відповідальність за усі прийняті рішення та розуміння їх наслідків

Ефективне впровадження принципів КСВ неможливе без формування відповідної корпоративної культури.

Корпоративна культура, що ґрунтується на цінностях КСВ, стає потужним інструментом управління, який допомагає об'єднати колектив, підвищити мотивацію та продуктивність співробітників, а також сприяти сталому розвитку компанії.

Підхід до формування корпоративної культури в ТОВ «ЕКО-СФЕРА» може бути двояким — через дтальну регламентацію або декларування принципів.

Перший підхід проявляється у тому, що всі аспекти корпоративної культури чітко описуються та регламентуються в документах. Можуть розроблятися Кодекс корпоративного управління, Кодекс корпоративної культури, Кодекс ділової поведінки співробітників, Кодекс взаємин із клієнтами та діловими партнерами.

Такий підхід забезпечує чіткість, однозначність та послідовність у дотриманні принципів корпоративної культури.

Другий підхід передбачає, що лише ключові принципи корпоративної культури фіксуються в письмових правилах, наприклад, у «Корпоративному кодексі управління». Цей підхід дає більше свободи та гнучкості у тлумаченні та втіленні принципів корпоративної культури.

Він може бути доречним, якщо в компанії вже склалася сильна корпоративна культура, яка ґрунтується на спільних цінностях та неформальних нормах.

Впровадження корпоративної культури має на меті підвищити трудовий потенціал, що призведе до зростання компетенції співробітників.

Це, в свою чергу, сприятиме збільшенню прибутковості підприємства.

Компетентні працівники здатні працювати на сучасному обладнанні, використовувати передові методи й генерувати нові ідеї, що веде до підвищення продуктивності та творчого підходу до роботи.

Таким чином, корпоративна культура безпосередньо впливає на економічну ефективність та результати діяльності підприємства.

Корпоративна культура ТОВ «ЕКО\_СФЕРА» має бути спрямована на досягнення цілей підприємства шляхом покращення внутрішньої системи відносин, цінностей та взаємодії.

Це має на увазі цілеспрямований вплив на мотивацію та орієнтири кожного співробітника окремо та колективу загалом.

При правильному формуванні, організаційна культура перетворить кожного працівника на невід'ємну частину команди, дасть їм чітке розуміння їх місця та ролі у загальній справі.

Це, в свою чергу, безпосередньо мотивуватиме до плідної роботи, нових особистих та спільних досягнень, а отже, й до процвітання підприємства.

Розвиток корпоративної культури ТОВ «ЕКО-СФЕРА» має відбуватися системно, з чітким планом та поетапним впровадженням заходів.

Метою цих заходів має стати формування єдиного образу корпоративної культури в свідомості кожного співробітника.

Для цього важливо активно просувати серед працівників не лише видимі, але й невидимі елементи корпоративної культури, такі як місія та мета діяльності, стратегія розвитку, базові принципи щоденної роботи, основні цінності та корпоративні свята (рисунок 3.2).

<b>Компоненти корпоративної культури</b>				
Командні заходи:	Корпоративні ЗМІ:	Корпоративні документи:	Чітко зафіксована організаційна структура:	Корпоративні стандарти:
День підприємства. День галузі або професійного свята. Дні народження співробітників. Дитячі свята (День знань). Досягнення підприємством певних фінансових результатів. Інші події в житті підприємства.	Корпоративна газета. Корпоративний веб-сайт. Інформаційні дошки. Інформаційні листи.	Положення про адаптацію. Положення про преміювання. Положення про кар'єрне підвищення. Положення про відділи. Положення про оцінку персоналу і нагородження. Положення про корпоративні свята.	Вносить ясність в роботу кожного підрозділу і працівника за рахунок наочного відображення виробничих зв'язків. Якщо ця структура відбита в положенні про адаптацію, то співробітникам легко розібратися в можливостях і перспективах.	Обов'язково прописуються в статуті або кодексі. Стандарти можуть бути «для всіх» і «для відділів». Добре складений статут або кодекс практично замінює всю необхідну корпоративну літературу.

Рисунок 3.2 — Компоненти корпоративної культури ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

Незважаючи на постійні виклики, пов'язані з роботою в умовах воєнного часу, ТОВ «ЕКО-СФЕРА» демонструє стійкість та здатність до ефективного функціонування.

Це підтверджує, що навіть у складних обставинах, за умови чіткої стратегії, згуртованості команди та орієнтації на цінності, українські підприємства можуть успішно розвиватися.

Розглянемо таблицю 3.3.

Таблиця 3.3 — Перелік рекомендацій для оптимізації управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) ТОВ «ЕКО-СФЕРА»

Захід	Зміст	Оцікувані результати
Розробка стратегії КСВ на ТОВ «ЕКО-СФЕРА»	Звернення до послуг консалтингової компанії з розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності (які включають проведення попереднього аналізу, розробки та реалізацію стратегії, розробка документу з обґрунтуванням стратегії КСВ, навчання персоналу)	Підвищення ефективності управлінських рішень, збільшення внеску компанії в сталий розвиток суспільства, нарощення інвестиційної привабливості, ефективне позиціонування та ін. Очікуваний ефект у розмірі 17 500 грн.
Формування корпоративної культури на основі стандартів КСВ	Формування збірника принципів та норм, які визначають, як компанія має вести себе у соціальній та екологічній сферах	Оптилюднення цінностей, компонентів корпоративної культури, формування єдиної бази корпоративної культури в свідомості працівників

На наш погляд, розробка стратегії КСВ, її обґрунтування дозволить оптимізувати процес управління в майбутньому, бачити орієнтири розвитку в даному аспекті. А формування корпоративної культури — дозволить визначити перелік звань по елементах управління, що дозволить досягти високих результатів в забезпеченні ТОВ «ЕКО-СФЕРА» екологічних, соціальних та економічних ефектів.

## ВИСНОВКИ

В Україні КСВ хоч і перебуває на стадії становлення, але вже динамічно розвивається й перетворюється на важливий елемент сучасного бізнесу.

Управління КСВ стає невід'ємною частиною загального менеджменту компаній, адже воно не лише покращує імідж та репутацію, а й сприяє довгостроковому розвитку та сталості.

Сама концепція виникла давно — в 1970-х роках у США та Великій Британії Її виникнення стало відповіддю на зростаючі запити суспільства та споживачів, які очікували від компаній не лише якісних товарів та послуг, але й етичного та відповідального ставлення до довкілля, працівників та суспільства загалом. Серед очікувань від неї можна назвати: соціальний захист працівників та відсутність дискримінації; забезпечення високої якості продукції; екологізація діяльності та самої продукції; здійснення діяльності відкрито, прозоро.

Поняття соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) ґрунтується на працях багатьох науковців. Окрім Хоурда Р. Боуена та К. Девіса, значний внесок у розвиток цієї концепції зробили: Р. Акерман, який проаналізував практику великих корпорацій щодо втілення принципів СВБ у повсякденну діяльність; А. Керолл, автор моделі корпоративної соціальної відповідальності; В. Фредерік, автор концепції «соціального контракту» між компанією та суспільством, згідно з яким компанія отримує право на ведення бізнесу в обмін на виконання певних соціальних зобов'язань.

Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні є бізнес-моделлю, згідно якої компанії докладають узгоджених зусиль і здійснюють свою діяльність у такому форматі, щоб покращувати суспільство та навколишнє середовище організації.

В першому розділі роботи нами проаналізовано теоретичні основи поняття корпоративної соціальної відповідальності, її моделі, а також розглянуто нормативні аспекти регулювання в рамках забезпечення корпоративної соціальної відповідальності.

Об'єктом дослідження обрано ТОВ «ЕКО-СФЕРА» - підприємство-виробник соків, флагман української індустрії натуральних напоїв. ТОВ «ЕКО-СФЕРА» широко представлена по всій Україні мережа, яка налічує два сучасні заводи: у селі Попівці, у місті Калинівка. Головний офіс компанії знаходиться в Києві. Філії - у п'яти обласних центрах, зокрема - Вінниці, Житомирі, Луцьку, Рівному та Києві.

Основні видами продукції товариства є концентрований сік, овочева та фруктові пюре, соки, сокові продукти, які фасуються в поєднанні з комбінованим матеріалом по 0,2 л, 1 л, 1,9 л, а також - в скляну тару об'ємом 3,0 літри. Безалкогольні напої також виготовляються згідно достатньо широкого асортименту («DonLimon», «Exotika», «Orange Storm», «Lemon Splash», «Дабл Кола»), фасування відбувається в ПЕТФ пляшки від 0,5 л до 2,0 л.

Загалом, за період з 2021 по 2023 рік чистий дохід від реалізації продукції, робіт та послуг товариства збільшився на 484 790 тис. грн. Темпи змін показника по роках становили відповідно 52,87 та 27,71%.

Нами було визначено, що компанія вже є соціально відповідальною. Громадська організація, створена директором ТОВ «Еко-Сфера» веде активну діяльність з допомогою військовим, поставляє продукцію на безоплатній основі, збирає кошти на транспортні засоби, тощо.

На даний час, зусиллями фонду та ТОВ «Еко-Сфера» зібрали 12 903 926 гривень, 15 350 923 грн надіслали в благодійні фонди для допомоги ЗСУ та постраждалим від війни, надали готової продукції на суму 6 670 102 грн (соки та вода) - волонтерам та в деокуповані міста та села.

Безсумнівно, це можна вважати значними кроками на формуванні корпоративної соціальної відповідальності компанії. Однак, на наш погляд, потрібно провести подальшу роботу з структуризації поглядів, формування планів подальших дій, впорядкування свідомості працівників. Тому, нами пропонується:

- розробити стратегію КСВ із залученням зовнішніх консультатнів. В результаті відбудеться підвищення ефективності управлінських рішень, збільшення внеску компанії в сталий розвиток суспільства, нарощення інвестиційної привабливості, ефективне позиціонування та ін. Очікуваний ефект у розмірі 17 500 грн;

- зформувати корпоративну культуру на основі стандартів КСВ. Захід полягає в оптимізації цінностей, компонентів корпоративної культури, формування єдиної бази корпоративної культури в свідомості працівників.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1.Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України (із правками та доповненнями) від 01.01.2024 [Електронний ресурс]. / Відомості Верховної Ради України. - 1999. - № 40. - С.365. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

2.Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 р. / [Електронний ресурс]. / режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

3.Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України (із правками та доповненнями) від 31.12.2023 [Електронний ресурс] / Відомості Верховної Ради України. - 1991. - №27, С.377 Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

4.Митний кодекс України від 16.05.2024 р. [Електронний ресурс] / Відомості Верховної Ради України. - 2012. - № 44-45, № 48, С. 552. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

5.Архітектоніка управління збалансованим розвитком національної економіки: монографія / Т. Л. Желюк, П. П. Микитюк, Р. Р. Августин та ін.; за ред. Т. Л. Желюк. – Тернопіль: Крок, 2017. – 338 с

6.Бурлакова М.Ю. Методичні рекомендації щодо формування соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / М. Ю. Бурлакова / Режим доступу : [http://lir.lg.ua/docs/metod\\_rek/MR\\_soc\\_v\\_biz\\_virob\\_riv.doc](http://lir.lg.ua/docs/metod_rek/MR_soc_v_biz_virob_riv.doc).

7.Господарський кодекс України No 436-IV від 16.01.2003 р. / [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

8.Даянкач А. Корпоративна соціальна відповідальність - підтверджується сертифікатом [Електронний ресурс] / А. Даянкач. - Режим

доступу: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/navchajtesya/blog/korporativna-social%27na-vidpovidal%27nist%27-pidtvrdzhuet%27sya-sertifikatom>

9. Захарчин Г. М. Соціальні аспекти інноваційного розвитку вітчизняних підприємств / Г. М. Захарчин, Т. В. Склярчук // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2017, 11(64). - С. 166–169.

10. Міжнародний білль про права людини від 10.12. 1948 р. / [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://library.khpg.org/files/docs/N02.pdf>

11. Бакіч В. Менеджмент: графічна і таблична візуалізація / В. Бакіч. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020.- с. 342.

12. Глебова А. О. Стратегія корпоративної соціальної відповідальності: формування та реалізація Є А. О. Глебова, В. М. Маховка, С. А. Шулигін // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2018. - Випуск 22, частина 1. - С. 52-56.

13. Жмай О. В. Корпоративна соціальна відповідальність в країнах Азії / О.В. Жмай // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2017. – Т. 16, вип. 1. – С. 220-235.

14. Жуковська А. Сучасні моделі соціальної відповідальності бізнесу: класифікація та порівняльна характеристика / А. Жуковська, К. Величко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - 2019. - 4(205). - С. 11-20.

15. Зінченко О.І. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку / О. І. Зінченко, А. М. Хімченко // Бізнес-інформ. - 2013, 4. - С. 281–286.

16. Мельник О.Г. Менеджмент діяльності підприємства / О. Г. Мельник, М. Д Пецквич. - Харків: Вісник економіки, 2018. - 132 с.

17. Мужилко К.О. Корпоративна соціальна відповідальність: управлінський аспект / К. О. Мужилко // Теоретичні та прикладні питання економіки (26), 2022. - С. 61-69.

18. Керрол А. Методичні підходи до оцінки рівня корпоративно-соціальної Відповідальності / А. Керрол // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2010. - № 30. - С. 127-133.

19. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. М. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5-26.

20. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність: навч. посіб / О.О. Охрименко, Т.В. Іванова // Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут". – 2015. – 180 с.

21. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / гол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. - К.: Енергія, 2008. – 96 с

22. Ситник Й. С. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України / Й. С. Ситник, Г. М. Юрченко // Економіка і суспільство. - Випуск 24. - 2021. - С.45-51.

23. Ситник Й.С. Сталій розвиток та залучення соціально незахищених категорій населення до ринку праці / Й. С. Ситник, Г. М. Юрченко // Міжнародний науковий журнал Інтернаука. Серія : Економічні науки. - 2020, - № 3(35), ч. 2. - С.85–95.

24. Сталість українського бізнесу під час війни: що показав “Індекс КСВ 2023” [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/rating/stalist-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijni-sho-rokazav-indeks-ksv-2023>

25. Толуб'як В. С. Фінансове та інституційне стимулювання соціальної відповідальності бізнесу в країнах Європейського Союзу / В. С. Толуб'як, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 4. – С. 35-39.

26.Троян В.І. Історія розвитку та сучасний стан розвитку корпоративної соціальної відповідальності / В. І. Троян // Комунальне господарство міст. - 2018. - Вип. 141. - С. 35–38.

27.Шандова Н. В. Соціальна відповідальність: навчальний посібник / Н. В. Шандова, Г. В. Жосан; Херсон. нац. техн. ун-т. – Херсон: Вишемирський В.С., 2015. – 306 с

28.Bowen Howard R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – N.Y.: Harper & Row, 1953. –298 p. DOI: 10.2307/j.ctt20q1w8f

29. Journal of Consumer Psychology. International Business Review: Concepts of CSR: between agency and communion // Economy Press. - 2023. - 26(4). - p. 12.

30. Finavante P.L. Corporate Philanthropy / P.L Finavante // The Journal of Applied Business and Economics:Thunder Bay. - 2018. - №3. - P.6.

31.ISO 26000 від 2010 р. “Корпоративна соціальна відповідальність” [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.iso.org/ru/iso-26000-social-responsibility.html>

32.Marrewijk, M. Concepts of CSR / M. Marrewijk // Journal of Business Ethics. - 2013. - №44. - 3. 95–105

33.PwC Україна. The future of CSR / [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk.html>

34.Waddock S. Corporate Responsibility and Financial Performance / S. Waddock , J. Tribó, J. Surroca // Strategic Management Journal. - 2023. - №31(5). - p. 46

# ДОДАТКИ

Додаток А

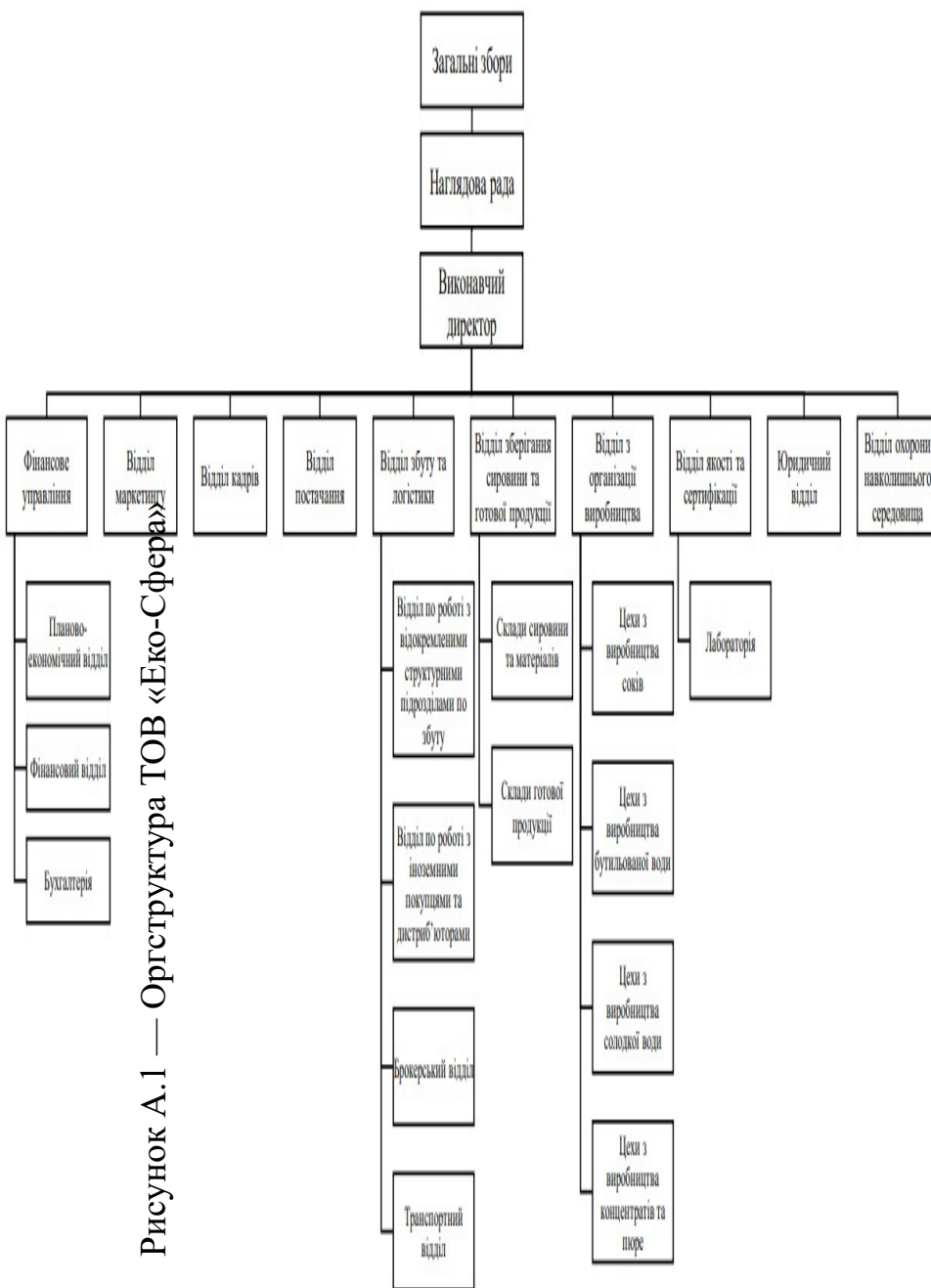


Рисунок А.1 — Оргструктура ТОВ «Еко-Сфера»

**ДОДАТОК Б**  
**Розрахункові показники**

**Таблиця Б.1 — Техніко-економічні показники ТОВ «Еко-Сфера»**

Показник	Одиниці виміру	Рік			Темпи зміни, %, до попереднього року	
		2021	2022	2023	6	7
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
1. Чистий дохід від реалізації продукції, робіт та послуг	тис грн	509037	778188	993827	152,87	127,71
2. Собівартість реалізованої продукції, робіт та послуг	тис грн	402317	600297	719 274	149,21	119,82
3. Середньорічна вартість основних фондів	тис грн	266481	243349	308690	91,32	126,85
4. Середньорічна вартість оборотних фондів	тис грн	253935	290464	369432	114,39	127,19
5. Середньооблікова чисельність працівників, всього	осіб	501	502	492	100,20	98,01
6. Загальний фонд оплати праці	тис грн	59160,95	63606,9	98267,5	107,52	154,49
7. Середньорічна продуктивність праці працівників	тис грн/особу	1016,04	1550,18	2019,97	152,57	130,31
8. Середньомісячна заробітна плата працівників	грн/особу	9840,48	10558,9	16644	107,3	157,63
9. Фондовіддача	грн /грн	1,91	3,20	3,22	167,41	100,68
10. Фондомісткість	грн	0,52	0,31	0,32	59,73	99,33
11. Витрати на 1 грн реалізованої продукції, робіт та послуг	тис грн	0,79	0,77	0,72	97,65	93,82
12. Чистий прибуток (збиток)	тис грн	5803	24937	55619	429,73	223,04
13. Сума активів	тис грн	571920	553405	837105	96,76	151,26
14. Рентабельність (збитковість) продукції	%	1,44	4,15	7,73	288,00	186,14

ДОДАТОК В  
Сертифікати якості

ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО  
 "ВІННИЦЬКИЙ НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР СТАНДАРТИЗАЦІЇ,  
 МЕТРОЛОГІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ"  
 (ДП "ВІННИЦЬСТАНДАРТИМЕТРОЛОГІЯ")  
 ОРГАН З СЕРТИФІКАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ  
 Атестат про акредитацію Національного агентства акредитації України № 80050

вул. Ватутіна, 23/2, м. Вінниця, 21011, Україна  
 тел. (0432) 508508; факс (0432) 508113

**СЕРТИФІКАТ**  
**ISO 9001** № UA.80050.032 QMS-21 **ISO 9001**

Дата видачі: 14 вересня 2021 р.  
 Дійсний до: 13 вересня 2024 р.

Дата первинної сертифікації: 30 вересня 2009 р.

ЦИМ СЕРТИФІКАТОМ ПОСВІДЧУЄТЬСЯ, ЩО

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

СТОСОВНО розробки нових видів продукції та виробництва соків плодових та  
ягідних концентрованих; овочевих і фруктових пюре; соків та сокових продуктів,  
в тому числі для дитячого харчування; вичавків плодових сушених; концентрату  
пектинового яблучного; безалкогольних напоїв, питної та мінеральної води

код(и) ДКПП: 10.32.1; 10.39.17; 10.39.22; 10.39.30;  
10.86.10; 10.89.15; 11.07.1,

які випускає: **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ**  
**ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ЕКО-СФЕРА"**  
**(ТОВ "ЕКО-СФЕРА"),**

Україна, 22400, Вінницька обл., м. Калинівка, вул. Івана Мазепа, 45,

ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ КОД 32320552;

**відповідає вимогам**  
**ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT).**

Відповідність сертифікованої системи управління вимогам вищезазначеного стандарту контролюється шляхом проведення періодичних наглядових аудитів згідно з Програмою.

СЕРТИФІКАТ ВИДАНИЙ НА ПІДСТАВІ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОВЕДЕННОГО АУДИТУ:  
 мит № 114/3-362 QMS від 25.09.2021 р.

Заступник керівника  
 Органу з сертифікації

Світлана ІОНОВА





80050  
 ДСТУ EN ISO/IEC 17021-1

Чисельність сертифіката можна перевірити в Реєстрі Органу з сертифікації систем управління ДП "Вінницьстандартиметрологія" за телефоном (+38 0432) 50-81-13

СИСТЕМА ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ ТА МАРКУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ  
SYSTEM FOR ENVIRONMENTAL CERTIFICATION AND ECOLABELLING



Орган з оцінки відповідності  
Conformity Assessment Body

# СЕРТИФІКАТ

РЕЄСТРАЦІЙНИЙ № UA.08.002.450



10154  
ДСТУ EN ISO/IEC 17065

Цей сертифікат підтверджує, що продукція

**Вода питна газувана, негазована, мінеральна «Еко Преміум»**  
в асортименті згідно з додатком (ами)

відповідає вимогам СОУ OEM 08.002.03.025:2016 Вода питна фасована. Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу,

що розроблені у відповідності до стандарту ДСТУ ISO 14024:2002 (ISO 14024:1999, IDT)

**ОДЕРЖУВАЧ СЕРТИФІКАТУ:**

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕКО-СФЕРА»**

Код ЄДРПОУ 32320552

Юридична адреса: 22400, Україна, Вінницька область, Калинівський район, вул. І. Мазепи, 45

Фактична адреса: 22400, Україна, Вінницька область, Калинівський район, вул. І. Мазепи, 45

**ВИРОБНИК:**

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕКО-СФЕРА»**

Код ЄДРПОУ 32320552

Адреса виробничих потужностей: 22400, Україна, Вінницька область, Калинівський район, вул. І. Мазепи, 45

Дата первинної сертифікації: 27-12-2016

Дата видачі сертифікату: 26-12-2019

Термін дії сертифікату: згідно додатку (-ів)

\* Термін дії сертифікату автоматично пролонгується на термін дії додатку (-ів). Сертифікат є чинним виключно у відношенні продукції, зазначеної у відповідному додатку.

Президент ВГО «Жива планета»  
  
Світлана Берзіна

Директор ООВ «Центр екологічної  
сертифікації та маркування»

  
Світлана Перминова

Орган з оцінки відповідності «Центр екологічної сертифікації та маркування» ВГО «Жива планета»  
02121, Україна, м. Київ, пр-т. Бажана, 9Б-2Б1  
+38-044-332-84-08; os@ecolabel.org.ua; www.ecolabel.org.ua



\* Член Глобальної мережі екологічного маркування (Global Ecolabelling Network, GEN), сертифікований у відповідності до вимог Міжнародної програми взаємної довіри та виконання між органами екологічного маркування національних та регіональних програм I типу згідно ISO 14024 (GENICES) <http://www.globalecolabelling.net>



СИСТЕМА ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ ТА МАРКУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ  
SYSTEM FOR ENVIRONMENTAL CERTIFICATION AND ECOLABELLING



Орган з оцінки відповідності  
Conformity Assessment Body

# СЕРТИФІКАТ

РЕЄСТРАЦІЙНИЙ № UA.08.002.453



10155  
ДСТУ EN ISO/IEC 17065

Цей сертифікат підтверджує, що продукція

**Соки та нектари**  
в асортименті згідно з додатком (ами)

відповідає вимогам СОУ OEM 08.002.03.011:2016 Плоди та овочі оброблені та законсервовані.  
Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу,

що розроблені у відповідності до стандарту ДСТУ ISO 14024:2002 (ISO 14024:1999, IDT)

**ОДЕРЖУВАЧ СЕРТИФІКАТУ:**

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕКО-СФЕРА»**

Код ЄДРПОУ 32320552

Юридична адреса: 22400, Україна, Вінницька область, Калинівський район, вул. І. Мазепи, 45

Фактична адреса: 22400, Україна, Вінницька область, Калинівський район, вул. І. Мазепи, 45

**ВИРОБНИК:**

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕКО-СФЕРА»**

Код ЄДРПОУ 32320552

Адреса виробничих потужностей: 22400, Україна, Вінницька область, Калинівський район, вул. І. Мазепи, 45

Дата первинної сертифікації:	25-01-2017
Дата видачі сертифікату:	24-01-2020
Термін дії сертифікату:	згідно додатку (-ів)

\* Термін дії сертифікату автоматично пролонгується на термін дії додатку (-ів). Сертифікат є чинним виключно у відношенні продукції, зазначеної у відповідному додатку.

Президент ВГО «Жива планета»



Світлана Берзіна

Директор ООВ «Центр екологічної  
сертифікації та маркування»

Світлана Перминова

Орган з оцінки відповідності «Центр екологічної сертифікації та маркування» ВГО «Жива планета»\*

02121, Україна, м. Київ, пр-т. Бажана, 95-261

+38-044-332-84-08; [cs@ecolabel.org.ua](mailto:cs@ecolabel.org.ua); [www.ecolabel.org.ua](http://www.ecolabel.org.ua)



\* Член Глобальної мережі екологічного маркування (Global Ecolabelling Network, GEN),  
сертифікований у відповідності до вимог Міжнародної програми взаємної довіри та визнання між  
між організаціями екологічного маркування національних та регіональних програм I типу згідно  
ISO 14024 (GENICES) <http://www.globalecolabelling.net/>





## СЕРТИФІКАТ

На систему менеджменту згідно з  
ДСТУ ISO 14001:2015 (ISO 14001:2015, IDT)

Відповідно до процедур IMS справжнім сертифікатом підтверджується, що

**ТОВ "ЕКО-СФЕРА"**  
вул. Івана Мазепи, 45  
22400, м. Калинівка  
Вінницька обл., Україна



застосовує систему менеджменту згідно із зазначеним стандартом для наступної сфери діяльності:

**Виробництво, зберігання, транспортування соків, сокових продуктів, овочевих, фруктових пюре, питної та мінеральної води, безалкогольних напоїв**

Реєстраційний номер сертифіката: 44 104 21 00 09  
Звіт про аудит № 210009

Чинний від: 02.08.2021  
Чинний до: 01.08.2024  
Первинна сертифікація 2021

*S. Davydenko*

Керівник органу з сертифікації  
ТОВ «Інтернешнл Менеджмент Системс»

м. Київ, 02.08.2021

Сертифікація проведена відповідно до затвердженої у IMS методики аудиту та сертифікації і підлягає періодичним наглядовим аудиторам.

ТОВ «Інтернешнл Менеджмент Системс»

вул. Пушкінська, 21

01004, Київ

www.ims-cert.com



80119  
ДСТУ EN ISO/IEC 17021