

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
на тему: «Економічна і соціальна ефективність корпоративної соціальної
відповідальності підприємства»

Студентки 2-го курсу магістратури
денної форми навчання
спеціальності 051 «Економіка»
освітньо-професійної програми
«Економіка бізнесу»
Коротенко Анни Констянтинівни

Науковий керівник:
д.е.н., проф. **Баюра Дмитро Олександрович**

Засвідчую, що в цій дипломній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань

Студент

(підпис)

Робота допущена до захисту в Екзаменаційній комісії рішенням кафедри економіки підприємства від «16» травня 2022 р., протокол No 8

Завідувач кафедри економіки підприємства,
доктор економічних наук, професор
Филюк Галина Михайлівна

(підпис)

Анотація
дипломної роботи на тему «Економічна і соціальна ефективність
корпоративної соціальної відповідальності підприємства» студентки 2
курсу магістратури
Коротенко Анни Костянтинівни

Актуальність теми дослідження пояснюється кардинальними зрушеннями у процесах ведення бізнесу та комунікаціях менеджменту підприємств з різними групами зацікавлених осіб, а також напрямках та формах реалізації корпоративної соціальної відповідальності, що при цьому формуються.

У роботі узагальнено теоретико-методичних положення щодо ефективного впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності та охарактеризовано світові та вітчизняні тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності, визначено перспективи та пріоритети її розвитку на вітчизняних підприємствах на прикладі ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК».

Використання наведених методів діагностики корпоративної соціальної відповідальності може стати прикладним інструментарієм в процесах формування та управління корпоративною соціальною відповідальністю на вітчизняних підприємствах.

Розроблені практичні рекомендації щодо ефективного впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» сприятимуть подальшому розвитку підприємства, підтримці його репутації та позитивному внеску в суспільство.

Abstract
of the Master's Research Paper "Economic and social efficiency of corporate
social responsibility of the enterprise "

The relevance of the research topic is explained by the radical changes in business processes and communications of enterprise management with different groups of stakeholders, as well as areas and forms of corporate social responsibility that are being formed by this processes.

The work summarizes theoretical and methodological studies for effective implementation and development of corporate social responsibility and describes global and domestic trends in corporate social responsibility, identifies prospects and priorities for its development in domestic enterprises on the example of Deloitte & Touche USC LLC.

The use of presented in the work methods of diagnostics of corporate social responsibility can become an applied tool in the processes of formation and management of corporate social responsibility at domestic enterprises.

The proposed practical recommendations for the effective implementation and development of corporate social responsibility of Deloitte & Touche USC LLC will contribute to the further development of the company, maintaining its reputation and positive contribution to society.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Розділ I. Теоретичні основи дослідження корпоративної соціальної відповідальності.....	7
1.1. Сутність корпоративної соціальної відповідальності та сучасні тенденції її розвитку	7
1.2. Економічна і соціальна ефективність корпоративної соціальної відповідальності.....	14
1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності.....	19
Розділ II. Діагностування корпоративної соціальної відповідальності на прикладі ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»	26
2.1. Організаційно – економічна характеристика господарської діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК».....	26
2.2. Управління корпоративною соціальною відповідальністю на ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК».....	33
2.3. Оцінка ефективності корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»	39
Розділ III. Напрями підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»	49
3.1. Формування цінностей корпоративної соціальної відповідальності для персоналу підприємства	49
3.2. Впровадження нових ініціатив на засадах корпоративної соціальної відповідальності.....	53
3.3. Формування системи управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу підприємства.....	59
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
Додатки	77

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю пошуку дієвих інструментів підвищення конкурентоспроможності та розвитку підприємств, що відповідають сучасним соціально-економічним перетворенням. У час технологічного прогресу функціонує велика кількість гравців на ринку, що можуть запропонувати споживачам широкий асортимент продукції та послуг з найрізноманітнішими характеристиками та у потрібному ціновому діапазоні. А відтак, споживачам уже недостатньо купувати товар чи послуги, аналізуючи лише їх характеристики. Унаслідок зміни умов функціонування ринкового середовища поведінка споживачів змінилась, що зумовлює необхідність зміни поведінки підприємств. Наразі споживачі здійснюють вибір не просто на користь того чи іншого продукту, але і на користь компанії.

Відсутність прозорості у веденні бізнес-процесів та низький рівень відповідальності спричинили зниження рівня довіри споживача до виробника. Досить часто негативні або необачливі дії навіть, здавалось, успішних великих компаній призводять до масштабних скандалів та краху бізнесу. Усе це наштовхує на необхідність вжиття додаткових заходів, а саме – побудови такої бізнес моделі підприємства, у підґрунті якої знаходиться корпоративна соціальна відповідальність. Формування та розвиток соціально відповідальних практик на підприємстві може і має стати вирішенням зазначеної проблеми, адже в основі сучасних взаємовідносин між підприємством та його оточенням знаходиться довіра, яка безпосередньо залежить від дій та рішень компанії. Тож, поведінка компанії знаходиться у центрі уваги стейкхолдерів, а тому побудова бізнесу на засадах корпоративної соціальної відповідальності може слугувати ефективним чинником розвитку підприємства в сучасних умовах.

Вагомий внесок у дослідження теоретико-методичних аспектів корпоративної соціальної відповідальності підприємства здійснили такі зарубіжні науковці: Ф. Котлер, Л. Ненсі [36], З. Джонсон [72], В. Маракова [74] тощо, а також вітчизняні вчені: Баюра Д. О. [1-3], який досліджує формування системи корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності,

Гражевська Н. [10], яка досліджує місце соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці, Бичкова Н. В. та Білан О. С. [5, 6], у працях яких окрема увага зосереджена на впливі корпоративної соціальної відповідальності на вартість підприємства, Грішнова О. А. [11,12], яка зробила вагомий внесок у дослідження формування соціального капіталу та довіри до підприємства, Король С. Я. [33, 34], який досліджує проблеми та перспективи розкриття інформації через складання нефінансової звітності та інші.

Метою власного дослідження є узагальнення теоретико-методичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо ефективного впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах.

Досягнення мети дослідження зумовило необхідність визначення і вирішення таких завдань:

- охарактеризувати передумови формування й етапи еволюціонування концепції корпоративної соціальної відповідальності;
- узагальнити різні підходи до визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності, охарактеризувати її сутність та особливості;
- встановити взаємозв'язок корпоративної соціальної відповідальності з теорією зацікавлених сторін, обґрунтувати вплив корпоративної соціальної відповідальності на репутацію та конкурентоспроможність підприємств;
- охарактеризувати світові тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності, а також стан її розвитку в Україні, визначити перспективи та пріоритети розвитку корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах;
- узагальнити основні методичні підходи до оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств;
- провести діагностування стану корпоративної соціальної відповідальності на прикладі ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»;
- оцінити ефективність корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»;

- визначити напрями підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК».

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Предметом дослідження є вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність діяльності підприємства.

У роботі було використано сукупність загальнонаукових, економічних та математичних методів, зокрема: метод логічного аналізу при узагальненні теоретичних аспектів поставленого питання; методи аналізу, синтезу та порівняння при встановленні взаємозв'язків різних підходів та концепцій, аналізі існуючих практик; метод групування при використанні та обробці статистичних даних; графічний та табличний методи при побудові різних моделей, графіків з метою наочно продемонструвати результати досліджень.

Інформаційна база дослідження включає теоретичні та методичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-законодавчі акти, ринкові дослідження, дані Державної служби статистики України, електронні ресурси, документацію та іншу інформацію, розміщену на офіційних сторінках підприємств, а також внутрішню інформацію досліджуваного підприємства.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури, що включає 83 найменувань, 6 додатків. Зміст роботи висвітлено на 60 сторінках основного тексту. Ілюстративний матеріал роботи містить 11 таблиць і 13 рисунків.

Розділ I. Теоретичні основи дослідження корпоративної соціальної відповідальності

1.1. Сутність корпоративної соціальної відповідальності та сучасні тенденції її розвитку

Корпоративна соціальна відповідальність як ідеологія здійснення ключових процесів усередині підприємства набуває все більшого визнання серед компаній і корпорацій у всьому світі. Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності припадає на 1950-70-ті роки минулого сторіччя, що пов'язано з працями таких науковців, як Т. Боуен та К. Девіс [29]. Як наслідок, підприємства переорієнтовують ключові напрями своєї діяльності на боротьбу з новими викликами.

Не зважаючи на той факт, що в останні десятиріччя корпоративна соціальна відповідальність набула особливої актуальності, існує досить багато підходів до визначення даного поняття (див. табл. 1.1.). У загальному розумінні, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, відповідно до якої підприємства при здійсненні своєї діяльності враховують інтереси суспільства у взаємовідносинах із стейкхолдерами, а також на добровільній основі впроваджують заходи щодо покращення соціального становища і захисту навколишнього середовища.

В економічній літературі поряд з поняттям «корпоративна соціальна відповідальність» можна зустріти інше поняття - «соціальна відповідальність бізнесу», що деякі науковці ототожнюють з КСВ. У свою чергу, відповідно до ISO 26 000, «соціальна відповідальність — це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка: допомагає сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства; зважає на соціальні очікування; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки; поширена в усій організації і практикується у її відносинах (діяльність організації в рамках сфери свого впливу)» [1].

Тоді як “корпоративна соціальна відповідальність” (corporate social responsibility) передбачає визнання зі сторони підприємства зобов’язань не лише у сприянні сталому розвитку, але також відповідальність перед працівниками, споживачами, державою та іншими групами стейкхолдерів.

Таблиця 1.1.

Підходи до визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності

Автор	Визначення поняття
Котлер Ф., Ненсі Л. [36, 23]	вільний вибір підприємства у сфері зобов’язань покращувати добробут суспільства шляхом реалізації відповідних підходів щодо проведення бізнесу та наданням відповідних корпоративних ресурсів, компанія сама виступає ініціатором змін та заходів, вона добровільно інтегрує свою основну діяльність з соціальною відповідальністю, сприяючи соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку шляхом посилення позитивного впливу бізнесу на суспільство
Харламова А. О. [62,1]	спосіб ефективного управління соціальними та бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу компанії на суспільство.
Гражевська Н. [10,12]	ініціатива приватного бізнесу, спрямована на вирішення нагальних суспільних проблем: забезпечення населення суспільними благами, які держава неспроможна надати в повному обсязі, боротьба із дискримінацією та соціальною нерівністю, захист прав людей, підвищення якості життя працівників та їхніх сімей, місцевих громад і суспільства в цілому
Маяцкая И. Н. [41,2]	концепція, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на замовників, постачальників, працівників, акціонерів, місцеві спільноти та інші зацікавлені сторони суспільної сфери.
Колот А. М. [29,2]	раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені
Д. Свансон [29,23]	складова корпоративної культури як системи, заснованої на відповідних цінностях і нормах
Форум соціально відповідального бізнесу України [52, 199]	відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.
Європейська комісія [70,3]	концепція, згідно з якою компанії на добровільній основі впроваджують у свою операційну діяльність та взаємовідносини із стейкхолдерами заходи щодо поліпшення суспільства і захисту навколишнього середовища.
Зелена книга Європейського союзу [24]	інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі.

Джерело: складено автором на основі використаних джерел

Суттєвий внесок у формування теорії корпоративної соціальної відповідальності здійснив А. Керолл, запропонувавши модель КСВ у вигляді піраміди, що поєднує чотири типи (рівні) корпоративної соціальної відповідальності, а саме: економічну, правову, етичну та філантропічну (дискреційну) (рис.1.1).



Рис.1.1. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності

Джерело:[29]

В основі піраміди Керолла знаходиться економічна відповідальність, що пояснюється основною метою будь-якого підприємства – задоволенням потреб споживачів за умови отримання прибутку. Наступною є правова відповідальність, що характеризує відповідність діяльності підприємства законодавству та правовим нормам країни, на ринках якої воно провадить діяльність. Етична відповідальність пов'язана з нормами моралі, що хоча й не прописані на законодавчому рівні, однак є сталими й очікуваними зі сторони суспільства та громадськості. Вершиною піраміди є філантропічна відповідальність, під якою мається на увазі добровільний вибір підприємства щодо реалізації певних соціальних проектів, благодійних програм.

Пізніше дана модель КСП була трансформована у трисферну, що дозволяє описати поєднання одночасної реалізації декількох складових КСВ у діяльності реальних підприємств. У зв'язку з загостренням екологічних проблем та поширенням думки щодо необхідності введення на підприємства засад зеленого бізнесу, можна вважати доцільним додати ще одну складову КСВ – екологічну

відповідальність, що відображає дотримання компанією зобов'язань перед навколишнім середовищем і відповідність засадам сталого розвитку.

О. А. Грішнова, досліджуючи соціальну відповідальність бізнесу, виокремлює п'ять її складових, а саме: відповідальність роботодавця, виробника, учасника соціальних відносин, учасників економічних та політичних відносин з державою та відповідальність ділового партнера [12, 13].

Корпоративна соціальна відповідальність має базуватися на принципах сталого розвитку (рис.1.2), що передбачає баланс трьох сфер функціонування підприємства:

1. Економічної – розвиток підприємства на основі підвищення рентабельності, покращенні фінансових показників, збільшення частки ринку.

2. Екологічної – мінімізація викидів та забруднень, раціональне використання ресурсів, запровадження енергозберігаючих технологій, використання у виробництві матеріалів, що підлягають вторинній переробці.

3. Соціальної – дотримання прав людини, боротьба з дискримінацією, підтримка та розвиток культури поведінки населення.

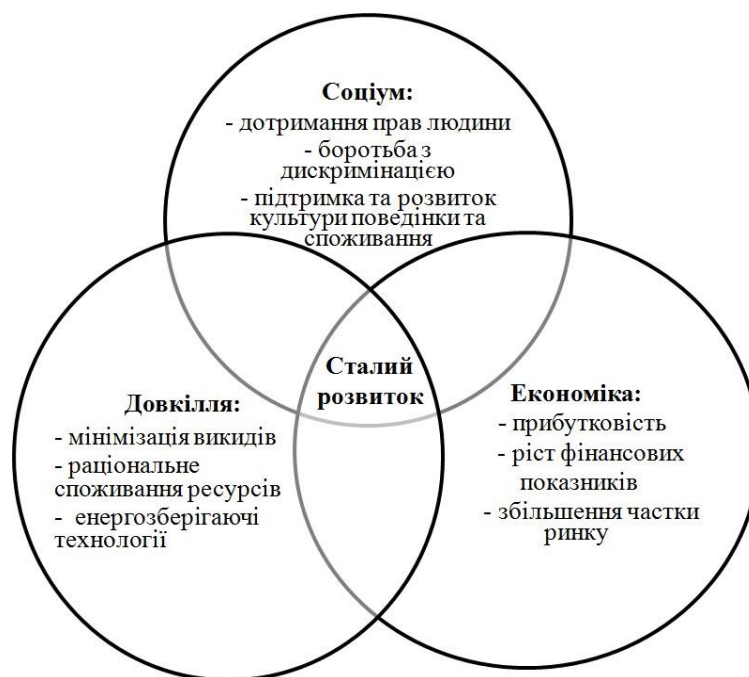


Рис. 1.2. Корпоративна соціальна відповідальність на основі концепції сталого розвитку

Джерело: складено автором на основі [43].

При цьому задоволення потреб нинішнього покоління має відбуватися без втрат для можливостей майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.

Серед тенденцій розвитку КСВ варто відмітити поширення практики складання нефінансової звітності (звіт з КСВ, звіт зі сталого розвитку, звіт про управління). Так, самозвітування про КСВ, відповідно до Глобальної ініціативи звітності (Global Reporting Initiative, GRI) - стандартний звіт про екологічну та соціальну відповідальність, що містить інформацію про найважливіші стратегії розвитку компанії, зокрема: «політики/процедури» компанії, розроблені для зменшення соціального впливу на довкілля, а також звіт про «вплив», будь то позитивний чи негативний, який діяльність компанії здійснює на суспільство (GRI 2014). На відміну від річних звітів, що надають інформацію про фінансове благополуччя компанії, ці самозвіти зосереджуються на соціальній та екологічній діяльності фірм.

КСВ уже набула значного поширення країнах світу з високим рівнем розвитку національної економіки, що вказує на свідоме відношення учасників ринкових відносин до вимог зі сторони суспільства та громадськості, морально-етичних норм та цінностей, усвідомлення впливу власної бізнес-діяльності на суспільство, державу, споживачів, клієнтів, бізнес партнерів та своїх працівників. Так, КСВ уже давно не є чимось новим для бізнесу таких як: країни Західної Європи, США, Канада, Австралія.

Важливу дорожню карту для компаній, які бажають узгодити свою корпоративну практику зі сталим розвитком становлять Принципи Глобального договору Організації Об'єднаних Націй (ООН). Глобальний договір є великою добровільною ініціативою – цей документ представляє цілісний підхід, що власне і уособлює КСВ та є основою для наступних ініціатив, спрямованих на сприяння більш стійкому та відповідальному приватному сектору [80].

Організація нараховує близько 12 тисяч комерційних підприємств та 3 тисячі не комерційних організацій, що знаходяться у 163 країнах світу. Окрема Мережа Глобального договору ООН діє і в нашій країні, вона є офіційним

представником Глобального договору ООН. Українська Мережа нараховує понад 100 підприємств-учасників.

У 2008 році в Україні створено експертну організацію Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)». Її метою є розвиток корпоративної соціальної відповідальності задля системних і якісних змін в Україні. Задля виявлення сучасних тенденцій розвитку КСВ, а також можливих проблем її впровадження в країні Центром «Розвиток КСВ» періодично проводяться дослідження «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні».

Так, за підсумками останнього дослідження (2018р.), 83% компаній в Україні впроваджують КСВ, а 52% - мають затверджену стратегію з КСВ. Тим не менш, на нашу думку, такі результати не можуть гарантувати об'єктивну характеристику стану розвитку КСВ в Україні, оскільки вибірка респондентів є порівняно невеликою (400 підприємств) [63].

Наведемо сучасні практики впровадження КСВ в компаніях.

Компанія Lego, що є одним з найбільших та відомим у більшості країн світу виробників іграшок, була першою з виробників іграшок, хто приєднався до Глобального договору ООН. Так, ще з 1997 року запроваджено основоположні принципи ведення як власної господарської діяльності, так і діяльності постачальників - «Кодекс правил», де зазначені етичні, соціальні та екологічні аспекти, а також вимоги, що стосуються дитячої праці, розпорядку, умов та оплати роботи, дискримінації, здоров'я працівників та їх безпеки, свободи та права працівників, корупції та екології [55].

Компанія Microsoft уже багато років займає передові позиції в рейтингах кращих роботодавців. Microsoft організовує різноманітні освітні програми, зокрема для школярів та студентів, що дозволяють молоді отримати нові можливості та розкрити свій потенціал. Крім того, компанія надає своїм працівникам 40 оплачуваних годин на рік, що можуть бути витрачені на волонтерство.

Шведська компанія H&M у рамках еко-проектів у 2016 році запустила нову колекцію Conscious Exclusive, що представлена сукнями з екологічно чистих матеріалів (наприклад, бавовна, органічний льон і перероблений поліестер). Іншою ініціативою є програма Close the loop, метою якої є збір зношеного одягу задля його майбутньої переробки. Клієнт має можливість обміняти свій непотрібний одяг на купони зі знижкою в 15-30 % [18].

На початку квітня 2020 компанія Procter & Gamble безоплатно передала 15 млн. доларів на боротьбу з пандемією COVID-19 і її наслідками, а також ввела в експлуатацію лінії з виробництва медичних масок та дезінфікуючих засобів, що призначені для допомоги некомерційним організаціям [66].

Варто відзначити, що з поширенням пандемії, почала особливо активно зростати і увага до КСВ, оскільки громадськість стала більш стурбована щодо дій зі сторони бізнесу. Це стосується не лише певних благодійних проектів на боротьбу з пандемією та допомогу медичним закладам, але і дій керівників по відношенню до власних співробітників, адже як відомо, велика кількість людей по всьому світу залишилася без роботи внаслідок того, що роботодавці не змогли підтримувати робочі місця та виплату заробітної плати.

Окрім наведених прикладів застосування КСВ та її позитивних наслідків для підприємства та/або суспільства, існують практики недотримання принципів КСВ, наслідком чого є підірвана репутація та збитки.

Наприклад, компанія Volkswagen намагалася уникнути відповідальності за свої повідомлення та відповідальності перед докільям. Американське Агентство з охорони навколишнього середовища виявило, що викиди шкідливих речовин від використання двигуна вище «лабораторних» від 5 до 40 разів. Крім втрати репутації та зменшення обсягів продажів, компанія понесла збитки через виплату штрафу та зниження ціни акцій на 20 % [9].

Прикладами підприємств, що застосовують КСВ-практики у своїй діяльності в Україні, є такі як: Нова Пошта, ДП «НАЕК «Енергоатом», Оболонь, Делойт, Небесна криниця, Карлсберг, Кока-Кола та інші. Зазначимо, що, як

правило, більш активно впроваджують КСВ в Україні ті підприємства, що є частиною великих міжнародних компаній.

Отже, в останні роки КСВ продовжує набирати актуальності, а ступінь розвитку та поширення КСВ-практик залежить від соціально-економічного рівня регіону. Як засвідчує світова практика, більшість успішних компаній уже дійшли до висновку, що в основі діяльності підприємства має бути соціальна відповідальність, лише за таких умов можна розраховувати на довіру суспільства в довгостроковій перспективі.

1.2. Економічна і соціальна ефективність корпоративної соціальної відповідальності

В умовах глобалізації, постійних змін зовнішнього середовища та загострення конкуренції на світовому ринку, особливої актуальності набуває пошук нових форм ведення бізнесу для забезпечення результативності діяльності та підвищення конкурентних переваг підприємств та організацій.

Досвід багатьох відомих та успішних корпорацій доводить, що реальне впровадження на практиці у свою діяльність принципів корпоративної соціальної відповідальності дозволяє підвищувати ефективність та значимість компанії на світовій економічній арені. Щоб охарактеризувати вплив КСВ на ефективність підприємства, зупинимося на самому визначенні даного поняття.

Поняття «ефективність» походить від латинського та означає «приносити користь». Оскільки похідними від нього є іменники «здійснення», «результат» і «результативність», то не дивно що науковці досить часто ототожнюють ефективність з результативністю. Тобто якщо результатом будь-якої діяльності є продукт або послуга, що не задовольняють певним очікуванням або вимогам, то такий результат є неефективним, тобто неефективною була і сама діяльність підприємства [46].

Насамперед при оцінюванні результатів діяльності розрізняють економічну, організаційну та соціальну ефективність. Усі види ефективності

пов'язані між собою та взаємообумовлені, ми зупинимося на економічній та соціальній.

Так, економічна ефективність означає ступінь використання ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових та інших). В економічній літературі її характеризують, як правило, через призму виробничої діяльності: створення споживчих товарів відповідної вартості при найменш можливих витратах для підприємства. Такий загальноприйнятий підхід і ускладнює бачення взаємозв'язку між імплементацією КСВ-практик на підприємстві з результатами його діяльності. Тим не менш, такий зв'язок є та буде охарактеризований при нашому аналізі.

У свою чергу, соціальна ефективність вказує на те, що результати діяльності підприємства в соціальній сфері відповідають цілям і соціальним інтересам суспільства, а тому витрати є виправданими. Крім того, соціальна ефективність КСВ відображається на формуванні корпоративного духу та позитивного клімату серед персоналу компанії, а також забезпечує атмосферу захищеності та причетності до цілей підприємства.



Рис. 1.6. Сучасні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: складено автором на основі [26].

Уже с самого визначення можемо бачити, наскільки близькою до КСВ є соціальна ефективність за своєю суттю. Крім того, як видно з рис. 1.3, сучасні

найбільш поширені напрями реалізації КСВ-практик безпосередньо пов'язані з соціальними інтересами. І тим не менш, соціальна ефективність є результатом впливу саме економічних заходів.

Варто також підкреслити, що КСВ у жодному разі не заперечує основну мету будь-якого комерційного підприємства – отримання прибутку задля забезпечення його довгострокового розвитку.

Досліджуючи вплив КСВ на конкурентоспроможність компаній, В.Маракова, А. Волак-Тузіmek та З. Тукова визначили п'ять факторів, на які впливає впровадження КСВ для підприємств, а саме: імідж підприємства, споживачі, маркетинг, діяльність відповідно до соціальних очікувань, знання та навички працівників. Ці фактори, у свою чергу, корелюють з наступними елементами: імідж підприємства, споживчі переваги, довіра споживачів, бренд продукту, реклама, діяльність відповідно до соціальних очікувань, знання та навички співробітників [74]. Так, на рис. 1.4 зображено основні елементи, на які впливає впровадження корпоративної соціальної відповідальності, що необхідно брати до уваги при управлінні КСВ та реалізації конкретних заходів.



Рис. 1.3. Елементи впливу корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: Складено автором на основі [1,10, 11, 12, 74]

Так, однією з причин, що зумовлюють необхідність застосування в діяльності підприємства концепції корпоративної соціальної відповідальності є той факт, що наразі поведінка компанії знаходиться у центрі уваги стейкхолдерів, а тому будь-які дії підприємства можуть безпосередньо вплинути

на його власну діяльність, причому як у позитивному, так і в негативному напрямі.

Існуюча практика доводить, що сучасні підприємства не можуть ігнорувати свій імідж як соціально відповідального учасника ринкових відносин. Так, за результатами проведеного в США дослідження агентства Cone Communications 2017 року, 87% респондентів стверджували, що будуть купувати продукт або послугу в компанії, якщо вона опікується тими ж проблемами, що турбують і споживача. У той же час, якщо підприємство підтримує справу, що суперечить переконанням споживача, то 76% американців вказали, що відмовляться щось купувати в такої компанії [42].

Тож, КСВ практики та ініціативи сприймаються не як витрати, а як інвестиції, що приносять прибутки та переваги для підприємства. Такі переваги від впровадження КСВ відповідають довгостроковій перспективі: з часом формується позитивний імідж підприємства, зростає зацікавленість та лояльність стейкхолдерів, поліпшуються взаємовідносини з громадськістю. Усе це сприятиме підвищенню рівня ділової репутації. Таким чином, КСВ є важливою складовою управління репутацією сучасних підприємств.

За таких обставин, коли зростають суспільні вимоги та зобов'язаність з соціальної відповідальності, підприємство відчуває необхідність бути все більш прозорим, у тому числі й для громадського контролю, тому це сприятиме ще більш високому рівню підзвітності. А самозвітування про КСВ, у свою чергу, опосередковує наслідки оцінок третьої сторони та покращує репутацію компаній із КСВ. Більше того, результати досліджень показують, що покращення репутації з КСВ підвищує і прибуток [72].

При аналізі впливу КСВ на ефективність підприємства важливо зацентувати увагу на зв'язку КСВ з соціальним капіталом (рис.1.5).

Дж. Коулман визначає соціальний капітал як потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги, що цілеспрямовано формується у процесі міжособистісних відносин, а саме: зобов'язання і очікування, інформаційні канали і соціальні норми. Ф. Фукуяма розглядає соціальний капітал як певний потенціал

суспільства або його окремої частини, що виникає як результат довіри між його членами і вимагає адаптації до моральних норм певної спільноти і засвоєння в його рамках таких чеснот, як відданість, чесність і надійність [7]. Тож, як бачимо, КСВ та соціальний капітал як інструменти розвитку репутаційного потенціалу підприємства мають тісний взаємозв'язок.

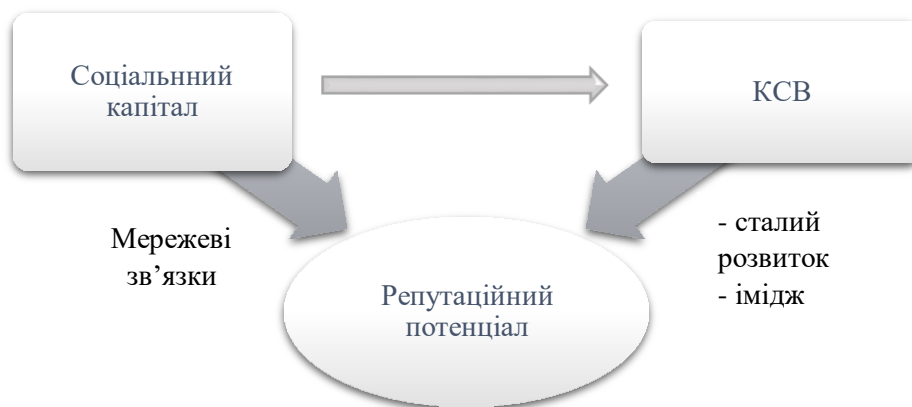


Рис. 1.5. Взаємозв'язок КСВ та соціального капіталу підприємства

Джерело: складено автором на основі [7, 11]

Так, унікальність соціального капіталу як чинника впливу на розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві проявляється через його особливу роль, що забезпечує формування, підтримку та підсилення КСВ зсередини самого підприємства.

Повертаючись до економічної ефективності КСВ в її класичному розумінні, варто зазначити, що стале (відповідальне) споживання є 12 пунктом у списку 17 Глобальних цілей сталого розвитку, визначених Організацією Об'єднаних Націй. Таке споживання, у свою чергу, передбачає економне використання ресурсів для задоволення власних потреб [43].

Оскільки питання екології сьогодні - це одна з найбільш гострих проблем не лише бізнесу, а й сучасного світу в цілому, то збереження і підтримка екосистем, економічність споживання енергоносіїв, безпечність експлуатації та утилізації продукції – лише деякі із завдань, що стоять перед підприємствами. Такі заходи характеризують зокрема і соціальну відповідальність бізнесу. Таким чином, імплементація КСВ-практик (відповідальне споживання, ведення

принципів «зеленого офісу», введення нових технологій та методів виробництва тощо) може безпосередньо впливати на зменшення витрат та підвищення ефективності як виробництва, так і діяльності підприємства загалом.

Впровадження КСВ надає підприємствам наступні переваги: стабільний розвиток персоналу, ріст продуктивності праці, покращення іміджу та репутації компанії, інвестиційна привабливість підприємства, висвітлення в ЗМІ, реклама товарів і послуг, стійкий розвиток компанії в довгостроковій перспективі, збереження соціальної стабільності в суспільстві, у деяких випадках навіть певні податкові пільги. Крім того, КСВ виступає інструментом стратегічного управління, без якого складно буде залишатися на передових позиціях та підтримувати повноцінну бізнес-модель, що повністю відповідала б сучасним викликам зовнішнього середовища [3].

Отже, побудована на засадах корпоративної соціальної відповідальності діяльність компанії забезпечує розвиток бренду та покращення репутації підприємства, призводить до збільшення кількості споживачів, підвищує потенційні інвестиційні можливості, що вказує на позитивний вплив на загальну ефективність підприємства, а тому потребує регулярного моніторингу та оцінки задля розуміння реальних та потенційних проблем у сфері КСВ та знаходження шляхів їх вирішення.

1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності

Ураховуючи необхідність успішного розвитку українських підприємств на засадах корпоративної соціальної відповідальності, важливим є розгляд методик оцінки рівня КСВ на підприємстві, що дозволить не тільки виявити вплив тієї чи іншої компанії на економічну, екологічну або соціальну сферу суспільного життя, але і сприятиме ефективному та сталому розвитку кожного окремого підприємства.

Актуальність питання оцінки рівня КСВ зумовлена ще й поширенням загального розуміння відповідальності бізнесу перед суспільством. Однак,

єдиного підходу оцінювання не існує, що, у свою чергу, ускладнює планування та контроль діяльності підприємства у сфері КСВ.

Проведення будь-якого оцінювання є неможливим без виявлення певних критеріїв, тому необхідним завданням є визначення таких критеріїв оцінки, що характеризують прояви корпоративної соціальної відповідальності. Це дасть можливість проаналізувати поточний стан КСВ підприємства, виявити його сильні та слабкі сторони, визначити напрями удосконалення, а також порівняти його з іншими компаніями.

Вибір критеріїв оцінки та їх кількість залежить від багатьох чинників, таких як: рівень розвитку підприємства, національна і галузева спеціалізація компанії, етап розвитку підприємства, фінансова стійкість, цілі проведення оцінки та інші [51].

Комарова К. називає чотири критерії оцінки КСВ: економічні (отримання прибутку), юридичні (дотримання вимог законодавства), етичні (етична поведінка), прийняття на себе відповідальності (покращення добробуту суспільства та якості життя людей) [30].

Ровенська В. виділяє три підходи, що використовуються при оцінці КСВ. Першим є мінімалістичний підхід, що розглядає ту соціально відповідальну компанію, що дотримує зобов'язання, встановлені на законодавчому рівні: виробництво якісних товарів (послуг); сплату податків; виплату гідної заробітної плати; дотримання законодавства, прав людини. Другий підхід характеризується зосередженням на одному чи кількох основних напрямках КСВ та передбачає оцінку таких сфер, як: трудові відносини, дотримання прав людини, добровільні ділові практики, корпоративне управління, взаємовідносини зі споживачами, навколишнє середовище та ресурсозбереження, благодійність, вплив на місцеві громади. У цьому випадку проводиться оцінка відповідних витрат на благодійність, показників з охорони та безпеки праці, впливу на місцеві спільноти. Останнім підходом є комплексний, що заснований на вимірюванні великої кількості соціальних, екологічних, економічних показників, оскільки принципи КСВ мають інтегруватися в усі бізнес-процеси підприємства [51].

Євтушенко В. серед підходів до оцінки КСВ виокремлює наступні: оцінювання за допомогою соціальної звітності, індексні та рейтингові, а також якісні та кількісні методи [19].

Аналізуючи підходи до оцінювання КСВ варто згадати Глобальний договір ООН, що хоча й не може бути самостійним підходом до оцінки, однак задає напрям для діяльності компаній та описує напрями оцінювання. Так, відповідно до даного документу, рівень КСВ оцінюється за наступними групами показників: економічна та екологічна результативність; результативність організації праці; результативність у сфері прав людини; результативність взаємодії з суспільством; результативність у сфері відповідальності за продукцію. Визначені показники опубліковуються на добровільних засадах у соціальній звітності підприємством, що приєдналося до Глобального договору ООН [22].

Тож, соціально-відповідальні підприємства повинні складати нефінансовий звіт, що містить інформацію щодо економічного, екологічного та соціального аспектів його функціонування та висвітлювати питання стосовно охорони навколишнього середовища, зайнятості, поваги прав людини, боротьби з корупцією і хабарництвом тощо. Нефінансовий звіт є інструментом відповідального бізнесу та задоволення інформаційних потреб зацікавлених сторін [34]. Такий звіт повинен складатися з певною періодичністю (як правило, рік), бути доступним для всіх груп стейкхолдерів, чесно та прозоро розкривати діяльність підприємства.

Так, якщо минулому КСВ-результативність оцінювалася відповідно до суми, пожертвованої на конкретний соціальний проект, то нині, внаслідок взаємозв'язку багатьох соціальних та екологічних змінних разом із складними відносинами між зацікавленими сторонами, існує потреба у складніших інструментах для вимірювання КСВ. Це призвело до зростання таких ініціатив, як соціальний облік, звітність про сталість, показники ефективності, екологічні та соціальні стандарти, а також рейтинги ESG. Ці рейтинги є одним із найбільш корисних і прямих інструментів, які використовуються компаніями, щоб

продемонструвати свій внесок у сталий розвиток для всієї групи зацікавлених сторін [69].

З 2011 року в Україні існує практика визначення індексу прозорості сайтів вітчизняних підприємств (ESG Transparency Index). За цим індексом оцінюється рівень розкриття інформації з КСВ за даними офіційних веб-сторінок підприємств. Методика оцінювання була розроблена Beyond Business (Ізраїль) у співпраці з Центром «Розвиток КСВ». При визначенні індексу приймають участь вітчизняні підприємства, що входять до 100 найбільших платників податків в Україні за даними Державної фіскальної служби, а також 10 підприємств, що є найбільш прозорими відповідно до минулорічного Індексу прозорості.

Останні результати аналізу Індексу прозорості сайтів українських компаній за 2020 рік представлені на рис. 1.6. Хоча середній рівень розкриття інформації з КСВ є досить низьким - 32%, ми можемо значні позитивні зрушення у порівнянні з 2017 роком (21,7%) [63].

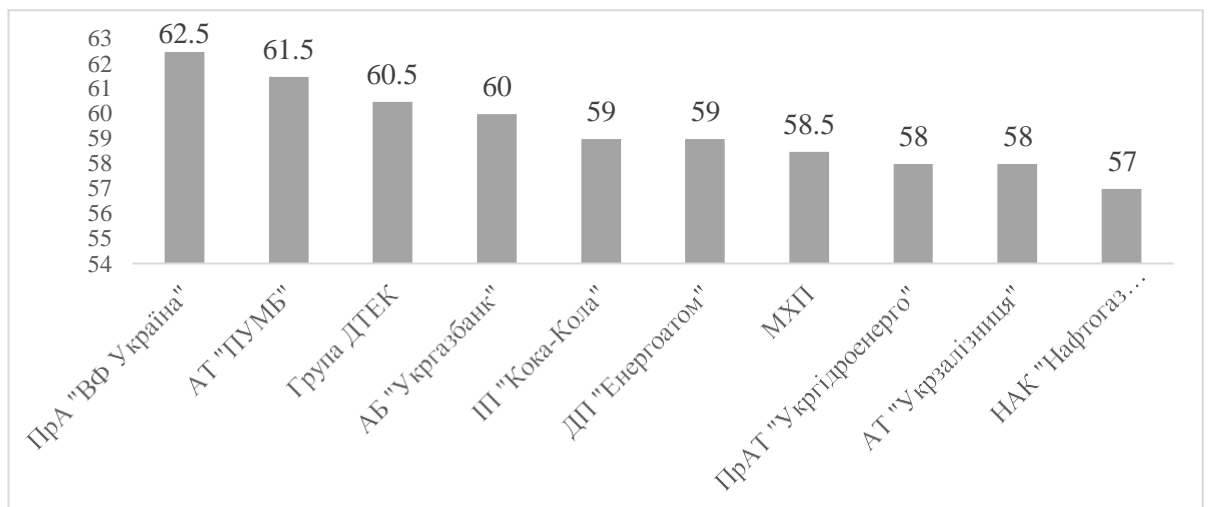


Рис. 1.2. ТОП-10 компаній за Індексом прозорості сайтів українських компаній за 2021 рік

Джерело: складено автором на основі [63].

Як правило, на основі складених індексів розробляються рейтинги компаній за рівнем розвитку КСВ. Так, за результатами визначеного Індексу прозорості та підзвітності складається національний рейтинг найпрозоріших компаній України, що включає різні галузі економіки [19].

Відповідно до рейтингу, що публікується світовою організацією "Журнал корпоративної відповідальності", діяльність провідних компаній світу у сфері застосування КСВ оцінюється за такими напрямками: захист навколишнього середовища; запобігання змінам клімату; відносини між найманими працівниками; захист прав людини; корпоративне управління; фінансові результати; філантропія та підтримка місцевого населення [10].

Репутаційний інститут (Reputation Institute) щорічно проводить своє дослідження і складає на його основі рейтинг підприємств за репутацією та корпоративною соціальною відповідальністю (Global CSR RepTrack), при оцінюванні компаній враховується її вплив на суспільство, ставлення до власних співробітників, уявлення споживачів про керівництво підприємством. У табл.1.2 наведено дані за результатами останнього опублікованого рейтингу 2021 року. Як видно з таблиці, половина соціально відповідальних компаній, що займають передові позиції в рейтингу - європейські, ще три – американські та дві є резидентами Японії.

Таблиця 1.2

Найбільш соціально відповідальні компанії за Global CSR RepTrack 2021 р.

Місце	Підприємство	Оцінка	Група	Країна
1	Lego	80,4	Excellent	Данія
2	Rolex	79,6	Strong	Швейцарія
3	Ferrari	78,8	Strong	Італія
4	Bosch Group	78,1	Strong	Німеччина
5	Harley-Davidson	78,1	Strong	США
6	Canon	77,6	Strong	Японія
7	Adidas	77,6	Strong	Німеччина
8	Walt Disney Company	77,5	Strong	США
9	Microsoft	77,1	Strong	США
10	Sony	77,0	Strong	Японія

Джерело: складено автором на основі [71].

Інструментом оцінки КСВ може слугувати Збалансована система показників (Balanced Scorecard, BSC) – багатofакторну модель, що

використовують при управлінні діяльності підприємства. BSC включає різні фінансові та нефінансові показники за чотирма проекціями, а саме: фінанси, клієнтський аспект, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і розвиток. Це дає змогу комплексно оцінити ефективність підприємства. Цілі та показники вимірювання в BSC взаємопов'язані. У порівнянні з традиційними та короткостроковими моделями оцінки ефективності, BSC може допомогти в оцінці ефективності внутрішнього контролю, орієнтованого на КСВ, оскільки він більше зосереджується на інтересах різних зацікавлених сторін, відображаючи потребу в сталому корпоративному розвитку і зв'язки між основними джерелами вартості та корпоративною стратегією [73].

Метод BSC може не тільки додатково інтегрувати теорію та практику, але також може перетворити абстрактне бачення КСВ у відчутні, конкретні та практичні цілі та показники вимірювання.

Важливо пам'ятати, що метою внутрішнього контролю є виявлення, аналіз та контроль ризиків шляхом інтеграції цілей КСВ в корпоративні стратегічні цілі. Потім, відповідно до нормативно-правових актів, звіт внутрішнього контролю про КСВ (індивідуальні звіти чи вбудований у звіт про внутрішній контроль) складається та розкривається, а звіти про оцінку внутрішнього контролю та аудиторські звіти щодо КСВ формуються на основі статутних процедур та процедур компанії. Цілі внутрішнього контролю можуть інтегрувати мотивацію одержання прибутку з соціальними результатами з точки зору широкого кола зацікавлених сторін, зменшити марнотратство ресурсів і досягти корпоративної всеосяжної соціальної відповідальності.

Отже, існує багато різноманітних підходів до оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності. Для більш повної та всебічної оцінки підприємства доцільним є застосування різних методів з урахуванням специфіки діяльності, розміру компанії та цілей оцінювання. Проведення такого оцінювання допоможе визначити економічний, соціальний та екологічний вплив підприємства на суспільство, зрозуміти потреби всіх груп стейкхолдерів, проаналізувати сильні та слабкі сторони компанії в діяльності з КСВ, порівняти

з іншими підприємствами та розробити напрямки удосконалення наявного стану.

Висновки до розділу I

У першому розділі роботи було розглянуто теоретичні основи КСВ та сучасні тенденції її розвитку в Україні та світі. Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки.

Дослідження формування та розвитку концепції КСВ показало, що в сучасних умовах розвитку суспільства вона об'єктивно відображає місце, роль і значення підприємства в системі соціально-економічних відносин. Крім того, КСВ може слугувати інструментом відповіді на суспільні очікування щодо діяльності бізнес структур. У роботі проведено аналіз різних підходів до визначення поняття КСВ.

У роботі досліджено взаємозв'язок концепцій КСВ та сталого розвитку, що передбачає побудову діяльності підприємства на основі формування довгострокових взаємовідносин зі споживачами через задоволення їх потреб такими способами, що матимуть позитивний вплив на добробут як суспільства в цілому, так і підприємства.

Дослідження тенденцій розвитку КСВ в Україні та світі дозволяє підтвердити твердження щодо стрімкого підвищення її актуальності в сучасних умовах. Усе більше країн розуміють необхідність побудови діяльності бізнес структур на засадах КСВ. Україна відстає від країн Західної Європи чи США, однак позитивні зрушення, що спостерігаються протягом останніх років, запевняють про подальший розвиток КСВ і в нашій країні.

Узагальнення основних методичних підходів до оцінювання ефективності КСВ вказує, що найбільш поширеними підходами до оцінки КСВ є наступні: складання фінансової звітності, рейтингів та індексів, використання збалансованої системи показників та інші.

Розвиток КСВ сприяє формуванню довіри до підприємства зі сторони суспільства, зміцнює взаємовідносини та зворотній зв'язок з зацікавленими особами та, як наслідок, підвищує ефективність діяльності підприємства.

Розділ II. Діагностування корпоративної соціальної відповідальності на прикладі ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

2.1. Організаційно – економічна характеристика господарської діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Як частина міжнародної корпорації, компанія «Делойт» представлена в Україні двома юридичними особами: ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» та ТОВ «Делойт і Туш». Підприємство ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» до березня 2022 року була частиною «Делойт СНД», що входить до складу «Делойт Туш Томацу Лімітед», після чого перейшла до складу управління регіону Центральної Європи. ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» - консалтингове підприємство, що надає послуги у сфері аудиту, консультування з корпоративних фінансів, управління ризиками, оподаткування, а також інші супутні послуги клієнтам як державного, так приватного секторів, що здійснюють свою господарську діяльність у різних галузях економіки [68].

Тов «Делойт енд Туш ЮСК» зареєстроване в реєстрі суб'єктів аудиторської діяльності «Суб'єкти аудиторської діяльності, які мають право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес».

Діяльність підприємства відповідно до КВЕД належить до виду діяльності 69.2: сфера бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування. Так, послуги ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» включають (табл.2.1): аудиторські послуги, корпоративні фінанси, консалтинг, управління ризиками, послуги у сфері оподаткування, юридичні послуги. Детальний перелік послуг компанії наведено в додатку А.

Як видно з табл. 2.1, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» надає широкий спектр послуг за різними напрямками, включаючи консультування з міжнародного оподаткування, трансфертного ціноутворення та інші послуги, що вказують на співпрацю підприємства з міжнародними та транс-національними компаніями.

Характеристика послуг ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Група послуг	Характеристика
Аудиторські послуги	Спеціалісти з аудиту надають широкий спектр аудиторських і консультаційних послуг, щоб допомогти клієнтам у досягненні їхніх бізнес-цілей та підвищенні показників господарської діяльності. Під час проведення аудиту спеціалісти з надання запевнення щодо достовірності інформації збирають інформацію, щоб отримати повне розуміння бізнесу клієнта, його системи внутрішнього контролю та спектру ризиків. Перед ухваленням рішень щодо аудиту ми проводиться об'єктивне діагностичне тестування та аналітичні огляди.
Корпоративні фінанси	У межах даної послуги підприємство вирішує завдання у сфері оцінки, фінансового моделювання та економічного консалтингу. Таким чином підприємство виконує роль незалежного арбітра для визначення балансу інтересів різних учасників ринку. Ця функція є особливо важливою під час планування операцій злиття і поглинання. Крім того, до послуг корпоративних фінансів входять фінансові розслідування.
Консалтинг	Ця група послуг є частиною напряму, що поєднує технології та креативність для створення більш міцного зв'язку між клієнтами й бізнесом. Підприємство застосовує ці зв'язки в інноваційних конфігураціях для задоволення потреб бізнесу клієнта. Фахівці розробляють креативні підходи до вирішення бізнес-завдань клієнтів.
Управління ризиками	Група послуг включає консультування з корпоративного та антикризового управління, управління стратегічними ризиками, а також ризиками бренду та репутації. Компанія допомагає клієнтам оцінити та передбачити ризики, що виникають, та зменшити негативний вплив наслідків. Крім того, дана група послуг включає послуги в галузі сталого розвитку, що стосуються ключових нефінансових потреб зацікавлених сторін: соціальних, етичних, екологічних тощо.
Послуги у сфері оподаткування	Ці послуги стосуються перевірки дотримання підприємством податкового законодавства та виявлення податкових ризиків. Проекти реалізуються за допомогою перевірки податкової звітності та її зв'язки з даними бухгалтерського обліку і фінансової звітності, а також перевірки первинних документів. Компанія пропонує персоналізовані рішення приватним компаніям, сімейному бізнесу та приватним особам.
Юридичні послуги	Юридична команда «Делойт» надає повний спектр юридичних послуг клієнтам (із деякими обмеженнями, пов'язаними з представництвом інтересів клієнтів у суді). Компанія пропонує юридичні послуги у таких сферах: господарське і корпоративне право; корпоративне управління; юридичний супровід податкових перевірок та вирішення податкових спорів; трудове право та імміграція; юридична підтримка проектів, що фінансуються міжнародними донорськими організаціями.

Джерело: складено автором на основі [68]

Аналіз структури наданих послуг (рис.2.1) показує, що понад половина наданих підприємством послуг є саме аудиторськими послугами. Іншою групою значимих для підприємства послуг є податково-юридичні послуги. Слід зазначити, що клієнти досить часто замовляють пакет послуг, що включають

одразу послуги різних груп. Так, наприклад, аудиторські послуги, як правило, поєднуються з послугами у сфері оподаткування.

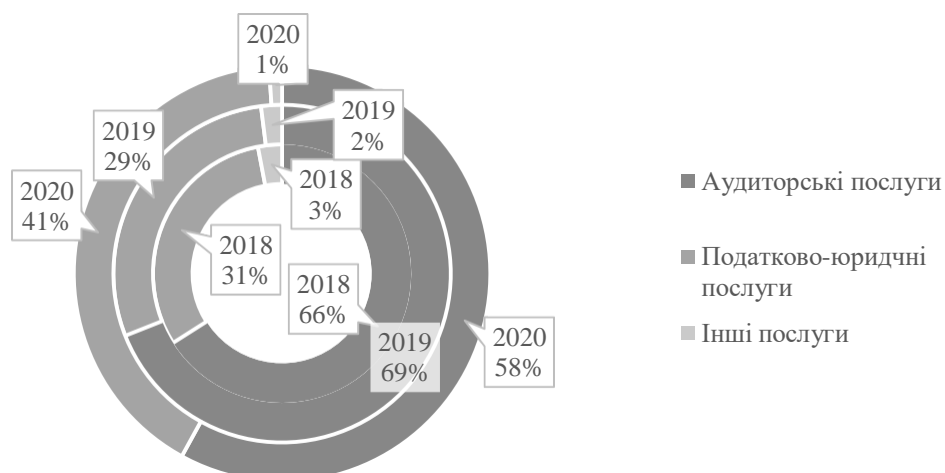


Рис.2.1. Обсяг наданих послуг ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» у розрізі напрямків діяльності у 2018-2020 рр.

Джерело: складено автором на основі [68]

Статутний капітал ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» дорівнює 60,000 гривень, що на момент створення підприємства становило 29,434 долари США. Структура власності компанії наведена в табл. 2.2. Діючим керівником підприємства наразі є Заноза Євген Олексійович. У 2019 році ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» перебувало в процесі реорганізації (зміни організаційно-правової форми) з приватного акціонерного товариства на товариство з обмеженою відповідальністю.

Таблиця 2.2

Структура власності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Власник			Частка в загальній структурі (%)
Вид особи	Найменування, країна	Країна	
Фізична особа - резидент	Вахт Володимир Володимирович	Україна	35
Фізична особа - резидент	Заноза Євген Олексійович	Україна	35
Юридична особа - нерезидент	Deloitte & Touche Regional Consulting Services Limited	Кіпр	30

Джерело: складено автором на основі [47,83]

Загальна кількість працівників компанії налічує 294 особи станом на кінець 2020 року, 198 серед яких – жінки, що складає 65,5%. Частка жінок у структурі керівництва складає 23%. Нижче наведено відповідні дані в динаміці (рис.2.3).



Рис. 2.3. Динаміка кількості персоналу компанії, 2017-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними [68]

Проведений аналіз прибутковості діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» (табл.2.3) дозволяє зробити наступні висновки. Ефективність господарської діяльності будь-якого комерційного підприємства характеризують фінансові результати, отримані внаслідок ведення такої господарської діяльності.

У 2020 році загальний обсяг наданих послуг компанією склав 390,5 млн. грн, що на 6,5% менше у порівнянні з 2019 роком (417,8 млн. грн). У свою чергу, чистий фінансовий результат (чистий прибуток) збільшився у 3,3 рази (з майже 9 млн. грн до 29,5 млн. грн). Основною причиною таких змін можна назвати зменшення адміністративних витрат та витрат на збут. Аналогічно до чистого прибутку, за підсумками останнього аналізованого періоду значно зріс показник рентабельності (з 3,9% до 12,9%).

Причиною різкого спаду прибутку за підсумками 2017 року може бути те, що у цьому році прослідковувалися негативні явища в галузі загалом (детальний аналіз галузі наведений в додатку Б), зменшився дохід від реалізації, однак зросла собівартість наданих послуг. Щодо 2018 року, хоча дохід від надання послуг в останньому році зріс на 6%, їх собівартість виросла майже на 30%. Таким чином, зросла і частка собівартості у загальній структурі чистого доходу майже на 10%.

Таблиця 2.3

Динаміка прибутковості «Делойт енд Туш ЮСК» за 2016-2020 рр., тис.грн.

№п.	Показник	Значення					Відхилення від попереднього періоду, %			
		2016	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
1	Чистий дохід, тис. грн.	317802	311481	393798	417778	390453	-1,99	26,43	6,09	-6,54
2	Собівартість послуг, тис. грн.	-119386	-125059	-163414	-211394	-270033	4,75	30,67	29,36	27,74
3	Собівартість, в % до виручки	37,57	40,15	41,50	50,60	69,16	6,88	3,36	21,94	36,68
4	Прибуток (збиток) від реалізації, тис. грн.	71890	1445	35024	8325	34773	-97,99	2323,81	-76,23	317,69
5	Рівень рентабельності, % (п.2/п.4*100)	60,22	1,16	21,43	3,94	12,88	-98,08	1754,91	-81,63	226,99
6	Прибуток від реалізації, в % до виручки	22,62	0,46	8,89	1,99	8,91	-97,95	1817,15	-77,59	346,93
7	Валовий прибуток, тис. грн.	198416	186422	230384	206384	120420	-6,04	23,58	-10,42	-41,65
8	Фін.результат до оподаткування, тис.грн.	86941	12990	41336	10923	35935	-85,06	218,21	-73,58	228,98
9	Чистий прибуток, тис. грн.	71229	10639	33866	8956	29464	-85,06	218,32	-73,55	228,99

Джерело: складено та розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Щодо ліквідності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», компанія для розрахунків з контрагентами використовує власні кошти та не має в наявності довгострокових зобов'язань. Коефіцієнт поточної ліквідності перевищує 1 (100%), що свідчить про спроможність компанії погашати свої поточні зобов'язання за рахунок усіх оборотних активів. Коефіцієнт поточної ліквідності перевищує 0,2 (20%), що свідчить про здатність компанії погашати свої поточні зобов'язання лише за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Показники фінансового скорингу ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»
за 2015-2020 рр., тис.грн.

Фінансовий показник	Значення					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Абсолютний приріст виручки за рік, млн грн	108,60	26,10	-6,30	82,30	24,00	-27,3
Відносний приріст виручки за рік, %	59,30	8,90	-2,00	26,40	6,10	-6,54
Частка на субринку (за КВЕД), %	8,76	9,00	7,38	7,28	6,59	7,18
Місце компанії на субринку	1	1	2	3	2	4
Рентабельність загальних активів (ROA), %	29,00	25,80	3,40	11,30	3,10	7,48
Рентабельність оборотних активів (RCA), %	30,00	26,80	3,60	12,30	3,30	7,7
Поточна ліквідність, %	170,80	245,20	212,70	317,70	408,30	266,7
Абсолютна ліквідність, %	128,60	176,80	119,30	144,00	148,10	129,9
Коефіцієнт автономії	0,43	0,61	0,56	0,71	0,77	63,5
Чиста маржа (NPM), %	21,90	22,40	3,40	8,60	2,10	7,55

Джерело: складено та розраховано автором за даними [68, 83]

Коефіцієнт автономії відображає зростаючу динаміку, що є позитивним для підприємства, та починаючи з 2015 року перевищує рекомендоване значення, рівне 0,5. Тож, можемо зробити висновок про платоспроможність підприємства та його незалежність від фінансових кредиторів.

Важливим є розуміння положення компанії на галузевому ринку. Так, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» входить до компаній «великої четвірки», представники якої і є найбільшими учасниками на ринку аудиторських послуг та консультування у сфері оподаткування. Відповідно, основними конкурентами підприємства є такі

компанії, як Ernst & Young (EY), KPMG в Україні та Price waterhouse Coopers (PwC).

Для більш повного розуміння діяльності компанії, слід приділити увагу сфері взаємодії підприємства з іншими галузевими ринками (рис.2.4). Так, важливим аспектом діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є те, що надаючи консалтингові послуги компаніям найрізноманітніших сфер діяльності, спеціалісти підприємства мають самі розумітися на специфіці функціонування тієї чи іншої галузі.



Рис.2.4. Пріоритетні індустриальні групи ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: складено автором на основі [68]

ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» надає послуги високої якості, що спрямовуються на індивідуальний підхід щодо рішень клієнтів у галузі енергетики, природних ресурсів та видобувної промисловості, медіа та телекомунікацій, медицини, споживчого, фінансового, державного та соціального секторів.

Отже, ґрунтовний аналіз організаційно–економічних характеристик господарської діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» дозволяє зрозуміти специфіку діяльності підприємства та зробити висновок про стійке положення

компанії на ринку аудиторських послуг та консультування з питань оподаткування, а також високу результативність та ефективність господарської діяльності загалом. Усе це створює підґрунтя для розуміння думки та суджень про ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», що склалися в його бізнес-середовищі. Наразі перейдемо до детальної діагностики корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

2.2. Управління корпоративною соціальною відповідальністю на ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Однією з характерних особливостей формування КСВ (як і діяльності компанії в цілому) ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є його належність до світового бренду «Делойт», а тому, як частина міжнародної організації, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» дотримується глобальних політик, що і забезпечує підтримку та розвиток бренду на світовому рівні. Так, підприємство вже має досвід реалізації КСВ-практик у власній діяльності, що відповідають як глобальній стратегії групи компаній, так і власним локальним стратегії та цілям.

Ще у 2010 році була затверджена глобальна політика корпоративної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК». Відповідно до цієї політики, підприємство ставить собі за мету бути рушієм соціальних змін та сприяти сталому веденню бізнесу, що компанія демонструє через:

- Інвестиції в своїх співробітників;
- Послуги, які компанія пропонує клієнтам;
- Екологічну сталість у своїй діяльності;
- Добровільні зобов'язання перед місцевими громадами та суспільством

загалом.

На рис.2.5 наведено напрями реалізації КСВ діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», відповідно до глобальної політики компаній групи. Як бачимо, підприємство виокремлює три напрями, а саме: світовий рівень (сприяння освіті), вплив кожного дня (вплив на суспільство) та клімат планети (екологічна сталість). Кожен з цих напрямів відповідає трьом аспектам сталого розвитку, що є основою для побудови КСВ: економічному, соціальному та екологічному.



Рис.2.5. Напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: побудовано автором на основі [68]

Елементом логотипу підприємства є зелена крапка (Green Dot). Цей символ уособлює ідентичність ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» та відображає, що в його основі знаходяться спільні для кожного співробітника цінності (рис.2.6), що й формує в професіоналів підприємства такі відмінні риси, як впевненість, прозорість та людяність. Це, у свою чергу, уособлює мету підприємства: «здійснювати вплив, що має значення».

Окрім мети, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» визначає головну ціль - забезпечувати клієнтів інноваційними рішеннями, бути бажаним місцем роботи для найкращих талантів, робити вагомий вплив для суспільства та бути лідером серед компаній, які надають професійні послуги, та стратегічні цілі (табл. 2.5) за різними напрямками. Як бачимо, навіть мета та головна ціль компанії передбачають соціальну спрямованість та значущість для суспільства, що вказує на закладені передумови розвитку КСВ на підприємстві.

Крім того, як бачимо з табл. 2.5, стратегія компанії передбачає окремі напрями реалізації щодо сталого розвитку.

Цілі ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» відповідно до стратегії 2021-2024

Напрямок	Цілі
Ріст	<ul style="list-style-type: none"> розвиток програми по роботі з клієнтами та ринками з акцентуванням на зміцненні позицій в пріоритетних галузях шляхом залучення нових клієнтів збільшення портфелю клієнтів за рахунок включення до нього державного сектору збереження відносин з ключовими аудиторськими клієнтами та залучення якомога більшого числа нових аудиторських клієнтів серед найбільших компаній країни. розробка стратегії у сфері злиття та поглинання задля виявлення нових можливостей росту бізнесу в тих сегментах, де компанія поширює свої послуги в недостатній мірі або не надає їх взагалі
Безперервна трансформація	<ul style="list-style-type: none"> побудувати культуру високого рівня продуктивності та рівних можливостей з акцентуванням на програмі по роботі з ключовими клієнтами та ринками підвищити якість обслуговування клієнтів шляхом розбудувати більш ефективної операційної моделі, що забезпечить стабільні результати роботи компанії та усуне процеси, що дублюються переглянути підхід до управління ризиками у відношенні до проектів з ключовими клієнтами
Зміцнення бренду	<p>зміцнити позиції бренду на ринку за рахунок проектів, що виконуються для державних підприємств, обраних відповідно до «Програми по роботі з ключовими клієнтами та ринками», для чого слід:</p> <ul style="list-style-type: none"> * розробити стратегію по роботі з державними органами та перелік необхідних компетенцій * визначити дві-три пріоритетні для компанії державні політики та обрати партнерів, які стануть представляти позицію компанії у цих областях * скласти список пріоритетних підприємств та розробити план взаємодії
Сталий розвиток	
Скорочення викидів	досягти нульових викидів парникових газів для власних операцій.
Розширення можливостей для людей	залучати та навчати співробітників щодо наслідків зміни клімату, – рішень стосовно того, що вони споживають, використовують та купують.
Екологізація діяльності	узгоджувати свою політику, практику та дії щодо клімату шляхом: пріоритетного обговорення питань зміни клімату в порядку денному; включення кліматично-розумних міркувань у рішення щодо офісних операцій, нерухомості та інвестицій;
Залучення екосистем	співпрацювати з клієнтами, партнерами, неурядовими організаціями, галузевими групами та постачальниками для вирішення проблем зміни клімату на рівні систем та операцій.

Джерело: складено автором на основі [68]

Для ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» певною системою координат для прийняття рішень і вибору напрямів руху компанії є її цінності. Для керівництва підприємством важливо, щоб прийняті цінності були не номінальними, а реальними рушійними силами та критеріями здійснення вибору в складних ситуаціях для усіх працівників підприємства. Аналіз цінностей компанії вказує на підґрунтя для реалізації КСВ-практик на підприємстві, що особливо стосується таких цінностей, як «чесність та моральність» – дотримання цього принципу має забезпечити високий рівень прозорості бізнесу. «Бездоганний сервіс» відображає відповідальність за власний продукт, а інші цінності є важлими чинниками розвитку соціального капіталу підприємства.

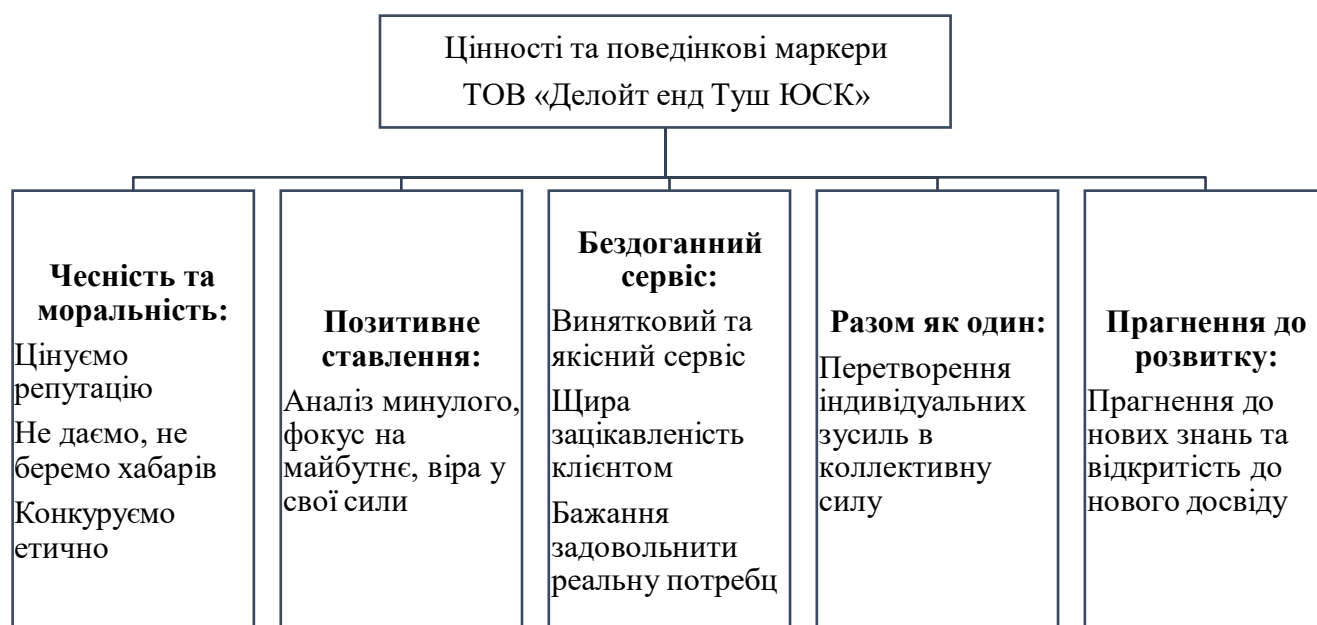


Рис. 2.6. Цінності та поведінкові маркери ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: складено автором на основі [68]

З метою досягнення реалізації на практиці кожної з наведених цінностей компанія використовує набори поведінкових маркерів. Крім того, з певною регулярністю проводяться відповідні опитування співробітників. Результати таких опитувань вказують на те, що більшість співробітників знають, розуміють і використовують цінності не лише в своїй роботі, але і поза нею.

Одним з ключових елементів побудови діяльності компанії на засадах КСВ є якість продукції, або якість послуг, у даному випадку. ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» упродовж багатьох років залишається лідером галузі в Україні. Незалежність та якість є принципово важливими для забезпечення гарантії об'єктивності, неупередженості, чесності та відповідальності підприємства. Така позиція підприємства дозволяє не лише утримувати наявних клієнтів, але і залучати нових.

Швидкий та якісний сервіс надання послуг – запорука високої репутації компанії. Як видно з рис. 2.6, якісний сервіс є однією з цінностей підприємства, дотримання якої є першочерговим для працівників компанії. Адже клієнт завжди на першому місці – таке бачення розділяють усі співробітники компанії, а тому його запит має бути виконаний не лише на високоякісному й професіональному рівні, але і якомога швидше.

Оскільки бездоганний сервіс – одна з цінностей підприємства, тому в компанії було створено групу, яка безперервно працює над удосконаленням послуг – комітет з оцінки якості наданих послуг. Підприємство не один рік працювало над великим проектом, спрямованим на вдосконалення процесу отримання зворотного зв'язку від клієнтів. За результатами проведеної роботи було перезапущено процес контролю за оцінкою якості послуг.

Оскільки КСВ підприємства побудована на взаємовідносинах з зовнішнім середовищем, то аналізуючи КСВ компанії чи не в першу чергу слід зацентрувати увагу на взаємозв'язках компанії з зацікавленими сторонами. Керівництво ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» визначає три групи зацікавлених сторін з наступною пріоритетністю (рис.2.7):

1. Клієнти та співробітники (компанія визначає свій персонал як «таланти»);
2. Представництва мережі компанії «Делойт» в інших країнах світу, органи управління (державні та місцеві) та регуляторні органи, а також міжнародні організації;
3. Усі інші групи стейкхолдерів: постачальники, навчальні заклади, неприбуткові організації, професійні асоціації, аналітики, спільноти та інші.

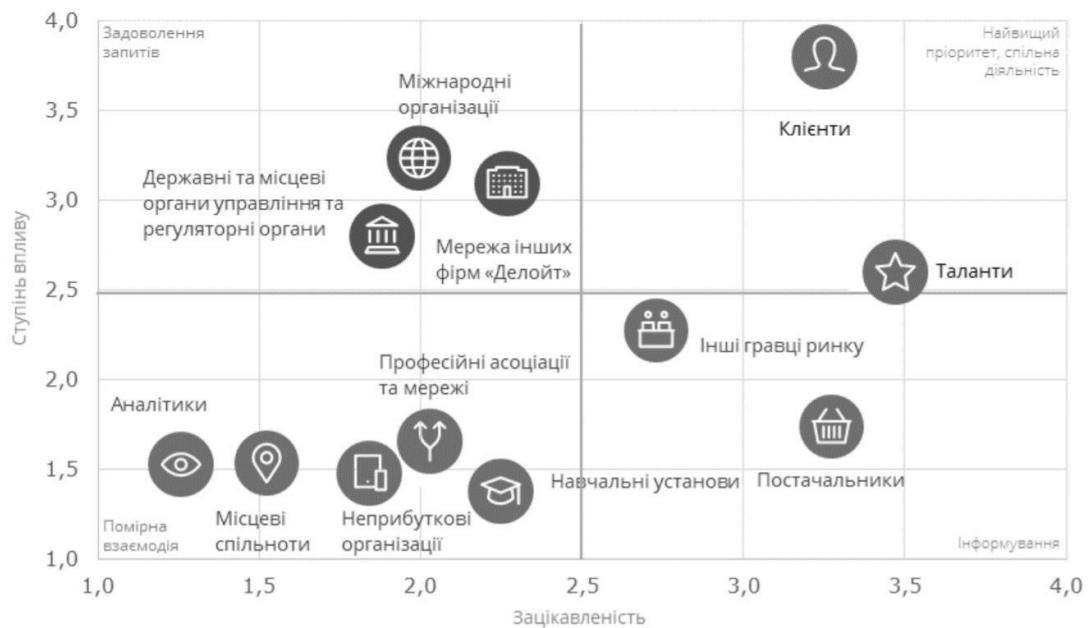


Рис.2.7. Оцінка зацікавлених сторін ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» за суттєвістю впливу

Джерело: [68]

Як можемо бачити, клієнти є найбільш важливою групою зацікавлених сторін для ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК». Багаторічний досвід, визнана загальносвітова мережа професійних компаній та індустріальна спеціалізація (детальніше в розділі 2.1 даної роботи) сприяють не лише кращому розумінню клієнтів, але і більш ефективному вирішенню їх проблем. Робота індустріальних груп, у свою чергу, забезпечує напрацювання саме індустріальної експертизи та глибоке розуміння галузі, що сприяє накопиченню досвіду у різних секторах економіки. Особливо важливою є підтримка на належному рівні взаємозв'язку зі своїми клієнтами.

Так, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» систематично здійснює такі елементи взаємодії з клієнтами, як (рис.2.8): взаємодія з клієнтами протягом виконання проектів; опитування задоволеності клієнтів за підсумками співпраці; діяльність з розвитку бізнесу; конференції та освітні заходи; відповіді на запити щодо надання послуг [68]. Така співпраця та зворотній зв'язок забезпечують усвідомлення рівня задоволеності клієнтів, а тому надають можливість вчасного реагування та внесення відповідних змін.



Рис. 2.8. Напрями взаємодії ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» з клієнтами

Джерело: побудовано автором на основі [68].

Крім того, окрема увага на підприємстві приділяється інформаційній відкритості та доступності: компанія систематично оприлюднює обов'язкову фінансову звітність, а також звіти з управління. Починаючи з 2018 року «Делойт» в Україні оприлюднює нефінансову звітність зі сталого розвитку. Усі необхідна інформація є у відкритому доступі.

Отже, аналіз діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» показав високий рівень розвитку КСВ на підприємстві та узгодженість управління з політикою корпоративної соціальної відповідальності, що відображається у значному ступені інтеграції принципів сталого розвитку за різними напрямками діяльності. Перейдемо до оцінювання ефективності КСВ підприємства.

2.3. Оцінка ефективності корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Проведена у попередньому розділі діагностика КСВ ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» дозволяє провести оцінку її впливу на ефективність підприємства. Зокрема, як зазначалося в розділі 2.1, складовою управління соціальною відповідальністю ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є оприлюднення нефінансової звітності (табл.2.6), що детально описує елементи системи КСВ на підприємстві. Так, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» третій рік поспіль готує звіт про управління та звіт про прозорість.

Нефінансова звітність ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Назва документу	Період аналізу	Характеристика
Звіт про управління	<ul style="list-style-type: none"> • 2018 • 2019 • 2020 	У звіті наведено інформацію стосовно ОСУ, основної діяльності підприємства, екологічний та соціальний аспекти, а також сфери управління ризиками, інновації та ін.
Звіт про прозорість	<ul style="list-style-type: none"> • 2018 • 2019 • 2020 	Документ готується відповідно до вимог ст. 37 ЗУ «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21 грудня 2017 року
Звіт зі сталого розвитку	<ul style="list-style-type: none"> • 2018 • 2019 - 2020 	У звітах продемонстровано результати діяльності підприємства в економічній та соціальній сферах, а також надано інформацію про вплив компанії на екологію. Підготовка такого звіту не є обов'язковою. У цьому розкрито понад 50 загальних і специфічних показників, що ілюструють динаміку змін у компанії.

Джерело: складено автором за даними [68]

Крім того, підприємство випустило два звіти про сталий розвиток. Хоча більш прийнятним є щорічне звітування, компанія прийняла рішення випускати такий звіт раз на два роки. Звіт описує вплив підприємства на економічні, соціальні та екологічні сфери і надає інформацію щодо діяльності із забезпечення та підтримки сталого розвитку (рис.2.9). Структура звіту відображає суттєві питання, що є важливими для розвитку компанії та взаємодії із зацікавленими сторонами.

Нефінансовий звіт зі сталого розвитку підготовлений з урахуванням наступних вимог:

- Стандартів звітності у сфері сталого розвитку міжнародної організації «Глобальна ініціатива зі звітності» (GRI Standards, основний варіант відповідності (Core));
- Розкриття інформації про внесок у досягнення Цілей ООН у сфері сталого розвитку на період до 2030 року.

Окрім нефінансової звітності та деякої внутрішньої інформації для всебічної оцінки ефективності КСВ ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» було також використано

модель Збалансованої системи показників (детальніше в підрозділі 1.3 даної роботи). Для побудови збалансованої системи показників було здійснено аналіз діяльності підприємства через розкриття кожної з чотирьох проекцій: фінанси, клієнтський аспект, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і розвиток. Фінансова складова була детально проаналізована у розділі 2.1 даної роботи та демонструє ефективність підприємства та стійке фінансове положення. Наразі перейдемо до більш детального аналізу інших складових.



Рис.2.10. Структура звітності зі сталого розвитку
ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: складено автором на основі [68]

У підр. 2.1 роботи було наведено напрями взаємодії ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» з клієнтами, результати такої взаємодії із різними групами стейкхолдерів посприяли розробці важливих напрямів розвитку підприємства та визначенню їх пріоритетності. Нижче (рис.2.10) зображено саме ті напрями, що були визначені як найбільш значимі з врахуванням ступеня їх важливості для стейкхолдерів підприємства. Так, найбільш значимими визначено такі напрями: якість та цінність послуг; задоволеність клієнтів; прозорість; добробут співробітників;

етика та доброчесність; фінансова сталість компанії; конфіденційність та захист даних; вплив на трансформацію українського бізнесу. Детальний опис взаємодії ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» із зацікавленими сторонами наведено в додатку В.



Рис.2.10. Ключові аспекти взаємодії із зацікавленими сторонами ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: [68]

Деякі з ключових напрямів було проаналізовано вище, при оцінюванні ефективності КСВ компанії, варто звернути особливу увагу на питання етики. Так, корпоративні політики компанії розроблені у відповідності до вимог Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», Кодексу етики для професійних бухгалтерів, виданого Радою з міжнародних стандартів етики для бухгалтерів, а також правил Комісії з цінних паперів і біржових операцій США, фінансових регуляторів країн Європи [68].

Згідно з результатами дослідження Репутаційного Інституту, усе більшого значення набувають такі чинники формування репутації, як конфіденційність даних, сучасні інформаційні технології, сталий розвиток та зміна клімату [8].

Починаючи з 2019 року на підприємстві діє Політика безпеки (що стосується безпеки даних), причому для всіх працівників підприємства дотримання Політик

компанії є обов'язковим. Політика безпеки визначає своєю ціллю «забезпечення максимального рівня безпеки в області захисту й охорони конфіденційної інформації» [68].

Крім того, задля підтримання належного рівня конфіденційності даних, що відповідало б сучасним технологіям та передовим рішенням у цій галузі, у 2020 році ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» оптимізувало процес управління ризиками, що наразі побудований з наступних підрозділів: внутрішня юридична служба, служба безпеки, управління ризиками та репутацією, відділ інформаційних технологій, відділ контракtingу і відділ адміністрування процесу прийняття клієнтів та проектів.

Окремо в компанії розроблена Політика відповідальних закупівель. Важливо, що керівництво компанії повідомляє про основні положення Політик усіх співробітників, незалежно від напряму їх роботи чи посади, що має забезпечувати належний рівень обізнаності працівників щодо відповідних напрямів діяльності підприємства.

Чинником впливу на репутацію підприємства, що може відобразити вплив КСВ, є відгуки про компанію в ЗМІ, адже подібні публікації впливають на думки та погляди про підприємство зі сторони суспільства і, таким чином, безпосередньо формують репутацію компанії. Загальна кількість згадувань ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» в українських ЗМІ за 2020 рік становить 426. Важливо відмітити, що серед компаній Великої четвірки згадування «Делойт» (що складається з двох юридичних осіб) становлять понад половину (рис.2.11).

Однак слід аналізувати, яка саме інформація публікується в ЗМІ, адже важлива не кількість, а якість таких новин, оскільки негативні відгуки є істотним ризиком погіршення репутації компанії. Аналізуючи інформацію щодо негативних новин в Інтернеті, де було згадано ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», було визначено, що починаючи з 2013 року був лише один випадок такого згадування, що пов'язано зі згадкою у розслідуванні у 2015 році. У центрі скандалу знаходилось підприємство ДП «Нафтогаз України», у якого виявили незрозуміле зникнення матеріальних цінностей на суму понад 100 млрд. грн. Саме компанія «Делойт» і

була найнята як аудитор, що виявив таку розбіжність у бюджеті, однак з'ясувати причину так і не вдалося [83].

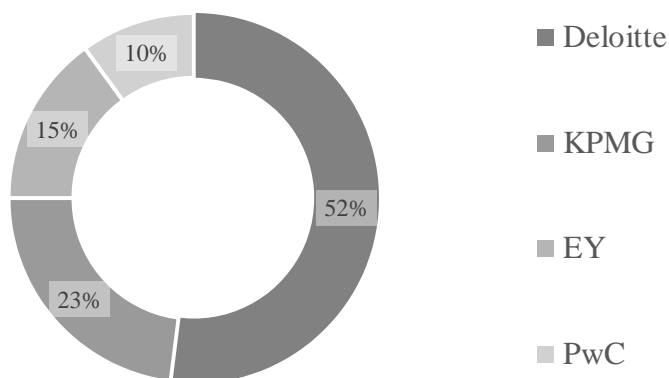


Рис. 2.11. Частка згадок ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» в українських ЗМІ серед компаній Великої четвірки

Джерело: складено автором на основі внутрішнього дослідження підприємства

Як зазначалося в першому розділі даної роботи, одним з підходів щодо оцінки КСВ є рейтинговий підхід. Тож, проаналізуємо ефективність КСВ компанії, використовуючи відповідні національні та міжнародні рейтинги (табл. 2.7) за останні роки. Прокоментуємо один з найбільш вагомих.

Так, дуже впливовим для компаній галузі є авторитетний міжнародний рейтинг The Legal 500. Уже понад 30 років цей рейтинг оцінює сильні сторони юридичних компаній по всьому світі (150 країн). Відповідні фахівці аналізують можливості юридичних компаній. Уже не перший рік поспіль ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» отримує визнання у чотирьох номінаціях, також у рейтингу відзначають працівників підприємства, що засвідчує значні досягнення професіоналів підприємства та демонструє загальне міжнародне визнання.

За підсумками 2019 року ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» увійшло до таких номінацій: Tax (за проекти з вирішення податкових спорів), Employment, Private Client і Commercial, Corporate and M&A. За напрямом податків було відзначено успішне оскарження нарахування податку в розмірі 600 тисяч доларів США у справі ТОВ «Ліндстром» [68].

За напрямками Commercial, Corporate and M&A відзнака була отримана завдяки проект для компанії «Укрзалізниця», що стосувався питання корпоративного управління. Клієнт за підсумками співпраці з підприємством наголосив на «результати бездоганної якості, засновані на глибоких дослідженнях і детальних поясненнях». За напрямками Employment підприємство було номіноване завдяки проектам зі світовими лідерами в галузях технологій та фармацевтики. Вказується, що професійна команда підприємства «приділяє увагу деталям», «дбає про рівень обслуговування та перевищує очікування клієнта». У категорії Private Client клієнти в Україні зауважили, що експерти підприємства «обізнані у складних міжнародних аспектах і завжди несуть відповідальність, зокрема, звертаючись за допомогою до партнерів компанії «Делойт» в інших країнах».

Таблиця 2.7

ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» в національних та міжнародних рейтингах

Рейтинг	Рік	Відзнака
Рейтинг HeadHunter	2017	Топ-20 найкращих роботодавців України
World's Most Attractive Employers	2019	Рейтинг оцінює компанії за привабливістю серед молодих спеціалістів. Серед 50 організацій компанія посіла 4те місце, увійшовши до рейтингу 11-й рік поспіль.
Глобальний рейтинг Brand Finance Commercial Services 50	2019 2020	Найцінніший світовий бренд у сфері комерційних послуг
The Legal 500	2019 2020	Компанія увійшла до рейтингу найкращих юридичних практик світу
Рейтинг експертної організації «Центр «Розвиток КСВ»	2020	Відзнака за просування цінностей в компанії від міжнародного журі на щорічному конкурсі кейсів з корпоративної соціальної відповідальності
Рейтинг European Tax Awards від міжнародного податкового видання International Tax Review (ITR)	2020	Найкраща національна компанія, що надає професійні послуги в галузі оподаткування
Corporate INTL Global Awards Winner	2020	Найкраща аудиторська практика в Україні
Список «Змінюй світ» від Журналу Fortune	2020	Місця у рейтингу розподіляються між найкращими компаніями, що досягають успіхів завдяки своїм соціальним ініціативам.
Рейтинг BusinessViews	2020	Друге місце у рейтинг найбільших аудиторських компаній України

Джерело: складено автором на основі [68]

У 2020 році ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» було відзначено за наступними категоріями в рейтингу: Commercial, Corporate and M&A; Employment; Banking, Finance And Capital Markets; Tax (за проекти з вирішення податкових спорів). Клієнти вказували на професійність, гнучкість, індивідуальний підхід та пунктуальність експертів компанії. Серед нових категорій можемо бачити відзнаку Banking, Finance And Capital Markets. Окремо за цим напрямом відзначили співробітницю підприємства Вікторію Сидоренко за «відданість своїй справі, глибоку обізнаність щодо своєї спеціалізації та досвід роботи у міжнародних банках».

Наведені рейтинги демонструють, як високий рівень розвитку клієнтського капіталу, так і ступінь налагодженості внутрішніх бізнес-процесів. Крім того, компанія відслідковує рівень задоволеності клієнтів через показник NPS, що оцінюється за 10-ти бальною шкалою та відрізняється залежно від відділу. За підсумками 2020 року показник для підприємства в цілому знаходиться на рівні 9.5, що є досить високим (за планом було досягнення значення 8.5).

Перейдемо до останнього блоку збалансованої системи показників - навчання та розвиток. Підприємство невпинно нарощує професійний потенціал, розвиваючи свою команду та залучаючи найкращих професіоналів до складу персоналу компанії. Про це зокрема говорить і той факт, що у вищенаведених рейтингах окремо відзначають і конкретних працівників. У той же час, підприємство працює над розробкою сучасних бізнес-рішень, що допомогли б впоратися з новими викликами, такими як цифровізація і технологічні зміни. Крім того, компанія систематично проводить навчальні тренінги для персоналу та його оцінку, що допомагає відслідковувати рівень професійного розвитку кожного працівника. Узагальнено ЗСП для ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» наведено у додатку Г.

Важливим аспектом є той факт, що розвиток кожної з чотирьох складових базується на меті та цілях підприємства, що разом формують стратегію його розвитку. Таким чином, постійний аналіз та оцінка складових ЗСП забезпечать

чітке розуміння, де знаходиться підприємство та в якому напрямі йому слід рухатися.

Якщо підсумовувати соціальну ефективність КСВ ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», то її можна розглядати за трьома напрямками: персонал, внесок в розвиток вітчизняного бізнесу, а також екологізація (розвиток «зеленого офісу», екологізація діяльності). Кожен з цих напрямів безпосередньо перетинається як зі стратегією та цілями компанії, так і з принципами сталого розвитку.

Репутація	Відомі клієнти та успішні проекти	Підтверджені можливості	Багато-векторні комунікації
<ul style="list-style-type: none"> • Довіра до ім'я. «Великий четвірки», прикріп-лена націо-нальним досвідом 	<ul style="list-style-type: none"> • Визнання в рейтингах, відзнаки зі сторони клієнтів - відомих компаній 	<ul style="list-style-type: none"> • Включення до Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності. Проходження перевірок та отримання сертифікатів 	<ul style="list-style-type: none"> • Комунікації з усіма зацікавленими сторонами (клієнтами, персоналом, партнерам, державою тощо)

Рис. 2.7. Вплив КСВ на діяльність ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: складено автором на основі [7, 68]

Тож, оцінку ефективності КСВ ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» можна звести до елементів, наведених на рис. 2.7. Важливо знову звернути увагу на такий аспект КСВ, як людський вимір – професійну команду, що є особливо важливим для консалтингових компаній, адже на відміну від виробничих підприємств, персонал є головним і найбільш цінним продукуючим ресурсом, про що зокрема говорить той факт, що у міжнародних та вітчизняних рейтингах відзначалися не лише певні проекти, а конкретні люди.

Таким чином, проведене дослідження показало, що ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» приділяє належну увагу питанням управління КСВ, що відображається на позитивному впливі КСВ-практик на ефективність підприємства.

Висновки до розділу II

У цьому розділі курсової роботи було наведено загальну характеристику організаційно-економічних аспектів господарської діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК». Загальна кількість працівників компанії налічує 294 особи станом на кінець 2020 року, а загальний обсяг наданих послуг компанією склав 390,5 млн. грн, що на 6,5% менше у порівнянні з 2019 роком (417,8 млн. грн). У свою чергу, чистий фінансовий результат (чистий прибуток) збільшився у 3,3 рази (з майже 9 млн. грн до 29,5 млн. грн). Аналогічно до чистого прибутку, за підсумками останнього аналізованого періоду значно зріс показник рентабельності (з 3,9% до 12,9%).

ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» має сильний бренд, систематично бере перемогу в авторитетних рейтингах та виданнях. Будучи лідером галузі та частиною глобальної мережі, підприємство має значну кількість клієнтів серед компаній великого бізнесу, які демонструють свою довіру та лояльність через довгу співпрацю. Крім того, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» постійно шукає нові напрями реалізації КСВ-практик з метою підтримки конкурентних позицій та власної репутації.

Складовою управління соціальною відповідальністю ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є оприлюднення нефінансової звітності, що детально описує елементи системи КСВ на підприємстві. Так, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» готує звіт про управління та звіт про прозорість. Компанія реалізує КСВ за такими напрями, як: відповідальне ведення бізнесу, розвиток персоналу та вплив на суспільство та навколишнє середовище, що безпосередньо відображає зв'язок з концепцією сталого розвитку.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про високий рівень інтеграції КСВ в усі напрями діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», а також позитивний вплив КСВ на ефективність підприємства. Тим не менш, щоб залишатися лідером галузі та забезпечити партнерські взаємовідносини зі споживачами в довгостроковій перспективі, необхідно постійно шукати напрями удосконалення діяльності підприємства.

Розділ III. Напрями підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

3.1. Формування цінностей корпоративної соціальної відповідальності для персоналу підприємства

З метою пошуку напрямів розвитку ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» у сфері КСВ у попередньому розділі даної роботи було проаналізувати наявний досвід підприємства, що дозволило визначити його потенційні можливості у сфері КСВ. На рис. 3.1 наведено модель з запропонованими нами напрямами та конкретними заходами щодо підвищення ефективності КСВ ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК». Нижче перейдемо до детального аналізу кожного напрямку.

Як вже зазначалося вище, однією з характерних особливостей управління КСВ-діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є його належність до світового бренду «Делойт», а тому, як частина міжнародної організації, компанія дотримується глобальних політик, що і забезпечує підтримку та розвиток бренду на світовому рівні. Так, підприємство вже має досвід реалізації КСВ-практик у власній діяльності, що відповідають як глобальній стратегії групи компаній, так і власним локальним стратегії та цілям.

Аналіз КСВ практик ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» вказує на високий рівень досягнень підприємства у даній сфері, а тому важливо зрозуміти, на якому саме напрямі слід зосередитися для досягнення максимально можливого результату щодо оптимізації діяльності підприємства.

Для цього згадаємо цінності підприємства: чесність і моральність, бездоганний сервіс, командна робота, бажання розвиватися і позитивне ставлення до оточуючих. (детальніше див. розділ 2.2). Важливо, що поряд з глобальною метою (Making an impact that matters), локальні цінності підприємства, розроблені саме для української компанії. Зазначимо, що задля вибору цінностей, що дійсно об'єднували б усіх співробітників, була здійснена ґрунтовна робота. Вивчення близьких поведінкових маркерів колективними голосуваннями було визначено, наскільки вони близькі і зрозумілі персоналу, або навпаки - викликають відторгнення і несприйняття.



Рис 3.1. Напрями підвищення ефективності КСВ

ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: розроблено автором на основі власного дослідження

У свою чергу, політика компанії має бути побудована таким чином, щоб ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» стало центром тяжіння для людей зі схожими цінностями, що не просто зафіксовані у відповідних політиках компанії, але і відчуті кожним працівником, незалежно від віку, посади чи наряду роботи. Саме тому кожна з цілей сформована й затверджена в результаті багатогодинної роботи всієї команди співробітників.

Слід зазначити, що спочатку було окреслено сім цінностей, але на практиці через півроку виявилось, що дві з них - декларативні. Це були соціальна відповідальність та гармонія і баланс. Стало зрозумілим, що підприємство ще не дійшло до цього. Тож, було вирішено залишити п'ять цінностей, кожна з яких була прийнята працівниками та використовується у повсякденній діяльності компанії.

Таким чином, стає зрозумілим, що точкою росту ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є розвиток КСВ-свідомості персоналу компанії, адже важливо, щоб усі ініціативи та соціальні проекти не просто йшли зі сторони вищого керівництва, але й підтримувалися співробітниками, були їм зрозумілими та викликали зацікавленість.

З метою підвищення свідомості персоналу компанії щодо корпоративної соціальної відповідальності, її значення для суспільства та самого підприємства, пропонуємо наступні заходи (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Заходи щодо підвищення свідомості персоналу стосовно корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: побудовано автором за результатами дослідження

Одним з ключових заходів підвищення КСВ-свідомості персоналу підприємства пропонуємо розглядати тренінги та систематичні вебінари з експертами з питань сталого розвитку, значення корпоративної соціальної відповідальності на рівні суспільства, підприємства та особистості. Співробітники

мають усвідомлювати, що дії кожного з них впливають як на компанію, так і на суспільство. Крім того, варто приділити увагу питанням екології, зокрема ввести вебінари на тему усвідомленого споживання (наразі актуальна дана тематика у розрізі умов карантину). Важливість систематичності таких вебінарів пояснюється, по-перше, залученням нових працівників, а по-друге, необхідністю підтримки актуальних тем та тенденцій у напрямі КСВ.

Іншим корисним заходом пропонується проведення практичних курсів з метою залучення працівників до соціальної відповідальності на індивідуальному рівні. Прикладами таких курсів може бути практичні курси зі сталого споживання, сортування відходів, вибору екологічних та сталих товарів під час покупок.

Третім напрямом пропонуємо введення корисних еко-активностей. Наприклад, скласти та надати кожному працівнику трекер еко-звичок, за допомогою якого кожен зможе не лише зрозуміти можливі варіанти підвищення сталого способу життя, але й відслідковувати власний прогрес, що буде мотивувати до подальшого розвитку. Ще однією ініціативою може бути заохочення співробітників перейти від використання одноразових пакетів до багаторазових торбинок. З цією метою пропонується шляхом співпраці з одним з виробників таких торбинок, а також неприбутковими організаціями, надати працівникам можливість придбати багаторазову торбинку, кошти з виручення якою будуть направлені на соціальні потреби.

З метою належної реалізації запропонованих заходів, слід підвищити рівень комунікації між департаментами підприємства, що відповідають за персонал (департамент талантів) та корпоративну соціальну відповідальність.

Таким чином, залучаючи та навчаючи своїх співробітників щодо значення корпоративної соціальної відповідальності, сталого розвитку та наслідків зміни клімату – рішень стосовно того, що вони споживають, використовують та купують, підприємство надасть змогу своїм працівникам робити позитивний вибір у бік залученості до КСВ-ініціатив, причому не лише щодо компанії, але і поза нею.

Тож, будучи обізнаними та свідомими щодо сталого розвитку, а також підтримуючи КСВ-цілі підприємства, працівники будуть зацікавленими в тому, щоб залучатися до відповідних проектів та ініціатив.

3.2. Впровадження нових ініціатив на засадах корпоративної соціальної відповідальності

В останні десятиріччя корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) набуває особливої актуальності. Про це говорить, зокрема той факт, що КСВ одним з ключових чинників, що впливають на рівень репутації сучасного підприємства, про що йшлося в першому розділі цієї роботи. Саме тому так важливо зосередити увагу на діяльності у сфері КСВ.

Після реалізації заходів, спрямованих на підвищення КСВ-свідомості працівників, що були описані в попередньому підрозділі роботи, компанія зможе затвердити нову цінність для персоналу – Корпоративну соціальну відповідальність.

У ході дослідження діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» було виявлено, що компанія робить значний вплив у розвиток суспільства. Підприємство регулярно проводить заходи щодо покращення корпоративної соціальної відповідальності, про що йшла мова вище. ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» має в організаційній структурі окремий підрозділ, що спеціалізуються на організації подібних заходів та досягненню цілей сталого розвитку. Звичайно, до проведення таких подій долучається керівництво компанії та завдяки внутрішній комунікації знаходяться і бажаючі серед працівників. Проте, на жаль, не всі працівники долучаються до заходів спрямованих на корпоративну відповідальність.

Під час аналізу та написання роботи нами було проведено дослідження щодо з'ясування причин того, чому працівники нерегулярно долучаються до КСВ-заходів спрямованих на ініціативу зі сторони персоналу. В опитуванні взяло участь 36 працівників, результати запропоновані нижче (рис.3.3).



Рис. 3.3. Структура залучення працівників ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» до заходів направлених на КСВ

Джерело: побудовано за результатами власного дослідження

Як видно з діаграми, залученість працівників залишає бажати кращого. Серед причин головною залишається те, що працівники зосереджені на роботі над проектами клієнтів, що є пріоритетом для кожного. У навантажені сезони, що є характерним для діяльності компанії, навіть у дійсно «КСВ-свідомих» працівників не залишається натхнення та часу для участі у неклієнтських проектах, у тому числі і КСВ-проектах.

Як результат, для керівництва компанії постає виклик щодо мотивації працівників для спільної роботи над корпоративною соціальною відповідальністю. Звичайно, способів мотивації працівників, в тому числі і матеріальних, є багато. У той же час, можна скористатись сильною стороною та цінністю, що об'єднує усіх працівників – As One.

Нашою пропозицією є створення окремої ініціативної групи, учасники якої будуть відповідати за кожен окремий напрямок у розвитку корпоративної соціальної відповідальності у компанії, адже командна робота є основною цінністю для кожного працівника підприємства. На нашу думку, поєднавши працівників спільною однією метою можна досягти синергії.

У ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» вже давно функціонує матрична організаційна структура. Працівники підпорядковуються не лише своєму

лінійному менеджеру, але і об'єднанні за індустріями в яких вони працюють. Таким чином в компанії сформовані певні індустріальні групи (детальніше в підрозділі 2.1 даної роботи) на чолі з лідером. Вибір та участь у таких групах є добровільною, але бажаною для кожного працівника, адже робота в індустріальних групах враховується також при оцінюванні досягнень кожного за рік.

Аналогічну систему ми хочемо запропонувати для напрямів корпоративної соціальної відповідальності (рис.3.4). Кожен працівник зможе обрати цікавий для нього напрямок та зосередитись на ньому. Об'єднавши працівників у команди, враховуючи їхні спільні інтереси та мету – можна мотивувати працівників більш активно долучатись до заходів корпоративної соціальної відповідальності. Додатковою перевагою формування таких ініціативних груп буде підвищення рівня комунікації між працівниками різних департаментів, оскільки в межах щоденної роботи далеко не всі департаменти взаємодіють між собою, а тому більшість співробітників навіть не знають один одного.

Напрями реалізації КСВ
(КСВ-групи)

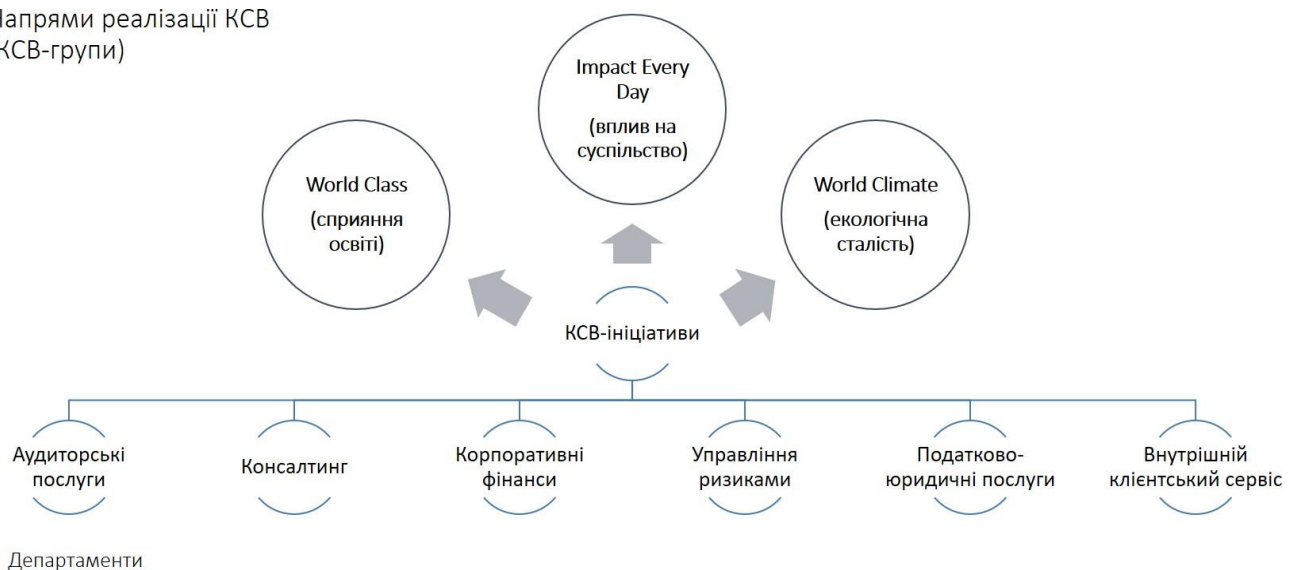


Рис. 3.4. Створення КСВ-груп серед персоналу
ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Джерело: складено автором на основі [68]

Така спеціалізація та накопичення досвіду з КСВ допоможуть компанії бути ближчими до клієнтів, краще розуміти їхні потреби та очікування, а також підвищать рівень комунікації між співробітниками підприємства.. Мета роботи

КСВ груп – формувати власну експертизу та розуміння серед працівників, забезпечувати безперервний обмін досвідом, об’єднуючи з усієї компанії людей, які мають досвід або зацікавленість у конкретних напрямках реалізації КСВ-проектів. Відповідно, пропонуємо створити 3 напрями, що відповідають КСВ-стратегії компанії. Передбачається, що кожен співробітник доєднається до одного напрямку, безпосередня участь у проектах не буде обов’язковою, однак бажаною для кожного. Задля підвищення зацікавленості та стимулювання залученості працівників, пропонуємо враховувати активність працівників в межах роботи КСВ-груп при щоквартальній оцінці персоналу та щорічному перегляді посади та заробітної плати.

Тож, оскільки кожен працівник буде безпосередньо відчувати відповідальність перед своєю командою, мати перед собою конкретну ціль, яку потрібно досягнути, це сприятиме підвищенню ефективності КСВ підприємства.

Наразі перейдемо до зовнішніх КСВ-ініціатив, тобто пов’язаних з комунікацією з зовнішнім оточенням підприємства. Для початку слід проаналізувати, які КСВ-проекти компанія вже реалізовувала, щоб зрозуміти, у якому напрямі рухатися. Нижче у табл.3.1 наведено деякі конкретні приклади реалізації КСВ-ініціатив ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», що були здійснені підприємством протягом останніх років.

Однією з останніх та найбільш успішних для компанії ініціатив стала презентація дослідження «Споживацькі настрої українців під впливом пандемії COVID-19», підприємство здійснило два дослідження, порівнявши відповіді українців за підсумками 2020 та 2021 років. Результати розкривають зміну поведінки споживачів, їх уподобань та переваг щодо продукції, витрат та ставлення до тих чи інших характеристик як товарів, так і виробників.

На нашу думку, перспективою щодо наступного аналогічного дослідження є введення нового блоку стосовно корпоративної соціальної відповідальності, а саме: наскільки важливою для українських споживачів є практика реалізації КСВ-проектів та ініціатив зі сторони виробників.

Приклади реалізованих проектів ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» у сфері корпоративної соціальної відповідальності

Напрямок	Ініціатива	Характеристика
Дослідження	«Діджиталізація у транспортному бізнесі»	Дослідження 2019 року, у якому взяли участь компанії, які здійснюють понад 90% вантажопотоків України
	«Інфраструктурна розмова»	Проект 2020 року, що включає серію інтерв'ю, які проводить не журналіст, а професіонал з галузевою експертизою
	«Споживацькі настрої українців у 2020 році»	Детальний огляд: як вплинуло поширення COVID-19 на купівельні звички, а також які тренди простежуються у споживанні
Освітні програми	Deloitte Ukraine Talks із серіями випусків Tax & Legal Talks та TMT Talks	До вже звичних форматів поглиблених звітів, статей та відео було додано новий формат – аудіоподкасти.
	Global Teacher Prize Ukraine	Щорічна національна премія для провідних учителів країни, яка є частиною світової премії Global Teacher Prize. та покликана підвищити престиж та значущість професії вчителя
	The Big Audit Theory	Спеціальний проект, який реалізовано вже чотири рази. Проект створено для молодих людей, які хочуть пізнати сферу та працювати у відділі аудиту
	Tax Your Brains	Податковий кейс-чемпіонат, учасники якого можуть відчувати себе в ролі консультантів та створити власну команду
Вплив на трансформацію бізнесу	«Диригенти змін»	Форум, який починаючи з 2014 року щороку об'єднує амбітних бізнес-лідерів, суспільних та державних діячів, лідерів думок задля спільної мети – трансформації себе, власного бізнесу й держави.
	Family Business Awards	Конкурс «Кращий сімейний бізнес року», мета якого - сприяти популяризації цінностей сімейного бізнесу
Культурні проекти	«Дивись українське!»	Проект ставить за мету популяризувати український кінематограф та спрямований на пробудження загальнолюдських цінностей у творчому форматі.
Екологічні проекти	WorldCleanupDay	Акції з прибирання парків
	Озеленення міста	У 2019 року в сквері біля Оболонської набережної висаджено 50 платанів, ялин і сакур

Джерело: складено автором на основі [68]

Так, оскільки у першу чергу дане дослідження спрямоване на потребу учасників бізнесу роздрібної торгівлі (з метою надати їм розуміння реальних потреб сучасного ринку), то отримавши результати, які демонструють справжню зацікавленість споживачів у КСВ-діяльності зі сторони виробників, вітчизняні підприємства будуть замотивовані до впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Крім того, як можемо бачити з таблиці, компанія впроваджує досить широкий спектр КСВ-проектів за різними напрямками, більшість з яких мають освітню спрямованість, що не дивно, враховуючи цінність підприємства «прагнення до розвитку». Тому інша наша пропозиція також буде зосереджена в цьому напрямі. Так, враховуючи те, що люди зі своїми професійними знаннями, навичками та досвідом є основним й найціннішим активом ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», пропонуємо залучити професіоналів компанії до співпраці з неприбутковими організаціями. Така ініціатива відповідає КСВ-напрямку підприємства «вплив кожного дня».

Метою проекту має стати допомога неприбутковим організаціям у вирішенні поставлених перед ними задач. Як було з'ясовано, неприбуткові організації досить часто стикаються з рядом проблем у юридичній сфері. Звісно, на відміну від комерційних підприємств, неприбуткові організації не будуть звертатися за послугами до консалтингових компаній, а тому ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» може сприяти полегшенню ведення своєї діяльності неприбутковими організаціями, шляхом надання відповідних консультацій та порад.

У сучасному бізнес-середовищі така діяльність визначається як інтелектуальне волонтерство, що власне і передбачає поширення власного досвіду та знання з метою сприяння просвітництву суспільства або окремих його груп у відповідному напрямі.

Слід зазначити, що оскільки при оцінюванні персоналу компанії основним показником виступає відсоток часу, витраченого на проекту (клієнтську) роботу, важливо, щоб керівництво враховувало залученість працівників до

інтелектуального волонтерства, інакше існує ризик, що працівники свідомо будуть відмовлятися від реалізації таких КСВ-практик.

Отже, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» як частина провідної міжнародної компанії ставить за мету сприяти трансформуванню українському бізнесу та підвищення якості життя суспільства. Саме тому так важливо забезпечити високий рівень обізнаності та підтримки щодо корпоративної соціальної відповідальності зі сторони персоналу, адже люди є рушієм будь-яких змін на підприємстві. Розбудовуючи власну діяльність на засадах сталого розвитку, компанія не лише підвищує власну репутацію, а і слугує прикладом для інших компаній, сприяє залученню бізнесу до вирішення глобальних проблем.

3.3. Формування системи управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу підприємства

Соціальний капітал підприємства створюється ним через систему соціальних взаємовідносин та чинить синергетичний вплив на результати його діяльності. Як було з'ясовано у підрозділі 1.3 даної роботи, соціальний капітал є ефективними інструментами взаємодії корпоративної соціальної відповідальності, що сприяє підвищенню репутації підприємства, а тому неодмінно має враховуватися керівництвом при управлінні діяльністю компанії.

Провівши ґрунтовний аналіз стану розвитку корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», повернемося до найціннішого ресурсу компанії, що надає послуги у сфері аудиту та консультування – її працівників. Згадаємо, що добробут співробітників визначений як один з ключових аспектів КСВ та сталого розвитку. Таким чином, з метою оцінки як даного показника, так і соціальних взаємозв'язків підприємства загалом, було здійснено оцінку соціального капіталу ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» шляхом проведено опитування працівників компанії.

У додатку Д наведено анкету, відповідно до якої працівникам пропонувалося оцінити елементи соціального капіталу підприємства за окремими показниками. За результатами проведеного опитування співробітників компанії

можна зробити висновок, що в цілому соціальний капітал ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» знаходиться на досить високому рівні розвитку. У середньому, найбільш високо були оцінені показники за групою навчання та професійного розвитку, а також корпоративної культури підприємства. Однак, були виявлені наступні проблеми використання соціального капіталу на підприємстві:

1. Хоча усі працівники розуміють та підтримують цінності компанії, рівень реального їх втілення у щоденну роботу залишає бажати кращого. Пояснити це можна тим, що під час робочого процесу, що досить часто є рутинним, не всі співробітники бачать можливість виконувати власну роботу через призму цінностей, таким чином «проживаючи» їх. Зокрема, ті чи інші цінності у різній мірі відображаються у діяльності працівників різних напрямів діяльності підприємства.

2. Спостерігається відсутність чіткого та повного розуміння дій командних лідерів (мова йдеться про безпосереднього керівника, який може бути як старшим консультантом, так і менеджером, що залежить від рівня того чи іншого співробітника). Особливо ця проблема стосується працівників нижчих рівнів (молодші консультанти).

Причина полягає у тому, що, як правило, найбільша завантаженість спостерігається у працівників середньої ланки (старші консультанти), тому працюючи над різними проектами та делегуючи завдання своїм молодшим колегам, вони не завжди мають можливість повернутися до них зі зворотнім зв'язком, аби проаналізувати виконану роботу.

Як наслідок, виникає проблема розуміння співробітниками власного внеску: по-перше, у досягнення загальних цілей компанії; по-друге, у кінцевий результат проектної роботи (стосується в основному працівників нижчих рівнів).

3. Новим питанням для працівників в умовах дистанційної роботи, що пов'язана з COVID-19, є підтримка комунікації. Однак, у даному випадку мова йде не про вирішення питань, пов'язаних з робочим процесом. Більше того, внутрішнє опитування показало, що більшості співробітників комфортно працювати з дому, і такі умови не порушують процес обміну необхідною для виконання роботи інформацією. Справа у тому, що відносини між співробітниками можна

охарактеризувати не суто як робочі чи безконфліктні, але й дружні, неформальні, що завжди високо цінувалося у колективі, а також мотивувало та допомагало легше сприймати необхідність працювати понаднормово. Саме таких щоденних комунікацій, неформальних позаробочих розмов наразі не вистачає працівникам.

З метою вирішення зазначених проблем, пропонуємо наступну систему управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу (табл. 3.2).

Таблиця 3.2.

Система управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Функції управління	Завдання з розвитку СК	Шляхи вирішення
Стратегічне управління	Підвищити рівень використання цінностей та поведінкових маркерів у щоденній роботі персоналу	Розробити та провести обов'язкові тренінги окремо для функціональних відділів.
Лідерство	Забезпечити високий рівень розуміння: <ul style="list-style-type: none"> • дій керівництва; • власного внеску в результат командної роботи 	<ul style="list-style-type: none"> • Забезпечити на рівні керівництва розуміння необхідності повного бачення своїх дій зі сторони підлеглих. • Впровадити регулярні практики обговорень та звітування за результатами кожного проекту.
Комунікації	Побудувати ефективну модель зворотного зв'язку	Проведення індивідуальних комунікацій стосовно конкретної роботи кожного учасника проекту.
Підтримка корпоративної культури	Сприяти підтримці неформальних дружніх взаємовідносин між працівниками та спільного командного духу	<ul style="list-style-type: none"> • Ввести цікаві ініціативи, що об'єднують працівників • Організація виїзних зустрічей працівників (урахуванням усіх вимог щодо епідеміологічної ситуації).

Джерело: складено автором на основі [11, 68]

Таким чином, було визначено шляхи вирішення виявлених проблем:

1. Розробити та провести обов'язкові тренінги окремо для функціональних відділів, які б розкривали використання цінностей та поведінкових маркерів щодо специфіки діяльності персоналу (наразі існують загальні тренінги для усіх співробітників).

2. Задля підвищення розуміння дій керівництва підлеглими слід, по-перше, забезпечити усвідомлення необхідності повного бачення своїх дій, зокрема тих, що стосуються проектної роботи, зі сторони керівництва (особливо середніх ланок). По-друге, слід впровадити регулярні практики обговорень та звітування за результатами кожного проекту. Таким чином, працівники нижчих ланок бачитимуть кінцевий результат та будуть розуміти, що зробили саме вони задля досягнення такого результату.

3. Крім обговорень результатів проекту, доцільно проводити індивідуальні комунікації стосовно конкретної роботи кожного учасника проекту, де піднімалися б питання, які виникали під час проекту, які сильні та слабкі сторони проявлялися у підлеглому, а також відповідні поради працівнику.

4. Окрім освітніх програм, тренінгів та вебінарів, що проводяться на підприємстві на постійній основі, доцільно ввести ініціативи, що не мають такого начального спрямування, однак є дуже важливими для працівників. Наприклад, корисними та цікавими були б онлайн-зустрічі співробітників, які поєднують професійну кар'єру з вихованням дітей. Колеги, які успішно реалізують себе в роботі та сімейному житті, можуть поділитися досвідом, надати пораду та підтримати один одного.

По можливості провадити виїзні зустрічі працівників (урахуванням усіх вимог щодо епідеміологічної ситуації). Це можуть бути як навчальні тренінги на природі, так і неформальні пікніки. Такі зустрічі допоможуть підтримати командний дух та стануть одним з проявом цінностей підприємства («разом як один»). Щоб вирішити проблему з великою кількістю працівників, яких важко зібрати в одному місці з дотриманням рекомендацій, пропонуємо розділити весь персонал за департаментами (відділами).

Отже, соціальний капітал може слугувати ефективним інструментом забезпечення сталості бізнесу, а також сприятиме підвищенню ефективності управління в напрямі корпоративної соціальної відповідальності. У свою чергу, розроблена система управлінських завдань з розвитку і ефективного використання

соціального капіталу слугуватиме розвитку КСВ, репутації та конкурентоспроможності підприємства.

Висновки до розділу III

У результаті проведеного аналізу корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», було запропоновано такі напрями підвищення її ефективності, як формування КСВ-цінностей для персоналу підприємства, розвиток та впровадження нових практик з корпоративної соціальної відповідальності та формування системи управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу.

Дослідження корпоративної культури підприємства та вже реалізованих практик з корпоративної соціальної відповідальності, дозволило знайти точки розвитку підприємства за КСВ напрямом, а саме:

По-перше, здійснити заходи щодо підвищення свідомості персоналу стосовно корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, інформуючи своїх співробітників щодо значення КСВ, сталого розвитку та наслідків зміни клімату, підприємство зможе повпливати на вибір своїм працівникам стосовно залученості до КСВ-ініціатив, причому не лише щодо компанії, але і поза нею.

По-друге, було запропоновано створити ініціативну групу з корпоративної соціальної відповідальності з метою залучення якомога більшої кількості працівників задля спільної роботи над КСВ-проектами.

По-третє, залучитися до інтелектуального волонтерства, шляхом співпраці з неприбутковими організаціями: надання їм консультацій та юридичної допомоги в питаннях, що виникають у зв'язку з веденням своєї діяльності.

Крім того, у роботі було сформовано систему управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу. Використання розробленого підходу на підприємстві має сприяти продуктивній кооперації, ефективним комунікаціям, обміну знаннями, зростанню іміджу, а також розвитку репутації та конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було здійснено узагальнення теоретико-методичних положень і розроблено практичні рекомендації щодо ефективного впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах. Основні наукові та практичні результати представленої роботи дозволяють зробити такі висновки:

1. Дослідження формування та розвитку концепції КСВ показало, що в сучасних умовах розвитку суспільства вона об'єктивно відображає місце, роль і значення підприємства в системі соціально-економічних відносин. Крім того, КСВ може слугувати інструментом відповіді з боку менеджмента компанії на суспільні очікування щодо діяльності бізнес структур.

У роботі проведено аналіз різних підходів до визначення поняття КСВ, унаслідок чого узагальнено, що корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, відповідно до якої підприємства при здійсненні своєї діяльності враховують інтереси суспільства у взаємовідносинах із стейкхолдерами, а також на добровільній основі впроваджують заходи щодо покращення соціального становища і захисту навколишнього середовища.

2. У роботі досліджено взаємозв'язок концепцій КСВ та сталого розвитку, що передбачає побудову діяльності підприємства на основі формування довгострокових взаємовідносин зі споживачами через задоволення їх потреб такими способами, що матимуть позитивний вплив на добробут як суспільства в цілому, так і підприємства.

3. Дослідження тенденцій розвитку КСВ в Україні та світі дозволяє підтвердити твердження щодо стрімкого підвищення її актуальності в сучасних умовах. Усе більше країн розуміють необхідність побудови діяльності бізнес структур на засадах КСВ. Україна відстає від країн Західної Європи чи США, однак позитивні зрушення, що спостерігаються протягом останніх років, запевняють про подальший розвиток КСВ і в нашій країні.

4. Узагальнення основних методичних підходів до оцінювання ефективності КСВ вказує, що найбільш поширеними підходами до оцінки КСВ є

наступні: складання фінансової звітності, рейтингів та індексів, використання збалансованої системи показників та інші.

5. Розвиток КСВ сприяє формуванню довіри до підприємства зі сторони суспільства, зміцнює взаємовідносини та зворотній зв'язок з зацікавленими особами та, як наслідок, підвищує ефективність діяльності підприємства.

6. Задля більш глибокого розуміння сучасних тенденцій формування, розвитку та ефективності впровадження корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах, у роботі було проведено дослідження на базі ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК». На основі загальної характеристики господарської діяльності підприємства та діагностування стану розвитку корпоративної соціальної відповідальності й управління цим напрямом було зроблено наступні висновки:

- ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» має сильний бренд, систематично бере перемогу в авторитетних рейтингах та виданнях. Будучи лідером галузі та частиною глобальної мережі, підприємство має значну кількість клієнтів серед компаній великого бізнесу, які демонструють свою довіру та лояльність через довгу співпрацю. Крім того, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» постійно шукає нові напрями реалізації КСВ-практик з метою підтримки конкурентних позицій та власної репутації.

- Складовою управління корпоративною соціальною відповідальністю ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» є оприлюднення нефінансової звітності, що детально описує елементи системи КСВ на підприємстві. Так, ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» готує звіт про управління та звіт про прозорість. Компанія реалізує КСВ за такими напрями, як: відповідальне ведення бізнесу, розвиток персоналу та вплив на суспільство та навколишнє середовище, що безпосередньо відображає зв'язок з концепцією сталого розвитку.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про високий рівень інтеграції КСВ в усі напрями діяльності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», а також позитивний вплив КСВ на ефективність підприємства.

7. У результаті проведеного аналізу корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК», було запропоновано наступні напрями підвищення її ефективності: формування КСВ-цінностей для персоналу підприємства, розвиток та впровадження нових практик з корпоративної соціальної відповідальності та формування системи управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу.

Дослідження корпоративної культури підприємства та вже реалізованих практик з корпоративної соціальної відповідальності, дозволило знайти точки розвитку підприємства за КСВ напрямом, а саме:

По-перше, розроблено рекомендації щодо здійснення конкретних заходів з метою підвищення свідомості персоналу стосовно корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, залучаючи та навчаючи своїх працівників щодо значення корпоративної соціальної відповідальності, сталого розвитку та наслідків зміни клімату – рішень стосовно того, що співробітники компанії споживають, використовують та купують, підприємство надасть змогу своїм працівникам робити позитивний вибір у бік залученості до КСВ-ініціатив, причому не лише в межах компанії (на корпоративному рівні), але і поза нею (на індивідуальному рівні).

По-друге, було запропоновано створити ініціативну групу з корпоративної соціальної відповідальності з метою залучення якомога більшої кількості працівників підприємства для спільної роботи над КСВ-проектами за окремими напрямами.

По-третє, пропонується залучати працівників підприємства до діяльності з інтелектуального волонтерства через співпрацю з неприбутковими організаціями, а саме: надання їм консультацій та юридичної допомоги в питаннях, що виникають у зв'язку з веденням своєї діяльності.

По-четверте, у роботі було сформовано систему управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу. Використання розробленого підходу на підприємстві має сприяти продуктивній кооперації,

ефективним комунікаціям, обміну знаннями, зростанню іміджу, а також розвитку репутації та конкурентоспроможності підприємства.

Проведене опитування співробітників ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» дозволило визначити напрями розвитку та більш ефективного використання соціального капіталу підприємства. Запропонована система управлінських завдань з розвитку і ефективного використання соціального капіталу включає наступні рекомендації:

- підвищення рівня використання цілей та поведінкових маркерів у щоденній роботі персоналу;
- забезпечення високого рівня розуміння, по-перше, дій керівництва, а по-друге, власного внеску в результат командної роботи;
- побудова ефективної моделі зворотного зв'язку;
- сприяння підтримці неформальних дружніх взаємовідносин між працівниками та спільного командного духу

Запропонований підхід має сприяти продуктивній кооперації, ефективним комунікаціям усередині підприємства, підтримці корпоративної культури, і як наслідок, укріпленню репутації та конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баюра Д. О. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті сталого розвитку та інновацій. 2020. URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2020/03/ISTC-2020.pdf#page=10>
2. Баюра Д. О. Сучасні аспекти розвитку корпоративного нагляду та контролінгу в Україні. Економіка підприємства: Сучасні проблеми теорії та практики. 2017. ст.183-184. URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/tezisy_6_mnpk.pdf
3. Баюра Д.О., Шульга М. Г. Методологічні підходи до оцінювання впливу стейкхолдерів та рівні корпоративної соціальної відповідальності. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2018. №2 (37) .С. 9-20.
4. Бикеева М. В. Механизмы реализации корпоративной социальной ответственности в Европейском Союзе. *Экономические исследования и разработки*. 2017. URL: <http://edrij.ru/article/05-02-17>
5. Бичкова Н. В. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на вартість компанії: міжнародний досвід. *Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2021. Вип. №36, с. 35-40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2021-36-6> URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/36_2021ua/8.pdf
6. Білан О. С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення вартості компанії. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. № 54, с. 75-79. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/54_2020/13.pdf
7. Бойко М.М. Формування та використання соціального капіталу у сфері послуг: автореф, кан. ек. наук: 08.00.07, 2015. 22 с.
8. Главные тренды репутационного менеджмента в 2020 году. Репутационная экономика, 2020. URL: <https://repeconomy.info/bez-kategorii/glavnye-trendy-reputacionnogo-menedzhmenta-v-2020-godu/>
9. Глобальный скандал с Volkswagen: причины и последствия URL: <http://www.segodnya.ua/economics/avto/globalnyy-skandal-s-volkswagen-prichiny-i-posledstviya-651877.html>.

10. Гражевська Н., Мостепанюк А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. №2(197). С. 12-19.
11. Грیشнова О.А., Бойко М.М. Управління формуванням індивідуального та корпоративного соціального капіталу у сфері послуг. *Проблеми економіки*, 2014. № 2. С. 211–218.
12. Грیشнова О.А., Міщук Г. Ю., Олійник О.О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків: Монографія. *Рівне: НУВГП*. 2014. 216 ст.
13. Гулло А.А., Филимонова Н.Г. Анализ методик оценки эффективности корпоративной социальной ответственности предприятий. Гулло А.А., Филимонова Н.Г. *Социально-экономический и гуманитарный журнал красноярского ГАУ. Управление и бизнес*. 2018. Вып.№1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodik-otsenki-effektivnosti-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-predpriyatiy/viewer>
14. Дацкевич Н. О. Діалектика взаємодії соціальної відповідальності підприємництва та соціального капіталу суспільства. *Ефективна економіка*, 2016.
15. Державна служба статистики. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
16. Деліні М. М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. Деліні М. М. *Економіка та управління підприємствами. Проблеми Економіки*. Вип. №4, 2017. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-4_0-pages-263_270.pdf
17. Длугопольський О. В., Олійник Д. М. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2020. Вип.№2(6), 265-273. <https://doi.org/10.32750/2020-0225>.

18. Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: кейси: практикум за ред. проф. Л. Петрашко, доц. О. Мартинюк. К.: КНЕУ, 2019. 239 с.
19. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ"*. 2013. Вип. № 46. С. 53-63.
20. Євтушенко В.А. Пандемічні зміни інституційних форм соціальної відповідальності в підприємницькій діяльності. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. № 28. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-49>
21. Єсіна О. Г. Формування сучасної моделі ІС КСВ підприємства. Єсіна О. Г., Лінгур Л. М. *Економіка та управління підприємствами*. Вип. 50-1, 2020. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/50_1_2020/26.pdf
22. Звонар В. П. Комплексне оцінювання реалізації соціальної відповідальності як соціоекономічного феномену. *Економіка України*. 2017. Вип. № 3. С. 68-83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2017_3_7
23. Звонар Віктор Павлович. Формування та реалізація соціальної відповідальності в Україні. 08.00.07 – Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. Здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. захист: 2018. URL:
24. Зелена книга Європейського Союзу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552
25. Ігнат'єва І. А., Гавриленко Т. В., Сербенівська А. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: практичний аспект в умовах біфуркації. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*, 2020. Вип. №5(1), 62–68. URL: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.20205.1.62-68>
<http://spne.ukma.edu.ua/article/view/213489>
26. Калініченко О. О. Соціально-відповідальний маркетинг: імплементація наукових засад та перспективи досконалої маркетингової діяльності підприємств як ринково-орієнтованої концепції їх розвитку: колект. монографія за заг. ред. проф. Павловської Л.Д. Євенок О.О. Житомир, 2017. С. 57-81.

27. Карпенко О. О. Перспективи розвитку консалтингової діяльності в Україні на основі європейського досвіду. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 27(1). С. 54-58. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_27%281%29__13
28. Коваленко Євген Володимирович. Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю. 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством. Здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Захист: 2018.
29. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5-26.
30. Комарова К.В., Ковальчук Н.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*, 2016. № 5-6 [63]. С. 25-30
31. Корнилова А. В. Эколого-социально-экономические индикаторы корпоративной ответственности: методика формирования. 2018. С.47-67. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologo-sotsialno-ekonomicheskie-indikatory-korporativnoy-otvetstvennosti-metodika-formirovaniya/viewer>
32. Корнилова А. В., Никоноров С.М. Методология оценки качества раскрытия информации о корпоративной социальной и экологической ответственности. Корнилова А. В., Никоноров С.М. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-otsenki-kachestva-raskrytiya-informatsii-o-korporativnoy-sotsialnoy-i-ekologicheskoy-otvetstvennosti/viewer>
33. Король С. Я. Аудит нефінансової звітності: проблеми та напрями вдосконалення. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип.№44 (2). С. 55-63. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua>
34. Король С.Я. Практичні аспекти аудиту нефінансової звітності. *Економіка: реалії часу*. 2017. Вип.№ 3. С. 49–59.
35. Костирко А.Г. Особливості аудиту нефінансової звітності. Стратегія інтеграції аграрної освіти, науки, виробництва: глобальні виклики продовольчої

- безпеки та змін клімату: матеріали міжнар. наук.-практ. конфер.. м. Миколаїв, 27-28 травня 2021 р. Миколаїв: МНАУ, 2021.С. 51-53
36. Котлер Ф., Ненсі Л. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
37. Курінна І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Трегуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. К.: Поліграфія «Юстон». 47С.
38. Курінько Р. М. Особливості становлення соціально відповідального бізнесу в Україні. 22.00.04 – Спеціальні та галузеві соціології Здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук. Захист: 2021
39. Лосовська Н. В. Організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу. 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством. Здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Захист: 2020.
40. Ляшук К. П. Управління соціальною відповідальністю торговельних підприємств. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Захист: 2021.
41. Маяцкая И. Н. Экономические основы социальной работы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://stud.com.ua/1196/sotsiologiya/korporativna_sotsialna_vidpovidalnist
42. Морозовський А. Соціальна відповідальність: бізнес-стратегія, піар чи самообмеження. *Бізнес*, 2018.
43. На шляху зеленої модернізації економіки: модель сталого споживання та виробництва: дов. за ред. С.В. Берзіна та ін. К.: Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. 138 с.
44. Надейко, М. М. Оцінювання стану менеджменту соціальної відповідальності за внутрішніми векторами. Надейко, М. М. *Економіка та суспільство*, Вип. №22, 2020. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-27>

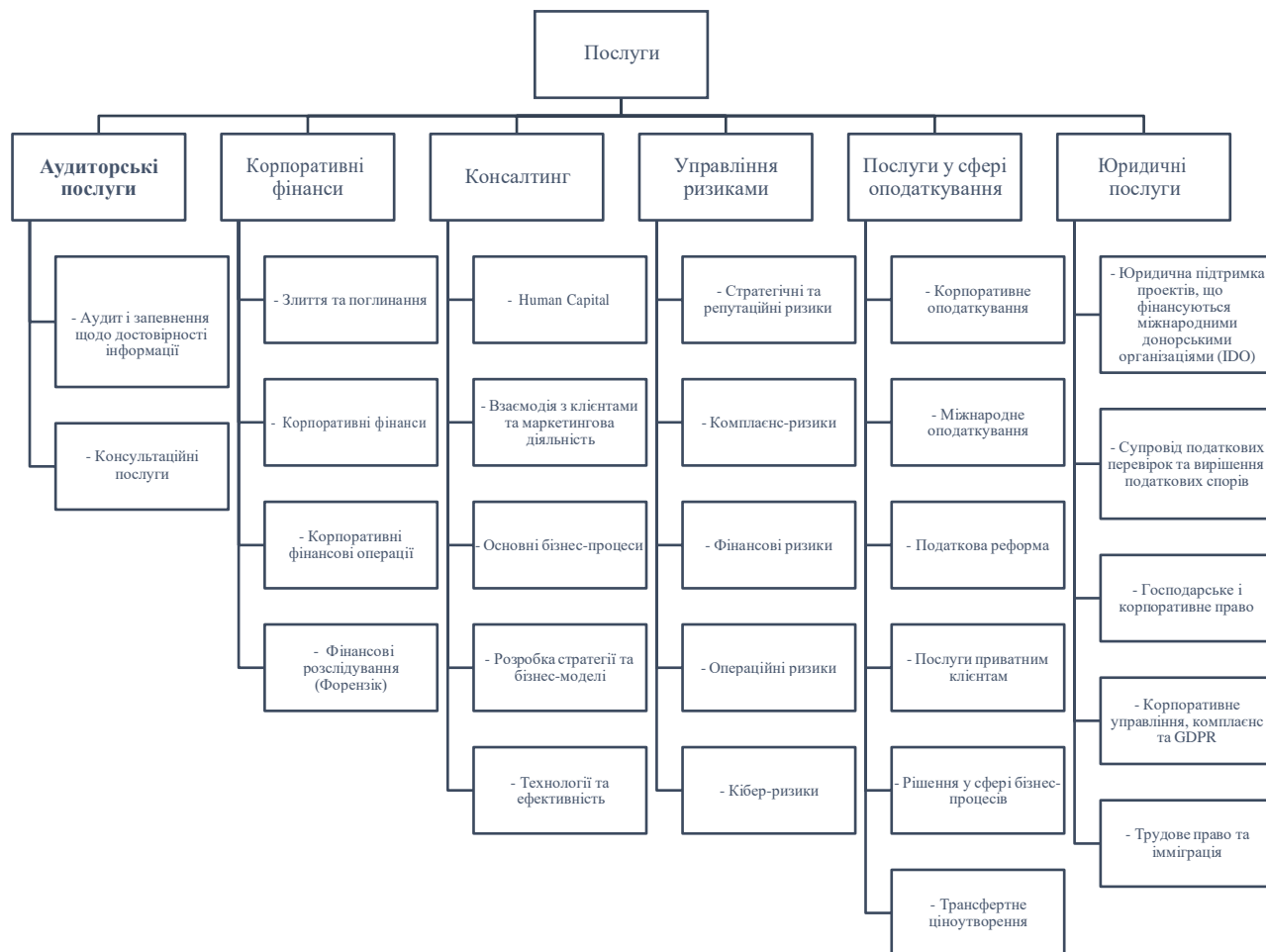
45. Нехме М. Н. Оцінка впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства. 073: 07 – Управління та адміністрування. Здобуття наукового ступеня доктора філософії. захист: 2021.
46. Отенко І. П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. Бізнес Інформ. Вип. №6. 2020. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-190-195>
47. Офіційний веб-портал Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/>
48. Поплавська О.В. Дослідження ефективності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Поплавська О.В. *Економіка та управління підприємствами*. Вип. №5, 2016. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/5_2016/38.pdf
49. Продіус Оксана Іванівна. Теоретико-методологічні засади забезпечення стратегічного розвитку інклюзивних інновацій в контексті соціальної відповідальності підприємств. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. захист: 2021.
50. Рейкін В.С. Консалтинг в Україні: оцінка стану та тенденції розвитку Рейкін В.С. Макара О.В. *Економіка та управління національним господарством*. Інфраструктура ринку. Випуск 39. 2020
51. Ровенська В. Методики оцінки корпоративної соціальної відповідальності та проблеми їх застосування в Україні. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. №33. С. 268-275.
52. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 2, Том. С.198-204.
53. Руденко О. В. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Вип.№11, 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf

54. Сибирка Л. А., Дмитрієва О. М., Сироїжко К. В. Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. Вип. № 22. С. 47–53. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.22.47. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2019/10.pdf
55. Системи екологічного управління: сучасні тенденції та міжнародні стандарти: посібник за ред. С.В. Берзіна, І.І. Яреськовська та ін. Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування. Київ, 2017. 134 с.
56. Ситник Й. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. Ситник Й., Юрченко Г. *Економіка та суспільство*. Вип. №24. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/189>
57. Соціальна відповідальність : навч. посіб. [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. К.: КНЕУ, 2015. 519 с. URL: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/11583/sotsial_vidpovidal_15.pdf;jsessionid=C13667B29E1BC544932FBA849B23AA45?sequence=1
58. Стандарти GRI – універсальний конструктор для річного звіту вашої компанії. 2020. Офіційний сайт компанії «Baker Tilly». URL: <http://www.bakertilly.ua>.
59. Стеценко В. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. Стеценко В., Березова Ю. *Галицький економічний вісник*. Вип. № 2 (63) 2020 ст. 243-250. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/63/828.pdf>
60. Тарасюк Г.М. Місце корпоративної соціальної відповідальності в репутаційному менеджменті компанії. Тарасюк Г.М., Лагута Я.М. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/167.pdf>
61. Фабіянська В. Ю. Удосконалення професійних вимог до аудиторів за умов реформування незалежного аудиту в Україні Бізнесінформ № 7 '2020
62. Харламова А. О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії. *Ефективна економіка*. 2012. № 9.

63. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Офіційна веб-сторінка. URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/>.
64. Чупріна М. О. Світові тренди у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Чупріна М. О., Жалдак Г.П. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Вип. №11, 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/89.pdf
65. Яблонська І. В., Виговський В. Г. Корпоративна соціальна відповідальність як напрям розвитку сучасного менеджменту. 2021. *Електронний ресурс*. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/184.pdf>
66. P&G анонсувала програму дій в період коронавірусу нового типу COVID-19. Устойчивый бизнес. URL: <http://csrjournal.com/34011-pg-anonsirovala-programmu-dejstvij-v-period-koronavirusa-novogo-tipa-covid-19.html>.
67. Akanksha Shukla Corporate Social Responsibility Measures: A Brief Review. *Business Perspectives and Research* 10(1) 101–120, 2021. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2278533721992206>
68. Deloitte: офіційна веб-сторінка компанії. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk.html>
69. Diez-Cañamero, B., Bishara, T., Otegi-Olaso, J.R., Minguez, R., Fernández, J.M. Measurement of corporate social responsibility: A review of corporate sustainability indexes, rankings and rating. *Sustainability (Switzerland)*. 2020. 12(5). URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/sustainability-12-02153-v2.pdf>
70. European commission. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Brussels, 2011.
71. Global CSR RepTrak Report 2021. Reputation Institute.
72. Johnson, Z., Ashoori, M.T., Lee, Y.J. Self-Reporting CSR Activities: When Your Company Harms, Do You Self-Disclose?. *Corporate Reputation Review*. 2018. 21(4). P. 153–164. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/2018CRRSelf-ReportingCSRActivitiesWhenYourCompanyHarmsDoYouSelf-Disclose.pdf>

73. Liu, J.-Y. An Internal Control System that Includes Corporate Social Responsibility for Social Sustainability in the New Era. *Sustainability*. 2018. №8. P.1-27. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/10/3382/htm>
74. Marakova, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z. Corporate Social Responsibility As a Source of Competitive Advantage in Large Enterprises. *Journal of Competitiveness*. 2021. № 13(1). P.113–128. URL: <https://doi.org/10.7441/joc.2021.01.07>
75. Marwa Samet, Anis Jarboui. How does corporate social responsibility contribute to investment efficiency? *Journal of Multinational Financial Management*. 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/316873392>
76. Shuai Yu, Miaomiao Li, Siqi Xin. Evaluation on the Criteria of Organisational Sustainability by Adopting ANP. *Journal of East Asia Management*. Volume 2 (1). P.63-92. 2021. URL: <http://koreascience.or.kr/article/JAKO202125040416874.pdf>
77. The consulting industry: From 2020 (the year that wasn't) to 2021 (the year that will be). URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/18.pdf
78. Top 10 Companies With The Best Corporate (CSR) Reputation In 2020. Corporate social responsibility. URL: <https://youmatter.world/en/top-10-companies-reputation-csr-2020/>
79. UN Global Compact. URL: <https://globalcompact.org.ua/>
80. Veh Annika, Gobel Markus. Corporate reputation in management research: a review of the literature and assessment of the concept. *Business Research*, 2019. 315–353.
81. Waraas Arild. When reputation management is people management: Implications for employee voice. *European Management Journal*, 2020. Volume 38, Issue 2. Pages 277-287
82. Why a good corporate reputation is vital to your organization, especially during COVID-19. *Cutting edge*, 2020. URL: <https://cuttingedgepr.com/good-corporate-reputation-important-organization-especially-during-covid-19/>
83. YouControl – онлайн сервіс для перевірки компаній. URL: <https://youcontrol.com.ua/>

Перелік послуг ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»



Аналіз галузі

Галузь за КВЕД: 69.2 сфера бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування

Цей клас включає:

- облік комерційних операцій компаній та фізичних осіб;
- підготовку або аудит фінансових рахунків;
- перевірку рахунків та підтвердження їх точності;
- складання податкових декларацій для приватних осіб або підприємств;
- консультаційні послуги та послуги з представництва клієнтів у податкових органах.

Зовнішні чинники впливу:*Конкурентне середовище*

Одним з основних показників, що характеризує конкурентне середовище галузі, є кількість підприємств, що в ній функціонує, нижче наведені відповідні статистичні дані.

Таблиця Б.1

Кількість компаній в галузі надання аудиторських послуг та консультування з питань оподаткування за 2010-2020 роки

Рік	Кількість суб'єктів господарювання галузі	У т.ч. фізичні особи підприємці
2010	10579	8254
2011	8304	5776
2012	8017	5370
2013	8930	6026
2014	12824	10211
2015	13077	10425
2016	12175	9827
2017	11157	8670
2018	11625	9018
2019	12629	9811
2020	12720	9985

Джерело: державна служба статистики України

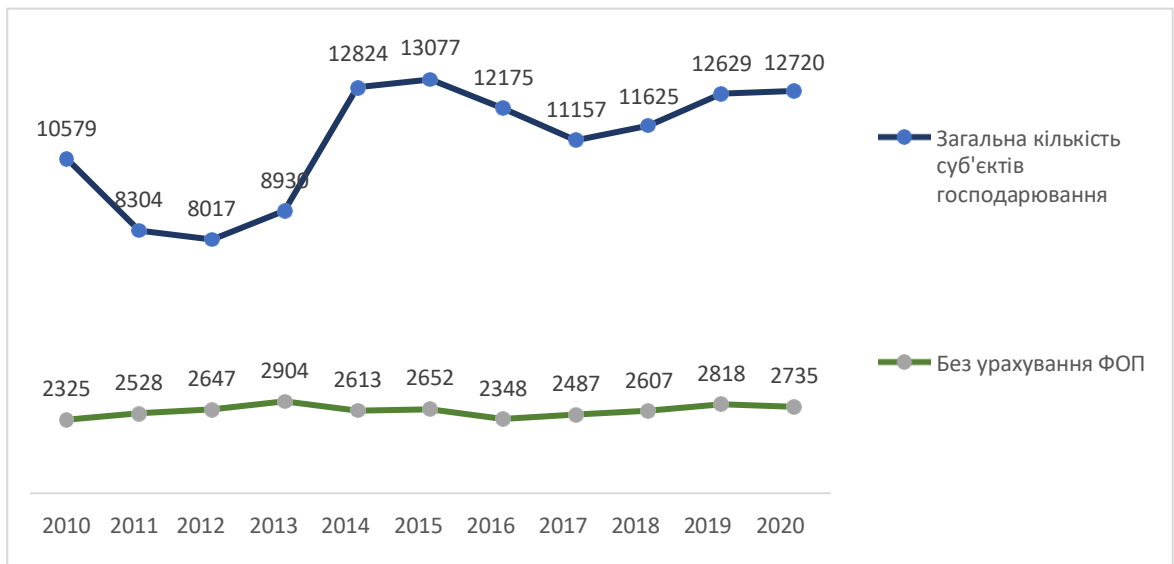


Рис.Б.1. Динаміка компаній в галузі надання аудиторських послуг та консультування з питань оподаткування за 2010-2020 роки

Джерело: складено автором за даними державної служби статистики України

Стан ринку:

Стан ринку праці як чинник зовнішнього впливу характеризує співвідношення попиту та пропозиції персоналу, що в остаточному підсумку впливає на його ціну.

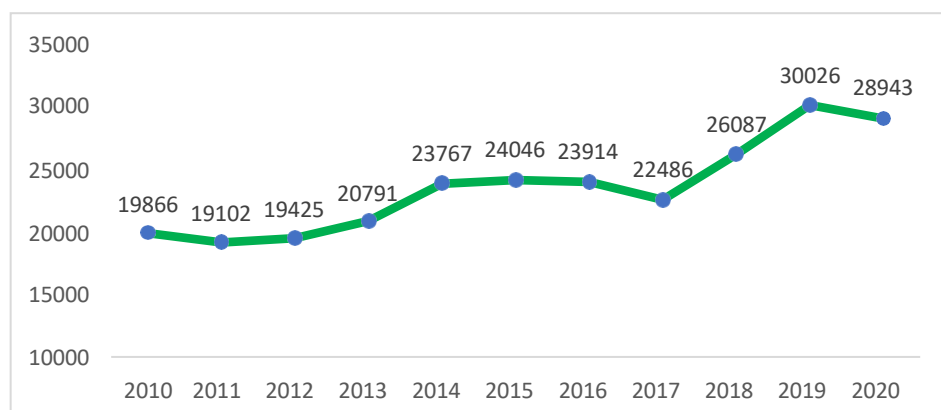


Рис.Б.2. Динаміка кількості зайнятих у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування за 2010-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними державної служби статистики України

Внутрішні чинники впливу:

Виробничі чинники

Потенціал галузі характеризується активністю ринку та затребуваністю послуг зі сторони споживачів. На відміну від галузей, що займаються

виробництвом товарів, галузь аудиту та консультування не створює запасів виробленої продукції, оскільки послуги надаються одразу кінцевому споживачу.

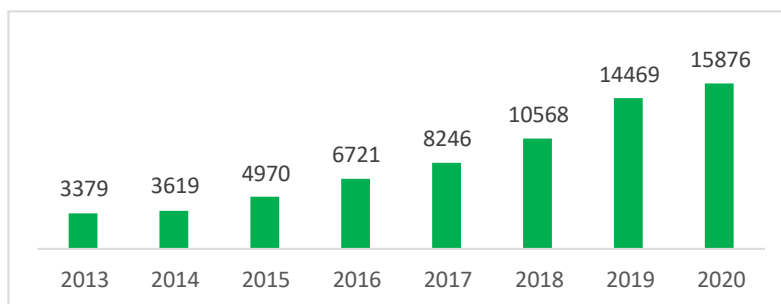


Рис.Б.3. Динаміка обсягу наданих послуг у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування за 2013-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними державної служби статистики України

Соціально-економічний розвиток підприємств:

Як приклад чинників вплив даної групи наведемо витрати на персонал підприємств галузі, а також рентабельність суб'єктів господарювання, що характеризує фінансовий потенціал галузі.

Таблиця Б.2

Витрати на персонал у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування за 2013-2020 рр., тис.грн.

Рік	Витрати на персонал суб'єктів господарювання, тис.грн.	у т.ч. витрати на оплату праці, тис.грн	Частка витрат на оплату праці, %
2013	1115498,3	898874,8	81
2014	1308443,8	1071449,6	82
2015	1494703,3	1236338,9	83
2016	1770593,8	1545223,5	87
2017	1968948,8	1718048,6	87
2018	2971663,7	2553027,2	86
2019	3783588,6	3231973,8	85
2020	4163797,3	3548356,0	85



Рис. Б.4. Динаміка витрат на персонал у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування за 2013-2020 рр., млн.грн.

Джерело: складено автором за даними державної служби статистики України

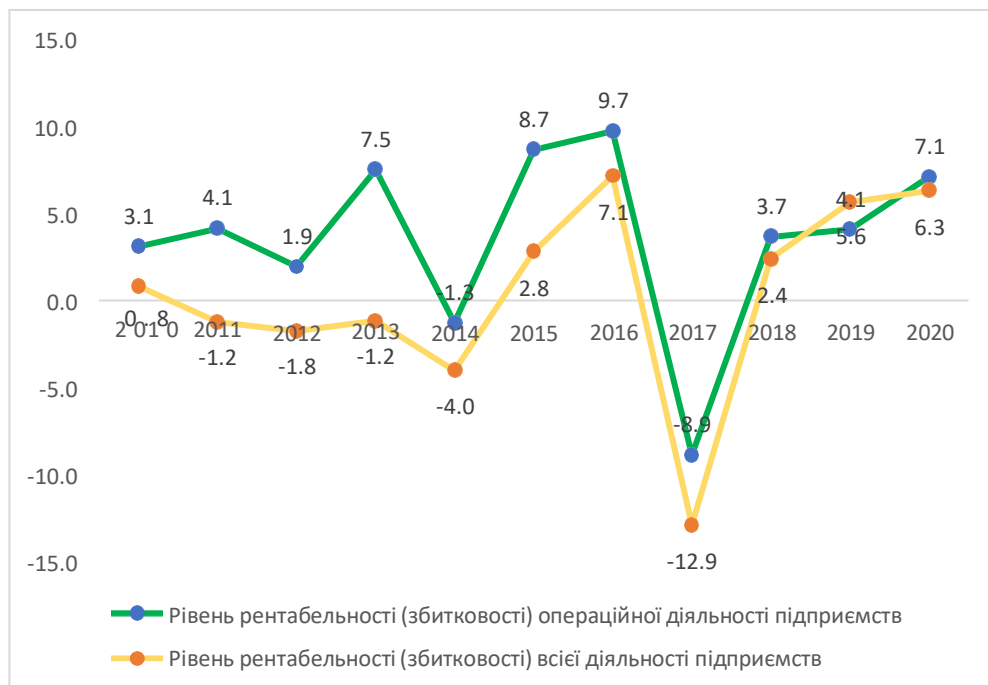


Рис. Б.5. Динаміка рентабельності підприємств у сфері бухгалтерського обліку й аудиту та консультування з питань оподаткування за 2010-2020 рр., %

Джерело: складено автором за даними державної служби статистики України

Елементи взаємодії ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК» з групами зацікавлених сторін

Групи зацікавлених сторін	Взаємодія	Суттєві питання
Таланти	Співробітники, колишні співробітники, майбутні співробітники. Зустрічі. Щоквартальні конференц-дзвінки з керівництвом. Річна спільна зустріч з презентацією результатів і планів компанії. Дорадчі ради. Програми навчання й розвитку. Коучинг. Встановлення цілей та оцінювання результатів. Зворотний зв'язок щодо роботи. Тижні цінностей, етики, безпеки. Дослідження залучення співробітників. Well-being-програма. Корпоративне волонтерство. Звернення до лідера з питань бізнес-етики. Соціальні медіа. Рекрутингові події. Освітні програми й курси для студентів. Стажування. Інтерв'ю у разі звільнення. Спільнота Deloitte Alumni.	Етика та доброчесність Розвиток співробітників Система винагороди Добробут співробітників Взаємодія з місцевими спільнотами та їх підтримка Різноманіття та рівні можливості Організація, побудована на цінностях Інновації Екологічна сталість
Клієнти	Взаємодія в межах виконання проєктів. Опитування задоволеності клієнтів. Діяльність з розвитку бізнесу. Конференції та освітні заходи. Відповіді на запити щодо надання послуг.	Якість та цінність послуг Конфіденційність і захист даних Етика та доброчесність Інновації Вплив на трансформацію українського бізнесу
Мережа інших фірм «Делойт»	Взаємодія в межах виконання проєктів. Регіональні, глобальні зустрічі керівництва. Конференц-дзвінки. Листування.	Конфіденційність і захист даних Етика та доброчесність Частина глобального «Делойт»
Міжнародні організації	Взаємодія в межах виконання проєктів. Участь у комітетах, робочих групах. Відповіді на запити щодо надання послуг. Листування, зустрічі. Конференції, публічні обговорення.	Етика та доброчесність Якість і цінність послуг Вплив на трансформацію українського бізнесу Інновації Частина глобального «Делойт» Взаємодія з місцевими спільнотами та їх підтримка
Державні й місцеві органи управління та регуляторні органи	Відповіді на запити регуляторних органів. Участь у реформах. Про-боно-проєкти. Листування, зустрічі. Конференції, публічні обговорення. Проєкти муніципального та регіонального розвитку. Партнерства, спрямовані на розвиток місцевих громад.	Прозорість Етика та доброчесність Взаємодія з місцевими спільнотами та їх підтримка Якість і цінність послуг Вплив на трансформацію українського бізнесу
Інші гравці ринку	Діяльність з розвитку бізнесу. Конференції та освітні заходи. Листування, зустрічі. Соціальні й волонтерські проєкти.	Етика та доброчесність Вплив на трансформацію українського бізнесу
Постачальники	Поточні відносини, переговори. Щорічна спільна зустріч керівництва компанії з постачальниками. Соціальні та волонтерські проєкти.	Відповідальні ланцюги постачання Етика та доброчесність Вплив на трансформацію українського бізнесу Прозорість
Професійні асоціації та мережі	Членство в галузевих та бізнес-асоціаціях. Участь у комітетах, робочих групах. Листування, зустрічі. Конференції, публічні обговорення.	Етика та доброчесність Якість і цінність послуг Вплив на трансформацію українського бізнесу Частина глобального «Делойт»
Навчальні заклади	Освітні програми й курси. Рекрутингові події. Стажування. Соціальні та волонтерські проєкти.	Взаємодія з місцевими спільнотами та їх підтримка Інновації
Неприбуткові організації	Соціальні медіа. Листування. Зустрічі, конференції. Спільні заходи. Соціальні та волонтерські проєкти. Про-боно-проєкти. Членство у галузевих та бізнес-асоціаціях.	Взаємодія з місцевими спільнотами та їх підтримка Вплив на трансформацію українського бізнесу

Ключові показники компанії «Делойт» та їх вагомість за моделлю Збалансованої системи показників



Анкета

Оцініть, будь ласка, наведені твердження за шкалою від 0 до 10 балів, де 10 – повністю погоджуюсь, 0 – повністю не згоден.

Корпоративна культура:

1. Я чітко усвідомлюю свою роль у діяльності підприємства
2. У колективі встановлені дружні стосунки, конфліктні ситуації не відбуваються або дуже легко вирішуються
3. Я щиро вірю в успіх підприємства та радію за досягнення компанії
4. Я цілком задоволений встановленою системою мотивації та діловою етикою

Стратегія, місія та цінності компанії:

1. Я знаю та підтримую місію, цінності та поведінкові маркери компанії
2. Я "проживаю" цінності компанії у своїй щоденній роботі
3. Я розумію, у якому напрямі розвивається компанія та які цілі ставить перед собою
4. Я відчуваю власний внесок у досягнення компанії

Комунікації між співробітниками:

1. Я не відчуваю нестачу спілкування у зв'язку з дистанційною роботою
2. Ефективність процесу обміну та сприймання усієї необхідної для роботи інформації мене повністю задовольняє
3. Мені комфортно та легко спілкуватися з командою, як під час роботи, так і поза нею
4. Мені вистачає неформальних зустрічей та спілкування з колегами

Лідерство:

1. Я чітко розумію завдання, які ставить переді мною лінійний керівник
2. Я можу оперативно звернутися до лінійного керівника з питанням, що виникло у ході роботи, та отримати відповідь
3. Працюючи над проектом, я чітко розумію, яким має бути кінцевий результат, та мій власний внесок
4. Мене повністю задовольняє зворотній зв'язок від лінійного керівника за результатами моєї роботи

Навчання та розвиток:

1. Я відчуваю власний професійний розвиток внаслідок навчальних заходів
2. Усі відвідані мною освітні заходи були корисними для мене
3. Мені достатньо тих форм і методів навчання, що пропонуються зі сторони компанії
4. Я розумію систему оцінювання та чітко усвідомлюю власні можливості росту на підприємстві.

Результати анкетування співробітників ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Оцінка групи показників	Показники оцінки соціального капіталу			
8,88	Корпоративна культура			
	Усвідомлення власної ролі	Дружні стосунки	Віра в компанію	Система мотивації та ділова етика
Працівник 1	9	10	10	10
Працівник 2	5	10	9	9
Працівник 3	7	9	10	9
Працівник 4	7	10	10	8
<i>Середній бал</i>	7	9,75	9,75	9
8,13	Стратегія, місія та цінності компанії			
	Підтримка місії та цінностей	Використання цінностей	Обізнаність щодо стратегії	Внесок у досягнення компанії
Працівник 1	10	9	9	9
Працівник 2	10	6	7	6
Працівник 3	10	7	8	5
Працівник 4	10	7	9	8
<i>Середній бал</i>	10	7,25	8,25	7
7,81	Комунікації між співробітниками			
	Дистанційні комунікації	Обмін та сприймання інформації	Комфортне спілкування	Неформальні зустрічі
Працівник 1	8	9	9	7
Працівник 2	9	8	10	8
Працівник 3	4	10	9	5
Працівник 4	6	9	9	5
<i>Середній бал</i>	6,75	9	9,25	6,25
7,81	Лідерство			

	Чітко поставлені задачі	Оперативне вирішення питань	Кінцевий результат	Зворотній зв'язок
Працівник 1	8	8	9	7
Працівник 2	8	9	7	6
Працівник 3	10	8	6	8
Працівник 4	9	6	8	8
<i>Середній бал</i>	8,75	7,75	7,5	7,25
9,25	<i>Навчання та розвиток</i>			
	Професійний розвиток	Користь та зацікавленість	Форми та методи навчання	Можливості кар'єрного росту
Працівник 1	8	9	10	10
Працівник 2	9	9	10	9
Працівник 3	10	10	9	10
Працівник 4	7	8	10	10
<i>Середній бал</i>	8,5	9	9,75	9,75

Фінансова звітність ТОВ «Делойт енд Туш ЮСК»

Підприємство	ТОВ "ДЕЛОЙТ ЕНД ТУШ УКРЕЙНІАН СЕРВІСІЗ КОМПАНІ" за СДРПОУ	Дата (рік, місяць, число)		
		2021	01	01
(найменування)		КОДИ		
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)		25642478		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2020 р.

Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	390 453	417 778
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	2010	-	-
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-
<i>премії, передані у перестраховання</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)	2050	(270 033)	(211 394)
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	120 420	206 384
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	2120	35 208	8 779
<i>у тому числі:</i>	2121	-	-
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(109 955)	(175 843)
Витрати на збут	2150	(3 585)	(6 557)
Інші операційні витрати	2180	(7 315)	(24 438)
<i>у тому числі:</i>	2181	-	-
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	34 773	8 325
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	4	1
Інші фінансові доходи	2220	2 205	2 786
Інші доходи	2240	75	137
<i>у тому числі:</i>	2241	-	-
<i>дохід від благодійної допомоги</i>			
Фінансові витрати	2250	(-)	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(1 122)	(326)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	-	-

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	35 935	10 923
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(6 471)	(1 967)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	29 464	8 956
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	29 464	8 956

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1 968	4 709
Витрати на оплату праці	2505	177 895	209 076
Відрахування на соціальні заходи	2510	26 513	27 954
Амортизація	2515	9 224	11 128
Інші операційні витрати	2520	175 288	165 365
Разом	2550	390 888	418 232

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Зинька Євген Олександрович

Головний бухгалтер

Мельничук Вікторія Олександрівна

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за **Рік 2020** р.

Форма №3 Код за ДКУД **1801004**

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	282 286	229 339
Повернення податків і зборів	3005	-	-
у тому числі податку на додану вартість	3006	-	-
Цільового фінансування	3010	744	1 950
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	-	-
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	190 027	215 888
Надходження від повернення авансів	3020	149	-
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	2 213	5 309
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	-	-
Надходження від операційної оренди	3040	-	-
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	-	-
Надходження від страхових премій	3050	-	-
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	-	-
Інші надходження	3095	638	3 889
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(122 413)	(70 086)
Праці	3105	(142 499)	(166 227)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(25 706)	(26 691)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(90 923)	(95 924)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(6 435)	(3 874)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(48 672)	(49 971)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(35 816)	(42 079)
Витрачання на оплату авансів	3135	(1 246)	(55 388)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(-)	(-)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(-)	(-)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(-)	(-)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(-)	(-)
Інші витрачання	3190	(6 455)	(7 807)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	86 815	34 252
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	-	-
необоротних активів	3205	90	165
Надходження від отриманих:			
відсотків	3215	-	-
дивідендів	3220	1	3
Надходження від деривативів	3225	-	-
Надходження від погашення позик	3230	79 000	15 200
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	-	-
Інші надходження	3250	-	-

Витрачання на придбання фінансових інвестицій	3255	(-)	(-)
необоротних активів	3260	(3 205)	(8 764)
Виплати за деривативами	3270	(-)	(-)
Витрачання на надання позик	3275	(95 950)	(55 100)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(-)	(-)
Інші платежі	3290	(-)	(-)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-20 064	-48 496
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	-	-
Отримання позик	3305	-	-
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	-	-
Інші надходження	3340	-	-
Витрачання на:			
Викуп власних акцій	3345	(-)	(-)
Погашення позик	3350	-	-
Сплату дивідендів	3355	(-)	(-)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(-)	(-)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(-)	(-)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(-)	(-)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(-)	(-)
Інші платежі	3390	(-)	(-)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-	-
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	66 751	-14 244
Залишок коштів на початок року	3405	97 162	125 085
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	22 782	(13 679)
Залишок коштів на кінець року	3415	186 695	97 162

Керівник _____

Заноза Євген Олексійович _____

Головний бухгалтер _____

Мельничук Вікторія Олександрівна _____

Підприємство	ТОВ "ДЕЛОЙТ ЕНД ТУШ ІОКРЕЙНІАН СЕРВІСІЗ КОМПАНІ"	Дата (рік, місяць, число)	2020	01	01
Територія	Головісський р-н м Києва	за ЄДРПОУ	25642478		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	8036100000		
Вид економічної діяльності	Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування	за КОПФГ	230		
		за КВЕД	69.20		

Середня кількість працівників: 331
 Адреса, телефон: вулиця Жюльєнська, буд. 48, 50А, м. КИЇВ, 01033 4909000
 Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
 Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку V
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

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

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1 014	1 001
первісна вартість	1001	2 479	1 893
накопичена амортизація	1002	1 465	892
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	20 901	16 773
первісна вартість	1011	48 495	52 725
знос	1012	27 594	35 952
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	3	1
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	177	-
Відстрочені податкові активи	1045	668	763
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиторські витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	22 763	18 538
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	27 386	15 911
Виробничі запаси	1101	40	37
Незавершене виробництво	1102	27 346	15 874
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	20 362	21 770
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	2 662	2 181
з бюджетом	1135	-	1 784
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	1 784
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	2 622	98
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	80 913	121 000
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 093	170
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	125 085	97 162
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	125 085	97 162
Витрати майбутніх періодів	1170	3 909	3 763
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-

резерв незароблених премій	1183	-	-
інші страхові резерви	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	10 893	4 005
Усього за розділом II	1195	275 925	267 844
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	298 688	286 382

Пози	Код пози	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	60	60
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Навчальні курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	15	15
Відновлений прибуток (неповторний збиток)	1420	211 750	220 706
Навчальний капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	211 825	220 781
II. Договірні зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Договірні кредити банків	1510	-	-
Інші договірні зобов'язання	1515	-	-
Договірні забезпечення	1520	-	-
Договірні забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Шляхові фінансування	1525	-	-
Вкладівні допомоги	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв договорних зобов'язань	1532	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1533	-	-
резерв незароблених премій	1534	-	-
інші страхові резерви	1535	-	-
Інвестиційні контракти	1540	-	-
Прокладний фонд	1545	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1546	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська зобов'язаність за:			
договірними зобов'язаннями	1610	-	-
заклади, роботи, послуги	1615	4 950	2 853
розрахунки з бюджетом	1620	7 827	4 898
у тому числі з податку на прибуток	1621	1 681	-
розрахунки зі страхування	1625	-	-
розрахунки з оплати праці	1630	-	-
Поточна кредиторська зобов'язаність за операціями авансами	1635	64 536	24 142
Поточна кредиторська зобов'язаність за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська зобов'язаність із внутрішніх розрахунків	1645	4 242	29 063
Поточна кредиторська зобов'язаність за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	5 208	4 586
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	60	59
Усього за розділом III	1695	86 863	65 601
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів незарегістрованого дочасного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	298 688	286 382

Керівник

Завоза Євген Олександрович

Головний бухгалтер

Мельничук Вікторія Олександрівна

¹ Визначення в порядку, встановленому центральним органом статистичної служби, що реєструє державну політику у сфері статистики.



Підприємство **ТОВ "ДЕЛОЙТ ЕНД ТУШ УКРЕЇНІАН СЕРВІСІЗ КОМПАНІ"** за ЄДРПОУ

Дата (рік, місяць, число)

КОДІ		
2020	01	01
25642478		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2019 р.

Форма №2 Код за ДКУД **1801003**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	417 778	393 798
<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)	2050	(211 394)	(163 414)
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	206 384	230 384
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	2120	8 779	4 143
<i>у тому числі:</i>	2121	-	-
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(175 843)	(187 660)
Витрати на збут	2150	(6 557)	(5 816)
Інші операційні витрати	2180	(24 438)	(6 027)
<i>у тому числі:</i>	2181	-	-
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	8 325	35 024
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	1	2
Інші фінансові доходи	2220	2 786	6 427
Інші доходи	2240	137	159
<i>у тому числі:</i>	2241	-	-
<i>дохід від благодійної допомоги</i>			
Фінансові витрати	2250	(-)	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(326)	(276)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	-	-

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	10 923	41 336
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(1 967)	(7 470)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	8 956	33 866
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	8 956	33 866

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	4 709	3 432
Витрати на оплату праці	2505	209 076	182 058
Відрахування на соціальні заходи	2510	27 954	23 682
Амортизація	2515	11 128	9 782
Інші операційні витрати	2520	165 365	143 963
Разом	2550	418 232	362 917

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	1000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	1000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	33 866,00000
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	33 866,00000
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Закопа Євген Олександрович

Головний бухгалтер

Мельничук Вікторія Олександрівна



			КОДИ
		Дата	01.01.2019
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ДЕЛОЙТ ЕНД ТУШ ЮКРЕЙНІАН СЕРВІСІЗ КОМПАНІ"	за ЄДРПОУ	25642478
Територія	м.Київ, Голосіївський р-н	за КОАТУУ	8036100000
Організаційно- правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування	за КВЕД	69.20

Середня кількість працівників: 315

Адреса, телефон: 01033 м. Київ, вул. Жилинська, будинок 48,50А, +38044 4909000

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

v

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс
(Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.
Форма №1

			Код за ДКУД	1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	774	1 014	
первісна вартість	1001	1 618	2 479	
накопичена амортизація	1002	(844)	(1 465)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	
Основні засоби	1010	21 661	20 901	
первісна вартість	1011	41 068	48 495	
знос	1012	(19 407)	(27 594)	
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	
первісна вартість	1016	0	0	
знос	1017	(0)	(0)	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0	
первісна вартість	1021	0	0	
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)	
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	6	3	
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	492	177	
Відстрочені податкові активи	1045	432	668	

Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	23 365	22 763
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	32 354	27 386
Виробничі запаси	1101	43	40
Незавершене виробництво	1102	32 311	27 346
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	15 093	20 362
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	738	2 662
з бюджетом	1135	2 454	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	2 454	0
з нарахованих доходів	1140	4 573	2 622
із внутрішніх розрахунків	1145	60 150	80 913
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	181	2 093
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	164 080	125 085
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	164 080	125 085
Витрати майбутніх періодів	1170	3 537	3 909
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	8 754	10 893
Усього за розділом II	1195	291 914	275 925
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	315 279	298 688

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	60	60
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	15	15
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	177 884	211 750
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)

Усього за розділом I	1495	177 959	211 825
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	2 696	4 990
розрахунками з бюджетом	1620	4 708	7 827
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	1 681
розрахунками зі страхування	1625	0	0
розрахунками з оплати праці	1630	0	0
одержаними авансами	1635	76 418	64 536
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	48 014	4 242
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	5 435	5 208
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	49	60
Усього за розділом III	1695	137 320	86 863
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	315 279	298 688

Керівник

Заноза С. О.

Головний бухгалтер

Мельничук В.О.



Підприємство

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
"ДЕЛОЙТ ЕНД ТУШ ЮКРЕЙНІАН
СЕРВІСІЗ КОМПАНІ"

Дата

КОДИ

01.01.2019

за ЄДРПОУ

25642478

Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2018 рік
Форма №2
I. Фінансові результати

Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	393 798	311 646
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(163 414)	(125 059)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:			
прибуток	2090	230 384	186 587
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	4 143	15 258
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(187 660)	(184 313)
Витрати на збут	2150	(5 816)	(8 428)
Інші операційні витрати	2180	(6 027)	(7 494)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	35 024	1 610
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	2	2

Інші фінансові доходи	2220	6 427	12 083
Інші доходи	2240	159	506
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(204)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(276)	(842)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	41 336	13 155
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-7 470	-2 351
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	33 866	10 804
збиток	2355	(0)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	33 866	10 804

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 432	3 335
Витрати на оплату праці	2505	182 058	162 023
Відрахування на соціальні заходи	2510	23 682	18 032
Амортизація	2515	9 782	6 078
Інші операційні витрати	2520	143 963	135 826
Разом	2550	362 917	325 294

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	1 000	1 000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1 000	1 000

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

СИСТЕМА ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ АКАДЕМІЧНОГО ПЛАГІАТУ Довідка про оригінальність кваліфікаційної роботи за освітнім рівнем магістр

Ім'я користувача: Тарасенко Лілія Економічний	ID перевірки: 1011195105
Дата перевірки: 16.05.2022 10:02:44 EEST	Тип перевірки: Doc vs Internet + Library
Дата звіту: 16.05.2022 10:03:30 EEST	ID користувача: 100009003

Назва документа: Коротенко Анна керівник Баюра Д.О

Кількість сторінок: 73 Кількість слів: 15003 Кількість символів: 116641 Розмір файлу: 1.95 MB ID файлу: 1011088644

6.81% Схожість

Найбільша схожість: 1.14% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1011073008)

3.4% Джерела з Інтернету 108 Сторінка 75

5.79% Джерела з Бібліотеки 455 Сторінка 76

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

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

Замінені символи 2

Експертна оцінка роботи науковим керівником : дипломна робота **Анни Коротенко** не містить плагіату та рекомендується до захисту в ЕК.



Науковий керівник:

_____ (підпис)

Баюра Дмитро Олександрович
(ПБ)

Оператор:

_____ (підпис)

Тарасенко Лілія Олександрівна
(ПБ)