КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОМПАНІЙ

Студентки 2-го курсу магістратури денної форми навчання
спеціальності 051 Економіка
освітньо-наукової програми Економіка бізнесу
Поліщук Аліни Миколаївни

Науковий керівник
д.е.н., професор Грішнова Олена Антонівна

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

Студентка _____
(підпис)

Робота допущена до захисту в ЕК рішенням кафедри економіки підприємства від «15» травня 2023 р., протокол №11.

Завідувач кафедри економіки підприємства,
доктор економічних наук, професор
Филюк Галина Михайлівна _____
(підпис)

Київ - 2023

Зміст

ВСТУП 3

І РОЗДІЛ. ТЕРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОМПАНІЙ 6

1.1. Сутність корпоративної соціальної відповідальності 6

1.2. Еволюція розвитку корпоративної соціальної відповідальності як складової сучасних бізнес-моделей компаній 13

1.3. Методичні підходи до оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній 18

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ І 22

ІІ РОЗДІЛ. АНАЛІЗ ЗАГАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «АС CROWE UKRAINE», ЇЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ Й СИСТЕМИ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ 23

2.1. Діагностика аудиторського ринку України, на якому функціонує компанія «АС Crowe Ukraine» 23

2.2. Загальна оцінка діяльності компанії «АС Crowe Ukraine» 28

2.3. Аналіз системи бізнес-моделей компанії «АС Crowe Ukraine» 40

2.4. Оцінювання моделі й рівня корпоративної соціальної відповідальності «АС Crowe Ukraine» 52

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІ 62

ІІІ РОЗДІЛ. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 63

3.1. Обґрунтування впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії 63

3.2. Пропозиції щодо удосконалення впровадження корпоративної соціальної відповідальності компанії «АС Crowe Ukraine» 72

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІІ 77

ВИСНОВКИ 79

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ 83

ДОДАТКИ 89

ВСТУП

Трансформація бізнес-пріоритетів та наростання конкуренції на ринку суттєво відобразилися на сприйнятті корпоративної соціальної відповідальності як однієї з ключових цілей діяльності компаній. У минулому підприємства вимірювали успіх лише за економічними показниками, але зміни у підходах до бізнесу та розвиток соціально-економічних аспектів спричинили перегляд ставлення до соціальної відповідальності.

Варто зазначити, що **актуальність теми** обумовлена тим, що в наш час світове співтовариство зосереджується на різних аспектах сталого розвитку. Необхідно підкреслити, що спочатку пандемія COVID-19, а тепер війна посилили вимоги до гнучкості та значимості зв'язку між бізнесом і суспільством у відповіді на виклики, ризики та загрози, пов'язані з глобальними суспільними проблемами. Саме через це корпоративна соціальна відповідальність відіграє важливу роль у розвитку бізнесу в Україні та служить двигуном його конкурентоспроможності.

Сучасність і потенціал феномену корпоративної соціальної відповідальності підкреслюється численними науковими дослідженнями та роботами.

Можна виокремити вітчизняних науковців, у роботах яких були розглянуті питання формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності О.А. Грішнова, Д. О. Баюра, О.В. Дудкін, А.М. Колот, Н.М. Шмиголь, а також в дослідженнях іноземних вчених, таких як П. Друкер, Г. Боуен, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Крамер та М. Портер.

Метою дослідження є саме аналіз корпоративної соціальної відповідальності як складової сучасних бізнес-моделей та розробка пропозицій щодо збільшення конкурентоспроможності компанії на засадах соціальної відповідальності.

Досягнення мети передбачає необхідність постановки та вирішення **таких завдань**:

- розкрити сутність корпоративної соціальної відповідальності;
- дослідити еволюцію розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності;
- вивчити методичні підходи до оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємств;
- дослідити концепцію корпоративної соціальної відповідальності як складової сучасних бізнес-моделей;
- провести аналіз аудиторського ринку України, на якому функціонує компанія;
- оцінити фінансово-господарську діяльність компанії AC Crowe Ukraine;
- провести аналіз бізнес-моделей компанії AC Crowe Ukraine;
- оцінити систему корпоративної соціальної відповідальності компанії;
- обґрунтувати вплив корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії;
- сформувати пропозиції щодо збільшення конкурентоспроможності через впровадження корпоративної соціальної відповідальності компанії AC Crowe Ukraine;
- визначити напрямки посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Об’єкт дослідження – це процес взаємодії між системою корпоративної соціальної відповідальності та створенням конкурентних переваг для підприємства.

Предмет дослідження - теоретико-методичні положення корпоративної соціальної відповідальності як складової бізнес-моделі компанії.

Відповідно до визначеної мети та поставлених завдань, для дослідження були вибрані такі **методи:** описовий метод для розкриття концепції корпоративної соціальної відповідальності та її ролі у підвищенні конкурентоспроможності підприємства; методи аналізу та синтезу використані для визначення рівня корпоративної соціальної відповідальності та оцінки фінансово-господарської діяльності компанії; історичний метод застосований для огляду еволюції розвитку поняття корпоративної соціальної відповідальності; статистичний метод для упорядкування відповідних статистичних даних з метою діагностування аудиторського ринку України; та метод індукції для підведення підсумків отриманих результатів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в систематизації знань та обґрунтуванні положень щодо поняття корпоративної соціальної відповідальності в забезпеченні конкурентоспроможності компанії. Отримані результати можуть бути застосовані бізнесом під час формування стратегії розвитку підприємств на засадах соціальної відповідальності.

Наукова новизна полягає у дослідженні і подальшому розвитку теоретичних засад корпоративної соціальної відповідальності та обґрунтуванні моделі управління корпоративної соціальної відповідальності як складовою стратегії розвитку бізнес-моделі компанії.

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основного тексту викладено на 83 сторінках. Робота містить 18 таблиць та 16 рисунків. Список використаних джерел 51 найменування. Робота має 7 додатків.

І РОЗДІЛ. ТЕРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОМПАНІЙ

1.1. Сутність корпоративної соціальної відповідальності

В умовах глобалізації та високого рівня конкуренції між підприємствами на міжнародному та вітчизняному ринках спостерігається тенденція щодо впровадження корпоративної соціальної відповідальності (далі - КСВ) як основи стратегічного розвитку діяльності підприємств. Застосування принципів КСВ перетворилось на стратегічну необхідність, яка відповідає вимогам сучасного ринку, екологічним нормам та соціальним очікуванням стейкхолдерів, що у свою чергу забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність є одним із найважливіших елементів сучасних бізнес-моделей.

Актуальність та перспективність феномену корпоративної соціальної відповідальності підтверджується великою кількістю наукових досліджень та праць, де можна зустріти значну кількість різних понять «корпоративна соціальна відповідальність». Іноді ці визначення науковців протирічать один одному, адже існує розбіжність між формулюванням мети та цілей підприємства в цілому.

Важливо відмітити, що першим, хто сформував поняття корпоративної соціальної відповідальності був Г. Боуен у своїй праці «Соціальна відповідальність бізнесмена», він стверджував, що соціальна відповідальність полягає у «реалізації тієї політики, прийнятті таких рішень або проходженні такої лінії поводження, що були б бажані з позицій цілей і цінностей суспільства». [40, стр. 191]

На думку вітчизняних науковців Л. С. Селіверстова та Н. В. Лосовської корпоративна соціальна відповідальність бізнесу є «добровільною, а не

обов'язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання із доброчинним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки». [34, стр. 16]

На думку вченого А.М. Колота «за своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність — це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому. Це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін, що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені». [21, с. 70-71]

Досить влучно та змістовно розкрила поняття О. А. Грішнова: «корпоративна соціальна відповідальність є системою економічних, соціальних, екологічних заходів, а також етичних норм і цінностей компанії, які реалізуються на основі постійної взаємодії із стейкхолдерами та спрямовані на зменшення нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу й ділової репутації компанії, а також на зростання капіталізації, набуття конкурентних переваг та стратегічної стійкості бізнес-моделі». [17, стр. 348]

У своїй науковій роботі Мостенська Т.Г., Юрєнєнє В.В. визначили, що «корпоративна соціальна відповідальність охоплює як внутрішні аспекти діяльності підприємства, так і зовнішні. Сфера впливу соціальної корпоративної відповідальності включає такі сторони, як персонал, власників, споживачів,

соціально незахищені верстви населення, суспільство в цілому та оточуюче середовище, зокрема екологію». [38 ,стр. 178]

На нашу думку, враховуючи вище наведенні визначення корпоративна соціальна відповідальність - це система дій компанії, яка включає економічні, екологічні та соціальні заходи, що спрямовані на впровадження сталого розвитку, задоволення інтересів стейкхолдерів, зниження ризиків, підвищення іміджу та стратегічної стійкості бізнесу.

Дослідження світових наукових робіт з корпоративної соціальної відповідальності дозволяє виявити ряд концепцій, які описують ключові ідеї соціальної відповідальності [12, стр. 32]:

1) корпоративна соціальна відповідальність (Corporate Social Responsibility), за якою визначена сутність КСВ, систематизовані її рівні;

2) корпоративна соціальна чутливість (Corporate Social Responsiveness) – визначає можливість сприймати дії суспільства;

3) корпоративна соціальна діяльність (Corporate Social Performance)) – визначає модель корпоративної соціальної діяльності, в якій окреслені принципи та процес КСВ, результати корпоративної поведінки;

4) концепція зацікавлених сторін (Stakeholder Management), суттю якої є те, що підприємства отримують більш високий прибуток за рахунок стійких відносин із зацікавленими сторонами;

5) корпоративне громадянство (Corporate Citizenship) передбачає відповідальність компаній спільно з державою за процеси, які відбуваються у державі;

6) концепція корпоративної стійкості (Corporate Sustainability) передбачає взаємозв’язок трьох елементів: економічного, екологічного та соціального аспектів діяльності компаній. Основоположником концепції є Дж. Елінгтон, який виділив три елементи сталості: люди, планета, прибуток (модель 3Р);

7) концепція створення спільної цінності (Creating Shared Value) передбачає стійкий зв'язок між конкурентними перевагами і КСВ. [28, стр. 32]

На основі базових теоретичних засад основних концепцій корпоративної соціальної відповідальності, зважаючи на культурні, історичні, політичні та соціальні особливості розвитку різних країн, в сучасному світовому бізнес-середовищі склалось декілька основних моделей корпоративної соціальної відповідальності, що дозволяють практично реалізовувати принципи КСВ бізнесу. [28, стр.34]

У світі найбільш розповсюдженими є наступні типи моделей КСВ: американська, європейська (континентальна) та азійська. Відмінності між цими моделями полягають у їх специфічних особливостях. Опис характеристик ключових моделей КСВ можна знайти у таблиці 1. [13, стр.8]

Таблиця 1.1

Характеристика моделей КСВ

Назва моделі		Характеристика
Американська		Добровільні ініціативи корпоративної соціальної відповідальності. Фінансування різних проектів, благодійність, меценатство, спонсорство, мінімальне втручання держави, звільнення від податків учасників програм КСВ
Європейська	Загальноєвропейська	Програми КСВ компаній тісно пов’язані з досягненням їх бізнес-цілей, всі ініціативи КСВ направлені на підвищення прибутку; розвиток науки, освіти і технологій, розвиток персоналу, природоохоронна діяльність, приведення до світових галузевих стандартів
	Скандинавська	Соціальний захист – законодавчо-закріплена норма. Держава бере на себе функції перерозподілу соціальних благ від найбільш забезпечених до найбільш нужденних і незахищених
	Континентальна	Жорсткий зв’язок між рівнями соціального захисту і тривалістю професійної діяльності. Принципи актуарної справедливості – величина соціальної виплати залежить від величини страхового внеску. Основа моделі – соціальне страхування за рахунок внесків роботодавців

		Продовження табл.1.1
Європейська	Британська (англосаксонська, модель Бевериджа)	Активна участь держави в ініціативах і програмах КСВ. Створення державно-приватних партнерів в освітньому просторі, спільне фінансування проектів, надання податкових пільг. Універсальна система соціального захисту – розповсюдження її на всіх, хто потребує допомоги.
Японська (азійська)		Орієнована на внутрішнє середовище, підтримку і розвиток персоналу, систему «довічного найму», ініціативи корпоративної соціальної відповідальності не закріплено законодавчо, керуються суспільними інтересами

Джерело: складено автором на основі даних [13, стр.34, 28 стр.8]

Важливо зазначити, що дослідник А. Керолл сформував одну із основних моделей КСВ, де вважав, що «корпоративна соціальна відповідальність повинна охоплювати економічні, правові, етичні та дискреційні (благодійні) очікування, які суспільство має від організацій у певний момент часу». Тому можна виокремити чотири різноманітних категорії, на яких базуються ініціативи корпоративної соціальної відповідальності на Рисунку 1.1.

Рис. 1.1. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті піраміди А. Керолла

Джерело: складено автором за даними [39 ,стр.124]

З піраміди А. Керолла видно, що її основою є економічна відповідальність, оскільки компанії здебільшого створюються як виробники товарів та послуг, що дозволяє задовольняти потреби суспільства і отримувати прибуток, адже це є саме при великій конкуренції на ринку. Правова відповідальність описує діяльність підприємства як суб'єкта господарювання, що вимагає дотримання законодавства та підпорядкування економічної діяльності правовим нормам. Щодо етичної відповідальність, то вона формується на принципах діяльності відповідно до загальноприйнятих моральних норм та інтересів стейкхолдерів. Філантропічна відповідальність полягає у добровільній та благодійній діяльності, яка відповідає очікуванням суспільства у проведенні ініціатив з використанням соціальних програм. [14, стр.21]

Виходячи з цього можна виділити основні напрями діяльності підприємства в межах корпоративної соціальної відповідальності, які відображені на Рисунку 1.2.

Рис. 1.2. Основні напрями діяльності в межах КСВ

Джерело: складено автором за даними [9 ,стр.17]

Регламентування КСВ стало необхідним процесом розвитку. На сьогодні діє близько 20 різноманітних стандартів, які регулюють КСВ. Серед них слід виділити AA 1000 (Account Ability), GRI (Global Reporting Initiative), ISO 14000, SA 8000 (Соціальний захист), ISO 26000:2010 (Настанова по соціальній відповідальності) та ін. Ці стандарти прописані з використанням системного підходу і мають досить високі вимоги до збору інформації. Спільним для цих стандартів є те, що вони декларують необхідність складання та подання компанією нефінансової звітності, ведення відкритого діалогу зі всіма стейкхолдерами, аналіз, контроль, оцінку їх вимог та інтересів, лояльність всіх підрозділів підприємства до ідеології соціальної звітності. [12 ,стр. 34]

Варто відзначити, що стандарт SA 8000 «Social Accountability» розглядає соціальну відповідальність «як змогу компанії чи організації оцінювати соціальні наслідки своєї діяльності, враховуючи безпеку та вплив на довкілля» [49, стр 2]. Відповідно до стандарту ISO 26000, «КСВ – це відповідальність рішень організації перед своїми споживачами, партнерами, суспільством, у якому вона функціонує, що проявляється у активній та етичній поведінці, яка, у свою чергу, призводить до процвітання та сталого розвитку компанії» [51, стр 3].

Використовуючи міжнародні стандарти КСВ, у компаній з’являється можливість окреслити напрями соціально відповідальної діяльності та побудувати систему управління діяльністю у сфері сталого розвитку, що включає розробку стратегії взаємовідносин із стейкхолдерами, що прямо впливатиме на підвищення конкурентоспроможності підприємства. [12, стр. 34]

1.2. Еволюція розвитку корпоративної соціальної відповідальності як складової сучасних бізнес-моделей компаній

Зміни пріоритетів ведення бізнесу та вплив високої конкуренції на ринку досить вплинули на визначення важливості корпоративної соціальної відповідальності як однієї із основних цілей діяльності підприємства. Раніше підприємства вважали успіхом лише економічні показники діяльності, зміни у підходах ведення бізнесу та розвиток соціально-економічних факторів змінив погляди на соціальну відповідальність, яка сьогодні стала невід'ємною складовою у побудові загальної стратегії розвитку.

Тому важливо дослідити як саме змінювались підходи до визначення та впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

Основи теорії корпоративної соціальної відповідальності були сформовані в XVIII столітті під час промислових революцій. У значній ступені концепція була розвинута представниками науково-управлінської школи [10, стр. 4].

Ідею соціальної відповідальності бізнесу описував послідовник Ф. Тейлора Генрі Гантт у роботі «Організація праці». Він стверджував про необхідність поєднання прагнення до збільшення прибутків і підвищення добробуту суспільства в цілому. [46, стр. 158]

Як вже було зазначено у пункті 1.1, що Г. Боуен грав провідну роль у науковому дослідженні проблематики соціальної відповідальності. Він обґрунтовував процес становлення соціальної відповідальності важливим соціальним інститутом та доводив важливість для компаній нести відповідальність перед суспільством та природою.

Утім ретроспективний аналіз досліджуваної проблеми свідчить, що важлива полеміка з приводу феномену соціальної відповідальності бізнесу розпочалася ще наприкінці XIX ст. після публікації статей видатного підприємця-

філантропа Ендрю Карнегі, які потім увійшли до книжки «Євангелія багатства» [22, стр. 32]. У ній він обстоює позицію, що базується на двох принципах: доброчинності й ефективного управління власністю. Згідно з першим принципом суспільство очікує від бізнесу вкладання ресурсів у розв'язання найбільш наболілих соціальних проблем. Підприємець, за Карнегі, володіє грошима «за дорученням» суспільства, з чого випливає висновок щодо необхідності використання їх для прирощення суспільного багатства. Звідси виникає і другий принцип — ефективного управління власністю. [22, стр. 33].

Іншим науковцем, що розібрав досконало еволюцію становлення КСВ був А. Керолл, який вважав, що «концепція корпоративної соціальної відповідальності має довгу і різноманітну історію. Можна простежити свідчення турботи бізнес-спільноти про суспільство впродовж століть. Однак офіційні документи про соціальну відповідальність - це здебільшого продукт 20-го століття, особливо останніх 50-ти років». [42, стр. 268]

Вчений А. Керолл виділяє наступні періоди розвитку КСВ, розбиваючи кожний на певні десятиліття [, стр. 284]:

1. 1950-ті роки XX століття свідчать про «початковий період формування корпоративної соціальної відповідальності» в компаніях;
2. 1960-ті роки XX століття характеризуються вивченням та розвитком понять корпоративної відповідальності;
3. 1970-ті роки XX століття засвідчують зміцнення значимості КСВ;
4. 1980-ті та 1990-ті роки XX століття відрізняються «збереганням концепції КСВ як основи при її поступовому переході до додаткових тематичних напрямів». [, стр 285]

Виходячи із дослідження А. Керолла можна прослідкувати саме зміну підходів до визначення корпоративної соціальної відповідальності як складової бізнес-моделі.

Таблиця 1.2

Еволюція науково-методичних концепцій щодо встановлення корпоративної соціальної відповідальності

Вчені	Корпоративна соціальна відповідальність
І.фон Арльт	«…зловживання владою породжує бідність і дуже часто зростання бідності породжує насилля»
Е.Карнегі	Благодійництво як компенсація суспільству за право на використання ресурсів, що свідчить про ефективне управління.
Р.Е.Вуд	Відповідальність компанії перед суспільством відіграє важливу роль, тому об'єднання можливостей керівництва з державними ініціативами має велике значення.
Р.Штаммлер, Р.Штольцман, А.Амон	Моральні та юридичні стандарти як ключовий елемент економіки: включення системи цінностей на всіх етапах бізнес-процесу.
Т.Веблен	Встановлення балансу інтересів, протиріччя між корпоративними інтересами (максимізація доходів та зменшення витрат) та потребами суспільства (одержання більшого обсягу високоякісних послуг).
К.Девіс	Підприємство пропонує шляхи соціального регулювання, засновані на взаємодії з громадськістю.
М.Фрідмен	Обов'язок підприємства полягає виключно у зростанні доходів.
П.Самуельсон	Соціальна відповідальність сприяє поліпшенню економічних показників діяльності компанії.
П.Друкер	Соціальна відповідальність відображає перевтілення соціальних викликів у економічну міць та прибуток, кваліфікацію співробітників, продуктивність та благополуччя.
Е.Керолл	Соціальна відповідальність повинна охоплювати економічний, юридичний, моральний та благодійний аспекти.

Джерело: складено автором на основі даних [22, с. 5-40]

У своїй роботі науковець А.М. Колот розглядає новітні тенденції розвитку теорії корпоративної соціальної відповідальності, де характерною особливістю досліджень у царині КСВ, як уже зазначалось, є перехід від загальних теоретичних констатувань, філософських суджень щодо сутності, місця, ролі КСВ до розроблення управлінських технологій активізації соціально відповідальної поведінки, обґрунтування впливу практик КСВ на соціально-економічний розвиток організацій. Складником новітніх тенденцій у розвитку теорії

КСВ є розгляд цього феномену крізь призму потенційних і реальних ресурсів організації. [21, стр 24]

Також автор підкреслює, що «соціальна відповідальність постає як важливий соціальний ресурс незалежно від того, якої концепції соціальної відповідальності додержується компанія. У компанії, а точніше, у тих, хто визначає її політику, завжди залишаються очікування вигоди (економічної, соціальної, моральної) від соціально відповідальної поведінки.» [22, стр 25]

На сучасному етапі соціальна відповідальність бізнесу являє собою саме такий багатоступеневий механізм, що може бути використаний на користь усім учасникам процесу, у тому числі і самому підприємству. [35, стр 162]

Важко не погодитись із думкою К.М. Березюка, що «що останніми роками концепція соціальної відповідальності бізнесу набула нових обертів. Це в першу чергу пов’язано зі зростанням конкурентної боротьби, розвитком міжнародних ринків, загостренням глобальних проблем людства. Усе частіше соціальна відповідальність розглядається підприємствами як додаткове джерело конкурентних переваг.» [35, стр. 3]

А. Остервальдер визначає бізнес-модель як спосіб, яким підприємство вибирає споживача, формує та диференціює свої пропозиції, розподіляє ресурси, визначає, які завдання воно зможе виконати самостійно, а які потребують залучення фахівців ззовні, виходить на ринок, створює цінність для споживача та отримує прибуток від цього [27, стр. 35]. Підприємства можуть пропонувати різні продукти, послуги або технології, але якщо їхні підходи до створення схожі, то вони функціонують за однією бізнес-моделлю. Принципи, які лежать в основі бізнес-моделі, повинні гарантувати отримання прибутку на цільових ринках. Тільки така бізнес-модель, яка дає змогу отримувати прибуток, може вважатись успішною [31, стр. 145].

У процесі динамічного розвитку зовнішнього ринку та збільшення конкретності сучасна бізнес-модель компанії знаходиться під тиском від бізнес-моделей її конкурентів. Тому важливим завданням для управління є створення гнучкої бізнес-моделі, яка здатна швидко реагувати на зміни в економічному середовищі та відповідно перебудовувати бізнес-процеси компанії. Комплексна бізнес-модель повинна бути спрямована на інноваційний розвиток та постійне вдосконалення, яке відіграватиме велику роль у стабільному розвитку компанії [25, стр 76].

Саме тому варто зазначити, що застосування корпоративної соціальної відповідальності надає компаніям конкретні переваги, зокрема, покращення управління завдяки запобіганню ризикам; покращення репутаційного менеджменту; збільшення обсягів продажу та частки ринку; мотивування співробітників; оптимізація операційних процесів та зменшення витрат; лояльність інвесторів; покращення фінансових показників діяльності; налагодження стосунків із державним сектором та суспільством тощо.[30, стр.163]

Важливо зазначити, що впровадження корпоративної соціальної відповідальності в структурі бізнес-моделі має досить високий вплив на конкурентоспроможність підприємства. Тому важливо відзначити, що автори О.В Будько та Галатов Б.М. наголосили на тому, що «для підвищення конкурентоспроможності керівництву підприємства слід розробити і впровадити таку систему КСВ, елементи якої були б дієвими та прямо впливали на економічну, екологічну та соціальну результативність діяльності бізнес-моделі підприємства. Розробка такої системи передбачає чітке визначення її мети, завдань та найбільш вагомих стейкхолдерів.» .[12, стр.163]

Як зазначає український науковець А.О Грішнова « у демократичному суспільстві, у соціально орієнтованій ринковій економіці соціально відповідальна поведінка — безальтернативний шлях для бізнесу, зорієнтованого на

стратегічну стійкість. Цим пояснюється активне поширення ідей і практики корпоративної соціальної відповідальності в усьому світі. Поширенню принципів соціально відповідального ведення бізнесу сприяють, зокрема, і глобалізаційні тенденції в економіці, а також активне встановлення останніми роками вимог для компаній з обов'язкового оприлюднення соціальної звітності, розробленої відповідно до міжнародних стандартів. Самі міжнародні стандарти, їх зростаючий авторитет і поширення є новим поштовхом до соціалізації діяльності підприємств.» [23, стр 75].

1.3. Методичні підходи до оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній

Дослідивши важливість корпоративної соціальної відповідальності в структурі бізнес-моделі підприємства задля зміцнення позицій на ринку, забезпечення конкурентоспроможності та довгострокової стабільності, можна зрозуміти, що вона відіграє значну роль у сучасному бізнес-середовищі. Саме аналіз оцінки ефективності дає змогу переконатись у необхідності та рівні впливу КСВ на конкурентоспроможність підприємства.

Внаслідок збільшення кількості соціально відповідальних підприємств на глобальному рівні, а також в Україні, виникає потреба в оцінці ступеня впровадження та результативності КСВ. В академічних джерелах різні погляди на оцінку КСВ засновані на різних методологічних підходах.

Щодо оцінки корпоративної соціальної відповідальності, можна виділити дві домінуючі концепції: деякі автори акцентують увагу на загальному оцінюванні КСВ, тоді як інші фокусуються на вимірюванні ефективності КСВ.

На думку науковців Н. Л. Кусик, А. В. Кловачевська «якщо підприємство ставить собі за мету оцінити ефективність соціальних витрат, то йому най-

більш доцільним є обрання ресурсного підходу до оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності. У даному випадку доцільним є формування власної системи показників за кожним напрямком реалізації КСВ. Причому первинним при обґрунтуванні системи показників є визначення мотивів та потреб кожної групи внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів, по відношенню до яких здійснювалися відповідні програми та проекти.» [25, стр 139].

У своїй науковій роботі дослідники Н. С. Станасюк, І. І. Пасінович, А. Р. Томашевська, що «для правильного вибору методу та інструментарію оцінювання необхідно врахувати такі фактори: розуміння самої сутності КСВ суб'єктами оцінювання та її різнонаправленості, визначення цілей та об'єктів оцінювання, урахування галузевої та іншої специфіки діяльності об'єкта, знання правових аспектів господарювання, законодавчої бази та міжнародних угод тощо.» [36, стр 111].

Тому залежно від визначеної цілі, розробляється метод для визначення ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

Рис. 1.4. Методичний підхід до проведення оцінки ефективності КСВ

Джерело: складено автором за даними [25, стр.139]

Як зазначають В.І. Куцик, І.В. Мойсеєнко щодо аналізу якісних параметрів оцінки соціальної відповідальності підприємства, то слід звернутись до нефінансових звітів корпоративного сектору економіки. Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах (стандартах) з чотирьох загальноприйнятих [26, стр. 94]:

1.Звіт про КСВ-діяльність, який створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, представляє собою перелік соціальних проектів компаній і не проходить аудит.

2. Звіт про реалізацію принципів Глобального договору (COP – Communication on Progress). Звіт з прогресу стосується виконання принципів Глобального Договору, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи.

3.Звіт зі сталого розвитку готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, за п’ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності.

4.Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability) розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності. [32, стр. 43]:

Важко не погодитись із твердженням дослідників Ю. П. Воржакова та А. С. Лис, що «якісні методи оцінки не показують порівняльної ефективності чи її кількісного вираження. Вони дозволяють охарактеризувати ситуацію та пояснити вигоду від запроваджених проектів зазвичай у вигляді кейсових ситуацій. Також, в тих випадках, коли не можливо дати грошове визначення якимось показникам, для їх кількісної інтерпретації можуть використовуватися методи експертної оцінки. При здійсненні компанією соціальних проектів постає питання балансу двох показників: ефективності для суспільства — соціального ефекту (social value added — внесок компанії в рішення соціальної проблеми) і вигоди для компанії — впливу на основну діяльність (business value added — економічний ефект (дохід) від реалізації проекту)». [32, стр. 36]

Також науковці розглянули методи оцінки ефективності КСВ з іншої сторони, а саме з позиції формулювання цілей оцінки ефективності КСВ [32, стр. 37:

- оцінка ефективності використання ресурсів і коштів на здійснення КСВ;
- оцінка конкурентоспроможності підприємства і покращення позиції підприємства в рейтингах;
- оцінка рівня задоволеності мотивів і потреб різних суб'єктів (стейкхолдерів);
- оцінка впливу КСВ на фінансово-економічні показники роботи підприємства. [32, стр. 36]

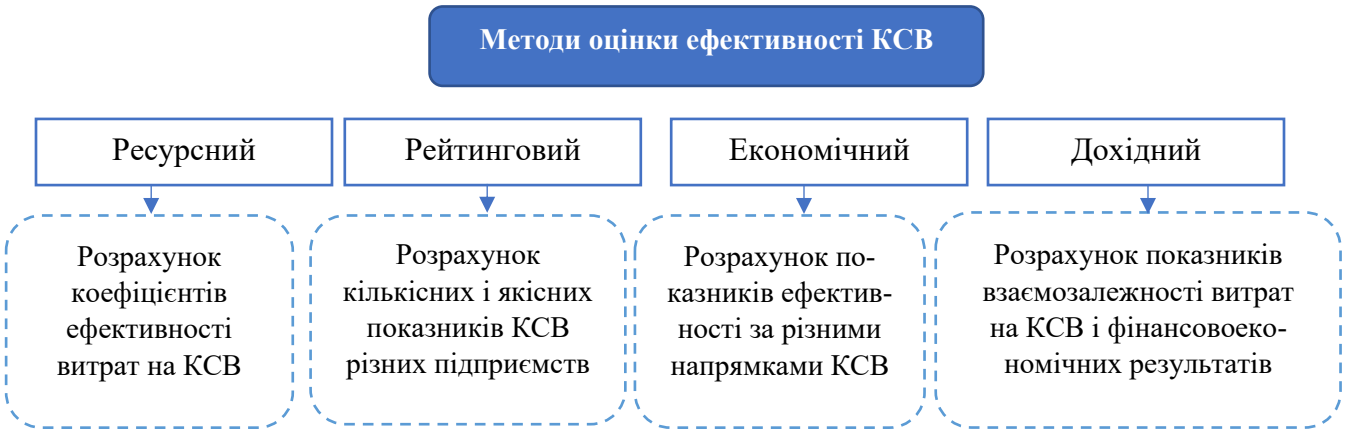

Рис. 1.5. Методи оцінки ефективності КСВ

Джерело: складено автором за даними [15 ,стр.37]

Отже, дослідники пропонують методичний підхід, який передбачає визначення мети оцінки КСВ, що дозволить обрати сприятливий метод, розробити систему показників та зробити висновки задля прийняття управлінських рішень. Мета оцінки КСВ діяльності полягає в удосконаленні методичного підходу та відстеженні рівня задоволення потреб стейкхолдерів. [26, стр. 36]

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ І

З аналізу еволюції корпоративної соціальної відповідальності та змін рівня її впливу на конкурентоспроможність підприємств, можна зробити висновки, що у сучасному світі показниками успіху компанії стають не лише фінансові результати, такі як прибуток, темп зростання чи пізнаваність бренду, а все більше набуває значимість впровадження КСВ у бізнес-модель компанії.

Адже саме працівники та стейкхолдери почали все більше оцінювати компанію з точки зору її впливу на економіку, навколишнє середовище та суспільство взагалі. Дуже важливо, щоб компанія піклувалась про суспільне благо, а не тільки про власний прибуток.

На нашу думку, враховуючи наведенні вище визначення корпоративна соціальна відповідальність - це система дій компанії, яка включає економічні, екологічні та соціальні заходи, що спрямовані на впровадження сталого розвитку, задоволення інтересів стейкхолдерів, зниження ризиків, підвищення іміджу та стратегічної стійкості бізнесу.

Корпоративна соціальна відповідальність стала важливою частиною загальної бізнес-стратегії. Тому можна безперечно стверджувати, що існує взаємозв’язок між комерційними та соціальними інтересами, досягненням стабільного лідерства на ринку та її довгостроковою конкурентоспроможністю.

Внаслідок збільшення кількості соціально відповідальних підприємств виникає потреба в оцінці ступеня впровадження та результативності КСВ, де спочатку підприємству необхідно визначити мету оцінки ефективності КСВ, що дозволить у свою чергу вибрати оптимальний метод, розробити систему показників, встановити критерії для вхідної інформації та сформулювати коректні висновки для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

ІІ РОЗДІЛ. АНАЛІЗ ЗАГАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «AC CROWE UKRAINE», ЇЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ Й СИСТЕМИ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

2.1. Діагностика аудиторського ринку України, на якому функціонує компанія «AC Crowe Ukraine»

Учасниками аудиторського ринку є аудитори, САД, аудиторські фірми (компанії), регулюючі органи, професійні організації (українські та міжнародні) та клієнти. Ця система стейкхолдерів аудиторського ринку залежить від багатьох факторів (внутрішніх та зовнішніх). За останні роки аудиторський ринок України зазнав значних змін.

Важливо відмітити, що основним регулюючим нормативно-правовим актом аудиторського ринку України є - Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» (Закон), який було прийнято у грудні 2017 року. Цей Закон був прийнятий у зв'язку з реформою аудиторського ринку, що ґрунтувалася на моделі Міністерства фінансів України, яка передбачала приведення системи регулювання аудиту відповідно до міжнародних стандартів та світових практик. Основна мета нового Закону полягала у забезпеченні відповідності українського законодавства в аудиторській сфері нормам ЄС, зокрема Директиві 2006/43/ЄС та Регламенту (ЄС) 537/2014. [5, стр. 4]

Зміни в законодавстві значно змінили структуру аудиторського ринку України в цілому. [5, стр. 5].

Відомості до Реєстру вносяться Аудиторською палатою України, відповідно лише після включення до Реєстру САД можуть надавати аудиторські послуги. [7, стр. 3].

Реєстр складається з таких розділів [6, стр. 5]:

- аудитори;

• суб’єкти аудиторської діяльності;

• суб’єкти аудиторської діяльності, які мають право проводити обов’язковий аудит фінансової звітності;

• суб’єкти аудиторської діяльності, які мають право проводити обов’язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес.

Необхідно підкреслити, що не всі аудиторські фірми подали звіти за 2021 рік, так як діє норма воєнного стану та трьох місяців після його припинення, тому офіційна інформація та дані щодо аудиторської діяльності в Україні за 2021 рік не були ще опубліковані АПУ та звіт буде робитись тільки після закінчення даної норми або певного розпорядження Мінфіну.

Так як звіт має велике значення для аудиторської галузі та є важливим джерелом інформації, аналіз тану Аудиторського ринку України проводився на основі даних за 2016 – 2020 роки.

Загальний огляд основних показників аудиторського ринку України за 2020 рік представлено в Рисунку 2.1.

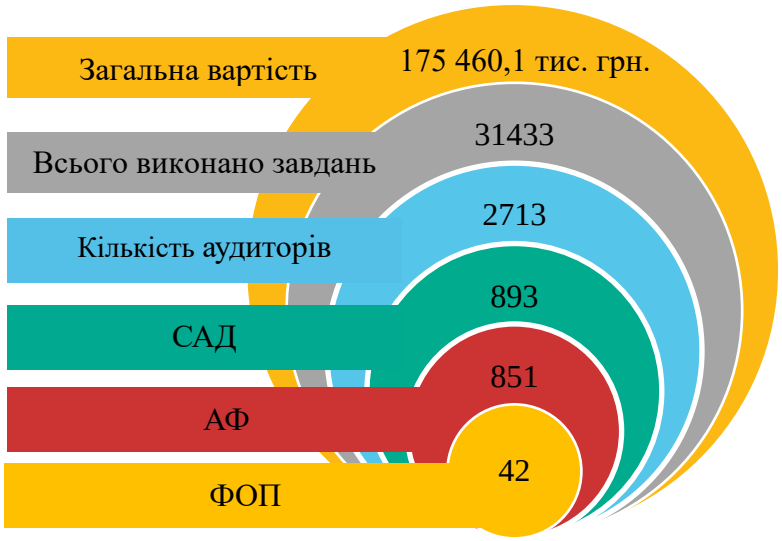

Рис. 2.1 Загальна інформація. Ринок аудиту 2020 року

Джерело: складено автором на основі даних АПУ [6]

Важливо відмітити, що АС Crowe Ukraine входить до групи САД, що має право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес тому доцільно проаналізувати 4 Реєстр.

Для більш ґрунтовного аналізу ситуації на аудиторському ринку України був складений рейтинг ТОП-20 компаній, загальна чисельність аудиторських фірм в Україні дорівнює 81 компанії.

Таблиця 2.1

ТОП-20 найкращих аудиторських компаній України за рівнем доходу, 2020 рік.

№	Назва компанії	Дохід 2020. тис грн	Дохід 2021. тис грн	Темп приросту. %
1	ТОВ "Прайсвотерхаускуперс" *	394005.6	422628.5	7.26
2	ТОВ "Делойт енд Туш ЮСК"	390454	389453	-0.26
3	ТОВ "Ернст енд Янг Аудиторські послуги"	326083	407003	24.82
4	ТОВ "КПМГ-Україна"	201253	255045	26.73
5	ТОВ "Бейкер Тіллі Україна"	197515.7	223515.7	13.16
6	ТОВ "Емерджекс Аутсорсінг"	127747.1	150747.1	18.00
7	ТОВ "Грант Торнтон Легіс"	69227	101476.6	46.59
8	ТОВ "БДО"	65163.3	85916.3	31.85
9	ТОВ "АК "УПК-Аудит ЛТД"	48355.1	83204.5	72.07
10	ТОВ "Крестон Джі Сі Джі"	40678.9	54456.9	33.87
11	ТОВ "АК "Кроу Україна"	35529	51349	44.53
12	ТОВ "Кроу Ерфольг Україна"	30206.5	50947	68.66
13	ТОВ "Нексія ДК Аудит"	26450	25976.6	-1.79
14	ТОВ "АФ "Мазар Україна"	25598	27986	9.33
15	ТОВ "Ейч Ел Бі Юкрейн"	25706.3	23706.3	-7.78
16	ПрАТ АФ "Де Візу"	25183	23183	-7.94
17	ТОВ "ПКФ Україна"	17031.5	18056.2	6.02
18	ТОВ "АФ "РСМ Україна"	11714.9	18178.9	55.18
19	ТОВ АФ "Аудит-Інвест"	10648.2	12324.2	15.74
20	ТОВ "АФ "Моор Стівенс"	10527.9	12457.9	18.33

** Показники доходів ТОВ "Прайсвотерхаускуперс" за 2019 – 2020 рік пораховані разом із результатами діяльності "Прайсвотерхаускупер Аудит" та ТОВ "ПрайсвотерхаусКуперс Ешуренс"*

Джерело: складено автором на основі даних звітностей аудиторських компаній

Згідно з четвертим розділом Реєстру АПУ на аудиторському ринку діють 81 САД, 27 з яких є членами міжнародних аудиторських мереж. Незважаючи на те, що членами міжнародних мереж є лише 33,3% від загальної кількості компаній, однак, вони мають найбільшу частку ринку за доходом.

Щодо першої п'ятірки, то перші чотири позиції поділили між собою компанії-представники «Великої четвірки». Перше місце займає компанія ТОВ "Прайсвотерхаускуперс» із темпом приросту 7,26%, де були взяті фінансові показники двох компаній ТОВ "Прайсвотерхаускупер Аудит" та ТОВ "ПрайсвотерхаусКуперс Ешуренс". Друге місце займає ТОВ "Делойт енд Туш ЮСК"(-0,26%), далі ТОВ "Ернст енд Янг Аудиторські послуги" (24,82%), четверте - ТОВ "КПМГ-Україна" (26,73%), на п'ятій сходинці знаходиться ТОВ "Бейкер Тіллі Україна" (13,16%). Щодо позицій компанії ТОВ "АК "Кроу Україна", то вона займає 11 місце у рейтингу та має позитивний приріст - 44.53%.

Найбільший темп приросту має компанія ТОВ "Кроу Ерфольг Україна", яка є прямим конкурентом для ТОВ "АК "Кроу Україна", рівень приросту ставить 68,66.

Для аналізу ситуації аудиторського ринку України було розраховано коефіцієнт концентрації аудиторського ринку.

Він обчислюється як сума ринкових часток для найбільших компаній з загальної кількості компаній, що належать до одного товарного ринку.

Для цього було визначено частку ринку ТОП-20 аудиторських компаній та визначено загальний дохід від реалізації послуг 4 групи Реєстру, який дорівнює сумі 243 7611,7 тис. грн.

Таблиця 2.2.

Частка ринку ТОП-20 найкращих аудиторських компаній України

№	Назва компанії	Дохід 2021. тис грн	Частка ринку, %
1	ТОВ “Прайсвотерхаускуперс” *	422628.5	17.338
2	ТОВ “Делойт енд Туш ЮСК”	389453	15.977
3	ТОВ “Ернст енд Янг Аудиторські послуги”	407003	16.697
4	ТОВ “КПМГ-Україна”	255045	10.463
5	ТОВ “Бейкер Тіллі Україна”	223515.7	9.169
6	ТОВ “Емерджекс Аутсорсінг”	150747.1	6.184
7	ТОВ “Грант Торнтон Легіс”	101476.6	4.163
8	ТОВ “БДО”	85916.3	3.525
9	ТОВ “АК “УПК-Аудит ЛТД”	83204.5	3.413
10	ТОВ “Крестон Джі Сі Джі”	54456.9	2.234
11	ТОВ “АК “Кроу Україна”	51349	2.107
12	ТОВ “Кроу Ерфольг Україна”	50947	2.090
13	ТОВ “Нексія ДК Аудит”	25976.6	1.066
14	ТОВ “АФ “Мазар Україна”	27986	0.973
15	ТОВ “Ейч Ел Бі Юкрейн”	23706.3	1.148
16	ПрАТ АФ “Де Візу”	23183	0.951
17	ТОВ “ПКФ Україна”	18056.2	0.741
18	ТОВ “АФ “РСМ Україна”	18178.9	0.746
19	ТОВ АФ “Аудит-Інвест”	12324.2	0.506
20	ТОВ “АФ “Моор Стівенс”	12457.9	0.511

Джерело: складено автором на основі даних звітностей аудиторських компаній

Звідси можна розрахувати коефіцієнт концентрації CR = 69,64%, це означає, що ринок висококонцентрований.

Далі розрахуємо Індекс Херфіндаля – Хіршмана, який відіграє ключову роль у формуванні антимонопольної стратегії. Основним плюсом цього індексу є його спроможність відображати зміни у розподілі ринкових часток серед компаній, що працюють у даному секторі.

HHI=17,34^2+15,98^2+16,69^2+10,46^2+9,176^2+6,18^2+4,163^2+3,52^2+3,41^2+13,07= 1120.8141

13,07% - це компанії, які займають 1% і менше 1% ринку аудиторських послуг.

Можна зробити висновок, що ринок не монополізований, але помірно конценрований.

Однак, хоча проведена реформа, яка з першого погляду дійсно повинна була структуризувати ринок, зробити національні підприємства привабливими для інвесторів та створити позитивний імідж українського аудиторського ринку, загалом, протягом 5 років дії нового законодавства внутрішні "непереборні сили" зумовили неможливість реалізації деяких аспектів реформи. Закон містить чіткі правила, але, незважаючи на це, не всі учасники ринку належним чином їх дотримуються. Саме тому рівень довіри до вітчизняних аудиторів та сприйняття якості виконаної роботи все ще залишається на рівні 2017 року.

2.2. Загальна оцінка діяльності компанії «AC Crowe Ukraine»

AC Crowe Ukraine (ТОВ АК «Кроу Україна») — член міжнародної аудиторської мережі Crowe Global – 8-ї у світі за величиною, яка складається більше 200 незалежних фірм, які надають аудиторські та консультативні послуги у більш ніж 150 країнах світу через 833 офісів.

Компанія спеціалізується у наданні аудиторських, бухгалтерських, консультаційних, консалтингових та юридичних послуг.

Товариство з обмеженою відповідальністю аудиторська компанія AC Crowe Ukraine створене внаслідок реорганізації, шляхом перетворення приватного підприємства «Аудиторська фірма «Доновей Аудит» на товариство з обмеженою відповідальністю «Кроу Хорват ЕйСі Україна», у подальшому перейменоване на товариство з обмеженою відповідальністю аудиторська компанія «Кроу Україна», яке діє на підставі Статуту, Цивільного та Господар-

ського кодексів України, Законів України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та законодавства, що регулює провадження аудиторської діяльності в Україні та іншого чинного законодавства України.[19, стр. 5]

Метою АС Crowe Ukraine є здійснення аудиторської діяльності, організації підприємницької діяльності, прийняття участі у формуванні ринку аудиторських послуг, розвитку економічного, науково-технічного та інших видів співробітництва з господарськими організаціями України та інших країн з метою організаційного і методичного забезпечення аудиту, практичного виконання аудиторських перевірок (аудиту), одержання прибутку, задоволення та реалізація на підставі одержаного прибутку соціально-економічних інтересів та потреб учасників і членів трудового колективу товариства.

Засновниками компанії є фізичні особи, 100% корпоративних прав належать сертифікованим аудиторам. Акціонерами є Потопальська Олена Вікторівна – 70% та Карпов Леонід Миколайович – 30%, у 2021 році 70% корпоративних прав належали Козленку Володимиру Григоровичу.

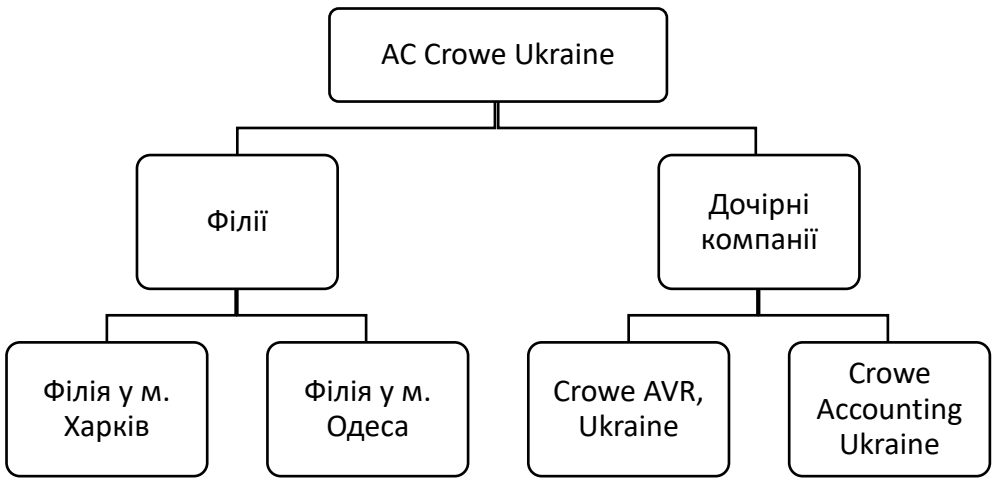

Рис.2.2. Структура АС Crowe Ukraine

Джерело: складено автором за даними АС Crowe Ukraine

У 2019 році компанія зазнала значних змін у своїй корпоративній та організаційно-правовій структурах. АС Crowe Ukraine відкрила офіси (філіали) у м. Харків та м. Одеса. Було відкрито дві дочірні компанії: Crowe AVR та Crowe Accounting Ukraine, які є членами Crowe Global на підставі TMCA (A Trademark License and Control Aggreement).

Основний вид діяльності, яким займається підприємство відповідає класу - 69.20. Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування.

Для АС Crowe Ukraine співробітники є важливим ресурсом успіху компанії, зокрема, професійна команда, яка складається з сертифікованих аудиторів із високим рівнем підготовки та досвіду. Це надає можливість забезпечувати високоякісні послуги для клієнтів та підтримувати сильні відносини довіри між організацією та її замовниками.

Таблиця 2.3

Загальна структура персоналу АС Crowe Ukraine за 2017-2021 р.р.

Категорії персоналу	Кількість працівників									
	осіб					у % до підсумку				
	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Професійний штат, з них:	70	34	43	49	62	71%	72%	73%	79%	81%
Сертифіковані аудитори	30	25	26	29	28	31%	53%	44%	47%	36%
Адміністративний штат	28	13	16	13	15	29%	28%	27%	21%	19%
Всього	98	47	59	62	77	100	100	100	100	100

Джерело: складено автором за статистичними даними АС Crowe Ukraine

Аналізуючи тенденцію до збільшення професійного штату у компанії, можна прослідкувати взаємозв’язок та знайти закономірність із збільшенням рівня доходу впродовж 2017 - 2021 років, адже аудитори, а саме професійна

кваліфікація співробітників - ключовий елемент виконання завдань в аудиторських компаніях.

Розглядаючи послуги, які надає Компанія, то можна виокремити аудит, консалтинг, податки та ТЦУ, бухгалтерські послуги та оцінку.

Видно, що найбільших змін зазнали інші аудиторські послуги іншим юридичним особам, адже частка у загальному обсязі від доходу дорівнює 30% на 2021 рік та мала тенденцію, до зростання у заданий проміжок часу.

Таблиця 2.4

Аналіз обсягів надання послуг AC Crowe Ukraine 2017-2021 рр.

Види послуг	Обсяги наданих послуг, грн				Частка у загальному обсязі, %	
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2018 рік	2021 рік
Послуги з обов'язкового аудиту фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес	970 500	965 500	12 134 000	13 614 000	4%	31%
Послуг з обов'язкового аудиту фінансової звітності іншим юридичним особам	705 233	2 759 000	9 132 000	13 495 000	3%	30%
Інші аудиторські послуги підприємствам, що становлять суспільний інтерес	3 751 268	4 287 000	2 215 000	-	16%	-
Інші аудиторські послуги іншим юридичним особам	6 302 099	7 153 800	4 872 000	-	27%	-
Неаудиторські послуги іншим юридичним особам	7 214 135	4 758 000	4 844 000	14 271 000	31%	32%
Неаудиторські послуги підприємствам, що становлять суспільний інтерес	4 090 936	3 185 000	2 332 000	2 942 000	18%	7%

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

З наведеної таблиці видно, що відбувалось помірне зростання частки послуг з обов'язкового аудиту фінансової звітності підприємств, що становлять

суспільний інтерес між 2018 по 2021 рік, максимальний дохід був отриманий у 2021 році - 13 614 000 грн.

Таблиця 2.5

Основні фінансово-економічні показники господарської діяльності AC Crowe Ukraine 2018-202 рр.

Показники	Звітний період				Темп росту, %		
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2018-2019 рік	2019-2020 рік	2020-2021 рік
Чиста виручка від реалізації послуг	26453.1	30260.00	35391.10	51382.30	14%	17%	45%
Собівартість реалізованих послуг	21397.3	23177.80	21508.40	38995.80	8%	-7%	81%
Валовий прибуток (+) або збиток (-) звітного періоду,	5055.8	7082.20	13882.70	12386.50	40%	96%	-11%
Чистий прибуток (+), збиток (-), тис. грн..	1145.7	583.10	567.10	1831.6	-49%	-3%	223%
Дебіторська заборгованість за продукцію, тис. грн.	379.8	1123.60	3002.80	3733.60	196%	167%	24%
Кредиторська заборгованість за продукцію, тис. грн.	1176.3	1758.90	5813.10	9901.90	50%	230%	70%
Нерозподілений прибуток(+), непокритий збиток(-),	1193.8	1776.90	2301.20	4082.2	49%	30%	130%

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

За даними основних фінансово-економічних показників можна спостерігати, що темп приросту з 2018 року по 2021 рік має позитивні значення, лише в значеннях чистого прибутку відбулися зміни і в 2020 році його обсяг скоротився на 3% порівняно з попереднім роком, відповідно чистий прибуток досяг найбільшого значення у 2021 році - 1831.6 тис. грн, що дало приріст аж на 223%. Найменшого значення чиста виручка мала у 2018 році – 26453,1 тис. грн, а найбільшого 51382.30 тис. грн у 2021 році, приріст дорівнюватиме аж 45%, що означає досить позитивні перспективи для розвитку діяльності компанії. Собівартість послуг у 2021 році дорівнювала найбільшому значенню –

38 995.80 тис. грн. У свою сергу валовий прибуток зменшився, адже собівартість зросла і досягав значення 12386.50 тис. грн. тамп приросту дорівнював – 11%. У 2018 собівартість продукції зросла на 10 662,80 тис. грн , однак її розмір відносно виручки дещо знизився та склав 80,89%. У 2020 році собівартість продукції збільшилася на 100,37% до 21 508,40 тис. грн, однак відносна частка собівартості до виручки впала до 60,77%. Це можна пояснити тим, що розмір собівартості професійних послуг відносне поняття, яке залежить від різних факторів, наприклад, збільшення конкурентів на аудиторському ринку.

Аналізуючи динаміку показників прибутковості можна побачити, що компанія отримувала прибуток постійно і найбільшого значення чистий прибуток досяг 1831.6 тис. грн, щодо валового прибутку, то його максимум був у 2020 році- 13 882 тис. грн. Найбільший розмір виручки, який отримало підприємство було 51382.30 тис. грн. Чистий прибуток у 2021 році у порівнянні з 2017 роком виріс на 60,4%, валовий на 145%, що свідчать лише про позитивні показники та ефективне функціонування підприємства.

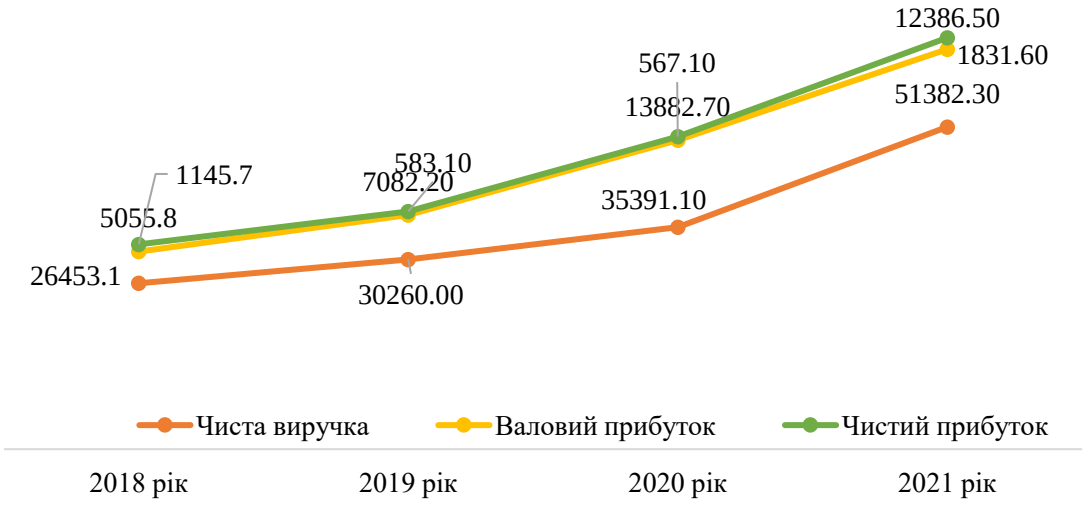

Рис. 2.3. Динаміка показників прибутковості за 2018-2021 роки

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Для більш точної картини слід розглянути динаміку показників ліквідності, фінансової стійкості та зробити аналіз рентабельності підприємства.

Таблиця 2.6

Динаміка показників ліквідності АС Crowe Ukraine за 2018-2021 роки

Показники	Звітний період				Темп росту, %		
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2018-2019 рік	2019 - 2020 рік	2020-2021 рік
Оборотні активи, тис. грн.	5669	9184	12013	18216.3	62%	31%	52%
Грошові кошти та їх еквіваленти, тис. грн.	995.9	827.6	2451.8	3371.6	-17%	196%	38%
Запаси, тис. грн.	0	0	1893.6	1809.8	-	-	-4%
Поточні зобов’язання, тис. грн.	3790	6669.5	11352	17944.2	76%	70%	58%
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0.26	0.124	0.2159	0.187894	-52%	74%	-13%
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,4960	1,3770	0.8914	0.395961	-8%	-100%	-56%
Коефіцієнт загальної ліквідності	1.4958	1.3770	1.0582	1.015164	-8%	-23%	-4%

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2018 році зменшився – 0,26: це пояснюється значним скороченням поточних зобов'язань компанії, в основному за рахунок значного зменшення інших поточних зобов'язань. У 2019 році абсюлютна ліквідність підприємства значно знизилась та дорівнювала 0,124, а у 2021 році цей коефіцієнт дорівнював 0,18.

Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2018 році коефіцієнт дорівнював 1,49, що могло свідчити про достатню кількість у АС Crowe Ukraine абсолютно-, та швидколіквідних активів для покриття своїх зобов’язань. У 2020 році показник зменшується до значення 0,89, тепм росту між 2020 та 2021 роком дорівнює – 56,5%.

Коефіцієнт загальної ліквідності у 2018 році свідчить про недостатню кількість достатньо у підприємства усіх активів для покриття своїх зобов’язань

у короткостроковому періоді. У 2020 показник зріс на 1,05, а у 2021 році коефіцієнт загальної ліквідності зменшив своє граничне значення до 1,015.

Проаналізувавши динаміку значень коефіцієнтів ліквідності, можна побачити, що підприємство має низький рівень загальної ліквідності, як правило свідчить про ускладнення надання послуг, або ж погану організацію матеріально-технічного забезпечення. Інші значення ліквідності дорівнюють нормативним і вказують на позитивне функціонування підприємства. Коефіцієнт ліквідності підприємства свідчить про той факт, що потреба підприємства в коштах не перевищує їх реальні надходження.

Таблиця 2.7

Динаміка показників фінансової стійкості AC Crowe Ukraine за 2018-2020 рр.

Показники	Звітний період			
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Пасив, тис. грн.	6182	9782,1	15000,8	23 548.7
Власний капітал, тис. грн.	2193,8	2776,9	3 301,20	5082.2
Позиковий капітал, тис. грн.	3790,6	6669,5	11352,2	16367.1
Власний оборотний капітал, тис. грн.	1681,7	2179,2	314,20	272.1
Оборотні активи, тис. грн.	5669,9	9184,4	12 013,8	18216.3
Коефіцієнт автономії	0,3548	0,2838	0,220	0,34
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,3549	0,2839	0,2201	0,31
Коефіцієнт фінансової заборгованості	0,61	0,68	0,76	0,83
Коефіцієнт маневрування	0,7665	0,7847	0,09517	0,887
Коефіцієнт покриття оборотних активів	2,5845	3,3074	3,63	37,4

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Коефіцієнт автономії з 2018 року до 2021 року включно прослідковувалась тенденція до стабільності значень, так у 2018 році – 0,35, а у 2021 році – 0,34. Показники за цей період не відповідають нормативному значенню (норматив > 0,5), тобто підприємство не є повністю фінансово автономним, незалежним від зовнішнього фінансування у цей період.

Коефіцієнт фінансової стійкості у 2018 році – 0,35, а у 2021 році – 0,31, тобто надходження позичково капіталу були великими, а частка власного капіталу є майже незмінною.

Коефіцієнт фінансової заборгованості протягом всього періоду має стабільне коливання значень, в загальному спад відбувся на декілька разів, значення коефіцієнту майже дорівнюють нормативним.

На підприємстві коефіцієнт покриття дорівнює у 2018 році 2,5845, що є задовільним, а у 2020 році - 3,63922, що може означати про залучення зайвих оборотних активів на підприємстві. Загалом компанії цілком вистачає ресурсів для погашення поточних зобов’язань, а на 1 грн. короткострокових зобов’язань у 2020 році припадає 3,63 грн активів.

Коефіцієнт маневрування за 2018-2020 роки дорівнює нормативному значенню і свідчить про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів і частини оборотних. У 2018 році він дорівнював 0,76, а у 2019 році - 0,78. Однак у 2020 році показник дорівнював 0,95, що є менше ніж 0,1, а це свідчить, що власний капітал і кошти, залучені на довгостроковій основі, спрямовані на фінансування необоротних засобів, тому для фінансування оборотних активів необхідно звертатися до позичкових джерел фінансування.

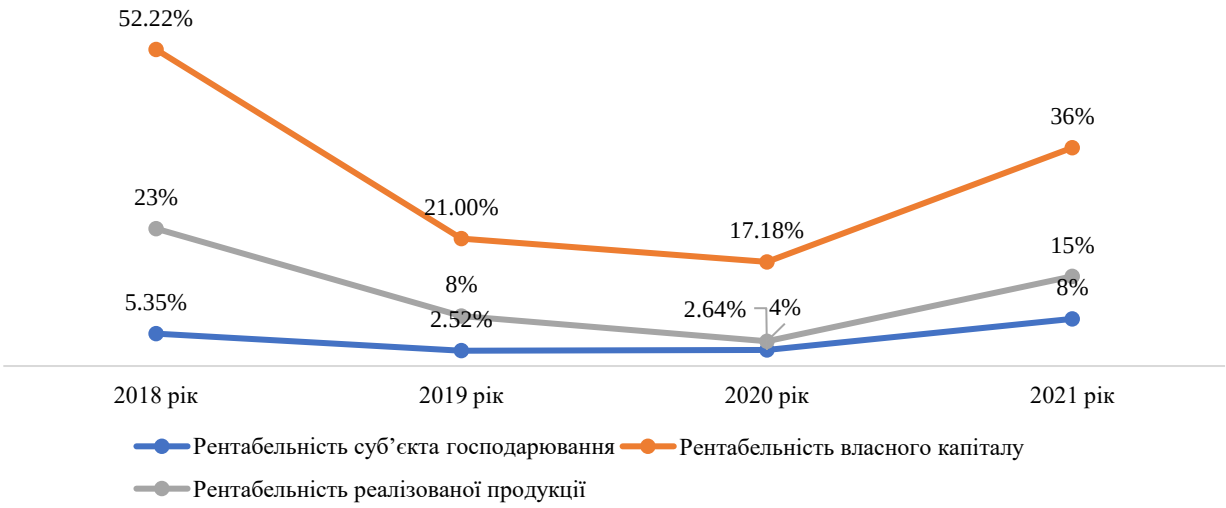

Рис. 2.4. Динаміка коефіцієнтів рентабельності за 2018-2020 роки

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Коефіцієнт рентабельності діяльності AC Crowe Ukraine у 2018 склала 5.35%, що може свідчити про середній рівень прибутковості компанії. У 2019 та 2020 роках рентабельність знизилася до 2.52% та 2.64% відповідно, що свідчить про погіршення фінансового стану компанії. Однак, у 2021 році рентабельність зростала до 8%, що може свідчити про покращення ефективності використання ресурсів компанією.

Рентабельність власного капіталу у 2018 році становила 52.22%, що є високим показником. Проте, в такі роки рентабельність знизилася до 21.00% у 2019 році та до 17.18% у 2020 році. Однак, у 2021 році показник зросла до 36%, що може свідчити про покращення ефективності використання власних ресурсів компанією

Для повного аналізу стану підприємства та перспектив розвитку, необхідно порахувати ймовірності банкрутства, тому було проведено розрахунки за моделлю R. Модель R, яка представлена чотирьох факторною моделлю прогнозу ризику банкрутства [20, стр. 17].

Розрахунок ***Моделі R:***

$R=0{,}838\,X_1 + X_2 + 0{,}054\,X_3 + 0{,}63\,X_4$, де

Формула 2.1

1. $X_1 - \dfrac{Оборотні\ активи\ (1095)}{Загальна\ вартість\ активів\ (1300)}$,

1.1 $\left[\dfrac{260+270}{280}\right]$;

2. $X_2 - \dfrac{Чистий\ прибуток (2350)(ф.\ №\ 2)}{Власний\ капітал\ (1495)\ (ф.\ №1)}$;

2.1 $\left[\dfrac{220\ (ф.\ №\ 2)}{380\ (ф.\ №\ 1)}\right]$;

3. $X_3 - \dfrac{Чистий\ доход (2000)(ф.№2)}{Загальна\ вартість\ активів\ (1300)\ (ф.№1)}$;

3.1 $\left[\dfrac{035\ (ф.\ №\ 2)}{280\ (ф.\ №\ 1)}\right]$;

4. $X_4 - \dfrac{Чистий\ прибуток (2350)}{Сумарні\ витрати\ (2050+2120+2130+2140+2180+2250+2255+2270)}$,

4.1 $\left[\dfrac{220}{040+070+080+090+140+150+160}\right]$,

Таблиця 2.8

Розрахунок складових моделі R для AC Crowe Ukraine за 2018-2021р.

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
X1				
Оборотні активи	5669,9	9 184,40	12 013,80	18 216.3
Загальна вартість активів	6182	9782,1	15000,8	23 548.7
X2				
Чистий прибуток	1145,7	583,1	567,1	1831.60
Власний капітал	2 193,80	2734,1	3301,2	5082.2
X3				
Виручка	26 453,10	30260	35391,1	51382.30
Загальна вартість активів	6182	9782,1	15000,8	23 548.7
X4				
Чистий прибуток	1145,7	583,1	567,1	1831.60
Сумарні витрати	25525,8	29821	34691,1	34 679.9

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Пораховані значення у таблиці вище, перенесені окремо, для простоти аналізу даних.

Таблиця 2.9

Періоди	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
X1	0,917163	0,938899	0,800877	0.773559
X2	0,522245	0,213269	0,171786	0.360395
X3	4,279052	3,093405	2,359281	2.181959
X4	0,044884	0,019553	0,016347	0.052814

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

У таблиці 2.10 знайдено кінцевий результат значень моделі по кожному окремо із періодів.

Таблиця 2.10

Періоди	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
R	1,550173	1,179429	0,980621	2.220168

Джерело: складено автором за даними AC Crowe Ukraine

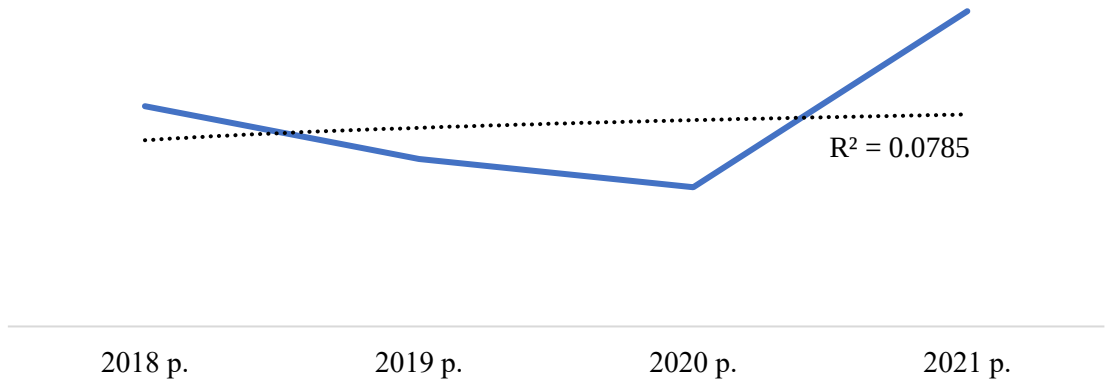

Рис. 2.5 Динаміка ймовірності виникнення банкрутства ТОВ АК«Кроу Україна» за 2018-2021 рр.

Джерело: складено автором за табл. 2.10 та даними AC Crowe Ukraine

Таблиця 2.11

Значення R	**Імовірність банкрутства, відсотків**
Менше 0	Максимальна (90-100)
0-0,18	Висока (60-80)
0,18-0,32	Середня (35-50)
0,32-0,42	Низька (15-20)
Більше 0,42	Мінімальна (до 10)

Аналізуючи результати щодо моделі R, то ситуація на підприємстві АС Crowe Ukraine за 2018-2021 рр. є однозначною. На початку досліджуваного періоду R становить 1,55, що свідчить про дуже низький рівень ймовірності настання банкрутства, а на кінець періоду R дорівнює трошки меншому значенню 2,22, що не перетинає навіть верхньої межі ймовірності виникнення банкрутства, що знижує ймовірність до мінімального ризику банкрутства підприємства.

Провівши аналіз економічно-фінансових показників підприємства, можна стверджувати, що АС Crowe Ukraine функціонує з досить позитивними показниками та ситуація на підприємстві – стабільна.

2.3. Аналіз системи бізнес-моделей компанії «АС Crowe Ukraine»

Для кожної компанії бізнес-модель є важливою частиною стратегії, яка впливає на її успіх та позицію на ринку. Адже можна її описати як сукупність елементів та процесів, які компанія використовує для створення та захоплення цінності для своїх клієнтів, а також для отримання прибутку від цього процесу. Вона описує всі етапи від створення продукту або послуги до їх продажу та підтримки після продажу. Визначення бізнес-моделі дозволяє компанії зрозуміти потреби своїх клієнтів та як краще задовольнити їх, як ефективно використовувати ресурси, які має компанія та як забезпечити її рентабельність. [17, стр. 24]

Так як АС Crowe Ukraine - це аудиторська компанія, яка надає професійні послуги компаніям, то це може означати, що вона діє в рамках B2B (business-to-business) бізнес-моделі, де надає послуги іншим бізнесам, а не індивідуальним клієнтам. Бізнес-модель аудиторської компанії може бути описана як модель надання професійних послуг. Аудиторська компанія зазвичай

надає клієнтам консультаційні та інші професійні послуги в обмін на відповідний гонорар. Гонорар зазвичай формується на основі часу та ресурсів, необхідних для виконання завдання.

У цій моделі аудиторська компанія AC Crowe Ukraine виступає в ролі довіреного радника своїх клієнтів, допомагаючи їм виконувати свої зобов'язання щодо фінансової звітності, комплаєнсу та внутрішнього контролю. Репутація, знання та досвід компанії є ключовими факторами для залучення та утримання клієнтів. Також цю модель можна назвати «Product-Neutral» бізнес-модель, яка полягає у наданні послуг за відносною плату, проектну оплату або годинну вартість. Фокус зосереджений на наданні послуг, які відповідають потребам клієнтів [44, стр. 96].

Загалом, бізнес-модель надання професійних послуг або «Product-Neutral» для аудиторської компанії характеризується зосередженістю на наданні високоякісних послуг, побудові довгострокових відносин з клієнтами та постійному вдосконаленні процесів і методологій, щоб випереджати розвиток індустрії та зміни регуляторних вимог [44, стр. 98].

У зв'язку з постійними змінами у галузі та ринкової конкуренції, AC Crowe Ukraine повинна здійснювати постійний аналіз та оцінку стратегій та системи бізнес-моделей. Тому необхідно розглянути декілька аспектів, які можуть впливати на стратегії розвитку AC Crowe Ukraine, зокрема на її конкурентоспроможність, розширення клієнтської бази, розвиток технологій, підвищення рівня компетенції персоналу.

Проаналізуємо сильні та слабкі сторони компанії на ринку аудиторських послуг та взаємодію із її стейкхолдерами. Для розуміння конкурентоспроможності компанії на ринку та справедливої оцінки її діяльності проведемо SWOT – аналіз.

Компанія AC Crowe Ukraine має сильні сторони, такі як команда сертифікованих аудиторів, розгалужена мережа офісів, широкий спектр послуг та інноваційний підхід до вирішення проблем клієнтів. Однак, в компанії є певні недоліки, відсутність спеціалізації на конкретних галузях та слабкі позиції бренду Crowe на території України, наявність репутаційного ризику зі сторони представників компаній Crowe Umbrella. Можливості компанії полягають у збільшенні попиту на послуги аудиту та консалтингу в Україні, розширенні мережі офісів та проведенні навчальних курсів та семінарів для клієнтів. Однак, компанію можуть підірвати загрози, такі як повномасштабне вторгнення країни-агресора та зниження попиту на послуги в умовах економічної нестабільності, зміни в податковому та правовому середовищі України.

Таблиця 2.12

SWOT – аналіз компанії AC Crowe Ukraine

Внутрішнє середовище	Сильні сторони (внутрішній потенціал)	Слабі сторони (внутрішні недоліки)
	• багаторічний практичний досвід (у аудиторській, податковій та консультаційній сферах); • приналежність до топової глобальної аудиторської мережі Crowe Global; • розгалужена мережа офісів по всій Україні, що дає змогу компанії бути наявною в різних регіонах та забезпечує зручність для клієнтів. • наявність сертифікатів, які дають змогу проводити аудит банків, фінансових установ, учасників ринку цінних паперів; • можливість надання професійних послуг будь-якої складності; • диверсифікація послуг; • використання сучасного програмного забезпечення для покращення надання послуг; • всебічне обслуговування клієнта в рамках однією групи компаній; • партнерство з професійними асоціаціями; • кваліфіковані співробітники; • авторитет партнерів у професійному середовищі; • непреривне навчання професійного стафу; • розвинута корпоративна культура, де колектив, як сім'я - #CroweFamily; • запровадження КСВ та концепції Hello,#eco	• Компанія не рейтингується (на внутрішньому ринку); • слабкі позиції бренду Crowe на території України та наявність репутаційного ризику зі сторони представників Компаній Crowe Umbrella; • відсутність в сервісній панелі кібербезпеки; • відсутність навчання та знайомство із брендом Компанії (корпоративне навчання); • недостатня обізнаність клієнтів щодо відміності Компаній Crowe Umbrella; • відсутність ініціативності партнерів; • відсутність мотиваціх до побудови особистих бренди партнерів; • недопрацьована CRM-система, не налаштована під Компанію. • відсутність спеціалізації на конкретних галузях.
Зовнішнє середовище	Потенційні можливості	Наявні загрози
	• вихід на міжнародні ринки, крос-сейлінг з членами Мережі; • впровадження Глобальних цілей ООН; • використання соціальних мереж і сучасних методів діджиталізації в рамках створення позитивного іміджу Компанії; • можливість запозичення міжнародних практик та методів з метою використання на аудиторському ринку України у зв'язку з глобалізацією; • доступність безперервного навчання аудиторів за допомогою онлайн заходів (семінари, вебінари та інше); • можливість розвитку особистих брендів партнерів в інформаційному середовищі; • збільшення кількості сервісів/практик Компанії; • розширення партнерств із асоціаціями; • зростання важливості послуг консалтингу та форензіку на ринку; • створення Consulting Hub;	• воєнне положення в країні: • регуляторна політика з боку держави (зміни в законодавстві); • зміни в податковому та правовому середовищі • зменшення попиту на послуги у зв'язку зі змінами в економічному середовищі. • економічна нестабільність країни в цілому; • велика конкуренція серед аудиторських компаній; • непривабливість України для іноземних інвестицій; • репутаційні ризики зі сторони представників компаній Crowe Umbrella в Україні; • ризики пов'язані зі змінами в кадровій політиці; • ризики пов'язані зі змінами валютних курсів; • низький рівень престижу професії аудитора і як наслідок «старіння» професії; • нерівномірний розподіл трудових, кваліфікованих ресурсів по території країни; • зміна кліматичних умов, вплив екології на навколишнє середовище;

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

За словами О.А. Грішнової «порушення балансу інтересів стейкхолдерів може мати небезпечні наслідки в різних їх проявах: відтік кваліфікованого персоналу з унікальними функціональними навичками зниження рівня безпеки і, як наслідок, погіршення загальної безпеки та комфорту, тому доцільно проаналізувати стейкхолдерів компанії» [16, стр. 156].

Для більш детального аналізу бізнес моделі AC Crowe Ukraine розглянемо взаємодію компанії зі стейкхолдерами, яка позиції які займає компанія, дає змогу сформувати стратегічні цілі, ефективну політику позиціонування та обрати конкурентний вектор розвитку.

На рисунку 2.10 стейкхолдери умовно поділені за 3-ма пріоритетами для компанії.

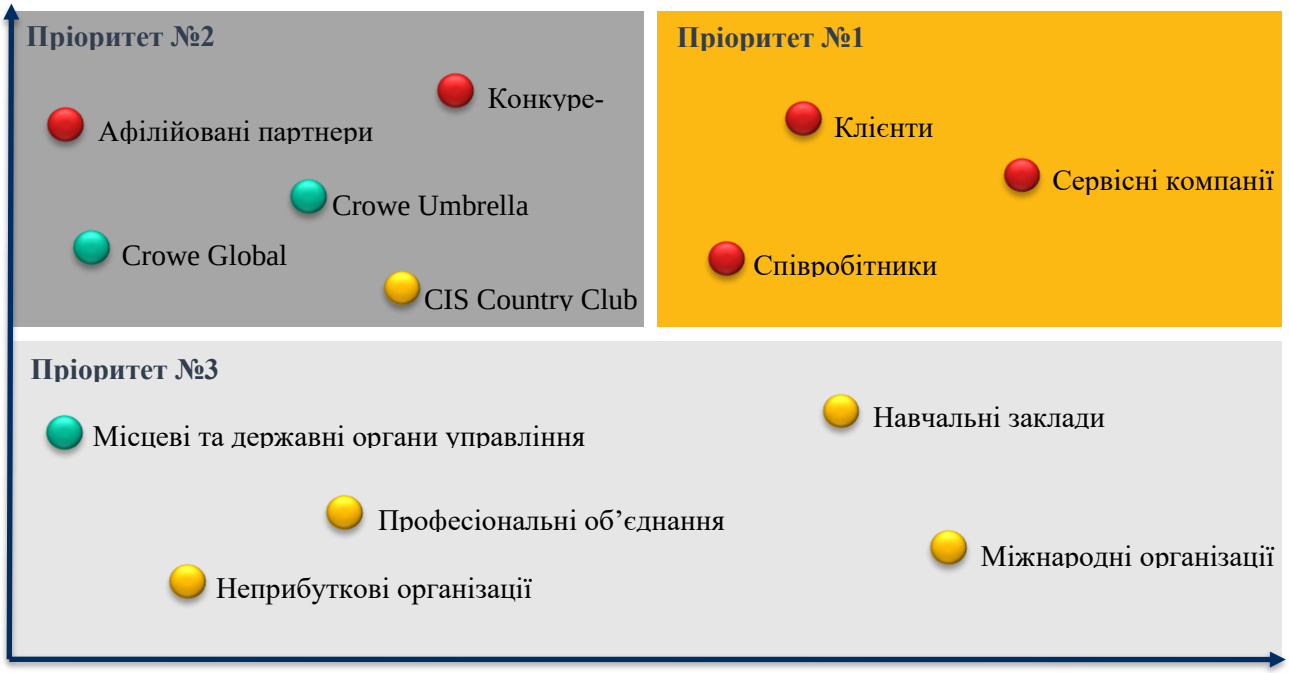

Рис. 2.6 Стейкхолдери AC Crowe Ukraine

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Пріоритетність груп зацікавлених сторін залишається незмінною та складається з таких:

1. Ті, які становлять для компанії найвищий пріоритет №1– клієнти, працівники, сервісні компанії;

2. Ті, які становлять для компанії пріоритет №2 – конкуренти, афілійовані партнери, Crowe Global, Crowe Umbrella (Ukraine), CIS Country Club;

3. Пріоритет №3 – інші гравці ринку, постачальники, професійні асоціації та мережі, навчальні установи, неприбуткові організації, місцеві спільноти, державні та місцеві органи управління та регуляторні органи, міжнародні організації.

Компанії важливо розуміти та ефективно управляти своїми відносинами зі стейкхолдерами, оскільки це може мати значний вплив на її успіх. АС Crowe Ukraine необхідно враховувати потреби та інтереси кожної групи стейкхолдерів і забезпечувати, щоб їхні рішення відповідали цим інтересам.

На нашу думку, для АС Crowe Ukraine більш доречним для аналізу бізнес-моделі підхід, орієнтований на макромаркетингове середовище. О. Остервальдер та І. Піньєр у своїх роботах підкреслюють, що бізнес-модель має вирішальне значення для опису основних принципів створення, розвитку та успішного функціонування бізнесу [31, стр. 176].

Тому на основі наукових розробок О. Остервальдера для аналізу бізнес-моделі АС Crowe Ukraine можемо використати метод «Business Model Canvas», який опису бізнес-логіку та механізми обміну ціннісними пропозиціями між учасниками процесу. Використовуючи канву бізнес-моделі, проаналізуємо існуючу бізнес-модель і визначимо сфери, які потребують вдосконалення, або сфери. Полотно забезпечує структурований підхід до обмірковування бізнес-моделі компанії та допомагає забезпечити врахування всіх важливих аспектів.

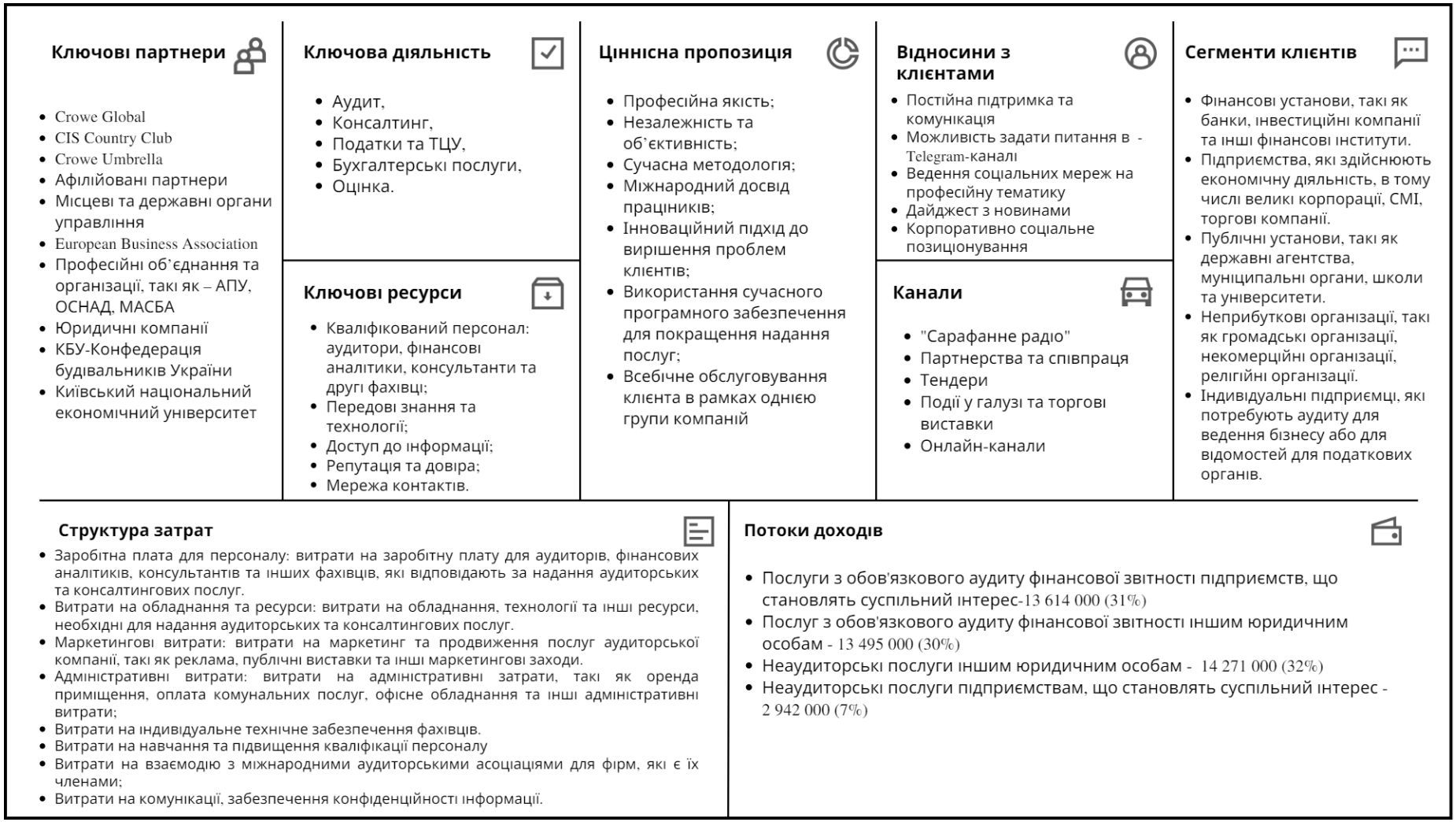

Рис. 2.7 Business Model Canvas компанії AC Crowe Ukraine

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Аби проаналізувати канву бізнес-моделі компанії AC Crowe Ukraine необхідно її розглянути по блокам.

Отже, першим важливим компонентом є сегмент клієнтів компанії AC Crowe Ukraine, а саме потенційні клієнти. Так як аудиторський ринок України – це вузькоспеціалізована галузь, яка має певну базу потенційних клієнтів, де більшість компаній, які через законодавчі регулювання та поправки належать до групи основних клієнтів, а саме:

1) підприємства, що становлять суспільний інтерес, а саме:

• емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію;

• банки;

• страховики;

• недержавні пенсійні фонди

• інші фінансові установи;

• великі підприємства;

2) публічні акціонерні товариства;

3) підприємства, що здійснюють діяльність у видобувних галузях;

4) підприємства, що здійснюють господарську діяльність за такими видами:

• надання фінансових послуг, крім страхування та пенсійного забезпечення;

• недержавне пенсійне забезпечення;

• допоміжна діяльність у сферах фінансових послуг і страхування, крім допоміжної діяльності у сфері страхування та пенсійного забезпечення.

Також до сегменту клієнтів входять неприбуткові організації, такі як громадські організації, некомерційні організації, релігійні організації.

Та не менш важливі індивідуальні підприємці, які потребують аудиту для ведення бізнесу або для відомостей для податкових органів.

Відносини з клієнтами є необхідним компонентом успішної роботи аудиторської компанії. Для утвердження відносин з клієнтами, AC Crowe Ukraine використовує забезпечення постійної підтримки та доступності для клієнтів для вирішення проблем та запитань.

Можливість задати питання у Telegram-каналі: канал для клієнтів, де вони можуть задавати питання та отримувати відповіді в реальному часі.

Ведення соціальних мереж на професійну тематику: ведення офіційних сторінок Компанії Facebook, LinkedIn, Instagram, Telegram-каналу з публікацією інформації, яка відображає компетентність та досвід аудиторської компанії.

Розсилання дайджестів з новинами та іншої корисної інформації клієнтам, щоб тримати їх в курсі постійно актуальних змін податкових законодавств та регуляторних вимог.

Корпоративне соціальне позиціонування: позиціонування компанії як соціально відповідальної, враховуючи етичні та екологічні відносини, сприяє утвердженню відносин з клієнтами.

Компанія використовує такі канали просування послуг, як: особисті рекомендації, тобто «сарафанне радіо». Також партнерські відносини з іншими компаніями, які можуть потребувати аудиторських послуг, та співпраця з ними, щоб збільшити виявлення клієнтів та підвищити репутацію аудиторської компанії. Участь у тендерах, які проводяться державними органами та іншими компаніями, для здобуття контрактів на проведення аудиту. Використання різних онлайн-каналів, таких як сайт компанії, блог, соціальні медіа та другі додаткові канали, щоб просувати свої аудиторські послуги на широку аудиторію. За допомогою соціальних мереж будується бренд компанії та особисті бренди професійного стафу компанії.

Ключова діяльність компанії AC Crowe Ukraine - аудит, консалтинг, податки та ТЦУ, бухгалтерські послуги та оцінку.

Ціннісна пропозиція, яку компанія пропонує клієнтам – це високоякісні послуги. Також компанія працює незалежно та об'єктивно, щоб забезпечити надійність та ефективність своїх послуг. Компанія має великий досвід та міжнародні контакти, що допомагає їй вирішувати складні задачі для клієнтів. Аудиторська компанія AC Crowe Ukraine пропонує інноваційний підхід для вирішення проблем клієнтів. Це включає в себе використання новітніх технологій та методологій, щоб забезпечити найкращі результати та ефективне рішення проблем. AC Crowe Ukraine використовує сучасне програмне забезпечення, щоб покращити якість надання послуг. Це дає змогу забезпечити ефективність та зручність в процесі надання послуг.

AC Crowe Ukraine забезпечує всебічне обслуговування клієнтів у межах однієї групи компаній. Це дає змогу клієнтам отримувати не тільки аудиторські послуги, але також інші пов'язані з ними фінансові послуги, від однієї компанії, що забезпечує зручність та ефективність для клієнтів. Це також допомагає вирішувати проблеми та потреби клієнтів більш ефективно, оскільки все необхідне для цього доступно в одній компанії.

Для стабільного забезпечення своїх клієнтів послугами високої якості AC Crowe Ukraine регулярно здійснює досить значні витрати за цілою низкою таких напрямів: заробітна плата для персоналу, витрати на обладнання та ресурси, маркетингові витрати, адміністративні витрати, витрати на індивідуальне технічне забезпечення фахівців, витрати на навчання та підвищення кваліфікації персоналу.

Ключовими ресурсами діяльності компанії виступає кваліфікований персонал, передові знання та технології, мережа контактів

На нашу думку, репутація та довіра також є ключовим ресурсом, адже аудиторська компанія повинна мати відомість та досвід, які забезпечують її репутацію як надійного партнера для клієнтів. Довіра клієнтів на аудиторську компанію та відповідність до вимог законодавства та стандартів аудиту є важливими факторами для успішної діяльності аудиторської компанії.

Щодо ключових партнерів, то виступають ними:

- Crowe Global - це дев’ята за розміром у світі мережа, що складається з 200 незалежних фірм та AC Crowe Ukraine - повноправний член цієї мережі.
- CIS Country Club – група компаній, з якими співпрацює AC Crowe Ukraine для розвитку власної діяльності.
- Crowe Umbrella – це представники мережі Crowe Global на ринку в Україні.
- Афілійовані партнери- включає у себе партнерство з юридичними компаніями, банками, фінансовими інститутами та іншими пов'язаними індустріями.
- Місцеві та державні органи управління – включає в себе взаємодію з фінансовими контролерами, належними органами влади, належними органами влади та іншими уповноваженими органами. Це допомагає аудиторській компанії виконувати свої обов'язки відповідно до законодавства та правил та нормативних актів, які регулюють діяльність в цьому секторі. Також це може покращувати репутацію компанії та збільшувати довіру клієнтів.
- European Business Association-організація міжнародного бізнесу в Україні.
- Професійні об’єднання та організації, такі як – АПУ, ОСНАД, МАСБА
- КБУ-Конфедерація будівальників України, на базі яких проводяться різні професійні заходи. Партнерство з цими платформами є ефективним, тому

що цільовою аудиторією є професійне бізнес середовище, яке зацікавлене у послугах компанії.

- Київський національний економічний університет – AC Crowe Ukraine підписали Меморандум про співпрацю. Це передбачає кооперацію з метою сприяння розвитку спільних освітніх проєктів для студентів і працівників, а також визначення можливостей проходження практики для студентів КНЕУ.

Аби оцінити діяльність поданої бізнес-моделі розрахуємо показник Economic Value Added (EVA), який визначає додану економічну вартість та чи компанія ефективно використовує свої ресурси. Він вираховується як різниця між націнковою прибутковістю (NOPAT) та витратами на капітал (WACC). В простому понятті, EVA відображає, яку додану вартість створює компанія для своїх власників за вирахуванням всіх витрат.

Формула 2.2

$$EVA = NOPAT – WACC \times C$$

де NOPAT (Net Operating Profits After Taxes) — чистий операційний прибуток після сплати податків, але до сплати процентів;

WACC (Weighted Average Cost of Capital) — середньозважена вартість капіталу;

C — загальна величина капіталу підприємства.

Формула 2.3

$$WACC = w_s \times k_s \times w_d \times k_d \times (1 - t)$$

де w_s — частка власного капіталу в загальній його структурі;

w_d — частка позикового капіталу в загальній його структурі;

k_s — вартість власного капіталу;

k_d — вартість позикового капіталу;

t — ставка податку на прибуток.

Розрахуємо WACC=0.21×0.76×35.6× 4.26×(1-0.18)= 19.84752

Звідси можемо розрахувати показник EVA:

EVA= 1 831.4-19.84752×23548.7=42659.70

Отже, можна зробити висновки, що додаткова величина EVA свідчить про те, що компанія створює вартість, тобто її цінність збільшується.

Щодо розгляду бізнес-моделі, варто зазначити, що АС Crowe Ukraine має постійно адаптувати свої бізнес-моделі для більш ефективного реагування на ринкові виклики та підвищення конкурентоспроможності. Компанія може впроваджувати інновації, оптимізувати процеси, розширювати ринки тощо. Наявність відповідних засобів підвищення конкурентоспроможності дозволить відрізнятися від суперників та надавати високий рівень задоволеності клієнтів, що може призвести до додаткових прибутків та довгострокового успіху. Таким чином, важливо, щоб АС Crowe Ukraine акцентувала увагу на підтримці своєї репутації та ефективному управлінні своїм іміджем.

2.4. Оцінювання моделі й рівня корпоративної соціальної відповідальності «АС Crowe Ukraine»

Сучасна корпоративна соціальна відповідальність включає в себе широкий спектр бізнес-обов'язків, що відображає відповідальність компаній не лише за їх економічні та юридичні зобов'язання, але також за дотримання етичних та благодійних обов'язків. Зокрема, у контексті реалізації корпоративної соціальної відповідальності після початку повномасштабної війни в Україні, благодійні та інші доброчинні зобов'язання набули особливої актуальності.

Під час військового конфлікту в Україні, корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу включає в себе спрямування ініціатив на вирішення проблем внутрішніх зацікавлених сторін компаній. Це означає забезпечення евакуації з зон активних бойових дій, збереження виплат заробітної

плати та підтримку працівників та членів їх родин, які перебувають в Збройних Силах України та Тимчасово Окупованих Територіях, а також надання психологічної допомоги.

Тому можна дослідити корпоративну соціальну відповідальність аудиторської компанії AC Crowe Ukraine.

AC Crowe Ukraine має основну ідеологію - “ Building Value with Values” (Створення цінності зі цінностями).

Основні цінності компанії – “We Care”(Ми дбаємо), “We Share”(Ми ділимося), “We Invest”(Ми інвестуємо) та “We Grow”(Ми зростаємо), та філософії управління WIN, яка балансує потреби клієнта, індивіда та фірми. Ця основна ідеологія є простою та потужною. Вона знаходиться в незмінному центрі фірми та визначає кодекс цінностей.

Компанія намагається будувати значну та тривалу цінність для клієнтів та себе, застосовуючи чесність та демонструючи найвищий рівень професіоналізму в наданні послуг.

Корпоративна культура AC Crowe Ukraine базується на повазі до особистої позиції кожної людини та відмінностей між ними, неупередженості, створенні можливостей для плідної праці та відкритого спілкування. Щоб краще взнати один одного, компанія проводить тематичні тимбілдінги та разом відзначає свята. Компанія прагне, щоб екосистему визначали єдність, порозуміння та позитивна енергетика.

У 2019 році AC Crowe Ukraine увійшла до першого в Україні Каталогу КСВ — ініціатив від Pro Bono Club Ukraine, який є офіційним членом глобальної мережі Global Pro Bono Network.

AC Crowe Ukraine відчуває відповідальність за соціальні наслідки своєї діяльності та прагне бути активним учасником громадського життя для підтримки розвитку спільнот, де вона працює.

Основні принципи діяльності AC Crowe Ukraine з урахуванням КСВ включають:

- Дотримання високих етичних стандартів у всіх аспектах діяльності, зокрема прав людини, рівності та чесності.
- Активна співпраця з громадськістю та підтримка соціальних ініціатив, яка сприяє розвитку та благополуччю громад, де компанія працює.
- Створення сприятливих умов для працівників, забезпечення їхньої безпеки та здоров'я, включаючи соціальні пакети та підтримку.

Дотримання стандартів екологічної безпеки та відповідального використання природних ресурсів, забезпечення робочих умов, які зменшують негативний вплив на навколишнє середовище.

Розглянемо концепції корпоративної соціальної відповідальності компанії. Адже це певний підхід до діяльності компанії, за яким вона враховує вплив своїх дій на суспільство та навколишнє середовище, а також враховує очікування стейкхолдерів, на які вона впливає.

Рис. 2.8. Концепції КСВ AC Crowe Ukraine

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Концепція зеленого офісу з 2019 року активно інтегрується у ефективне споживання в діяльність компанії та житті наших співробітників, не тільки в офісах, але також в побутовому житті. Ця концепція передбачає впровадження рішень та практик з екологічної відповідальності у роботу офісу, враховуючи використання енергоефективних технологій та матеріалів, мінімізацію викидів та впровадження практик утвердження зразка здорового та екологічно дружнього офісного середовища.

AC Crowe Ukraine розуміє важливість корпоративної соціальної відповідальності та активно діє відповідно до відповідних цінностей. Компанія високо цінує етичні стандарти у всіх відносинах, активно співпрацює з громадськістю та підтримує соціальні ініціативи. Крім того, компанія дотримується стандартів екологічної безпеки, відповідально використовує природні ресурси, забезпечує безпечні та здорові умови для працівників, включаючи соціальні програми та підтримку.

Концепція сталого розвитку Hello, #eco, (Додаток Ж) головною метою якої є зменшення негативного впливу діяльності компанії на довкілля, сприяння доцільному використанню ресурсів. Компанія за свідоме використання та споживання, тому притримується принципу «Reduce, Recycle, Reuse».

Саме тому компанія:

- відмовилась від пластикових пляшок та посуду;
- сортує сміття та здає його на переробку;
- посадила 75 нових рослин;
- замовляє корпоративну продукцію тільки з екологічно чистих та перероблених матеріалів, які не шкодять довкіллю;
- використовує перероблений папір, який повністю відповідає стандартам FSC.

Вже не перший рік компанія співпрацює з Центром управління відходами та сортує сміття в офісі. Вся корпоративна продукція в AC Crowe Ukraine від українських ековиробників - від олівця до екоторби.

AC Crowe Ukraine стала ecology – friendly компанією, тому постійно публікує статті на теми сталого розвитку, що свідчить про її відповідальність в соціальних мережах.

Щоб кожен працівник відчув цінності, які представляє Компанія, було розроблено календар заходів, такий як місяць спорту AC Crowe Ukraine. Кожен рік в компанії має свою тематичний напрямок, наприклад, 2021 рік був ознаменований спортом. Також, компанія взяла участь у EMEA Welness Week від Crowe Global, який проходив паралельно з місяцем спорту в AC Crowe Ukraine.

Уже 5 років команда AC Crowe Ukraine активно звертає увагу суспільства до дітей з генетичним захворюванням. Та традиційно бере участь у акції Всеукраїнського благодійного об'єднання “Даун Синдром” - #LotsOfSocks.

Компанія брала участь у традиційному 28-у благодійному Пробігу під каштанами, де взяли участь члени великої #CroweFamily разом з дітьми. Метою цього благодійного заходу був збір коштів для дітей із вадами серцево-судинної системи.

Команда працівників долучилась до благодійного забігу DobroRun, який проводився спільно з фондом «Таблеточки» та був спрямований на підтримку та збір коштів для онкохворих дітей.

Також компанія допомагає майбутньому поколінню, в минулому році придбали спеціалізовані ліжка для забезпечення комфортного перебування на процедурі гемодіалізу у відділення інтенсивної терапії хронічних інтоксикацій НДСЛ «Охмадит». Ця процедура триває протягом 6-8 годин і є життєво необхідною для дітей медичного закладу.

Також компанія має гарну традицію співпрацювати із благодійним фондом The Moms, з яким вітають дітей з малозабезпечених сімей зі святом 1 вересня, Святого Миколая та Міжнародного дня захисту дітей.

Важливо зазначити, що компанія має добре побудовану корпоративну культуру в середині компанії. #CroweFamily - це правильно побудована спільнота в середині колективу компанії, це ідея, яка є основною лінією у відносинах працівників. Це команда однодумців, яка об'єднує професіоналів з різних галузей задля досягнення успіху. Це люди зі спільними цінностями та цілями.

Протягом 5 років, АС Crowe Ukraine будує сильну, професійну команду. #CroweFamily об'єднує понад 100 фахівців, тому компанія намагається створити такі умови праці, щоб кожен працівник відчував себе частиною однієї великої та сильної родини. Також варто зазначити, що компанія має досить цікаву корпоративну продукцію, яка заснована на концепції сталого розвитку та придбана в українських компаніях, задля підтримки національного виробника.

Важливо відмітити, що АС Crowe Ukraine за мирних часів багато уваги приділяла благодійності та корпоративній соціальній відповідальності. Під час війни багато співробітників компанії вступили до лав територіальної оборони, відправились за покликом до ЗСУ.

Компанія організувала гуманітарну допомогу тим, хто на це потребує, багато хто з #CroweFamily стали волонтерами. Саме тому АС Crowe Ukraine запустили волонтерський проект #SaveUkraine для благодійних фондів та громадських організацій, які підтримують ЗСУ та сили територіальної оборони, де команда зможе в рамках волонтерської діяльності надавати свої професійні послуги. Під час волонтерського проекту, який запустила компанія було проведено 5 благодійних аудитів.

Також компанія розуміє важливість висвітлення екологічних наслідків під час війни, тому намагається активно вести соціальні мережі. Команда підтримує один одного в такий непростий час та робить все можливе, аби якнайбільше допомогти Україні виграти війну.

Компанія допомагає внутрішньо переміщеним особам з усіє країни гуманітарною допомогою та піклується за сиротами з Донецької області.

Всього за період війни компанія допомогла близько 47 сім'ям та загальна сума витрат на благодійність склала близько 2 млн гривень.

За описом корпоративної соціальної відповідальності компанії AC Crowe Ukraine можна зробити висновок, що компанія прагне діяти відповідально, забезпечуючи сталість та ефективність своєї діяльності, не зводячи на спрощення рівнів відповідальності. Відповідно до цього, компанія дотримується високих етичних стандартів, допомагає сприяти розвитку спільнот та підтримує соціальні проекти. Крім того, компанія приділяє увагу екологічній безпеці та здоров'ю своїх працівників, що відображається в створенні сприятливих умов праці.

Навіть, в особливо важкий час для країни корпоративна соціальна відповідальність набирає вагомості та є одним із основних факторів, що впливає на репутацію, імідж, позиції на ринку та її конкурентоспроможність. Тому під час нестабільного економічного та політичного положення, компанії необхідно адаптувати власну систему бізнес-моделі, аби бути гнучкою до змін та відповідати вимогам споживачів та громадськості.

Використання бізнес-моделі для КСВ дає змогу отримати канву сталої бізнес-моделі, тобто загалом візуалізацію екологічних та соціальних наслідків діяльності у певній сфері, яка складається із двох компонентів, таких як витрати на впровадження КСВ та вигода або переваги впровадження, адаптації моделі КСВ. [41, стр. 10]

Ключові партнери

- Crowe Global
- CIS Country Club
- Crowe Umbrella
- Афілійовані партнери
- Місцеві та державні органи управління
- European Business Association
- Професійні об'єднання та організації, такі як – АПУ, ОСНАД, МАСБА
- Юридичні компанії
- КБУ-Конфедерація будівальників України
- Київський національний економічний університет

Ключова діяльність

- Аудит,
- Консалтинг,
- Податки та ТЦУ,
- Бухгалтерські послуги,
- Оцінка.

Ключові ресурси

- Кваліфікований персонал: аудитори, фінансові аналітики, консультанти та другі фахівці;
- Передові знання та технології;
- Доступ до інформації;
- Репутація та довіра;
- Мережа контактів.

Ціннісна пропозиція

- Професійна якість;
- Незалежність та об'єктивність;
- Сучасна методологія;
- Міжнародний досвід працінників;
- Інноваційний підхід до вирішення проблем клієнтів;
- Використання сучасного програмного забезпечення для покращення надання послуг;
- Всебічне обслуговування клієнта в рамках однією групи компаній

Відносини з клієнтами

- Постійна підтримка та комунікація
- Можливість задати питання в - Telegram-каналі
- Ведення соціальних мереж на професійну тематику
- Дайджест з новинами
- Корпоративно соціальне позиціонування

Канали

- "Сарафанне радіо"
- Партнерства та співпраця
- Тендери
- Події у галузі та торгові виставки
- Онлайн-канали

Сегменти клієнтів

- Фінансові установи, такі як банки, інвестиційні компанії та інші фінансові інститути.
- Підприємства, які здійснюють економічну діяльність, в тому числі великі корпорації, СМІ, торгові компанії.
- Публічні установи, такі як державні агентства, муніципальні органи, школи та університети.
- Неприбуткові організації, такі як громадські організації, некомерційні організації, релігійні організації.
- Індивідуальні підприємці, які потребують аудиту для ведення бізнесу або для відомостей для податкових органів.

Структура затрат

- Заробітна плата для персоналу
- Витрати на обладнання та ресурси
- Маркетингові витрати
- Адміністративні витрати
- Витрати на індивідуальне технічне забезпечення фахівців.
- Витрати на навчання та підвищення кваліфікації персоналу
- Витрати на взаємодію з міжнародними аудиторськими асоціаціями для фірм, які є їх членами;
- Витрати на комунікації, забезпечення конфіденційності інформації.

Потоки доходів

- Послуги з обов'язкового аудиту фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес-13 614 000 (31%)
- Послуг з обов'язкового аудиту фінансової звітності іншим юридичним особам - 13 495 000 (30%)
- Неаудиторські послуги іншим юридичним особам - 14 271 000 (32%)
- Неаудиторські послуги підприємствам, що становлять суспільний інтерес - 2 942 000 (7%)

Витрати на КСВ

- Витрати на утримання "Зеленого офісу"
- Благодійні кошти на допомогу ЗСУ та ТРо
- Кошти на допомогу переселенцям
- Кошти на допомогу сиротам із Донецької област та малозабезпеченим сім'ямі
- Замовлення корпоративної продукції
- Соціальний маркетинг
- Витрати на переробку сміття
- Витрати на закупівлю екологічно дружніх матеріалів та обладнання.
- Витрати на навчання співробітників та підтримку імплементованих нових практик

Переваги від КСВ

- Покращення репутації та іміджу
- Підвищення залученості працівників
- Покращення зв'язків з громадськістю
- Підвищення інноваційності
- Розширення ринкових можливостей
- Зміцнення позицій на ринку
- Збільшення конкурпентоспроможності
- Зменшення відходів
- Скорочення використання бумаги
- Збільшення інформації щодо проблем екології
- Рівень благодійності зріс

Рис. 2.9. Business Model Canvas компанії AC Crowe Ukraine з впровадженням КСВ

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Можна проаналізувати дану канву бізнес-моделі з впровадженням КСВ діяльності, то бачимо, що додались витрати на утримання “Зеленого офісу” включають в себе різноманітні витрати, такі як закупівля енергоефективних ламп, утримання зелених насаджень, закупівля канцтоварів.

Благодійні кошти на допомогу ЗСУ та ТРо включають в себе фінансову підтримку для організацій, які займаються допомогою.

Кошти на допомогу переселенцям включають в себе фінансову підтримку для людей, які були вимушені переселитися внаслідок війни.

Кошти на допомогу сиротам із Донецької області та малозабезпеченим сім'ям включають в себе фінансову підтримку для дітей, які втратили своїх батьків. Це включає в себе гуманітарну допомогу. Також на майбутнє можна запропонувати компанії взяти на себе організацію різних заходів, таких як дитячі табори, навчальні заняття та відпочинок, щоб допомогти цим дітям відчути себе щасливими.

Замовлення корпоративної продукції включає в себе витрати, пов'язані з закупівлею продуктів або послуг, які використовуються в діяльності компанії та мають спрямованість на впровадження принципів КСВ.

Соціальний маркетинг - це витрати, пов'язані з проведенням маркетингових кампаній, які допомогли б просувати ініціативи КСВ в суспільстві.

Витрати на переробку сміття - це витрати, пов'язані з переробкою відходів, які виникають під час діяльності компанії, так, щоб відповідати принципам збереження екології.

Витрати на закупівлю екологічно дружніх матеріалів та обладнання - це витрати, пов'язані з придбанням матеріалів та обладнання, які відповідають екологічним стандартам та не наносять шкоди довкіллю. Це включає закупі-

влю екологічно дружніх офісних приладів, речей для повсякденного використання тощо. Це допомагає компанії зменшити свій вплив на екологію та сприяти збереженню природних ресурсів.

Щодо користі впровадження, то було виділено саме:

Покращення репутації: Впровадження ініціатив з КСВ допомагає компанії створити позитивний імідж та репутацію серед зацікавлених сторін, включаючи клієнтів, працівників та широку громадськість. Це може сприяти створенню сильного бренду та покращенню репутації компанії.

Підвищення залученості працівників: Залучаючи працівників до діяльності та ініціатив з КСВ, компанія підвищує їхню мотивацію, залученість та задоволеність роботою. Це може призвести до вищого рівня утримання працівників та покращення продуктивності праці.

Кращі відносини зі стейкхолдерами: Діяльність з КСВ сприяє побудові кращих відносини зі своїми зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів і широку громадськість. Це може сприяти довгостроковому успіху, стійкості компанії та отримання лояльності клієнтів.

Зростання інновацій: Ініціативи з КСВ стимулюють інновації, оскільки компанія шукає нові та більш стійкі способи ведення бізнесу. Це сприяє зростанню, підвищенню конкурентоспроможності та довгостроковому успіху компанії.

Екологічні переваги: Впроваджуючи екологічно чисті практики, аудиторська компанія зменшила свій вплив на навколишнє середовище, зберігає ресурси та зробила свій внесок у більш стале майбутнє.

Загалом, впровадження КСВ в аудиторській компанії AC Crowe Ukraine принесло багато переваг, включаючи покращення репутації, підвищення залученості працівників, покращення відносин із стейкхолдерами, підвищенням інноваційності та екологічної користі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІ

AC Crowe Ukraine є провідною українською компанією з надання професійних послуг, таких як аудит, консалтинг та податкові послуги. Згідно з аналізом, компанія AC Crowe Ukraine є прибутковою (1831.6 тис. грн у 2021 році, що на 60,4% більше у порівнянні з 2017 роком) та ефективно функціонуючою.

У компанії є сильні сторони, такі як кваліфікована команда аудиторів та повний цикл надання професійних послуг в межах однієї компанії. Однак, компанія має певні недоліки, такі як відсутність спеціалізації на конкретних галузях та слабкі позиції бренду на території України. Можливості компанії полягають у збільшенні попиту на послуги аудиту та консалтингу в Україні та розширення мережі офісів.

Крім того, компанія повинна адаптувати свою бізнес-модель для збільшення конкурентоспроможності. AC Crowe Ukraine визначила три пріоритетні групи стейкхолдерів на аудиторському ринку, що включають клієнтів, конкурентів, партнерів та інші групи. Однак, компанію можуть підірвати загрози, такі як економічна нестабільність та зміни в правовому середовищі України.

AC Crowe Ukraine дотримується високих етичних стандартів та активно співпрацює зі стейкхолдерами, що свідчить про її корпоративну соціальну відповідальність. Компанія відчуває відповідальність за соціальні наслідки своєї діяльності та прагне бути активним учасником громадського життя для підтримки розвитку спільнот, де вона працює. Компанія має концепції КСВ, такі як “Зелений офіс”, сталий розвиток Hello, #eco, благодійна діяльність, захист прав та відносин з працівниками, розвиток співпраці та справедливість і рівність.

ІІІ РОЗДІЛ. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

3.1. Обґрунтування впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії

Для забезпечення конкурентоспроможності компанії в галузі необхідний ключовий елемент, саме конкурентна перевага, яка включає в себе різноманітні чинники, спрямовані на досягнення успіху на ринку та перевершення конкурентів.

Багато бізнес-практик доводять, що інвестиції в ініціативи корпоративної соціальної відповідальності можуть бути джерелом конкурентної переваги та інструментом підвищення фінансової ефективності підприємства. На сьогодні науковці та практики продовжують досліджувати цей взаємозв'язок, оскільки він залишається актуальним як ніколи раніше. [50, стр. 56]

Важливо наголосити, що ключовими критеріями, які допомагають забезпечити конкурентоспроможність організації за допомогою КСВ, є задоволеність клієнтів та репутація компанії.

Науково-методичний підхід до визначення впливу корпоративної соціальної відповідальності на роботу організації було запропоновано Лозинським, який створив матрицю, що відображає різні типи впливу, включаючи довгостроковий та короткостроковий вплив, на різних стейкхолдерів підприємства.

З урахуванням обраних параметрів (тривалість та типи стейкхолдерів), можна виділити наступні показники впливу КСВ: «внутрішній - короткостроковий», «внутрішній - довгостроковий», «зовнішній - довгостроковий», «зовнішній - короткостроковий». Кожній пропозиції присвоєно відповідний знак «+ / -» в залежності від позитивного або негативного ефекту впливу. [29, стр.5].

Таблиця 3.1

Матриця впливу стратегії корпоративної соціальної відповідальності на функціонування бізнес-моделі компанії

Короткостроковий влив	+Збільшення репутації компанії серед співробітників та на ринку праці; +Підвищення рівня технічного забезпечення; +Покращення взаємин між співробітниками та керівництвом компанії;	+Збільшення лояльності клієнтів; +Пізнаваність бренду; +Зростання економічного розвитку компанії; +Зростання соціального забезпечення; +Зростання цінності компанії; +Підвищення лояльності споживачів; +Зменшення ризиків та покращення стійкості компанії;
Довгостроковий вплив	+Підвищення рівня довіри співробітників; +Підвищення мотивації та задоволення працівників; +Підвищення продуктивності працівників; +Покращення якості надання послуг; - Витрати на навчання та тренінги;	+ Збільшення обсягів надання послуг; +Розширення можливостей для залучення державних пільг та зменшення ризику конфлікту з регулюючими органами; +Покращення стосунків з державними інституціями; +Поліпшення стосунків з інвесторами та залучення нових інвестицій; +Зниження ризику репутаційних та правових проблем; - Збільшення витрат на реалізацію соціальних програм; - Витрати на благодійність;
	Внутрішні стейкхолдери	Зовнішні стекхолдери

Джерело: складено автором за даними [29, стр.25]

На нашу думку, одним із ефективних інструментів, який спрямований на підвищення конкурентоспроможності є саме корпоративна соціальна відповідальність, яка в свою чергу забезпечує підвищення ефективності діяльності організацій завдяки покращенню іміджу в очах стейкхолдерів, завдяки відповідальній поведінці по відношенню до суспільства та навколишнього середовища.

Як і в будь-якій іншій галузі, конкуренція серед аудиторських компаній досить висока, тому для AC Crowe Ukraine важливо мати конкурентні переваги, які допомагають їй відрізнятися від інших гравців на ринку та привертати клієнтів. У таблиці 3.2 наведені основні конкурентні переваги компанії.

Таблиця 3.2

Основні конкурентні переваги AC Crowe Ukraine

Перевага	Характеристика
Багаторічний практичний досвід у аудиторській, податковій та консультаційній сферах	Значний досвід роботи в галузі, що дозволяє забезпечувати якісне та професійне обслуговування клієнтів у різних сферах бізнесу.
Авторитет Crowe Global на світовому ринку	AC Crowe Ukraine є членом міжнародної мережі аудиторських компаній Crowe Global, яка займає лідерські позиції у світовій аудиторській галузі, що дозволяє компанії залучати клієнтів з різних країн та регіонів.
Наявність сертифікатів та кваліфікованих співробітників	Компанія має сертифікованих спеціалістів, які можуть проводити аудит у різних сферах бізнесу, що дає можливість привертати клієнтів з різних галузей (сертифікованих аудиторів - 28 на 2021 рік).
Всебічне обслуговування клієнта в рамках однієї групи компаній	Дві дочірні компанії Crowe AVR та Crowe Accounting Ukraine, що дозволяє компанії забезпечувати клієнтам різний вид послуг в рамках мережі.
Розвинута корпоративна культура та КСВ	Встановлені внутрішні стандарти та процедури, що дозволяють компанії забезпечувати єдність та співпрацю в колективі

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Для аналізу конкурентоспроможності підприємства на ринку використаємо комплексний підхід, який включає оцінку товарних, збутових, ринкових та виробничих критеріїв. Комерційний успіх оцінюється за шкалою “нижче середнього”, “середній” та “вище середнього”, в залежності від характеристик, що аналізуються. Якісна оцінка доповнюється кількісною 100-бальною оцінкою, де кожній категорії відповідає відповідний діапазон балів. Такий підхід дозволяє здійснити об'єктивний та точний аналіз конкурентоспроможності послуг на ринку. Оцінку проводимо за допомогою «Матриці Нільсена». Варто зазначити, що основними конкурентами AC Crowe Ukraine є підприємства ТОВ “Кроу Ерфольг Україна” та ТОВ “Бейкер Тіллі Україна”. [11, стр.25]

Таблиця 3.3

Аналіз конкурентоспроможності послуг AC Crowe Ukraine через Матрицю Нільсена

Критерії конкурентоспроможності	Коефіцієнт вагомості групового критерію	AC Crowe Ukraine		Приналежність конкурентів до категорії			
				ТОВ “Кроу Ерфольг Україна”		ТОВ “Бейкер Тіллі Україна”	
		Бал 0-40 40-70 70-100	Зведена оцінка	Бал 0-40 40-70 70-100	Зведена оцінка	Бал 0-40 40-70 70-100	Зведена оцінка
1. Якість наданих послуг	0.2	60	12	40	8	70	14
2. Використання сучасних технологій та інновацій у виконанні аудиторських послуг	0.1	50	5	40	4	60	6
3.Кваліфікованість та компетентність: висококваліфіковані спеціалісти	0.2	80	16	50	10	80	16
4.Імідж компанії або послуг	0.1	60	6	30	3	70	7
5. Особистий підхід: відповідність вимогам та потребам клієнта	0.05	50	2.5	40	2	60	3
6.Глобальна присутність або приналежність до мережі	0.05	70	3.5	70	3.5	70	3.5
7.Наявність розгалуженої мережі офісів	0.05	60	3	50	2.5	70	3.5
8. Корпоративна соціальна відповідальність	0.1	70	7	50	5	80	8
9.Швидкі та ефективні відповіді на запити	0.05	40	2	50	2.5	60	3
10.Своєчасне забезпечення якісними послугами в обумовлені терміни та бюджет	0.05	50	2.5	40	2	50	2.5
11. Індустріальний досвід	0.05	40	2	40	2	50	2.5
Всього	1	—	61.5	—	44.5	—	69

Джерело: самостійно створено автором

З матриці видно, що AC Crowe Ukraine має певні ряди сильних сторін та переваг. Проте, позиції основних конкурентів є досить стійкими. Це пояснюється відповідністю однотипністю надання послуг на цей момент часу. З метою збереження власних позицій AC Crowe Ukraine необхідно розробити досконалу маркетингову стратегію на найближчі 5 років (активізувати заходи з просування своїх послуг); необхідно диверсифікувати портфель послуг та повністю сформувати департамент консалтингу; мінімізувати репутаційні ризики та знайти в конкурентному полі стейкхолдерів, потрібно розробити комплекс заходів із позиціонування, формування клієнтського портфелю. Та важливо наголосити на тому, що компанії необхідно більше уваги приділити ефективному впровадженню політики КСВ в стратегію бізнес-моделі.

Ефективна реалізація політики КСВ на підприємстві може не лише створювати сприятливі умови для праці, підвищувати ефективність та продуктивність працівників компанії, але також мати позитивний вплив на побудову довіри серед стейкхолдерів і клієнтів.

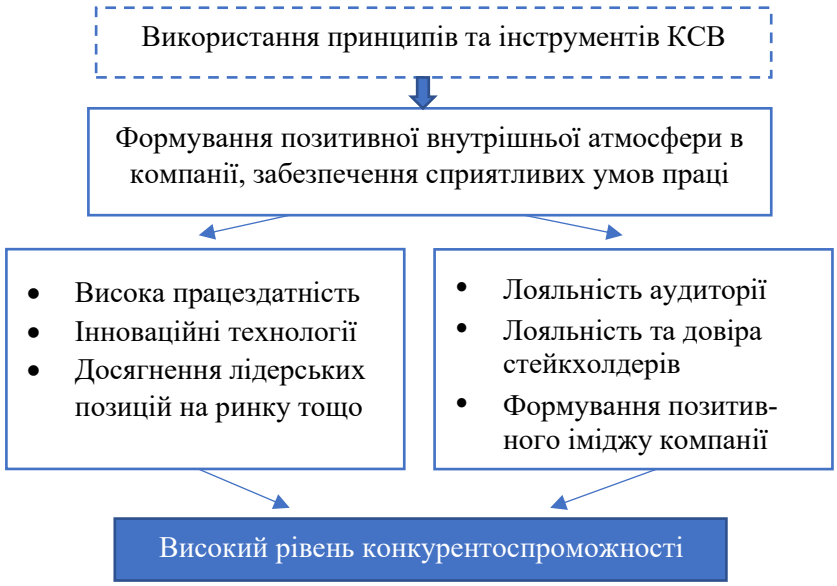

Рис. 3.1. Схема впливу соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії

Джерело: складено автором за даними [29, стр.26]

Далі проведемо SPACE-аналіз, який використовується переважно як метод стратегічного аналізу, але може бути ефективним інструментом для оцінки внутрішньої соціальної відповідальності підприємства, якщо провести його модифікацію. Коефіцієнти встановлюються експертами з урахуванням значимості індикаторів. Для оцінки факторів корпоративної соціальної відповідальності використали рейтингову шкалу від 0 (мінімально) до 3 (максимально). Де “0” - найнижчий рівень, “1” - початковий, “2” - середній, відповідає стандартам, “3” - високий рівень, враховуючи міжнародні стандарти. [16, стр.154]

За принципом матриці SPACE показники розподіляються на 4 групи:

- Фактори фінансової стійкості підприємства;
- Фактори, що створюють стабільні умови функціонування підприємства;
- Фактори конкурентоспроможності підприємства;
- Фактори, що забезпечують фінансову привабливість підприємства.

Для аналізу SPACE враховано два аспекти - зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства, базуючись на принципах впливу стратегії корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність.

Було проведене експертне опитування для оцінки впливу стратегії корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність. Для формування групи експертів було дотримано такі обов’язкові вимоги для учасників: досвід від 5 років на аудиторському ринку; експерт має обов’язково займати керівничу посаду або бути провідним спеціалістом відділу маркетингу; та мати розуміння питань соціальної відповідальності.

До опитування було залучено раду директорів АС Crowe Ukraine, яка складається з 4 осіб, директора з маркетингу та 3 представників бізнесу, які займають керуючу посаду. Експерти присудили рейтингові значення показникам і встановили коефіцієнти конкордації для вимірювання ступеня узгодженості між оцінками.

Таблиця 3.4

Оцінка системи критеріїв корпоративної соціальної відповідальності AC Crowe Ukraine

Індикатор	Оцінка	Вага	Зважена оцінка, балів
Фактори фінансової стійкості підприємства			
Фінансування благодійних ініціатив винятково за рахунок коштів підприємства	2	0,3	0,6
Раціональне використання ресурсів та оптимізація витрат	3	0,2	0,6
Сильний фінансовий потенціал підприємства	3	0,4	1,2
Наявність системи винагород та мотивації персоналу	2	0,1	0,2
Середня оцінка фінансової стійкості підприємства		1	2,6
Фактори, що створюють стабільні умови функціонування підприємства			
Розвиток персоналу (тренінги та професійні курси, обмін досвідом з іноземними партнерами, формування кадрового резерву)	3	0,3	0,9
Забезпечення безпечних та здорових умов праці	3	0,25	0,75
Задоволеність працівників морально-психологічним кліматом (тімбілдінги)	2	0,1	0,2
Розвиток довгострокових стратегічних планів для сталого розвитку підприємства	2	0,15	0,3
Корпоративне волонтерство	3	0,2	0,6
Середня оцінка стабільності функціонування		1	2,75
Фактори конкурентоспроможності підприємства			
Відповідальність перед клієнтами та стейкхолдерами (Клієнтоорієнтований підхід)	2	0,1	0,2
Високий рівень професійної підготовки співробітників	3	0,2	0,6
Формування позитивного іміджу компанії через спонсорство та благодійність	2	0,25	0,5
Корпоративна культура (корпоративна етика, зелений офіс)	3	0,2	0,6
Використання новітніх технологій та програмного забезпечення	2	0,25	0,5
Середня оцінка конкурентних переваг підприємства		1	2,4
Фактори, що забезпечують привабливість підприємства			
Прозорість фінансової звітності та комунікації	3	0,3	0,9
Захист інтересів акціонерів та інвесторів	2	0,2	0,4
Комплексний соціальний пакет для працівників	1	0,15	0,15
Розробка екологічних проектів та ініціатив щодо умов праці	2	0,2	0,4
Співпраця з місцевими органами влади для забезпечення сталого розвитку	1	0,15	0,15
Середня оцінка привабливості підприємства		1	2

Джерело: самостійно створено автором

Отже, за абсолютними показниками значень зважених оцінок індикаторів SPACE-аналізу для оцінки корпоративної соціальної відповідальності AC

Crowe Ukraine, слід зазначити, що найкращими по шкалі від 1 до 3 є значення «стабільність функціонування підприємства» - 2,75 та «фінансова стійкість» із показником 2,6, та найменше значення має «привабливість підприємства – 2.

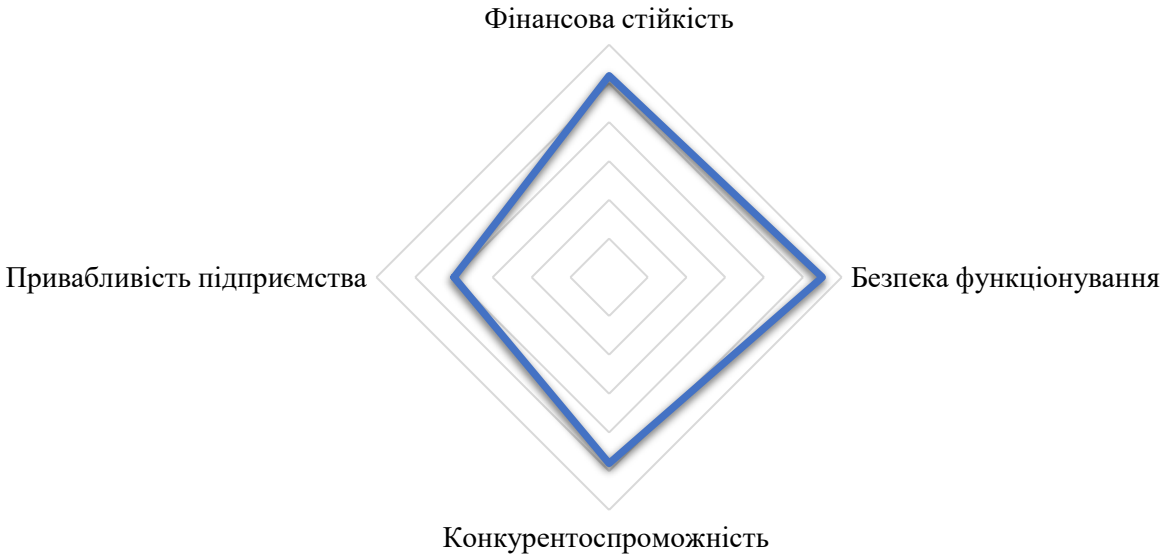

Рис. 3.2. Матриця стратегічного положення КСВ за методом SPACE-аналізу для АС Crowe Ukraine

Джерело: самостійно створено автором за даними таблиці 3.4

Доцільно визначити тип стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства на основі побудови системи координат:

Формула 3.1

X = ФП (Фактори привабливості підприємства) - ФК (Фактори конкурентоспроможності підприємства)

Y = ФС (Фактори фінансової стійкості підприємства) - ФБ (Фактори функціональної безпеки підприємства) [16, стр.154]

Формула 3.2

X =ФП-ФК= 2-2,4 = -0,4

Y =ФС-ФБ= 2,6-2,75= -0,15

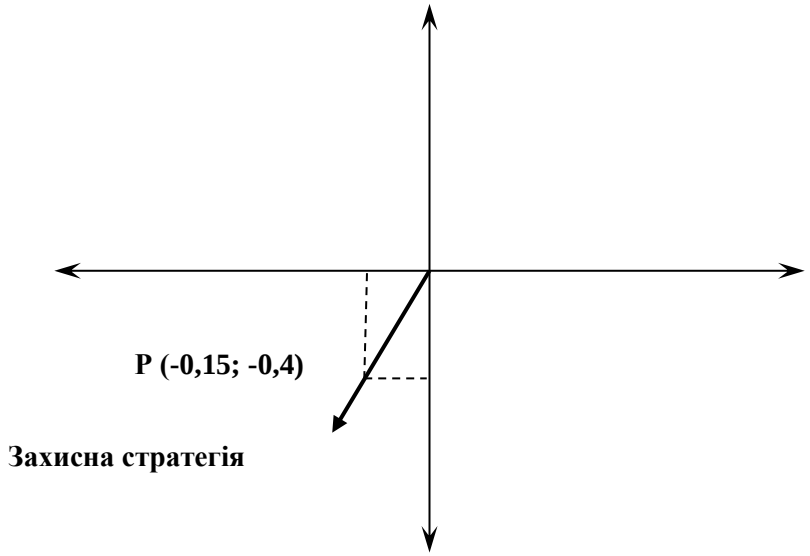

Рис. 3.3. Побудова вектора рекомендованої стратегії КСВ за методом SPACE-аналізу

Джерело: самостійно створено автором за даними таблиці 3.4

З рисунку видно, що рекомендованою стратегією для корпоративної соціальної відповідальності є саме – захисна, що в свою чергу означає, що компанії необхідно більше звертати уваги на оплату праці та мотивацію персоналу. Так як ринок аудиторських послуг досить конкурентоспроможний, необхідно знаходити додаткові важелі впливу задля утримання та просування позицій AC Crowe Ukraine, а саме збільшити рівень привабливості компанії як для внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. Це можна реалізувати за допомогою впровадження нових екологічних та соціальних проектів, формуванню якісного людського капіталу завдяки висококваліфікованим кадрам та обміну досвідом серед них.

Також можна зробити висновок, що з проведеного дослідження видно, що існує взаємозв’язок між впровадженням корпоративної соціальної стратегії в діяльність компанії та конкурентоспроможністю її на ринку.

3.2. Пропозиції щодо удосконалення впровадження корпоративної соціальної відповідальності компанії «AC Crowe Ukraine»

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу полягає в поєднанні різноманітних дій, спрямованих на співпрацю з основними зацікавленими сторонами та відображення цінностей, які беруть до уваги інтереси працівників, суспільства та довкілля. Власне кажучи, метою є досягнення сталого розвитку бізнесу. Таким чином, слід активно розвивати цю сферу та втілювати інноваційні підходи для реалізації КСВ в бізнес-моделі підприємства.

Можна виділити основні пропозиції та перспективи удосконалення впровадження корпоративної діяльності компанії AC Crowe Ukraine.

Одним із основних напрямів можна виділити підписання Глобального договору ООН та подання нефінансової звітності за європейськими стандартами. Важливо відмітити, що Договір в свою чергу є закликом до компаній будувати свою діяльність та стратегію на основі десяти універсальних принципів у галузі прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та протидії корупції. Глобальний договір ООН полягає в керівництві та підтримці глобальної ділової спільноти у просуванні цілей та цінностей ООН завдяки відповідальній корпоративній практиці. [8, стр. 32]

Основними принципами підготовки звітів учасниками Глобального договору ООН в Україні є дотримання стандартів, які забезпечують якість та об'єктивність інформації щодо досягнень Глобального договору ООН. Ці стандарти включають інформацію про внесок досягнення 17 Цілей Сталого Розвитку ООН до 2030 року. [8 , стр. 34]

Саме тому великою перспективою в розвитку корпоративної соціальної діяльності компанії AC Crowe Ukraine є підписання даного договору та відповідність діяльності 17 Цілям та подання звітності на базі GRI.

На сьогодні ООН затверджено 17 Цілей сталого розвитку [37, стр. 10]:

1. Подолання бідності;
2. Подолання голоду;
3. Забезпечення здорового способу життя для всіх у будь-якому віці;
4. Забезпечення якісної освіти впродовж усього життя;
5. Забезпечення гендерної рівності;
6. Забезпечення доступності чистої води та належних санітарних умов;
7. Забезпечення доступу до дешевих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх;
8. Сприяння економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх;
9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння розвитку інноваціям;
10. Зменшення нерівності;
11. Забезпечення сталого розвитку міст та спільнот;
12. Забезпечення відповідального споживання;
13. Застосування заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками;
14. Збереження морських екосистем;
15. Збереження екосистем суші;
16. Сприяння побудові миролюбного і справедливого суспільства;
17. Зміцнення партнерства заради сталого розвитку.

Для висвітлення аспектів суттєвості, що є найбільш важливими для ключових зацікавлених сторін AC Crowe Ukraine та бізнесу, а також для розкриття найбільш відповідної інформації, було здійснено оцінку суттєвості відповідно до керівних принципів GRI.

Процес оцінки рівня суттєвості складається з визначення переліку суттєвих питань для AC Crowe Ukraine та з визначення пріоритетності цих суттєвих аспектів.

Для визначення переліку суттєвих аспектів, пов’язаних із наданням професійних послуг АС Crowe Ukraine, було проведено комплексний аналіз діяльності компанії з урахуванням результатів взаємодії з ключовими зацікавленими сторонами та коментарів, отриманих від керівництва компанії. Окрім цього, були зважені інші аспекти, що стосуються діяльності компанії, зокрема галузеві тенденції, а також основні очікування клієнтів і персоналу.

У результаті дослідження було виділено 17 суттєвих аспектів для АС Crowe Ukraine. Всі обрані аспекти є суттєвими, але вплив деяких з них є більш значущим з огляду на їхню важливість для зацікавлених сторін та рівень впливу на них з боку компанії.

Для оцінки рівня суттєвості кожного аспекту, було проведене опитування керівництва АС Crowe Ukraine для проведення об’єктивного аналізу результатів діяльності компанії у сфері сталого розвитку, а також економічних, соціальних та екологічних наслідків діяльності АС Crowe Ukraine.

Таблиця 3.5.

Оцінка суттєвості

№	Суттєвий аспект	Рівень значущості (від 0 – несуттєво, до 3 високий рівень)	Відповідність ЦСР ООН
1	Якість та цінність послуг	3	Ціль 8
2	Задоволеність клієнтів	3	Ціль 8
3	Прозорість	2	Ціль 16
4	Добробут співробітників	3	Ціль 3
5	Етика та доброчесність	3	Ціль 16
6	Фінансова сталість компанії	3	Ціль 8
7	Конфіденційність та захист даних	3	Ціль 16
8	Вплив на трансформацію українського бізнесу	1	Ціль 8, 17
9	Навчання та розвиток співробітників	3	Ціль 4
10	Система винагороди	2	Ціль 3
11	Організація, побудована на цінностях	3	Ціль 16, 10
12	Частина мережі професійних фірм Crowe Global	1	Ціль 8, 17
13	Різноманіття та рівні можливості	1	Ціль 16, 10

Продовження табл.3.5

14	Інновації	3	Ціль 8, 17
15	Екологічна сталість	1	Ціль 13
16	Взаємодія з місцевими спільнотами та допомога їм	1	Ціль 8, 11
17	Стабільність під час воєнного положення	3	Ціль 16, 17

Джерело: самостійно складено автором за даними AC Crowe Ukraine

Результати взаємодії із зацікавленими сторонами та керівництвом компанії були використані для визначення пріоритетності суттєвих аспектів. Нижче наведено перелік аспектів, яким було присвоєно найвищий рівень пріоритетності з огляду на їхню важливість для зацікавлених сторін і вплив на діяльність AC Crowe Ukraine. Отже, найсуттєвішими було визнано такі аспекти:

- якість та цінність послуг;
- задоволеність клієнтів;
- добробут співробітників;
- етика та доброчесність;
- фінансова сталість компанії;
- конфіденційність та захист даних;
- навчання та розвиток співробітників;
- організація, побудована на цінностях;
- інновації;
- стабільна діяльність в умовах воєнного положення.

Виходячи з отриманих даних важливим є концентрація та врахування цих аспектів при наданні послуг компанії, взаємодії з зацікавленими сторонами та побудові конкурентних переваг та перспективах впровадження нових підходів корпоративної соціальної відповідальності.

Один із можливих напрямків вдосконалення корпоративної діяльності AC Crowe Ukraine полягає у впровадженні нефінансової звітності за стандартом

GRI, який включає чіткі індикатори щодо діяльності компанії. Подання такого звіту може сприяти створенню більш відкритих та прозорих стосунків з різними зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів, працівників та суспільство загалом.

Відповідно до стандарту GRI, аудиторській компанії необхідно відображати свою відповідальність щодо соціальних та екологічних аспектів діяльності своїх клієнтів. Цей підхід може доповнювати традиційний аудит фінансових звітів, дозволяючи проводити більш детальний аналіз соціально-екологічних стосунків компанії.

Підготовка звіту повинна відповідати принципам комунікації про досягнутий прогрес, зокрема, звіт повинен бути чітким, зрозумілим та коротким. У звіті слід відображати актуальність і важливість проблем, які розв'язує Глобальний договір ООН, а також надавати інформацію про здійснення практичних кроків для досягнення поставлених цілей. [8, стр. 35]

У цьому контексті, необхідно зосередитись на вдосконаленні методики та організації бухгалтерського обліку, які можуть служити інформаційною основою для підготовки нефінансових звітів. Це включає розробку нових інструментів та процедур, які дозволять компанії систематично збирати, аналізувати та надавати відповідні дані для оцінки свого соціального та екологічного впливу.

На нашу думку, ще однією не менш важливою пропозицією розвитку КСВ політики в компанії АС Crowe Ukraine є впровадження системи соціального захисту працівників. Для аудиторської компанії працівники є ключовим критерієм конкурентоспроможності на ринку, тому варто було б взяти до уваги успішний досвід міжнародних компаній, які за допомогою бенефітів отриму-

ють та мотивують висококваліфікованих працівників. Якщо керівництво орієнтоване на інтереси працівників, то корпоративна культура компанії стає сильнішою.

Можна наголосити на тому, що при впровадженні бенефіт-програми компанія завойовує лояльність працівників, адже це можуть бути заохочення у вигляді бонусів чи премій, абонементів у спортзал, спеціальних програм знижок, медичне страхування або ж покриття витрат на навчання.

Звідси можна виокремити певні переваги впровадження системи соціального захисту працівників, а саме: зменшення плинності кадрів - компанія зміцнює свої відносини з працівниками, забезпечуючи їх задоволеність та знижуючи ймовірність їх переходу до конкурентів. Також впровадження бенефіт-програм свідчить про фінансову стабільність та соціальну відповідальність компанії, що покращує її імідж у суспільстві та серед потенційних клієнтів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІІ

У третьому розділі було обґрунтовано вплив корпоративної соціальної відповідальності на рівень конкурентоспроможності та надані пропозиції щодо розвитку КСВ політики на підприємстві.

Адже з використанням концепції корпоративної соціальної відповідальності компанії можуть досягти значних конкурентних переваг, які включають зниження ризиків та підвищення стійкості до кризових ситуацій, зростання лояльності працівників та клієнтів, успішну участь в міжнародних бізнес-комунікаціях, нарощування нематеріальної складової бізнесу, формування позитивного іміджу та репутації, партнерства з державними і громадськими інститутами. Найбільш значущою перевагою є формування позитивного впливу соціальної відповідальності на ділову репутацію, що забезпечує бізнесом успішність на ринку.

Виділено основні пропозиції та перспективи розвитку корпоративної діяльності компанії AC Crowe Ukraine. Саме через підписання Глобального договору ООН та подання нефінансової звітності за стандартом GRI, який включає чіткі індикатори щодо діяльності компанії. Подання такого звіту може сприяти створенню більш відкритих та прозорих стосунків з різними зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, партнерів, працівників та суспільство загалом. Здійснено оцінку суттєвості відповідно до керівних принципів GRI, де найсуттєвішими було визнано такі аспекти: якість та цінність послуг, задоволеність клієнтів, добробут співробітників, етика та доброчесність, фінансова сталість компанії, конфіденційність та захист даних, навчання та розвиток співробітників, організація, яка побудована на цінностях, інновації, стабільна діяльність в умовах воєнного положення.

Запропоновано поліпшення системи соціального захисту працівників, що збільшить лояльність працівників.

ВИСНОВКИ

Корпоративна соціальна відповідальність - це система дій компанії, яка включає економічні, екологічні та соціальні заходи, що спрямовані на впровадження сталого розвитку, задоволення інтересів стейкхолдерів, зниження ризиків, підвищення іміджу та стратегічної стійкості бізнесу.

Тема роботи є актуальною, тому що у сучасному світі акцент ставиться на сталий розвиток, а пандемія COVID-19 та війна зміцнили потребу в гнучкості та важливості взаємодії бізнесу та суспільства. Корпоративна соціальна відповідальність відіграє ключову роль у розвитку українського бізнесу, підвищуючи його конкурентоспроможність у відповідь на глобальні виклики.

Проведений аналіз еволюції корпоративної соціальної відповідальності та її впливу на конкурентоспроможність підприємств показав, що у сучасному світі бізнесу важливими є не тільки фінансові показники, як прибуток, темпи зростання або пізнаваність бренду, але й також інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у бізнес-модель підприємства.

Визначенні методичні підходи до оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємств дають змогу обрати сприятливий метод, розробити систему показників та зробити висновки задля прийняття управлінських рішень.

Дослідження концепції корпоративної соціальної відповідальності як складової бізнес-моделей показало, що у зв'язку з динамічним розвитком зовнішнього ринку та конкуренцією, сучасні компанії стикаються з необхідністю створення гнучкої бізнес-моделі, здатної адаптуватися до змін. Інноваційний розвиток та постійне вдосконалення є ключовими для стабільного розвитку підприємства. А впровадження КСВ – це одна із ключових конкурентних переваг компанії.

Діагностика аудиторського ринку продемонструвала, що ринок не монополізований, але помірно конценрований. Щодо позицій компанії AC Crowe Ukraine на ринку, то вона займає 11 місце в рейтингу, що є досить непоганим результатом під час такої великої конкуренції в галузі.

Виходячи з динаміки прибутковості, компанія отримувала прибуток постійно і найбільшого значення чистий прибуток досяг 1831.6 тис. грн у 2021 році та у порівнянні з 2017 роком виріс на 60,4%, що свідчать лише про позитивні показники та ефективне функціонування підприємства.

Компанія працює за принципом B2B, надаючи професійні послуги іншим бізнесам, а не приватним особам. Водночас, аудиторська компанія базується на моделі професійних послуг, що передбачає надання експертних консультацій та сервісів клієнтам у замін на оплату.

Показник Economic Value Added (EVA) складає 42659.70 та свідчить про те, що компанія створює вартість, тобто її цінність збільшується.

AC Crowe Ukraine потребує постійної адаптації власних бізнес-моделей, адже тоді компанія зможе ефективніше відповідати на виклики ринку та збільшувати власну конкурентоспроможність.

У процесі побудови карти стейкхолдерів аудиторського ринку з позиції Компанії було виявлено три пріоритетні групи:

- клієнти, працівники, сервісні компанії;
- конкуренти, афілійовані партнери, Crowe Global, Crowe Umbrella (Ukraine), CIS Country Club;
- інші гравці ринку, постачальники, професійні асоціації та мережі, навчальні установи, неприбуткові організації, місцеві спільноти, державні та місцеві органи управління та регуляторні органи, міжнародні організації.

Оцінка корпоративної соціальної відповідальності за методом «Business Model Canvas» підтвердила високий рівень етичних стандартів, що допомагає

сприяти розвитку спільнот та підтримує соціальні проекти. Крім того, компанія приділяє увагу екологічній безпеці та здоров'ю своїх працівників, що відображається в створенні сприятливих умов праці. AC Crowe Ukraine відчуває відповідальність за соціальні наслідки своєї діяльності та прагне бути активним учасником громадського життя для підтримки розвитку спільнот, де вона працює.

Основні принципи діяльності AC Crowe Ukraine з урахуванням КСВ включають:

- Дотримання високих етичних стандартів у всіх аспектах діяльності, зокрема прав людини, рівності та чесності.
- Активна співпраця з громадськістю та підтримка соціальних ініціатив, яка сприяє розвитку та благополуччю громад, де компанія працює.
- Створення сприятливих умов для працівників, забезпечення їхньої безпеки та здоров'я, включаючи соціальні пакети та підтримку.

«Зелений офіс», сталий розвиток «Hello, #eco», благодійна діяльність, захист прав та відносин з працівниками, розвиток співпраці та справедливість і рівність – є складовими елементами КСВ концепції компанії

Важливо відмітити, що AC Crowe Ukraine за мирних часів багато уваги приділяла благодійності та корпоративній соціальній відповідальності. Під час війни багато співробітників компанії вступили до лав територіальної оборони, відправились за покликом до ЗСУ та сама компанія продовжує активно допомагати країні запроваджуючи благодійні ініціативи та збирає гуманітарну допомогу переселенцям.

Пропозиції впровадження нових підходів КСВ:

- Підписання Глобального договору ООН;
- Подання нефінансової звітності відповідно до вимог GRI;
- Впровадження системи соціального захисту працівників.

Найсуттєвішими аспектами відповідно до принципів GRI є: якість та цінність послуг, задоволеність клієнтів, добробут співробітників, етика та доброчесність, фінансова сталість компанії, конфіденційність та захист даних, навчання та розвиток співробітників, організація, яка побудована на цінностях, інновації, стабільна діяльність в умовах воєнного положення.

Отже, застосування концепції корпоративної соціальної відповідальності допомагає компаніям досягти конкурентних переваг, зокрема: зниження ризиків, підвищення стійкості, збільшення лояльності працівників та клієнтів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр
2. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), − 2003. − №18-22 − Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV// Відомості Верховної Ради України. − 2003. − № 40-44 [Електронний ресурс] − Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14
5. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 року № 2258-VIII [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19
6. АПУ. Стисло про аудит [Електронний ресурс] / АПУ // 2020 – Режим доступу до ресурсу: https:www.apu.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/7.pdf
7. Аудиторська реформа в Україні [Електронний ресурс] // Новини Орагану Суспільного Нагляду за Аудиторською дяільністю. – 20023. – Режим доступу до ресурсу: https://www.apob.org.ua/?page_id=481.
8. Бояр А. О. Принципи глобального договору ООН в системі корпоративної соціальної відповідальності: аналіз ефективності українських компаній [Електронний ресурс] / А. О. Бояр, І. В. Кицюк // ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9046/1/zb_2022_05.pdf.

9. Бесараб С. О. Корпоративна соціальна відповідальність як сучасна форма ведення бізнесу [Електронний ресурс] / С. О. Бесараб, А. Г. Кошель // Стратегія економічного розвитку України. No 45. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://sedu.kneu.edu.ua/article/view/194784/194978.
10. Березюк К. М. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності в контексті зміни пріоритетів ведення бізнесу [Електронний ресурс] / К. М. Березюк. – 2018. – Ре-жим доступу до ресурсу: http://www.chumachenko-readings.org/download/2017/14-Bereziuk.pdf.
11. Білявський В. М. Оптимізація процесу управління як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / В. М. Білявський // Економічні науки. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/718/704.
12. Будько О. В. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства / О. В. Будько, Б. М. Галатов. // Економічний вісник Дніпровського дер-жавного технічного університету. – 2021. – №3. – С. 31–40.
13. Ворончак І.О. Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу: особливості, тенденції розвитку та перспективи для України Електронний ресурс / І.О. Ворончак // Інтелект XXI. – 2019. – № 2. – С. 9–14. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2019_2_3.
14. Волосковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як ос-нова інноваційного розвитку сучасної економіки. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2019. Вип. 17. С. 17–23.
15. Воржакова Ю. П. Методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / Ю. П. Воржакова, А. С. Лис // Збі-

рник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ імені Ігоря Сікорського. – 2020. – Режим доступу до ре-сурсу: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/203962.

16. Грішнова Олена, Катерина Березюк, Юрій Білан. «Оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності українських атомників». Менеджмент і маркетинг. Виклики для суспільства знань 16.2 (2021): 152-166
17. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // Україна: аспекти праці. — 2010. — № 7. — С. 3—8.
18. Деділова Т. В. Корпоративна соціальна відповідальність – частина концепції розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Деділова. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/.pdf.
19. Звіт про прозорість AC Crowe Ukraine [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://croweac.com.ua/uk/zvit-pro-prozorist/.
20. Кобєлєва, Т. О. (2020). Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи. ООО" Планета-Принт".
21. Колот А. М. "Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння." [Електронний ресурс] / А. М. Колот // “Економіка України”. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://core.ac.uk/download/pdf/32615153.pdf.
22. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. Економічна теорія. – 2013. – № 4. С. 5-26. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/
23. Колот А.М., Грішнова О.А. та ін. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : моногр. ; [за наук. ред. дра екон. наук, проф. А.М. Колота]. – К. : КНЕУ, 2012

24. Касич А. О. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід [Електронний ресурс] / А. О. Касич, І. В. Рафальська //https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/13356/3/18.pdf. – 2020.
25. Кусик Н. Л. Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяль-ності підп [Електронний ресурс] / Н. Л. Кусик, А. В. Ковалевська // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://eprints.kname.edu.ua
26. Куцик В. І. Методичні основи оцінювання соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] / В. І. Куцик, І. В. Мойсеєнко // Сталий Розвиток Економіки, Міжнародний науково-виробничий журнал. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://journals.indexcopernicus.com/api/.pdf.
27. Лісова Р. М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації [Електронний ресурс] / Р. М. Лісова. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://dspace.uzhnu.edu.ua.pdf.
28. Ляшук К. П. Моделі корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / К. П. Ляшук // ВІСНИК. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2019/VKNU-ES-2019
29. Лозинський Н. І. Роль корпоративної соціальної відповідальності в підвищенні конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. ЗУНУ. Тернопіль, 2020. 25 С.
30. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнарод-ному бізнесі. Ефективна економіка № 6, 2012. Видавництво ТОВ “ДКС-Центр” [Електронний ресурс] - ре-жим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199
31. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей : настольная книга стратега и новатора / Пер. с англ. 8-е изд. Москва : Альпина Паблишер, 2021. 288 с.

32. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Київ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»
33. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. Еволюція мислення, лідерства та керування / Пекар Валерій., 2020. – 172 с.
34. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. (2019). Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. № 7. С. 13–16.
35. Сербул К. С. Соціально відповідальни йбізнес у розрізі ефективної бізнес-моделі [Елек-тронний ресурс] / К. С. Сербул, І. М. Нєнно. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://eprints.kname.edu.ua/55020/1/2019.pdf
36. Станасюк Н. С. Сучасні підходи до Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств [Електронний ресурс] / Н. С. Станасюк, І. І. Пасінович, А. Р. Томашевська // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми економіки та управ-ління”. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://science.lpnu.ua/sites/ /journal-paper/2021.pdf.
37. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. Цілі сталого розвитку та Україна. URL: https://www.kmu.gov.ua;
38. Юрєнєнє В. Роль Корпоративнох соціальної відплвідальностф в умовах глобалізації/ В. Юрєнєнє, Т. Г. Мостенська // Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації. – 2019
39. Archie B. Carroll. Carroll’s pyramid of CSR: taking another look. International Journal of Corporate Social Re-sponsibility volume 1, Article number: 3 (2016)
40. Bowen H. Social responsibilities of the businessman. N.Y.: Harper & Row, 1953.
41. CASE (2023) Sustainable Business Model Canvas, https://www.case-ka.eu/index.html%3Fp=2174.html

42. Caroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct / A.B. Caroll // Business and Soci-ety. − 1999. – Vol. 38. – P. 268−295.
43. Huang, Ying, Debra Lee Surface, and Chun Zhang. "Corporate social responsibility and sustainability practices in B2B markets: A review and research agenda." Industrial Marketing Management 106 (2022): 219-239.
44. Saurage-Altenloh, Susan, and Phillip M. Randall. "The influence of CSR on B2B relationships: leveraging ethical behaviors to create value."Examining Ethics and Intercultural Interactions in International Relations. IGI Global, 2020. 83-105.
45. Kharazishvili, Y., Kwilinski, A., Grishnova, O., & Dzwigol, H. (2020). Social safety of society for developing countries to meet sustainable development standards: Indicators, level, strategic benchmarks (with calculations based on the case study of Ukraine). Sustainability, 12(21), 8953.
46. Patrick Weaver. Henry L. Gantt - A Retrospective view of his work. URL: https://mosaicprojects.com.au/PDF_Papers/P158_Henry_L _Gantt.pdf
47. Lamptey EK, Park JD, Bonaparte I. Does Corporate Social Responsibility Affect the Timeliness of Audited Financial Information? Evidence from “100 Best Corporate Citizens”. Journal of Risk and Financial Management. 2023; 16(2):60. https://doi.org/10.3390/jrfm16020060
48. Shafer, S.M., Linder, J.C., Smith, H.J. (2022). The power of research models. Business Horizons,48, 199–207.
49. Social Accountability 8000 Standard: 2008 [Electronic resourse]. – Mode of access : http:// www.sa-intl.org / index.cfm? fuseaction = Page.ViewPage&PageID=937
50. Smith, C. N. (2020). Corporate social responsibility: Whether or how? California Management Review, 45(4), 52–76. http://dx.doi.org/10.2307/41166188
51. ISO 26000: 2010 Guidance on social responsibility [Electronic resourse]. – Mode of access : https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en

ДОДАТКИ

Додаток А

Зареєстровано за №: 9004760311
Прийнято
Дата реєстрації: 10.03.2022 10:17:15

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова звітність"

Фінансова звітність малого підприємництва

			КОДИ		
Підприємство		Дата (рік, місяць, число)	2022	01	1
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АУДИТОРСЬКА КОМПАНІЯ "КРОУ УКРАЇНА"		за ЄДРПОУ	33833362		
Територія **М.КИЇВ, ОБОЛОНСЬКИЙ Р-Н**		за КАТОТТГ	UA8000000000055143 9		
Організаційно-правова форма господарювання	**Товариство з обмеженою відповідальністю**	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	**Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування**	за КВЕД	69.20		
Середня кількість працівників, осіб	77				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон **03040 Україна, м. Київ, Оболонська набережна, 33**			0443913003		

1. Баланс на 31.12.2021 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	**248.8**	**215.1**
Первісна вартість	1001	**381.5**	**381.5**
Накопичена амортизація	1002	**(132.7)**	**(166.4)**
Незавершені капітальні інвестиції	1005	**-**	**-**
Основні засоби:	1010	**2 713.4**	**5 092.5**
первісна вартість	1011	**4 747.2**	**8 287.2**
знос	1012	**(2 033.8)**	**(3 194.7)**
Довгострокові біологічні активи	1020	**-**	**-**
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	**24.8**	**24.8**
Інші необоротні активи	1090	**-**	**-**
Усього за розділом I	**1095**	**2 987.0**	**5 332.4**
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	**1 893.6**	**1 809.8**
у тому числі готова продукція	1103	**-**	**-**
Поточні біологічні активи	1110	**-**	**-**
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	**3 002.8**	**3 733.6**
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	**475.2**	**58.0**
у тому числі з податку на прибуток	1136	**427.4**	**25.4**
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	**3 016.7**	**7 850.7**
Поточні фінансові інвестиції	1160	**-**	**-**
Гроші та їх еквіваленти	1165	**2 451.8**	**3 371.6**
Витрати майбутніх періодів	1170	**207.5**	**322.3**
Інші оборотні активи	1190	**942.3**	**1 070.3**
Усього за розділом II	**1195**	**11 989.9**	**18 216.3**
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	**-**	**-**

Баланс	**1300**	**14 976.9**	**23 548.7**
Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	**1 000.0**	**1 000.0**
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	**2 250.8**	**4 082.2**
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	**1495**	**3 250.8**	**5 082.2**
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	**347.4**	**522.3**
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	**5 813.1**	**9 901.9**
розрахунками з бюджетом	1620	**8.3**	**1 575.5**
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	**18.3**	**0.3**
розрахунками з оплати праці	1630	**13.6**	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	**5 525.4**	**6 466.5**
Усього за розділом III	**1695**	**11 378.7**	**17 944.2**
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	-	-
Баланс	**1900**	**14 976.9**	**23 548.7**

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2021 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	**51 382.3**	**35 391.1**
Інші операційні доходи	2120	**45.2**	**11.2**
Інші доходи	2240	-	**1.5**
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	**51 427.5**	**35 403.8**
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(**38 995.8**)	(**21 508.4**)
Інші операційні витрати	2180	(**10 198.3**)	(**13 171.5**)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	**2285**	**(49 194.1)**	**(34 679.9)**
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	**2 233.4**	**723.9**
Податок на прибуток	2300	(**402.0**)	(**156.8**)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	**2350**	**1 831.4**	**567.1**

Керівник _____ **Потопальська Олена Вікторівна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ **Парамонова Ганна Олександрівна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

[1] Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток Б

Зареєстровано за №: 9004725280
Прийнято
Дата реєстрації: 28.02.2021 20:41:10

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова звітність"

Фінансова звітність малого підприємництва

			КОДИ		
Підприємство		Дата (рік, місяць, число)	2021	01	01
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АУДИТОРСЬКА КОМПАНІЯ "КРОУ УКРАЇНА"		за ЄДРПОУ	33833362		
Територія **М.КИЇВ, ГОЛОСІЇВСЬКИЙ Р-Н**		за КОАТУУ	8036100000		
Організаційно-правова форма господарювання	**Товариство з обмеженою відповідальністю**	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	**Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування**	за КВЕД	69.20		
Середня кількість працівників, осіб	**66.0**				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон **03040 Україна, м. Київ, пров. Задорожний, 1-А**			0443913003		

1. Баланс на 31.12.2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	**239.2**	**248.8**
первісна вартість	1001	**339.6**	**381.5**
накопичена амортизація	1002	(**100.4**)	(**132.7**)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	**333.7**	**2 713.4**
первісна вартість	1011	**1 500.7**	**4 747.2**
знос	1012	(**1 167.0**)	(**2 033.8**)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	**24.8**	**24.8**
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	**1095**	**597.7**	**2 987.0**
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	-	**1 893.6**
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	**1 123.6**	**3 002.8**
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	**580.8**	**475.2**
у тому числі з податку на прибуток	1136	**248.3**	**427.4**
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	**5 719.4**	**3 016.7**
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	**827.6**	**2 451.8**
Витрати майбутніх періодів	1170	**216.6**	**231.4**
Інші оборотні активи	1190	**716.4**	**942.3**
Усього за розділом II	**1195**	**9 184.4**	**12 013.8**
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	-	-
Баланс	**1300**	**9 782.1**	**15 000.8**

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	**1 000.0**	**1 000.0**
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	**1 734.1**	**2 301.2**
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	**1495**	**2 734.1**	**3 301.2**
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	**335.7**	**347.4**
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	**1 758.9**	**5 813.1**
розрахунками з бюджетом	1620	**1.7**	**8.3**
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	**18.3**
розрахунками з оплати праці	1630	-	**13.6**
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	**4 951.7**	**5 498.9**
Усього за розділом III	**1695**	**6 712.3**	**11 352.2**
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	-	-
Баланс	**1900**	**9 782.1**	**15 000.8**

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2020 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	**35 391.1**	**30 260.0**
Інші операційні доходи	2120	**11.2**	**132.4**
Інші доходи	2240	**1.5**	**7.2**
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	**35 403.8**	**30 399.6**
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(**21 508.4**)	(**23 177.8**)
Інші операційні витрати	2180	(**13 171.5**)	(**6 510.8**)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	**2285**	**(34 679.9)**	**(29 688.6)**
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	**723.9**	**711.0**
Податок на прибуток	2300	(**156.8**)	(**127.9**)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	**2350**	**567.1**	**583.1**

Керівник _____ **Козленко Володимир Григорович**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ **Парамонова Ганна Олександрівна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Додаток В

Зареєстровано за №: 9005023741
Прийнято
Дата реєстрації: 28.02.2020 18:24:22

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова звітність"

Фінансова звітність малого підприємництва

			КОДИ		
Підприємство		Дата (рік, місяць, число)	2020	01	01
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АУДИТОРСЬКА КОМПАНІЯ "КРОУ УКРАЇНА"		за ЄДРПОУ	33833362		
Територія **М. КИЇВ, ПОДІЛЬСЬКИЙ Р-Н**		за КОАТУУ	8038500000		
Організаційно-правова форма господарювання	**Товариство з обмеженою відповідальністю**	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	**Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування**	за КВЕД	69.20		
Середня кількість працівників, осіб	**57.0**				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон **04070 УКРАЇНА, м. Київ, Спаська, 37**			0443913003		

1. Баланс на 31.12.2019 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	239.2
первісна вартість	1001	-	339.6
накопичена амортизація	1002	(-)	(100.4)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	512.1	333.7
первісна вартість	1011	1 425.6	1 500.7
знос	1012	(913.5)	(1 167.0)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	24.8
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	**1095**	512.1	597.7
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	379.8	1 123.6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0.1	580.8
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	248.3
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 818.6	5 719.4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	995.9	827.6
Витрати майбутніх періодів	1170	72.4	216.6
Інші оборотні активи	1190	403.1	716.4
Усього за розділом II	**1195**	5 669.9	9 184.4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	-	-
Баланс	**1300**	6 182.0	9 782.1

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	**1 000.0**	**1 000.0**
Додатковий капітал	1410	**-**	**-**
Резервний капітал	1415	**-**	**-**
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	**1 193.8**	**1 776.9**
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	**1495**	**2 193.8**	**2 776.9**
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	**197.3**	**335.7**
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	**-**	**-**
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	**1 176.3**	**1 758.9**
розрахунками з бюджетом	1620	**181.4**	**1.7**
у тому числі з податку на прибуток	1621	**60.1**	**-**
розрахунками зі страхування	1625	**-**	**-**
розрахунками з оплати праці	1630	**-**	**-**
Доходи майбутніх періодів	1665	**-**	**-**
Інші поточні зобов'язання	1690	**2 433.2**	**4 908.9**
Усього за розділом III	**1695**	**3 790.9**	**6 669.5**
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	**-**	**-**
Баланс	**1900**	**6 182.0**	**9 782.1**

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2019 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	**30 260.0**	**26 453.1**
Інші операційні доходи	2120	**132.4**	**138.9**
Інші доходи	2240	**7.2**	**0.7**
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	**30 399.6**	**26 592.7**
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(**23 177.8**)	(**21 397.3**)
Інші операційні витрати	2180	(**6 510.8**)	(**3 989.6**)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	**2285**	**(29 688.6)**	**(25 386.9)**
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	**711.0**	**1 205.8**
Податок на прибуток	2300	(**127.9**)	(**60.1**)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	**2350**	**583.1**	**1 145.7**

Керівник _____ **Козленко Володимир Григорович**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ **Парамонова Ганна Олександрівна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Додаток Г

Зареєстровано за №: 9004517727
Прийнято
Дата реєстрації: 28.02.2019 18:58:00

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

			КОДИ		
Підприємство		Дата (рік, місяць, число)	2019	01	1
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АУДИТОРСЬКА КОМПАНІЯ "КРОУ УКРАЇНА"		за ЄДРПОУ	33833362		
Територія	**Подільський район м.Києва**	за КОАТУУ	8038500000		
Організаційно-правова форма господарювання	**Товариство з обмеженою відповідальністю**	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	**Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування**	за КВЕД	69.20		
Середня кількість працівників, осіб	**53**				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон	**04070 УКРАЇНА, м. Київ, Спаська, 37**		0443312156		

1. Баланс на 31.12.2018 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	**497.0**	**512.1**
первісна вартість	1011	**1 090.2**	**1 425.6**
знос	1012	(**593.2**)	(**913.5**)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	**1095**	**497.0**	**512.1**
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	**833.0**	**379.8**
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	**2.8**	**0.1**
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	**1 063.7**	**3 818.6**
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	**1 823.6**	**995.9**
Витрати майбутніх періодів	1170	**48.4**	**72.4**
Інші оборотні активи	1190	**259.1**	**403.1**
Усього за розділом II	**1195**	**4 030.6**	**5 669.9**
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	-	-
Баланс	**1300**	**4 527.6**	**6 182.0**
Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду

1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	**1 000.0**	**1 000.0**
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	**48.1**	**1 193.8**
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	**1495**	**1 048.1**	**2 193.8**
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	**181.9**	**197.3**
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	**1 516.0**	**1 176.3**
розрахунками з бюджетом	1620	**139.1**	**181.4**
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	**60.1**
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	**1 642.5**	**2 433.2**
Усього за розділом III	**1695**	**3 297.6**	**3 790.9**
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	-	-
Баланс	**1900**	**4 527.6**	**6 182.0**

2. Звіт про фінансові результати за Рік 2018

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	**26 453.1**	**11 655.5**
Інші операційні доходи	2120	**138.9**	**167.0**
Інші доходи	2240	**0.7**	**918.0**
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	**26 592.7**	**12 740.5**
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(**21 397.3**)	(**10 734.5**)
Інші операційні витрати	2180	(**3 989.6**)	(**1 795.5**)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	**2285**	**(25 386.9)**	**(12 530.0)**
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	**1 205.8**	**210.5**
Податок на прибуток	2300	(**60.1**)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	**2350**	**1 145.7**	**210.5**

Керівник _____ **Козленко Володимир Григорович**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ **Сатир Катерина Сергіївна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Додаток Д

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

			КОДИ		
Підприємство		Дата (рік, місяць, число)	2018	01	01
Товариство з обмеженою відповідальністю "Кроу Хорват ЕйСі Україна"		за ЄДРПОУ	33833362		
Територія **Подільський район м.Києва**		за КОАТУУ	8038500000		
Організаційно-правова форма господарювання	**Товариство з обмеженою відповідальністю**	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	**Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування**	за КВЕД	69.20		
Середня кількість працівників, осіб	55				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон	**04070 УКРАЇНА, м. Київ, Спаська, 37**		0443312156		

1. Баланс на 31.12.2017 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	642.3	497.0
первісна вартість	1011	782.8	1 090.2
знос	1012	(140.5)	(593.2)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	**1095**	642.3	497.0
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	210.3	833.0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1.7	2.8
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 111.0	1 063.7
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	495.3	1 823.6
Витрати майбутніх періодів	1170	39.7	48.4
Інші оборотні активи	1190	96.7	259.1
Усього за розділом II	**1195**	1 954.7	4 030.6
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	**1200**	-	-
Баланс	**1300**	2 597.0	4 527.6

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	**1 000.0**	**1 000.0**
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	**-162.4**	**48.1**
Неоплачений капітал	1425	(**332.8**)	(-)
Усього за розділом I	**1495**	**504.8**	**1 048.1**
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	**183.8**	**181.9**
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	**29.6**	**1 516.0**
розрахунками з бюджетом	1620	**29.8**	**139.1**
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	**1 849.0**	**1 642.5**
Усього за розділом III	**1695**	**1 908.4**	**3 297.6**
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	**1700**	-	-
Баланс	**1900**	**2 597.0**	**4 527.6**

2. Звіт про фінансові результати за Рік 2017

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	**11 655.5**	**3 372.4**
Інші операційні доходи	2120	**167.0**	**27.0**
Інші доходи	2240	**918.0**	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	**12 740.5**	**3 399.4**
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(**10 734.5**)	(**2 864.6**)
Інші операційні витрати	2180	(**1 795.5**)	(**961.2**)
Інші витрати	2270	(-)	(**2.2**)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	**2285**	(**12 530.0**)	(**3 828.0**)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	**210.5**	**-428.6**
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	**2350**	**210.5**	**-428.6**

Керівник _____ **Козленко Володимир Григорович**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ **Сатир Катерина Сергіївна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Додаток Ж

Crowe
Що робив?
Саджав дерева!
Ось вони :-)
Hello, #eco
1 Заміна пластику на скло
2 Заміна ПЕТ посуду
Посуд вироблено з кукурудзяного крохмалю, що легко розкладається у навколишньому середовищі
3 Заміна паперу на перероблений
Папір, що ми використовуємо для внутрішнього документообігу у Компанії вироблено за стандартами FSC з використанням вторинної сировини
4 Озеленення офісу
Збільшення кількості рослин з метою підвищення об'єму O_2
Заміщення пластикових горщиків на глиняні вітчизняного виробництва
O_2
O_2
O_2
5 Сортування відходів
6 Закупівля корпоративної продукції з екологічно чистої сировини або переробленої
Crowe
7 Мотиваційні заходи для працівників AC Crowe Ukraine

Додаток К

ГЛОБАЛЬНІ ЦІЛІ
Сталого Розвитку
1 НІ БІДНОСТІ
2 НІ ГОЛОДУ
3 ГАРНЕ ЗДОРОВ'Я
4 ЯКІСНА ОСВІТА
5 ҐЕНДЕРНА РІВНІСТЬ
6 ЧИСТА ВОДА ТА НАЛЕЖНІ САНІТАРНІ УМОВИ
7 ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГІЯ
8 ГІДНА ПРАЦЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ
9 ІННОВАЦІЇ ТА ІНФРАСТРУКТУРА
10 ЗМЕНШЕННЯ НЕРІВНОСТІ
11 СТАЛИЙ РОЗВИТОК МІСТ ТА СПІЛЬНОТ
12 ВІДПОВІДАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ
13 БОРОТЬБА ЗІ ЗМІНОЮ КЛІМАТУ
14 ЗБЕРЕЖЕННЯ МОРСЬКИХ ЕКОСИСТЕМ
15 ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОСИСТЕМ СУШІ
16 МИР ТА СПРАВЕДЛИВІСТЬ
17 ПАРТНЕРСТВО ЗАРАДИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ
ГЛОБАЛЬНІ ЦІЛІ
Сталого Розвитку