МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Навчально-науковий інститут права та сучасних технологій

кафедра смарт-економіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НА ТЕМУ

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Корпоративна економіка та міжнародний бізнес»

Виконав: студент групи МгКЕМБ-23
Конченко Дмитро Романович

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Будякова Олена Юріївна

Рецензент:
д.е.н., професор
Пузирьова Поліна Володимирівна

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Навчально-науковий інститут права та сучасних технологій
Кафедра смарт-економіки
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітня програма «Корпоративна економіка та міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
смарт-економіки

_____ Анна ОЛЕШКО

"16" вересня 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Конченко Дмитру Романовичу

1. Тема кваліфікаційної роботи «Корпоративне управління та діяльність акціонерного товариства»
науковий керівник роботи Будякова О.Ю., к.е.н., доцент
затверджені наказом КНУТД «03» вересня 2024 року №188-уч.
2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи
статистичні дані, нормативно-правові акти, аналітичні матеріали з питань корпоративного управління, звітність АТ «Укрпошта».
3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно опрацювати) Теоретичні основи дослідження корпоративного управління та діяльності акціонерного товариства. Характеристика та аналіз організації господарської діяльності акціонерного товариства. Оптимізація методів корпоративного управління та діяльності акціонерного товариства.
4. Дата видачі завдання 16 вересня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи (проєкту)	Орієнтовний терміни виконання	Примітка про виконання
1	Вступ	23.09.2024	
2	Розділ 1. Сутність, основні поняття та норми корпорації (акціонерного товариства) та корпоративного управління	30.09.2024	
3	Розділ 2. Характеристика та аналіз організації господарської діяльності акціонерного товариства	13.10.2024	
4	розділ 3. Оптимізація методів корпоративного управління та діяльності акціонерного товариства	20.10.2024	
5	Висновки	25.10.2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	27.10.2024	
7	Подача кваліфікаційної роботи (проєкту) науковому керівнику для відгуку	30.10.2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи (проєкту) для рецензування (за 14 днів до захисту)	06.11.2024	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи (проєкту) на наявність ознак плагіату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	19.11.2024	
10	Подання кваліфікаційної роботи (проєкту) на завідувачу кафедри (за 7днів до захисту)	20.11.2024	

З завданням ознайомлений:

Студент _____ Дмитро КОНЧЕНКО

Науковий керівник роботи _____ Олена БУДЯКОВА

АНОТАЦІЯ

Конченко Д. Р. Корпоративне управління та діяльність акціонерного товариства. – рукопис.

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 051 «Економіка». Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

Робота присвячена дослідженню аспектів корпоративного управління та діяльності акціонерного товариства. Проведено аналіз організації господарської діяльності акціонерного товариства АТ “Укрпошта”. Для оптимізації методів корпоративного управління та діяльності акціонерного товариства запропоновано шляхи удосконалення системи корпоративного управління.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в постановці, уточненні, теоретико-методичному обґрунтуванні й практичному вирішенні завдань стосовно удосконалення системи корпоративного управління акціонерного товариства.

Ключові слова: корпоративне управління, економіка, ефективність, кадрова політика, корпоративна культура, сталий розвиток, зміна клімату, ESG.

ANNOTATION

Konchenko D. R. Corporate governance and activities of a joint-stock company. – manuscript.

Qualification work in the speciality 051 ‘Economics’. Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2024.

The work is devoted to the study of aspects of corporate governance and activities of a joint-stock company. The author analyses the organisation of the economic activity of the joint-stock company JSC Ukrposhta. In order to optimise the methods of corporate governance and the activities of the joint-stock company, the author suggests ways to improve the corporate governance system.

The scientific novelty of the obtained results lies in the formulation, clarification, theoretical and methodological substantiation and practical solution of tasks related to improvement of the corporate governance system of a joint-stock company.

Keywords: corporate governance, economy, efficiency, HR policy, corporate culture, sustainable development, climate change, ESG.

ЗМІСТ

ВСТУП 6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА..... 10
1.1. Економічна суть та загальна характеристика корпоративного управління акціонерного товариства..... 10
1.2. Види корпоративного управління акціонерного товариства 19
1.3. Моделі корпоративного управління акціонерного товариства 25
Висновки за розділом 1..... 38
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА (НА ПРИКЛАДІ АТ “УКРПОШТА”)..... 40
2.1. Загальна характеристика діяльності АТ “Укрпошта”..... 40
2.2. Особливості системи корпоративного управління АТ “Укрпошта” 500
2.3. Вплив корпоративного управління на ділову репутацію підприємства ... 58
Висновки за розділом 2..... 67
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА 69
3.1. Зарубіжний досвід корпоративного управління та можливості його адаптації до вітчизняних умов..... 69
3.2.Основні проблеми системи корпоративного управління акціонерного товариства 85
3.3. Шляхи удосконалення системи корпоративного управління акціонерного товариства 89
Висновки за розділом 3..... 95
ВИСНОВКИ..... 97
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 101
ДОДАТКИ 108

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день в діяльності зарубіжних компаній поряд із економічними чинниками дедалі більшу роль в забезпеченні конкурентоспроможності й досягненні високої прибутковості відіграють неекономічні чинники – рівень соціального захисту персоналу, впровадження механізмів контролю якості, а також екологічно безпечних і енергозберігаючих технологій. Саме тому корпоративне управління бізнесу перетворилася на загальносвітову бізнес-концепцію, яка визначає сучасний формат ведення господарської діяльності.

В Україні необхідність активізації запровадження принципів корпоративного управління у життя суспільства й економічних інституцій обумовлена необхідністю формування позитивного іміджу вітчизняних підприємств як на внутрішньому так і на міжнародних ринках у процесі залученням України до глобалізаційних й інтеграційних міжнародних процесів.

Виходячи із особливої вагомості питань соціально відповідального управління бізнесом, задекларованих в світовому бізнес-товаристві, актуальним питанням виступає дослідження проблематики розвитку та удосконалення системи корпоративного управління в українському бізнес-просторі.

Метою роботи виступають теоретичні і практичні аспекти корпоративного управління акціонерного товариства, а також обґрунтування напрямів удосконалення системи корпоративного управління АТ “Укрпошта”.

Для досягнення мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

– розкрити економічну суть та надати загальну характеристику корпоративного управління акціонерного товариства;

– охарактеризувати види корпоративного управління акціонерного товариства;

– розглянути моделі корпоративного управління акціонерного

товариства;

– надати загальну характеристику діяльності АТ “Укрпошта”;

– розкрити особливості системи корпоративного управління АТ “Укрпошта”;

– дослідити вплив корпоративного управління на ділову репутацію підприємства;

– вивчити зарубіжний досвід корпоративного управління та можливості його адаптації до вітчизняних умов;

– визначити проблеми системи корпоративного управління акціонерного товариства;

– обґрунтувати шляхи удосконалення системи корпоративного управління акціонерного товариства.

Об’єктом дослідження є процеси корпоративного управління підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні і прикладні аспекти корпоративного управління акціонерного товариства.

Методи дослідження. Для реалізації поставлених завдань в роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: декомпозиції для формування мети та постановки завдань; метод діалектичного пізнання і порівняльного аналізу – для розкриття поняття корпоративне управління, а також порівняння національних моделей корпоративного управління; метод аналізу і синтезу – в процесі з’ясування особливостей системи корпоративного управління АТ “Укрпошта” та її впливу на ділову репутацію підприємства; абстрактно-логічний метод – з метою обґрунтування шляхів удосконалення системи корпоративного управління акціонерного товариства; графічний і табличний методи – для наочного відображення результатів дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в постановці, уточненні, теоретико-методичному обґрунтуванні й практичному вирішенні завдань стосовно удосконалення системи корпоративного управління акціонерного товариства.

В процесі проведеного дослідження одержано наступні головні наукові результати:

удосконалено:

– теоретичну суть поняття «корпоративне управління» за рахунок ідентифікації її змістовних характеристик і принципів, котрі розкривають роль соціальних ініціатив підприємства у економічній системі, що надало представити авторське визначення поняття, котре, на відміну від існуючих, більшою мірою орієнтовано на аспект партнерських взаємовідносин бізнесу і його стейкхолдерів, що, у свою чергу, визначає порядок та зміст ключових процесів управління корпоративною соціальною відповідальністю у контексті суспільних інтересів;

запропоновано:

– організаційні основи удосконалення системи корпоративного управління АТ “Укрпошта”, що, на відміну від діючих на підприємстві, передбачають покращення екологічної та соціальної складових.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення розроблених в роботі теоретичних положень, висновків і рекомендацій полягає у тому, що вони можуть бути застосовані підприємствами у процесі розширення соціальної та екологічної складових їхньої корпоративного управління.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовано на Міжнародних науково-практичних конференціях та опубліковано в вигляді тез доповідей та статі в науковому періодичному фаховому виданні категорії Б, а саме:

1. Будякова О.Ю., Конченко Д. Р. Сучасні тенденції визначення принципів ESG у корпоративному сталому розвитку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2024. № 60. С. 4-11. DOI: https://doi.org/10.32782/2413-2675/2024-60-1
(0,64 друк. арк.)

2. Конченко Д. Р., Будякова О. Ю. Правові аспекти Директиви про корпоративну звітність зі сталого розвитку ESG. Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (8 жовтня 2024 р., м. Київ, КНУТД) / відп. ред. А.Ю. Олійник, Ю. В. Оніщик. К.: КНУТД, 2024. 335 с. С. 194-199. (0,2 друк. арк.)

3. Будякова О. Ю., Конченко Д.Р. Європейські практики бізнес-освіти проєкту ERASMUS+ VEHUB4YOU в контексті реалізації цілей сталого розвитку. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: матеріали V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (23 квітня 2024 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2024. 690 с. С. 66-68. (0,13 друк. арк.)

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. За результатами кваліфікаційної роботи опубліковано 1 стаття у фаховому виданні категорії Б та 2 тез доповідей на Міжнародній та Всеукраїнській науково-практичних конференціях. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 142 сторінок, з них 101 сторінки комп’ютерного тексту (без додатків) та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

1.1. Економічна суть та загальна характеристика корпоративного управління акціонерного товариства

Однією з найважливіших проблем сучасного бізнесу є підвищення репутації компанії в очах зацікавлених у ній сторін, які виступають в ролі як внутрішніх, так і зовнішніх учасників бізнес-процесів. У зв'язку з цим дедалі більшого інтересу для компаній набуває впровадження концепції корпоративного управління як інструменту підвищення економічної ефективності.

Необхідно зазначити, що на сьогоднішній день немає єдиного підходу щодо визначення поняття корпоративне управління. В табл. 1.1 наведено визначення даного поняття міжнародними організаціями.

Таблиця 1.1

Визначення поняття корпоративне управління міжнародними організаціями

Організація	Визначення поняття
1	2
Pricewaterhouse Coopers [44]	«Корпоративне управління – це внесок бізнесу у сталий розвиток. Йдеться про те, як бізнес враховує економічні, соціальні та екологічні аспекти при здійсненні своєї основної діяльності – максимізації прибутку та мінімізації збитків. КУ передбачає добровільні дії, які бізнес може вчинити понад дотримання мінімальних вимог законодавства, враховуючи при цьому власні інтереси та інтереси суспільства загалом»
Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО) [33]	«Корпоративне управління – це концепція управління, за допомогою якої компанії інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою діяльність та відносини із зацікавленими сторонами. КУ розуміється як спосіб, за допомогою якого компанія досягає балансу економічних, екологічних та соціальних аспектів, одночасно виправдовуючи очікування зацікавлених сторін»
Організація економічного	«Корпоративне управління передбачає пошук кореляції («співвідношення») між бізнесом і суспільством, в якому

Продовження табл. 1.1

1	2
співробітництва та розвитку (OECD) [67]	працюють компанії. Під терміном «співвідношення» в даному випадку мається на увазі взаємозалежність бізнесу і суспільства. Бізнес не може процвітати, якщо суспільство, в якому він працює, страждає від його дій і загального зниження добробуту»
Всесвітня рада бізнесу зі сталого розвитку (WBCSD) [24]	«Корпоративне управління як довгострокове зобов'язання бізнесу покликана сприяти економічному розвитку, поліпшенню якості життя співробітників і їх сімей, а також суспільства в цілому»

Джерело: систематизовано автором на основі [24,33,44,67]

Також доцільно навести визначення корпоративного управління (КУ) надане спеціалізованими організаціями, що займаються дослідженнями даного поняття (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Визначення корпоративне управління надане спеціалізованими організаціями, що займаються дослідженнями даного поняття

Організація	Визначення поняття
Гарвардська школа імені Джона Ф. Кеннеді [48]	«Корпоративне управління включає в себе не тільки те, як компанії отримують прибуток, але і те, як вони це роблять. Це виходить за рамки філантропії та комплаєнсу, щоб вирішити, як компанії керують економічними, соціальними та екологічними аспектами своєї діяльності та вибудовують відносини із зацікавленими сторонами у всіх сферах впливу: на робочому місці, на ринку, з постачальниками, у державній політиці»
Центр корпоративного громадянства Бостонського коледжу [40]	«Корпоративне управління передбачає зусилля компаній щодо роботи із зацікавленими сторонами для покращення економічних, екологічних та соціальних показників»
Асоціація менеджерів [77]	«Корпоративне управління є відображенням соціально-економічної структури. Це філософія поведінки та концепція побудови діяльності бізнес-спільноти, компаній та окремих представників бізнесу з акцентом на такі орієнтири: виробництво високоякісної продукції та послуг для споживачів; створення привабливих робочих місць, виплата легальної заробітної плати та інвестиції в людський розвиток; чітке дотримання вимог законодавства: податкових, трудових, екологічних норм тощо; побудова добросовісних відносин з усіма зацікавленими сторонами; ефективне управління бізнесом, орієнтоване на створення доданої економічної вартості та підвищення добробуту своїх акціонерів; врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних стандартів у діловій практиці.

Джерело: систематизовано автором на основі [40,48,77]

Серед вітчизняних науковців також немає єдності щодо визначення поняття корпоративне управління (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Визначення поняття корпоративне управління надане вітчизняними науковцями

Автор	Визначення поняття
Березянко Т. В., Малихіна С. В., Галиця І. О. [2, с. 173]	«Корпоративне управління – це досягнення комерційного успіху способами, які ґрунтуються на етичних стандартах та повазі до людей, громад та навколишнього середовища»
Біла І.В. [21]	«Корпоративне управління – це стійка готовність бізнесу діяти на основі принципів етики та сприяти економічному розвитку держави, покращуючи якість життя населення, а також його працівників та членів їх сімей»
Боднар О. А., Салюк С. В. [3, с. 18]	«Корпоративне управління – це відданість бізнесу концепції сталого економічного розвитку у роботі зі своїми працівниками, їхніми сім'ями, місцевим населенням та суспільством в цілому з метою покращення якості їх життя»
Іванієнко В. В., Шипова Д. А. [8, с. 103]	«Суть корпоративного управління полягає у формуванні політики компанії, яка максимально враховує цілі та цінності суспільства»
Ломачинська І. А., Халєєва Д. В., Шмагіна В. В. [12, с. 76]	«Корпоративне управління – це філософія поведінки та концепція для бізнес-спільноти, компаній та окремих представників бізнесу будувати свою діяльність, спрямовану на задоволення очікувань зацікавлених сторін щодо сталого розвитку»
Малахова Ю. А., Мироненко Д. А. [13, с. 70]	«Корпоративне управління – це бачення, згідно з яким компанії здійснюють бізнес-операції та свої відносини з усім спектром пов'язаних організацій та людей у соціальному та екологічному напрямі»

Джерело: систематизовано автором на основі [2,3,8,12,13,21]

Аналіз визначень поняття корпоративне управління дає змогу зробити висновок, що на сьогодні не вироблено єдиного визначення. Однак очевидним є той факт, що всі існуючі сьогодні визначення єдині в одному: КУ передбачає відповідальність компанії у відносинах з партнерами, щодо споживачів, працівників, суспільства в цілому, а також екологічну відповідальність.

Найбільш повним та коректним, на нашу думку, є трактування корпоративного управління, представлене в міжнародному стандарті ISO 26000, згідно якого корпоративне управління – це відповідальність організації

за вплив її рішень та діяльності на суспільство й довкілля через прозору і етичну поведінку, котра:

– сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства;

– враховує очікування зацікавлених сторін;

– відповідає діючому законодавству та узгоджується з міжнародними нормами поведінки;

– інтегрована у діяльність всієї організації та застосовується у її взаємовідносинах [54].

Стандарт ISO 26000, будучи універсальним посібником для будь-якої компанії, «допомагає побудувати цілісну систему управління КСД як сукупність принципів, що втілюються в управлінських процесах, які призводять до результатів корпоративної поведінки, що вимірюються» [54].

Рекомендації ISO 26000 були складені на основі 7 принципів корпоративного управління (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Принципи корпоративного управління згідно стандарту ISO 26000

Принцип	Характеристика
1	2
Підзвітність	Бізнес повинен відповідати за вплив своєї діяльності на суспільство, в якому він працює, а також на навколишнє середовище. Беручи до уваги будь-який негативний вплив, який він мав би мати на зазначені фактори, це може позитивно вплинути на майбутню практику. Даний принцип підкреслює важливість прозорості та необхідність відповідальності компаній за свої дії.
Прозорість	Політика КУ, діяльність і вплив бізнесу можуть вважатися інформацією, яку необхідно знати. Компанія повинна повідомити таку інформацію своїм зацікавленим сторонам. Цей принцип підкреслює важливість відкритого спілкування та потребу компаній бути чесними та відвертими щодо своєї діяльності з КУ. Суть полягає в тому, що якщо компанія діє етично, то вона не має нічого приховувати щодо своєї повсякденної діяльності.
Етична поведінка	Компанія повинна вести свою діяльність етично та відповідально, а також повинна підтримувати високі стандарти доброчесності. Цей принцип підкреслює важливість чинити правильні речі та ставитися до інших з повагою та чесністю.
Повага до інтересів стейкхолдерів	Бізнес повинен враховувати інтереси стейкхолдерів. Це стосується співробітників, клієнтів, постачальників, спільнот і навколишнього середовища, і компанія повинна прагнути створювати цінність для них.

Продовження табл. 1.4

1	2
Повага до верховенства права	Хоча це може бути очевидним, але бізнес має відповідати чинним законам і нормам, поважаючи права людини та трудові стандарти. Цей принцип підкреслює важливість дотримання закону та поваги основних прав людини.
Повага до міжнародних норм	Бізнес повинен поважати міжнародні норми та стандарти, зокрема ті, що стосуються прав людини, праці та навколишнього середовища. Цей принцип підкреслює важливість бути відповідальним громадянином світу та слідувати найкращим міжнародним практикам.
Повага до прав людини	Бізнес повинен поважати права людини та не брати участь у бізнес-практиці, яка порушує права окремих осіб чи груп. Цей принцип підкреслює важливість поводження з усіма людьми з гідністю та повагою, незалежно від їх походження чи обставин.

Джерело: складено на основі [54]

Реалізація зазначених 7 принципів корпоративного управління, може мати численні переваги для бізнесу. Взявши на себе відповідальність за соціальні та екологічні наслідки, компанія може зміцнити повагу та довіру серед зацікавлених сторін, включаючи клієнтів, співробітників, інвесторів і навіть ширшу спільноту. Це може допомогти покращити репутацію компанії разом із іміджем її бренду, що, у свою чергу, може призвести до збільшення лояльності клієнтів, росту продажів, що призведе до зростання прибутку.

Окрім того, компанії, які є соціально та екологічно відповідальними, часто краще підготовлені для управління ризиками та використання можливостей.

Крім того, компанії, які віддані КУ, часто є більш привабливими для інвесторів і працівників. Демонструючи свою відданість соціальній та екологічній відповідальності, компанія може залучати та утримувати найкращі таланти, що сприятиме інноваціям та зростанню. З огляду на те, що потенційних співробітників, які шукають нову посаду, стає все більше й більше, корпоративне управління може стати вагомим чинником у залученні висококваліфікованого персоналу.

Необхідно зазначити, що корпоративне управління має ряд переваг:

1. Покращення іміджу компанії. Найбільш вигідною та очевидною

перевагою КУ для компанії є те, що її цінність зростає. Це має дві основні прямі вигоди для компанії. По-перше, клієнти завжди готові купувати продукцію компанії, яка має хороший імідж на ринку. По-друге, загалом інші компанії хочуть об'єднатися з такими компаніями для ведення бізнесу. КУ впливає на репутацію компанії в суспільстві як сталої та гідної довіри назви. Це загальна людська тенденція, що вони завжди хочуть бути пов'язаними з ім'ям, яке є надійним і має хороший статус, що робить його найкращим на ринку.

2. Підвищення привабливості для компанії та утримання співробітників. Кандидатів приваблюють компанії, які мають сильну політику КУ і дотримуються її відповідально. Отже, такі компанії мають хороший резерв потенційних кандидатів, а плинність кадрів у них дуже низька. Кожен бажає працювати в компанії, яка піклується про своїх працівників і докладає зусиль для покращення умов праці та життя своїх працівників. Існуючі співробітники, а також нові співробітники бажають, щоб компанія мала чуйний підхід до них. Справедливе ставлення, регулярні оцінки, допомога, яка може бути фінансовою чи будь-якою іншою у разі потреби, визнання досягнень, увага в особливі дні, як-от дні народження, ювілеї тощо, – це декілька основних ознак, які є головною відмінністю між компанією людей і компанією для людей.

3. Хороші взаємовідносини з регуляторними органами. Регуляторні органи часто приділяють більше уваги компаніям, які не виконують КУ для перевірки, ніж компаніям, які це роблять. Влада налаштована вірити, що компанія, яка виконує КУ для добробуту суспільства та навколишнього середовища та має хороші стосунки з людьми та іншими організаціями, а це означає, що вона також повинна відповідати іншим правилам. Щоб отримати максимальну віддачу від програм КУ, окрім прибутку, компанії, які мають чітко визначену політику КУ, завжди дотримуються й інших правил.

Такі компанії проходять швидкий процес перевірки з боку органів влади. Інколи, якщо компетентний орган усвідомлює, що якийсь конкретний проєкт компанії принесе користь суспільству, він також може відтермінувати подачу

певних документів тощо.

4. Залучає більше інвестицій з різних джерел. Інвестори, швидше за все, вкладатимуть кошти у компанію, яка має гарний імідж на ринку. Доброзичливість компанії значно підвищується, якщо вона успішно працює в сфері КУ і спонукає більше людей інвестувати в її ключові програми. Така компанія також отримає іноземних інвесторів у вигляді ПІІ (прямих іноземних інвестицій).

У деяких випадках уряд країни також демонструє свою готовність інвестувати в компанію, що призводить до мінімальних проблем з регулюванням і бюрократизму.

5. Виробництво чистої та відновлюваної енергії за допомогою екологічної програми КУ. Компанії, які запроваджують екологічні програми КУ, завжди переконуються, що жоден із їхніх процесів не завдає шкоди навколишньому середовищу. Вони запроваджують такі виробничі методи, механізми та технології, які сприяють навколишньому середовищу, а також зменшують будь-які шкідливі наслідки, якщо вони їх спричиняють, тоді суспільству можна забезпечити чисте та здорове довкілля [10, с. 70]. Під час цього процесу компанія також отримує доступ до можливостей генерації та використання відновлюваної енергії в різних процесах.

Одноразово інвестуючи у відновлювані джерела енергії для виробничого процесу, компанія знижує загальну вартість виробництва та потребу у викопному паливі.

6. Позитивне просування: існує величезна різниця між публічністю та позитивною рекламою. Дуже важливо, щоб люди купували продукцію компанії, щоб ім’я було відомим серед них. Однак також важливо мати добре ім’я в очах громадськості, тому що бути відомим з неправильної причини також призводить до падіння продажів. Отже, компанія завжди повинна зосереджуватися на позитивному просуванні. Хорошу рекламу можна легко заробити, виконавши гідну програму КУ. Навіть не інвестуючи в рекламу, це працює як хороша рекламна кампанія, що забезпечує позитивне просування.

Навіть якщо конкуренти продають свою продукцію за нижчими цінами, компанія, яка приділяє увагу громаді та навколишньому середовищу, завжди виграє. Люди охоче платять трохи більше, якщо усвідомлюють внесок компанії в довкілля та суспільство [14, с. 175].

Поряд з перевагами, корпоративне управління має і певні недоліки, зокрема:

1. Відхилення від цілі отримання прибутку: популярний економіст М. Фрідман був найбільшим критиком КУ. За його словами, КУ відхиляє основну мету бізнесу від отримання прибутку до використання його прибутку для добробуту. Він припустив, що єдиною метою початку будь-якої підприємницької діяльності є отримання від неї максимального прибутку. Суб'єкт господарювання має зобов'язання перед своїми акціонерами, які сподіваються заробити на своїх акціях. Усі ці потреби можна задовольнити лише в тому випадку, якщо компанія повністю зосередиться на винаході методів, за допомогою яких вона може отримувати більші прибутки, а не тоді як компанії використовують свої кошти для реалізації програм КУ на добробут суспільства та благодійність [15, с. 93]. Таким чином, компанія збільшує свої витрати, які не мають окупності чи ролі в отриманні прибутку, а це чистий відтік без повернення.

2. Загроза репутації компанії. Якщо компанія повинна дотримуватися політики КУ, вона повинна повідомити про всі обмеження, пов'язані з її власними продуктами. Якщо в їхньому продукті є порушення політики КУ, це має бути оприлюднено. Це може призвести до погіршення іміджу компанії. Наприклад, коли компанія-виробник автомобілів повинна була відкликати всі свої продані автомобілі після виявлення несправності в моделі, це завдало шкоди іміджу компанії, і це також позначилося на продажі інших її продуктів. Це не тільки спричиняє втрату довіри серед клієнтів, але й створює для них проблеми [18, с. 101].

3. Переконання клієнтів. На початку у людей може скластися хороше враження про програми КУ. Вони також більше схильні до компаній, які

мають програми КУ. Але з часом люди стають більш нетерплячими і починають очікувати миттєвих результатів від таких програм. Коли вони не можуть помітити миттєвих результатів чи миттєвого впливу на суспільство, вони починають сприймати програми КУ як рекламний хід. Підприємствам стає дуже важко змусити клієнтів зрозуміти, що такі програми потребують часу, щоб показати результати. Для компанії важливо мати терпіння та довіру клієнтів, поки компанія реалізує програми з відданістю та переконанням. Постійні спроби переконувати людей - зайва і непродуктивна діяльність для підприємств.

4. Збільшення собівартості продукції. Програми КУ призводять до додаткових витрат для компанії. Збільшення собівартості змушує компанію підвищувати базову ціну продукту, яку в кінцевому підсумку оплачує клієнт. Це додаткове навантаження на компанію, яке покладають на клієнтів.

Великі компанії або бізнес-лідери можуть легко дозволити собі такі підвищені витрати і можуть не підвищувати ціни на продукти. Однак дрібні гравці змушені підвищувати ціни, оскільки вони просто не можуть собі дозволити додаткові витрати на КУ. Вони вже намагаються боротися з великими гравцями на ринку, і ці підвищення цін ще більше ускладнюють їм це завдання [16, с. 15].

5. Труднощі впровадження та вимірювання. Впровадження та вимірювання КУ може бути складним завданням, оскільки це часто вимагає від компаній орієнтуватися в складних етичних, екологічних і соціальних питаннях.

Крім того, компаніям може бути важко визначити кількісну оцінку впливу своїх ініціатив щодо КУ, що ускладнює оцінку їх ефективності та порівняння результатів між організаціями [17, с. 34].

Отже, корпоративне управління є ключовим аспектом сучасного бізнесу, який прагне створити позитивний соціальний та екологічний вплив, одночасно сприяючи довгостроковому зростанню та прибутковості.

Розуміючи теоретичні аспекти, принципи, переваги та виклики КУ,

компанії можуть розробити більш ефективні стратегії та практики, які принесуть користь як їхнім зацікавленим сторонам, так і безпосередньо їм самим.

1.2. Види корпоративного управління акціонерного товариства

Корпоративне управління – це поняття, яке відображає добровільне рішення компаній брати участь у соціальному розвитку своєї робочої сили, покращенні якості життя суспільства, а також захисті навколишнього середовища.

Корпоративне управління проявляється по відношенню до різних учасників корпоративних відносин, будь то співробітники компанії, постачальники, держава або суспільство загалом.

Сьогодні корпоративну соціальну відповідальність прийнято розподіляти за такими критеріями:

1. За рівнем усвідомленості:

Свідома. Організація (підприємство) розуміє свою місію як соціально відповідального суб'єкта господарювання. Реалізація соціально відповідальних програм враховується при розробці стратегічних і тактичних завдань організації (підприємства).

Ознаками свідомої реалізації КУ є:

− наявність розробленої програми корпоративного управління з чітким планом, який включає проєкт заходів з термінами виконання та особами, відповідальними за його реалізацію;

− наявність посадових обов'язків одного або декількох співробітників по реалізації PR-програми;

− проведення щорічних звітних заходів з підбиттям підсумків виконаної роботи по впровадженню КУ;

− медійна підтримка програми, що реалізується;

− наявність корпоративного етичного кодексу з прописаними в ньому

загальними цінностями, що поділяються всіма співробітниками щодо принципів PR;

− укладення договорів з органами виконавчої та законодавчої влади про співробітництво в реалізації програм КУ;

− наявність окремої статті витрат в річному бюджеті організації;

− окремою особливістю є використання принципів прозорості в роботі [22].

Відповідно до Керівництва з соціальної відповідальності ISO-26000, прозорість передбачає, що організація повинна розкривати в чіткий, точний і повний спосіб, а також в розумному і достатньому обсязі політику, рішення і діяльність, за які вона несе відповідальність [54].

Несвідома. Організація (підприємство) виконує соціальний тягар, але в завданнях організації це не прописано, а реалізація таких програм носить скоріше випадковий характер, не відображений в офіційній місії організації (наприклад, зниження витрат на ремонт дитячого садка, але таке зниження було викликано бажанням виграти аукціон, а не виконанням соціального тягаря) [20, с. 180]. Ознаками несвідомої реалізації КУ є:

– спонтанність;

– відсутність виділеного персоналу;

– відсутність внутрішніх (локальних) документів, пов'язаних з КУ [23].

2. З точки зору послідовності виконання:

Постійні. Соціально орієнтовані програми та проєкти є невід'ємною частиною місії організації і прописані в установчих та інших документах. Як правило, такі організації обирають один або декілька напрямків своєї соціальної роботи і акцентують на них увагу (наприклад, допомога організаціям, що спеціалізуються на лікуванні рідкісних захворювань, природоохоронних організаціях). Така соціально відповідальна діяльність, як правило, стає частиною іміджу компанії і завжди носить усвідомлений характер.

Періодичні. Проводяться в певні часові проміжки або певні дати.

Наприклад, спрямування частини прибутку організації на благодійність після підбиття підсумків фінансового року. Як правило, вона виражається у вирахуванні певного відсотка прибутку від операційної діяльності. При цьому організації часто змінюють напрямок своєї соціальної діяльності, прагнучи максимально підвищити імідж своєї організації при мінімізації витрат.

Нерегулярні. У більшості випадків це цілеспрямована діяльність, спрямована на ліквідацію наслідків резонансної події (наприклад, заява деяких будівельних компаній про будівництво дешевого житла після пожеж. Тут, як правило, виникає бажання не стільки проявити себе в реалізації соціальних програм, скільки забезпечити рекламу своєї організації, виходячи з резонансу того чи іншого заходу) [1, с. 43].

3. За напрямком:

Зовнішні. Організація (підприємство) реалізує соціально відповідальні програми, спрямовані на поліпшення умов життя людей, які не мають до цього ніякого відношення. Вони реалізуються у формі благодійних пожертвувань, спонсорства тощо. При цьому організація може отримати «віддачу» у вигляді додаткової реклами, але це не є для неї самоціллю. Маючи зовнішню спрямованість, організації ведуть соціальний діалог, який за визначенням Міжнародної організації праці включає в себе всі форми і види переговорів між державними службовцями, роботодавцями і працівниками компаній з метою обговорення соціально значущих питань, що представляють інтерес для кожної зі сторін.

На зовнішню соціальну відповідальність великий вплив чинить вид діяльності, яку вона здійснює. Корпоративне управління є цілісним поняттям і включає в себе різні види відповідальності.

Зовнішня корпоративне управління в основному розглядається в трьох напрямках:

− економічна;

− соціальна;

− екологічна [12, с. 138].

Відповідно до концепції корпоративного управління економічна відповідальність повинна забезпечувати сталий і ефективний розвиток виробництва і зростання чистого прибутку, задовольняючи при цьому соціально-економічні потреби суспільства шляхом:

− збільшення інвестицій у сталий розвиток продукції;

− ефективне використання трудових, матеріальних та інших ресурсів;

− підвищення ефективності ділових відносин;

− НДДКР в інтересах компанії;

− моральне ставлення до споживачів і конкурентів [11, с. 70].

На думку дослідників, саме економічна відповідальність є суперечливою і складною. У сучасному світі діяльність комерційних організацій є одним з ключових напрямків економічного розвитку і, відповідно, вибір, зроблений фірмами, фактично формує майбутнє суспільства [4, с. 24].

Соціальна відповідальність компаній ґрунтується на принципах доброчесності, справедливості та рівності у відносинах з партнерами та конкурентами. Соціальна відповідальність впливає на соціальні процеси і явища, що виражається в ряді дій, спрямованих на інтереси працівників і суспільства в цілому, а саме:

– повага до прав людини;

– дотримання правил охорони праці;

– підвищення кваліфікації персоналу;

– благодійні та волонтерські акції [23].

Екологічна відповідальність підприємства полягає у свідомій участі в різних заходах, спрямованих на мінімізацію негативного впливу підприємства на навколишнє середовище в процесі його господарської діяльності. Вона повинна бути спрямована на вирішення таких завдань, як:

– забруднення води, ґрунту, атмосфери;

– викиди промислових відходів;

– радіоактивне забруднення;

– побутові відходи;

– втрата біорізноманіття;

– зміна клімату тощо [22].

З метою вирішення вищевказаних завдань компанії використовують у своїй діяльності оцінку впливу на навколишнє середовище та впроваджують нові технології з найменшим негативним впливом на навколишнє природне середовище.

Внутрішні. Внутрішня КУ проявляється у відносинах власників і керівництва з працівниками організації. При цьому мається на увазі не тільки визначений законодавством базовий рівень відповідальності, а й, більшою мірою, додаткове добровільне реагування організації на соціальні проблеми, що виникають у її співробітників [32]. Вона реалізується за рахунок поліпшення добробуту співробітників організації. Відповідно до цього розуміння заходи внутрішньої корпоративного управління акціонерного товариства включають в себе діяльність, що здійснюється за наступними напрямками:

1) заходи соціального захисту працівників організації;

2) розвиток людського капіталу організації;

3) виявлення та врахування інтересів працівників організації при прийнятті важливих управлінських рішень;

4) соціально відповідальна реструктуризація [21].

Перша сфера – заходи соціального захисту працівників організації – може включати в себе такі її специфічні види:

– усунення будь-якої дискримінації при прийомі на роботу, оплаті праці та кар’єрному зростанні;

– заходи щодо забезпечення захисту життя і здоров’я працівників, а також надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях;

– збереження гідної заробітної плати, стабільної і в той же час соціально значущої.

Другий напрям – розвиток людського капіталу організації – реалізується через навчальні програми і програми підвищення кваліфікації, що підвищує

конкурентоспроможність співробітників, знижує навантаження на державний бюджет в разі втрати працівником роботи. Розвиток людського капіталу здійснюється в рамках стратегії розвитку персоналу з метою залучення та утримання талановитих співробітників. Крім навчання та підвищення кваліфікації, також може включати використання мотиваційних схем винагороди, ведення внутрішніх комунікацій в організації.

Третій напрямок КУ – це система взаємодії зі співробітниками як основними стейкхолдерами будь-якої компанії. Ця сфера включає в себе виявлення і врахування інтересів співробітників при прийнятті важливих управлінських рішень. Такий підхід відображає одну з ключових тенденцій останнього часу – відповідальне ставлення до співробітників. Ефективне управління персоналом передбачає їх повне залучення в процес розвитку організації.

Четвертий напрямок – соціально відповідальна реструктуризація. Це напрямок соціальних програм компанії, яке покликане забезпечити проведення реструктуризації компанії соціально відповідально.

В рамках кожного напрямку конкретна організація розробляє і впроваджує свій комплекс заходів, створюючи велику кількість внутрішніх видів КУ, які використовуються на практиці:

1) соціальний захист персоналу;

2) недискримінація в практиці зайнятості;

3) недискримінація при просуванні по кар’єрних сходинках;

4) забезпечення охорони життя і здоров’я працівників, у тому числі санаторно-курортного лікування працівників;

5) гідну оплату праці, включаючи систему оплати праці та заходи соціальної підтримки;

6) участь підприємства в іпотечному та житловому будівництві для своїх працівників, у тому числі в житловому будівництві на засадах співфінансування муніципальних бюджетів;

7) розвинена система взаємодії з працівниками як основними

стейкхолдерами будь-якої компанії;

8) надання працівникам можливостей для підвищення кваліфікації, безперервного навчання;

9) дотримання сімейних обов’язків працівників, у тому числі гнучка система зайнятості та відпусток;

10) участь у вирішенні питань, пов'язаних з безробіттям молоді або жінок;

11) інформаційно-роз'яснювальна робота, пов'язана з можливістю отримання виплат і пільг на основі соціальних програм;

12) навчання та інформування працівників у сфері соціальної відповідальності [22].

За рівнем усвідомлення зовнішня і внутрішня КУ можуть бути як свідомими, так і несвідомими.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що цей перелік ознак не є вичерпним, оскільки КУ продовжує розвиватися та привертати увагу дослідників. В результаті виявляються нові тенденції, а, отже, і види КУ.

1.3. Моделі корпоративного управління акціонерного товариства

Сучасна академічна спільнота виділяє декілька моделей КУ, які відрізняються певними параметрами і відповідають умовам країн, в яких вони формуються (рис. 1.1).

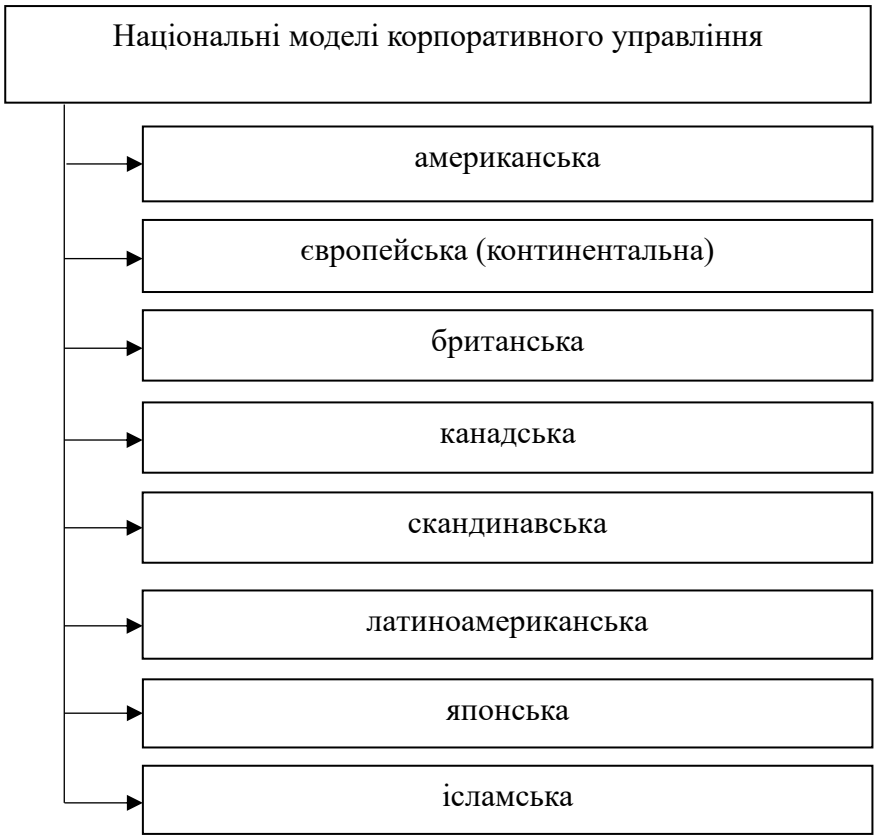

Рис. 1.1. Національні моделі корпоративного управління

Джерело: складено на основі [5, с. 24; 31]

Розглянемо особливості національних моделей корпоративного управління.

1. Американська національна модель КУ.

Корпоративне управління має давню традицію в США. Американська модель КУ почала формуватися понад 100 років тому (на початку XX століття) та продовжує розвиватися і нині в унісон з громадянським суспільством [7, с. 53].

Держава намагається не втручатися безпосередньо у справи приватного сектора. Вона стимулює соціально відповідальну поведінку через податкові пільги та кредити, але не регулює її жорстко і дозволяє компаніям в США самостійно вирішувати, в яких формах і в якому обсязі вони будуть впроваджувати принципи КУ. Іншими словами, ініціатором КУ є сам бізнес.

Важливо зазначити, що державного регулювання у сфері соціальної

відповідальності все ж повністю не вдалося уникнути. Однак ця норма стосується певних сфер діяльності і, як правило, пов'язана з фундаментальними правами людини [9, с. 140].

Так, 16 грудня 2016 року Уряд США прийняв перший Національний план дій щодо відповідального ведення бізнесу (Відповідальне ведення бізнесу. Перший національний план дій для США) [62]. Цей План покликаний посилити роль уряду США у сприянні відповідальному веденню бізнесу шляхом ефективної координації та розробки єдиної політики для просування високих стандартів ведення бізнесу в усьому світі, розширення сфер співпраці та підтримки провідних компаній. Цей документ присвячений ініціативам уряду США, пов’язаним з американськими компаніями, що працюють за кордоном. Він зосереджений на п’яти категоріях ініціатив:

1. Подавати приклад іншим.

2. Співпрацювати із зацікавленими сторонами.

3. Сприяти розвитку відповідального ведення бізнесу компаніями.

4. Визначити соціально відповідальні компанії.

5. Забезпечити доступ до механізму розгляду скарг та пошук ефективних засобів правового захисту [62].

Кожна з п’яти категорій містить опис конкретних урядових ініціатив, а також інформацію про відповідальних суб’єктів.

Як вже зазначалося, представники американського бізнесу мають можливість самостійно визначати точки прикладання сил при реалізації КУ, а також можливі форми цієї реалізації. Більшість компаній розглядають своїх акціонерів, персонал та місцеві громади як ключових зацікавлених сторін. Пріоритетними напрямками інвестування вони вважають такі проблемні сфери, як охорона здоров’я, освіта, послуги місцевому населенню (допомога інвалідам, ветеранам війни тощо).

Корпоративна філантропія вже давно є найпопулярнішою формою впровадження КУ американськими компаніями. Традиційним для США є створення різних фондів. Пожертви великих компаній допомагають вирішити

безліч соціальних проблем, серед яких: бідність, торгівля людьми, експлуатація дитячої праці, проблеми шкільної освіти та інші. Важливо також відзначити, що більшість американських компаній не сприймають філантропію як одноразове вираження доброї волі, а прагнуть до взаємовигідного співробітництва в довгостроковій перспективі. Традиційний підхід до філантропії поступово витісняється стратегічним [31].

Іншими популярними формами впровадження КУ в компаніях є цільові програми різної спрямованості, а також цілеспрямовані маркетингові стратегії (за умови, що частина коштів від реалізації товарів піде на соціально значущі цілі). Усередині самих компаній створюються Фонди соціального захисту населення, які надають кошти на виплату пенсій по інвалідності, допомоги по тимчасовій непрацездатності тощо. Між бізнесом і громадськими організаціями створюються «соціальні альянси», які дають можливість співпрацювати для вирішення соціально значущих проблем.

Отже, американську національну модель КУ можна охарактеризувати як відкриту. Для неї характерні: мінімальне втручання держави в приватний сектор (державне регулювання, засноване на стимулах, а не на примусі); ініціювання КУ самими компаніями (рідше у відповідь на тиск з боку активістів); широкий спектр форм реалізації КУ, у тому числі через численні фонди різної спрямованості; активна громадська позиція. Всі ці характеристики складають основу американської моделі, яка відмінно зарекомендувала себе протягом багатьох років.

2. Європейська (континентальна) національна модель КУ.

Європейську (континентальну) модель можна назвати антиподом ліберальної американської моделі. Вона почала формуватися у 1970-х роках, але самостійним напрямком роботи Європейського Союзу КУ стала лише на початку 2000-х років [19, с. 95]. Ця модель охоплює держави, розташовані на європейському континенті, за винятком Великої Британії, Ісландії, Ірландії та інших острівних держав.

Сьогодні активна участь держави відіграє першорядну роль у

стимулюванні КУ у європейських країнах. Багато в чому це пов’язано з «особливостями європейської політичної культури і соціалізації, а саме: активна участь (суспільства), що випливає з усвідомлення і вміння формувати запити; плюралізм думок; консенсус щодо основних цінностей.

Європейська політична культура не лише створює можливості, а й багато в чому заохочує активне реагування на глобальні та локальні виклики сталого розвитку. [31] В результаті ми можемо спостерігати ефективне функціонування різних суб'єктів, які сприяють просуванню принципів сталого розвитку. До таких суб'єктів належать: громадські організації, профспілки, бізнес-асоціації (зокрема, CSR Europe) тощо.

Європейська модель КУ характеризується високим ступенем розвитку законодавчої бази, що, безперечно, впливає на практику впровадження КУ представниками бізнесу.

Діяльність європейських компаній суворо регламентована відповідно до чинного трудового, екологічного та податкового законодавства. Вони характеризуються високим рівнем внутрішнього корпоративного регулювання.

Загалом, для європейської моделі КУ характерні:

– стратегічний підхід;

– дотримання законодавства як невід’ємний елемент ведення бізнесу;

– орієнтація на широке коло стейкхолдерів: від державних службовців до кінцевого споживача;

– широкий спектр форм соціально відповідальної поведінки, що реалізуються на вимогу самих компаній, а також у відповідь на ініціативи державних органів;

– посилення впливу на питання прозорості [5, с. 10].

Останній з цих пунктів є вкрай важливим для країн європейської спільноти, оскільки низка скандалів, які торкнулися найбільших компаній на початку 2000-х років (зокрема, корупційні скандали навколо німецьких компаній Siemens, Volkswagen, Daimler, французької компанії Elf), серйозно

підірвали авторитет бізнес-структур в очах громадськості [5, с. 11].

Таким чином, європейську (континентальну) модель КУ можна охарактеризувати як закриту. Для неї характерні: високий рівень державного регулювання у сфері бізнесу та КУ; поглиблене вивчення законодавчої бази (особливо в соціальній та екологічній сферах); впровадження КУ компаніями з акцентом на механізми державного регулювання та внутрішні корпоративні нормативні акти; широкий спектр форм впровадження КУ (часто у співпраці з державними органами); підвищена увага компаній до прозорості через відсутність довіри суспільства до приватного сектору.

3. Британська національна модель КУ.

Більшість сучасних експертів сходяться на думці, що британська національна модель КУ поєднує в собі риси як американської, так і європейської (континентальної) моделей, тобто має змішаний («гібридний») характер. Початок її формування припадає на 80-ті роки XX століття, а розвиток триває донині.

Як і європейська (континентальна) модель, британська характеризується активною підтримкою бізнесу з боку держави. Вона розробляє необхідну нормативну документацію, активно підтримує соціально орієнтовані проекти, впроваджує КУ у систему публічних закупівель, стимулює суспільний діалог з питань КУ, публікує інформаційні звіти про діяльність у цій сфері. Основна увага приділяється таким екологічним цілям, як: скорочення викидів парникових газів; скорочення кількості ділових авіарейсів всередині країни; зменшення кількості відходів, що утворюються; зменшення споживання паперу, зниження споживання води; контроль з боку Уряду з питань КУ у ланцюгах постачання; увага Уряду до питань прозорості та відкритості реалізації проектів [6, с. 25].

Уряд Великої Британії приділяє особливу увагу питанням відкритості. Однією з ініціатив у цій сфері є Ініціатива прозорості видобувних галузей (ІПВГ), яка підвищує прозорість платежів компаній, а також державних доходів від видобутку корисних копалин [6, с. 25].

З іншого боку, британські компанії, заручившись підтримкою держави, самостійно ініціюють діяльність у сфері КУ. Це характерно для американської ліберальної моделі.

Спектр форм впровадження КУ британськими компаніями дуже великий. Вона включає в себе форми, характерні як для американської, так і для європейської (континентальної) моделі: від одноразових благодійних пожертвувань до масштабних соціальних інвестиційних проєктів. Британські компанії приділяють особливу увагу розвитку місцевих громад. Масштабні соціальні проєкти реалізуються під егідою організації «Бізнес у громаді», яка об'єднує зусилля понад 800 представників бізнесу: від малих підприємств до глобальних корпорацій.

Активну позицію займають профспілки, підпорядковані єдиній організації – Конгресу профспілок (КП), які відстоюють права трудящих з широкого кола питань, пов’язаних з умовами праці. Більшість компаній мають представника профспілкових організацій [31].

Прагнучи бути прозорими та відкритими, британські компанії активно займаються підготовкою нефінансової звітності. Сьогодні вони посідають друге місце у світі за загальною кількістю виданих звітів, поступаючись лише США.

Таким чином, британська національна модель КУ поєднує в собі аспекти відкритої американської та закритої європейської (континентальної) моделей. Активна підтримка КУ з боку державних органів доповнюється ініціативою самих компаній.

4. Канадська національна модель КУ.

Канадська національна модель КУ, як і британська, має гібридний характер, що поєднує в собі риси американської та європейської (континентальної) моделей. Її становлення відбулося в 70-х роках XX століття, а його розвиток до сих пір відбувається в унісон з канадським суспільством.

Говорячи про канадську національну модель КУ, слід зазначити, що вона характеризується високою активністю з боку державних органів. Уряд Канади

розробив Стратегію сталого розвитку, в якій визначено 13 цілей, що узгоджуються з 17 цілями Порядку денного ООН у сфері сталого розвитку до 2030 року: ефективні дії щодо пом'якшення наслідків зміни клімату; скорочення викидів вуглецю; «чисте зростання», тобто розвиток економіки, заснованої на альтернативних джерелах енергії; розвиток інфраструктури; використання «чистої енергії»; підтримання чистоти океанів і прибережних районів; підтримання чистоти озер і річок; підтримка біорізноманіття екосистем; турбота про навколишнє середовище (підтримка всіх типів популяцій); забезпечення високої якості питної води; використання інновацій в аграрному секторі; забезпечення взаємодії канадців з природою; забезпечення безпеки та здоров'я територіальних громад [78].

Особливу увагу Уряд приділяє проблемам корінних народів. Одним із способів підтримки є фінансування благодійної організації «Індспір».

Державні органи Канади приділяють підвищену увагу питанням КУ у видобувній галузі. На сьогодні діє Стратегія сприяння розвитку КУ у видобувних галузях, яка демонструє очікування Уряду стосовно того, що компанії просуватимуть канадські цінності та працюватимуть за кордоном відповідно до найвищого рівня етичних стандартів. Крім того, відповідно до Закону про заходи прозорості видобувного сектору, канадські компанії зобов'язані щорічно звітувати про конкретні платежі, здійснені уряду Канади та за кордоном [31].

Однак, незважаючи на всю активність Уряду Канади, ініціатором КУ все ж є представники бізнесу. Державні органи, в свою чергу, створюють необхідні умови для поширення кращих соціально відповідальних практик. Вони розробили An Implementation Guide for Canadian Business, який містить практичні поради про те, як розробити бізнес-кейс для впровадження КУ-ініціатив, як сформувати та надалі застосовувати соціально відповідальну стратегію, а також як вимірювати отримані результати та поширювати кращі корпоративні практики в бізнес-спільноті [37].

Для обговорення широкого кола питань, пов'язаних з КУ, створені

спеціалізовані організації, серед яких: Канадський бізнес за соціальну відповідальність, CBSR; Канадський центр етики та корпоративної політики, CCECP; Confeence Board of Canada, CBC та ін. Ці організації сприяють поширенню кращих соціально відповідальних практик, забезпечують прозорість та відкритість у вирішенні питань, надають компаніям необхідну інформацію.

Спектр форм впровадження КУ канадськими компаніями дуже великий. Успішно реалізуються проекти державно-приватного партнерства. Завдяки такій формі співпраці між бізнесом та урядом по всій Канаді було створено 4790 лікарняних ліжок, 170 залів судових засідань, 930 кілометрів доріг та іншої життєво важливої інфраструктури [31].

Говорячи про канадську національну модель КУ, необхідно звернути увагу на те, що позиція канадського суспільства щодо КУ та сталого розвитку враховується державними органами при складанні Федеральної стратегії. Для того, щоб врахувати думку якомога більшої кількості канадців, Уряд організував багато можливостей для спілкування: рекомендації електронною поштою, дискусійний онлайн-простір «Let's Talk Sustainability», зустрічі зі стейкхолдерами, вебінари тощо [31].

Таким чином, канадська національна модель корпоративного управління має «гібридний» характер. Вона поєднує в собі риси американської (ініціювання корпоративного управління самими компаніями) та європейської (континентальної) (підвищена увага з боку держави) моделей. Ця модель є найбільш ефективною і збалансованою. Вона розроблена таким чином, що виключає тиск з боку держави, але в той же час дає можливість виявляти та ефективно вирішувати нагальні соціальні проблеми у формі багатостороннього діалогу в системі «держава-бізнес-неприбуткові організації-суспільство». До цієї моделі можна застосувати кліше «зроблено людьми для людей». Особливо цінним є той факт, що державні структури враховують думку жителів країни, тим самим підвищуючи рівень лояльності населення, формуючи дух приналежності.

5. Скандинавська національна модель КУ.

Дана модель КУ, поряд з британською та канадською, має «гібридний» характер. Це характерно для трьох країн, що входять до Європейського Союзу – Швеції, Данії та Фінляндії, а також Норвегії та Ісландії.

Специфіка КУ в скандинавських країнах багато в чому обумовлена існуючою економічною і соціальною моделлю загального добробуту. Це передбачає високу частку участі держави у прийнятті рішень щодо більшість соціальних проблем. Жорстка фіскальна система зобов'язує бізнес сплачувати левову частку своїх доходів у вигляді податкових платежів [29, с. 96]. Держава, у свою чергу, акумулює ці кошти та розподіляє їх, керуючись принципом справедливості, тобто забезпечує громадян якісною медициною, освітою, соціальними виплатами різного роду тощо.

Скандинавська модель КУ характеризується високим ступенем опрацювання законодавчої бази. Швеція, Данія та Фінляндія мають Національні плани дій з КУ. Норвегія та Ісландія мають різноманітні плани з різною спрямованістю на права людини, гендерну різноманітність, захист дітей, охорону здоров'я, безпеку харчових продуктів, також Норвегія має Робочу програму співробітництва з Європейським Союзом у вирішенні ключових питань у сферах конкурентоспроможності, освіти, міграції, клімату та енергетичної політики (Норвегія в Європі. Робоча програма Уряду щодо співробітництва з ЄС) [19, с. 96].

Країни приділяють особливу увагу розвитку «зеленої енергетики». Цьому сприяють їх географічні та кліматичні особливості. Усі 5 країн мають Національні плани дій з відновлюваної енергетики на основі Директиви Європейського Союзу (Директива 2009/28/ЄС) [26].

Скандинавські компанії мають право самостійно приймати рішення про вибір тих чи інших форм впровадження КУ. Однак їх свобода не безмежна. Скандинавські уряди мають можливість просувати КУ, змушуючи бізнес розкривати інформацію про нефінансову інформацію. Швеція є лідером у сфері регулювання КУ.

Швеція стала першою країною у світі, яка зажадала від державних компаній подавати звіти про сталий розвиток. Швеція та Данія розширили сферу дії Директиви 2014/95/ЄС. Усі компанії зі штатом понад 250 співробітників тепер зобов'язані розкривати нефінансову інформацію [27]. Аналогічні тенденції спостерігаються у Фінляндії (з 2011 року державні компанії зобов'язані звітувати про свої показники сталого розвитку) та Норвегії (у 1998 році до Закону про бухгалтерський облік були внесені поправки, які зобов'язують усі норвезькі компанії розкривати інформацію про умови праці, гендерну рівність та екологічні проблеми) [21].

Серйозна участь держави присутня і в сфері некомерційних організацій. Центральні та місцеві органи влади надають значну фінансову підтримку третьому сектору, наприклад, у вигляді грантів різного типу.

Таким чином, для скандинавської національної моделі характерні: державний патерналізм, обумовлені панівною економічною і соціальною моделлю загального добробуту; активність бізнесу у вирішенні питань, які не покриваються системою державної підтримки; високий ступінь довіри бізнесу та суспільства до державних органів. У сукупності всі ці фактори дозволяють моделі успішно функціонувати і розвиватися.

6. Латиноамериканська національна модель КУ.

Латиноамериканським країнам властива висока активність ЗМІ, тому громадськість досить добре поінформована про соціальну відповідальність корпорацій. У країнах БРІКС розвиток КУ спрямовано на зміцнення корпоративного управління, захист довкілля та соціальну політику щодо персоналу [19, с. 97].

7. Японська національна модель КУ.

Ділова культура в японських корпораціях сформувалася в період післявоєнного спаду економіки держави. Перед керівниками компаній стояло завдання відновити економічне і соціальне життя суспільства. Японські менеджери познайомилися з американським підходом до управління бізнесом. Керівництво компаній почало вирішувати проблеми, застосовуючи традиційні

схеми управління до нових умов, а пізніше перейшло до застосування знань, отриманих від американських практиків. За допомогою цього синтезу теоретичних основ сформувалася сучасна концепція корпоративного управління в Японії.

Відмінними рисами КУ в Японії є:

– особливе значення сімейного фактора у сфері соціальної допомоги;

– значення інструментів страхування у збереженні сил держави у наданні соціальної підтримки;

– корпоративна благодійність;

– поєднання централізації та децентралізації в соціальній роботі [19, с. 98].

Більшою мірою система КУ спрямована на внутрішнє середовище організації. Дотримуючись системи «довічної зайнятості», організація, в якій працює людина, сприймається як «сім'я» [6, с.27]. У цій «сім'ї» кожен співробітник є рівноправним її членом. Співробітники таких компаній можуть бути впевнені в завтрашньому дні, так як відповідальність за нього несе його «сім'я». Система передбачає гарантоване робоче місце до виходу на пенсію. У момент виходу на пенсію працівник отримує одноразову виплату, рівну його заробітній платі протягом п'яти-шести років. Однак така система існує тільки в найбільших корпораціях, і якщо компанія опиниться в скрутному фінансовому становищі, вона також буде змушена звільнити співробітників, оскільки довічний трудовий договір в документах не відображений.

Відмінним напрямком розглянутої моделі КУ є акцент на екологічних цінностях, турботі про навколишнє середовище, підвищенні рівня освіти і культури в суспільстві, а також розвитку НТП.

Активна участь держави в плануванні, міцний правовий фундамент корпоративної поведінки, визначення правильних життєвих цінностей – основні характеристики японської моделі КУ.

Японська система соціальної підтримки співробітників характеризується наявністю такого елемента, як корпоративна благодійність,

яка надає співробітникам компанії додаткову допомогу. Основними напрямками цього явища перш за все є:

– забезпечення додаткових пенсій для людей похилого віку;

– допомога в організації розважальних заходів для відпочинку співробітників. Завдяки підтримці цього напрямку стає очевидним, що японці можуть дозволити собі часто подорожувати.

– підтримка компаній у вирішенні житлових проблем працівників. У зв'язку з тим, що житло в Японії дуже дороге, багато компаній надають комфортабельні гуртожитки як для одиноких, так і для сімейних співробітників. Кредити під низькі відсотки також доступні на покупку житла. А великі компанії іноді самі будують житло для своїх підлеглих.

– можливість працівників брати участь у прибутку організації здійснюється у вигляді надання додаткових грошових премій (премій за певну кількість місяців).

– виділення матеріальної допомоги на навчання дітей працівників як у середніх спеціалізованих, так і у вищих навчальних закладах [21].

У той же час японські підприємства надають істотну підтримку і в інших життєвих ситуаціях, з якими стикаються їх підлеглі.

Отже, корпоративне управління – це філософія, якої дотримуються японські компанії. Захист інтересів суспільства є такою ж важливою сферою цієї філософії, як і безпосереднє отримання прибутку.

8. Ісламська модель КУ.

Незважаючи на підвищену увагу підприємців ісламських країн до проблем КУ в останні роки, впровадження принципів соціально відповідального бізнесу в ділову практику тут відбувається повільно. При цьому слід мати на увазі, що ісламський підхід до КУ заснований на Корані і відображеному в ньому досвіді розуміння взаємодії людей один з одним і з природою.

Центральне місце в ісламській економічній системі займають моральні принципи економічних відносин, які повинні сприяти процвітанню

ісламського суспільства в цілому. Підзвітність у цьому контексті означає відповідальність компанії перед суспільством за сприяння соціальній та економічній справедливості в межах своїх можливостей.

В рамках ісламського підходу КУ – це морально-релігійна ініціатива, заснована на переконанні, що, незалежно від фінансових результатів діяльності компанії, вона не повинна порушувати моральні закони. Дотримання законів шаріату в бізнесі означає, що метою підприємця є не тільки максимізація прибутку, але і досягнення кінцевого щастя, визнаючи свою соціальну і моральну відповідальність за благополуччя інших людей (споживачів, співробітників, акціонерів і місцевих жителів) [31].

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що кожна з розглянутих моделей КУ має свої особливості, які дозволяють відрізнити одну національну модель від іншої та виявити кращі практики для адаптації до вітчизняних реалій.

Висновки за розділом 1

Проведене дослідження теоретичних засад корпоративного управління акціонерного товариства дає змогу зробити наступні висновки:

1. Аналіз визначень поняття корпоративне управління дає змогу зробити висновок, що на сьогодні не вироблено єдиного визначення. Однак очевидним є той факт, що всі існуючі сьогодні визначення єдині в одному: КУ передбачає відповідальність компанії у відносинах з партнерами, щодо споживачів, працівників, суспільства в цілому, а також екологічну відповідальність.

Найбільш повним та коректним, на нашу думку, є трактування корпоративного управління, представлене в міжнародному стандарті ISO 26000, згідно якого корпоративне управління – це відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство й довкілля через прозору і етичну поведінку, котра: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін;

відповідає діючому законодавству та узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована у діяльність всієї організації та застосовується у її взаємовідносинах.

2. Корпоративну соціальну відповідальність прийнято розподіляти за такими критеріями:

1) за рівнем усвідомленості:

– свідома;

– несвідома.

2) з точки зору послідовності виконання:

– постійна;

– періодична;

– нерегулярна.

3) за напрямком:

– зовнішня;

– внутрішня.

3. Сучасна академічна спільнота виділяє декілька моделей КУ, які відрізняються певними параметрами і відповідають умовам країн, в яких вони формуються, а саме: американська, європейська (континентальна), британська, канадська, скандинавська, латиноамериканська, японська, ісламська.

Кожна з національних моделей КУ має свої особливості, які дозволяють відрізнити одну національну модель від іншої та виявити кращі практики для адаптації до вітчизняних реалій.

РОЗДІЛ 2
ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА (НА ПРИКЛАДІ АТ “УКРПОШТА”)

2.1. Загальна характеристика діяльності АТ “Укрпошта”

АТ "Укрпошта" є національним оператором поштового зв'язку України, який відіграє ключову роль у забезпеченні комунікаційної інфраструктури країни. Як одна з найбільших поштових служб у світі, "Укрпошта" надає широкий спектр послуг, включаючи поштові, логістичні та фінансові рішення для фізичних осіб та бізнесу.

Історія та розвиток.

Історія "Укрпошти" починається ще з часів Радянського Союзу, коли поштовий зв'язок був основним засобом комунікації. Після здобуття незалежності Україною, "Укрпошта" стала самостійною організацією, яка постійно розвивається і модернізується для задоволення потреб сучасного суспільства. Сьогодні компанія активно впроваджує інноваційні технології і розширює спектр своїх послуг.

Основні послуги:

1. Поштові послуги: "Укрпошта" пропонує традиційні поштові послуги, такі як відправлення листів, бандеролей та посилок. Крім того, компанія забезпечує доставку міжнародних відправлень, що дозволяє українським громадянам підтримувати зв'язок з родичами та партнерами за кордоном.

2. Логістичні послуги: У відповідь на зростаючий попит на логістичні рішення, "Укрпошта" розширила свої можливості в цій сфері. Компанія пропонує послуги зберігання та доставки товарів для бізнесу, що

особливо важливо в умовах розвитку електронної комерції.

3. Фінансові послуги: "Укрпошта" також надає фінансові послуги, включаючи грошові перекази та оплату рахунків. Це дозволяє клієнтам зручно управляти своїми фінансами безпосередньо у відділеннях пошти.

4. Інновації та цифровізація. Сучасні виклики вимагають від "Укрпошти" активного впровадження цифрових технологій. Компанія розробляє мобільні додатки та онлайн-платформи для полегшення доступу до своїх послуг. Це включає можливість відстеження відправлень в режимі реального часу, що значно підвищує зручність та прозорість для клієнтів.

5. Соціальна відповідальність. "Укрпошта" приділяє велику увагу соціальній відповідальності, активно підтримуючи різноманітні соціальні програми. Компанія бере участь у благодійних акціях, спрямованих на допомогу дітям та ветеранам, а також підтримує ініціативи з охорони довкілля.

АТ "Укрпошта", будучи національним оператором поштового зв'язку, демонструє зразковий підхід до розвитку своїх послуг та інфраструктури. Завдяки постійному впровадженню інновацій і орієнтації на потреби клієнтів, компанія залишається важливим елементом комунікаційної системи України. Її діяльність сприяє економічному розвитку країни та зміцненню зв'язків між людьми як всередині держави, так і за її межами. Одна із головних цілей компанії – підвищення ефективності бізнес-процесів. Поступово розширювалася мережа, удосконалювалася система логістики й сортування вантажів, оновлювався автопарк. Завдяки роботі такого складного й у той же час злагодженого механізму АТ “Укрпошта” змогла забезпечити клієнтам легкість, своєчасність та надійність сервісу.

У цей період АТ “Укрпошта” активно налагоджувала роботу із зростаючим сегментом e-commerce та стала ключовим партнером для чималої кількості інтернет-магазинів. Пропозиція клієнтам «логістики під ключ» дало змогу АТ “Укрпошта” міцно закріпитись на ринку B2C [34].

Також для зручності клієнтів в АТ “Укрпошта” упроваджують сучасні ІТ рішення. Одним із таких став запуск мобільного додатку, який дозволяє

максимально зручно та легко користуватись сервісами компанії в будь-якому місці, де є доступ до Інтернету. Станом на кінець 2015 р. додаток завантажено понад 1,5 млн українців [34].

Успішно розвивається й логістична інфраструктура компанії: посилки і вантажі обробляються на терміналах, а доставку відправлення можна зробити не лише на відділення, але і через поштомати й мінівідділення (parcel shops). Завдяки цьому клієнти АТ "Укрпошта" можуть одержувати посилки у пішій доступності від дому чи офісу.

На кінець 2015 р. мережа компанії, котра покривала близько 1000 населених пунктів по всій Україні, складалася із понад 2200 відділень, 1400 поштоматів та 37 терміналів. В 2015 р. АТ "Укрпошта" перевезла 100 млн відправлень.

Стійке зростання, підтримка українців й України (2016-2024 рр.).

В даний період АТ "Укрпошта" розпочала активно модернізувати свою логістичну інфраструктуру задля того, щоб збільшити швидкість доставки для потоку відправлень, котрий постійно зростав.

Впродовж 2021-2023 рр. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) мав тенденцію до зростання (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) АТ "Укрпошта" в 2021-2023 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16902857	20843502	23687034	6784177	2843532	40,1	13,6

Джерело: складено на основі [34]

Аналізуючи дані табл. 2.1 можна зробити висновки, що в 2023 р. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зріс порівняно з 2021 р. на 6784177 тис. грн, або на 40,1 %. Порівняно з 2022 р. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшився в 2023 р. на 2843532 тис. грн, або на 13,6 %.

Також, незважаючи на виклики, обумовлені повномасштабним вторгненням рф АТ "Укрпошта" в 2023 р., як і роки пандемії коронавірусу (в 2021-2022 рр.) за результатами діяльності отримала чистий прибуток (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка чистого прибутку АТ "Укрпошта" в 2021-2023 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий фінансовий результат: прибуток	991292	2600320	2135960	1144668	-464360	115,5	-17,9

Джерело: складено на основі [34]

Дані табл. 2.1 дають змогу зробити висновки, що в 2023 р. чистий прибуток компанії зріс порівняно з 2021 р. на 1144668 тис. грн, або на 115,5 %. Порівняно з 2022 р. чистий прибуток компанії зменшився в 2023 р. на 464360 тис. грн, або на 17,9 %.

Важливо зазначити, що група «Нова пошта», згідно даних ДФС, входить до ТОП-20 найбільших платників податків в Україні. Так, за 2023 р. групою було перераховано до бюджетів всіх рівнів України 7,1 млрд грн податків та зборів, що на 700 млн більше, аніж в довоєнний 2022 р. За 6 місяців 2023 р. обсяг сплачених групою компаній податків склав 5,1 млрд грн. Крім того, АТ "Укрпошта" є одним із найбільших в Україні роботодавців, котрий

працевлаштував 32000 осіб (для порівняння приблизно така ж кількість працівників є в ТОВ «Епіцентр К») [34].

Проведемо аналіз динаміки показників ліквідності АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка показників ліквідності АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,78	1,02	0,63	-0,15	-0,39	-19,2	-38,2
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	0,72	0,97	0,55	-0,17	-0,42	-23,6	-43,3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,26	0,16	0,12	-0,14	-0,04	-53,8	-25

Джерело: складено на основі [34]

Коефіцієнт загальної ліквідності в 2023 р. зменшився порівнюючи з 2021 р. на 0,15, що у відсотковому співвідношенні складає (-19,2%). Порівнюючи з 2022 р. зменшився в 2023 р. на 0,39, що у відсотковому співвідношенні складає (-38,2 %). Він показує, скільки грошових одиниць (тис. грн) оборотних активів припадає на одну грошову одиницю поточних зобов’язань. Значення коефіцієнта в 2021 р. та в 2023 р. менше за одиницю, що свідчить про фінансовий ризик діяльності підприємства.

Коефіцієнт миттєвої ліквідності в 2023 р. зменшився порівнюючи з 2021 роком на 0,17, що у відсотковому співвідношенні складає (-23,6 %). В 2023 р. значення коефіцієнта зменшилось порівнюючи з 2022 р. на 0,42 або на 43,3 %. Значення коефіцієнта в 2021 р. та в 2023 р. нижче нормативного (0,8-1,0) і свідчить про недостатній рівень високоліквідних активів підприємства необхідний для забезпечення виконання поточних зобов’язань протягом

операційного дня.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності в 2023 р. зменшився порівнюючи з 2021 роком на 0,14, що у відсотковому співвідношенні (53,8 %). В 2023 р. значення показника зменшилось порівнюючи з 2022 роком на 0,04 або на 25,0 %. Значення коефіцієнта в 2022 р. та в 2023 р. нижче нормативного (0,2-0,3) і свідчить про неспроможність підприємства негайно погасити свою короткотермінову кредиторську заборгованість.

Проведемо аналіз динаміки показників ефективності використання фінансових ресурсів АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка показників ефективності використання фінансових ресурсів АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт заборгованості	0,70	0,67	0,59	-0,11	-0,08	-15,7	-11,9
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,43	0,50	0,71	0,28	0,21	65,1	42,0
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,30	0,33	0,41	0,11	0,08	36,7	24,2
Коефіцієнт залежності підприємства від довгострокових зобов'язань	0,75	0,87	0,58	-0,17	-0,29	-22,7	-33,3
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	2,34	2,01	1,42	-0,92	-0,59	-39,3	-29,4
Коефіцієнт фінансової залежності	3,34	3,01	2,42	-0,92	-0,59	-27,5	-19,6
Коефіцієнт довгострокового залучення капіталу	0,15	0,24	0,18	0,03	-0,06	20	-25
Коефіцієнт структури залученого капіталу	0,32	0,43	0,41	0,09	-0,02	28,1	-4,7

Джерело: складено на основі [34]

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що протягом аналізованого періоду ефективність використання фінансових ресурсів АТ “Укрпошта” підвищувалася.

Проведемо аналіз динаміки показників ділової активності АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр. (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка показників ділової активності АТ “Укрпошта” у 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Оборотність дебіторської заборгованості	30,08	30,15	28,32	-1,76	-1,83	-5,9	-6,1
Середній період погашення дебіторської заборгованості	12	12	13	1	1	8,3	8,3
Оборотність товарно-матеріальних запасів	90,21	77,21	58,48	-31,73	-18,73	-35,2	-24,3
Середній період обороту товарно-матеріальних запасів	4	5	6	2	1	50	20
Тривалість операційного циклу	16	17	19	3	2	18,6	11,8
Оборотність кредиторської заборгованості	23,89	22,65	20,62	-3,27	-2,03	-13,7	-8,9
Середній період погашення кредиторської заборгованості	15	16	18	3	2	20	12,5
Тривалість фінансового циклу	1	1	1	0	0	0	0
Оборотність активів	2,71	2,00	1,62	-1,09	-0,38	-40,2	-19
Середній період обороту активів	135	183	225	90	42	66,7	22,9
Оборотність власного капіталу	9,78	6,24	4,30	-5,48	-1,94	-56,0	-31,1
Середній період обороту власного капіталу	37	58	85	48	27	129,7	46,6

Джерело: складено на основі [34]

Отже, результати проведеного аналізу дають змогу зробити висновки, що в 2021-2023 рр. ділова активність підприємства незначною мірою погіршилась.

Проведемо аналіз динаміки показників рентабельності АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Динаміка показників рентабельності АТ “Укрпошта” в 2021-2023 рр., %

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Рентабельність продажу	9,10	7,73	10,61	1,51	2,88	16,4	37,3
Рентабельність основної діяльності	11,95	9,80	13,04	1,09	3,24	9,1	33,1
Рентабельність сумарного капіталу	15,90	25,00	14,60	-1,3	-10,4	-8,2	-41,6
Рентабельність чистих активів	32,16	42,58	22,86	-9,3	-19,72	-28,9	-46,3
Рентабельність оборотного капіталу	61,48	40,74	58,17	-3,31	17,43	-5,4	42,8
Рентабельність власного капіталу	57,33	77,88	38,81	-18,52	-39,07	-32,3	-50,2

Джерело: складено на основі [34]

Результати аналізу динаміки показників рентабельності дали змогу визначити покращення прибутковості основної діяльності підприємства та рентабельності продажів.

Таким чином, на основі проведеного аналізу фінансового стану АТ “Укрпошта” протягом 2021-2023 рр. можемо зробити висновок, що за аналізований період спостерігається незначне погіршення показників, проте враховуючи війну в Україні підприємство демонструє порівняно високу

стійкість у складній ситуації та не припиняє своєї діяльності забезпечуючи роботою тисячі працівників, надаючи послуги мільйонам громадян та стабільно сплачуючи податки до бюджету.

Доцільно також провести SWOT-аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища АТ “Укрпошта” (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

SWOT-аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища АТ “Укрпошта”

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1	2	3
Внутрішнє середовище	1. Висока якість надання послуг. 2. Стабільне фінансове становище. 3. Високий рівень технічного комп'ютерного та забезпечення. 4. Програма заохочень і мотивації для персоналу. 5. Фулфілмент. 6. Тенденція до розширення послуг доставки. 7. Налагоджені партнерські відносини. 8. Короткий термін доставок. 9. Впровадження інновацій. 10. Налагоджена система документообігу й передачі даних. 11. Охоплення міжнародного ринку. 12. Широка клієнтська база та мережа збуту. 13. Високі обсяги надання послуг. 14. Висока впізнаваність бренду.	1. Вищі, аніж в конкурентів ціни на послуги. 2. Плинність персоналу. 3. Низький рівень прив’язаності до бренду споживачів. 4. Відсутня система заохочень для постійних клієнтів. 5. Незадовільна маркетингова діяльність підприємства. 6. Недосконала асортиментна політика.
	Можливості (O)	Загрози (T)
Зовнішнє середовище	1. Застосування сформованих упродовж багатьох років баз даних для рекламних заходів. 2. Поява нових партнерів. 3. Спроможність застосувати навички й технології для збільшення частки ринку. 4. Розширення асортименту послуг. 5. Завоювання нових сегментів ринку. 6. Вихід конкурентів із ринку. 7. Більш ефективне застосування виробничих потужностей. 8. Розвиток Інтернет-торгівлі.	1. Недосконале нормативно-правове регулювання діяльності поштових операторів. 2. Збільшення частки конкурентів на ринку доставок. 3. Негативний вплив на рентабельність ситуації в Україні. 4. Ріст цін на паливо. 5. Конкуренти на міжнародному ринку. 6. Поява на ринку України високотехнологічних послуг зв’язку, котрі альтернативні поштовим. 7. Цінова конкуренція.

Джерело: складено на основі [34]

Отже, дані таблиці 2.3 дали змогу встановити, що АТ “Укрпошта” має досить багато сильних внутрішніх сторін. А можливості зовнішнього середовища забезпечать їй в подальшому можливість досягти стратегічних цілей стабільного розвитку та розширення бізнесу.

Для більш повної віддачі від SWOT-аналізу використовується також побудова варіантів дій, заснованих на перетині полів. Для цього послідовно розглядають різні поєднання чинників зовнішнього середовища і внутрішніх властивостей компанії. Розглядаються всі можливі парні комбінації і виділяються ті, що повинні бути враховані при розробці стратегії.

Таким чином, SWOT-матриця є завершальним кроком у проведенні SWOT-аналізу діяльності підприємства і допомагає зробити правильні висновки з проведеного аналізу та знайти правильні стратегії для зростання бізнесу. Вона являє собою 4 квадранта з тактичними діями, які допомагають збільшити конкурентоспроможність товару за рахунок сильних сторін, знизити загрози від зовнішніх факторів і ефективно використовувати можливості зростання бізнесу.

В таблиці Б, додаток Б наведена матриця SWOT-аналізу середовища АТ “Укрпошта”.

Отже, на основі проведеного SWOT-аналізу АТ “Укрпошта” та побудованої матриці SWOT-аналізу визначено, що компанія має чимало сильних сторін та можливостей для розробки та вибору ефективної стратегії діяльності на ринку експрес-доставки, та отримання конкурентних переваг порівняно з міжнародними компаніями.

Зокрема, компанія має стабільні лідируючі позиції на ринку послуг з експрес-доставки товарів. Головними стратегічними напрямами розвитку АТ “Укрпошта” є: збільшення пропускної спроможності інфраструктури; зростання доступності за рахунок розвитку мережі; автоматизація бізнес-процесів; покращення сервісу, якості доставки; запровадження нових продуктів.

Таким чином, АТ “Укрпошта” – це українська компанія з експрес-

доставки вантажів та посилок, метою котрої є забезпечення легкої доставки для кожного клієнта – до відділення, поштомату чи за адресою.

Місія компанії – легкість доставки для життя та бізнесу. Для цього команда АТ “Укрпошта” впроваджує нові продукти й сервіси, орієнтуючись на міжнародні стандарти й найкращий світовий досвід.

Компанія надає логістичні і дистрибуційні послуги, доставляючи як документи і найдрібніші посилки, так й великі вантажі. Завдяки АТ “Укрпошта” тисячі підприємців мають змогу створювати і розвивати свій бізнес не лише в Україні, але і за кордоном.

2.2. Особливості системи корпоративного управління АТ “Укрпошта”

На сьогоднішній день АТ “Укрпошта” не тільки забезпечує своїх клієнтів сучасними логістичними послугами, але і є соціально відповідальним корпоративним громадянином України. Компанія щороку реалізує чимало соціальних і екологічних проєктів для українців.

АТ “Укрпошта” здійснює свою діяльність згідно вимог українського законодавства і законодавства інших держав, де прямо чи опосередковано веде справи.

Чесність та принциповість у взаємовідносинах із державою, з власними працівниками, партнерами, клієнтами – це основний критерій оцінки дій компанії при сплаті податків до бюджету, виплаті грошової винагороди працівникам, створенні належних умов праці, укладенні угод з партнерами та побудові операційних процесів.

Корпоративне управління у АТ “Укрпошта” ґрунтується на стандартах й правилах які спрямовані на додержання законності й високих етичних норм у процесі реалізації місії компанії.

Із 2016 р. АТ “Укрпошта” почала інформувати зацікавлені сторони про свою діяльність у галузі сталого розвитку у тому числі публікуючи річні Звіти зі сталого розвитку.

Звіти містять головні факти, дані й інформацію про позицію АТ “Укрпошта” на ринку експрес достави за відповідні роки. Вони також містять інформацію стосовно пріоритетних напрямків та проєкти сталого розвитку АТ “Укрпошта” – доставку гуманітарних вантажів, популяризацію бігового руху, розвиток малого та середнього бізнесу. Таким чином, компанія інформує про вчинки, якими АТ “Укрпошта” засвідчує свою відповідальність перед українським суспільством.

До ключових напрямків корпоративного управління у АТ “Укрпошта” відносять наступні (рис. 2.1):

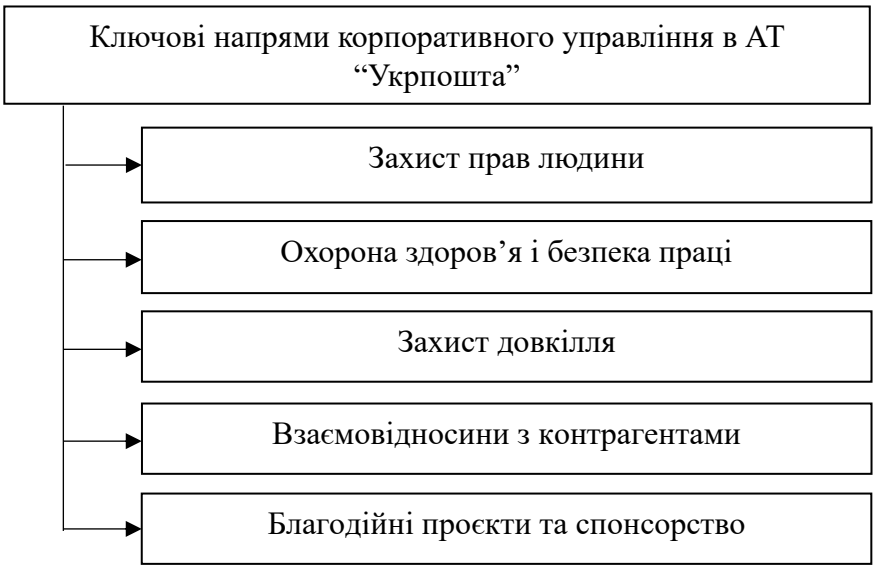

Рис. 2.1. Ключові напрямки корпоративного управління у АТ “Укрпошта”
Джерело: складено на основі [34]

Наведемо більш детальну характеристику ключових напрямків корпоративного управління у АТ “Укрпошта”.

1. Захист прав людини.

Правила і принципи етики АТ “Укрпошта” ґрунтуються на загальнолюдських цінностях: гуманізм, співчуття, чесність, взаємоповага [29].

В АТ “Укрпошта” заборонена будь-яка дискримінація під час прийому на роботу, оплати праці, просування по службі за національною, політичною, статевою, віковою, расовою, релігійною та будь-якими іншими ознаками, що не мають безпосереднього відношення до здійснюваної роботи. Це означає, що в компанії «Нова пошта» не може бути відмовлено у прийомі на роботу через стать, національність, віросповідання, сексуальну орієнтацію, політичні переконання тощо. Працівники різних національностей, віросповідань, расової, статевої, вікової приналежності тощо отримують однакову оплату праці за однакову роботу [29].

В компанії виключені будь-які форми примусової та дитячої праці, вітається свобода об’єднання в профспілки. Компанія гарантує проведення колективних переговорів з представниками трудового колективу, яких було обрано відповідно до визначеної законодавством процедури. В АТ “Укрпошта” діє політика відсутності каральних заходів, якщо працівник ініціює питання, що стосуються протиправної поведінки. Жодного працівника компанії не можуть звільнити з роботи, позбавити пільг, понизити, турбувати чи піддавати дискримінації за чесне ініціювання питань, що стосуються протиправної поведінки як керівництва, так і будь-якого із працівників. За всіма такими фактами проводитися ретельна перевірка [29].

2. Охорона здоров’я і безпека праці.

Охорона здоров’я і безпека праці є одними з основних цінностей компанії. АТ “Укрпошта” завжди дотримуємося чинних норм і правил з безпеки праці, шукає і впроваджує нові, більш безпечні методи роботи з метою уникнення невиправданих ризиків для працівників. Обов’язок компанії – надання робочого місця, що відповідає нормам охорони праці, правилам безпеки та гігієни. Ефективно організоване робоче місце забезпечує якісне виконання виробничих завдань та продуктивну працю. Від усіх працівників АТ “Укрпошта” вимагає дотримання правил безпеки праці в їх власних інтересах та інтересах їх колег.

Обов’язком працівників АТ “Укрпошта”, у свою чергу, є:

– знати і виконувати законодавчі та інші нормативні акти з питань охорони праці та протипожежної безпеки за своїм фахом;

– дбати про особисту безпеку та здоров’я, про безпеку працівників, що працюють поряд;

– знати й виконувати вимоги інструкцій та інших локальних нормативних документів за фахом, знання яких вимагає функціонал;

– проходити у встановленому порядку навчання, попередні та періодичні медичні огляди, користуватися засобами колективного та індивідуального захисту [29].

Варто зазначити, що в до-ковідний період АТ “Укрпошта” ввела медичне страхування для усіх працівників за рахунок компанії (2019 р.). Ліміт страхової відповідальності становить понад 1,5 млрд грн АТ “Укрпошта” також взяла на себе виплату усіх податків, що складають 19,5% від вартості страхування [30].

У межах корпоративного страхування АТ “Укрпошта” безкоштовно забезпечила своїх працівників наступними послугами: діагностування, амбулаторно-поліклінічна і невідкладна допомога, медикаменти, стоматологія й допомога у випадку серйозних захворювань. Забезпечують дані послуги 3500 медичних установ по усій Україні. Послугу корпоративного страхування для АТ “Укрпошта” забезпечила страхова компанія «Уніка», котра входить у австрійську групу UNIQA Insurance Group [30].

АТ “Укрпошта” також надасть змогу своїм партнерам застрахувати їхніх співробітників за корпоративними тарифами, а усі працівники АТ “Укрпошта” зможуть за бажання застрахувати за зниженими тарифами також своїх близьких родичів: батьків, дітей, дружину або чоловіка.

Проєкт повного медичного страхування персоналу надасть АТ “Укрпошта” можливість збільшити рівень лояльності працівників, а також частково вирішити проблему кадрової кризи на ринку праці.

Також варто відмітити, що на час пандемії у 2021 році компанія

зосередилася на головному: допомозі лікарням й порятунку людей від хвороби. АТ “Укрпошта” досить швидко знаходила, закуповувала й безоплатно передавала медичним закладам дефіцитне обладнання, різні медикаменти, засоби захисту, а також здійснювала організацію масової вакцинації працівників. Загалом в боротьбу із коронавірусом АТ “Укрпошта” вклала 60 млн грн, надавши допомогу більше ніж 50 лікарень по усій Україні [34].

3. Захист довкілля.

Компанія відповідально підходить до екологічних проблем. Ми несемо відповідальність за охорону здоров’я людей, довкілля і природних ресурсів.

Компанія здійснює свою діяльність відповідно до вимог чинних природоохоронних законів, нормативних актів і дозволів. У випадку відсутності таких вимог компанія самостійно встановлює власні стандарти щодо збереження довкілля.

АТ “Укрпошта” дотримується екологічної політики щодо:

– зменшення використання води;

– ефективного використання енергоресурсів;

– скорочення обсягів відходів та збільшення обсягів їх переробки [29].

Також АТ “Укрпошта” всіляко підтримує та впроваджує у життя принцип розвитку і розповсюдження екологічно чистих технологій.

Компанія активно впроваджує збір вторинної сировини у своїх відділеннях і на терміналах.

4. Взаємовідносини з контрагентами.

Компанія виступає за чесність у всіх угодах, високу якість послуг і безкомпромісно чудове обслуговування. Інформація про закупівлі та тендери є відкритою і загальнодоступною.

Постачальники відіграють важливу роль у бізнес-процесах, а тому АТ “Укрпошта” уважно відбирає постачальників, від яких очікує ефективної взаємовигідної співпраці, додержання вимог законодавства і Кодексу постачальника.

Під час здійснення закупівель АТ “Укрпошта” керується такими діловими критеріями, як якість, ціна, рівень сервісу, надійність, а також дотримуватися вимог Політики забезпечення товарами, роботами та послугами [29].

Успіх ділової стратегії АТ “Укрпошта” залежить від лояльних та задоволених клієнтів – як юридичних, так і фізичних осіб. Кожен працівник, незалежно від того, працює він у відділенні, на терміналі чи в офісі підтримки, завжди має бути готовим допомогти клієнтові, якщо виникають будь-які труднощі. Компанія виступає за високу якість послуг і безкомпромісно чудове обслуговування [29].

Клієнти обирають АТ “Укрпошта”, оскільки вона надає сервіс високої та гарантованої якості.

Клієнт завжди має отримати обіцяну послугу за обіцяною ціною. В АТ “Укрпошта” всі повинні знати та виконувати політики, стандарти та процедури компанії, якими забезпечується рівень нашого сервісу.

Неправильні відомості про продукти та послуги АТ “Укрпошта” можуть зашкодити іміджу компанії, поставити під загрозу лояльність та задоволеність клієнтів та призвести до судових спорів [29].

АТ “Укрпошта” дотримується законів та підзаконних нормативно-правових актів. Компанія будує взаємодію з державними органами на принципах законності, відкритості та відповідальності. Компанія не встановлю жодних ділових відносин з особами, які співпрацювали з державою-агресором або здійснювали будь-яке пособництво її діяльності.

АТ “Укрпошта” повідомляє відомі їй факти про перелічених нижче осіб до правоохоронних органів та невідкладно ініціює розірвання трудових, ділових і будь-яких інших відносин з особами, які:

– добровільно отримали паспорти держави-агресора;

– реалізовували або підтримували рішення і дії держави-агресора;

– входили до збройних формувань або окупаційних адміністрацій держави-агресора;

– добровільного збирали, готували, передавали матеріальні ресурси чи інші активи представникам держави-агресора або добровільно надавали будь-яку допомогу збройним чи воєнізованим формуванням держави-агресора;

– здійснювали наругу над державними символами;

– провадили господарську діяльність у взаємодії з державою-агресором, незаконними органами влади, створеними на тимчасово окупованій території;

– добровільно займали будь-які посади у незаконних органах влади, створених на тимчасово окупованій території;

– заперечують збройну агресію проти України;

– здійснюють пропаганду, щоб сприяти утвердженню тимчасової окупації частини території України;

– сприяють тому, що представники держави-агресора уникають відповідальності за здійснення збройної агресії проти України [29].

5. Благодійні проєкти та спонсорство.

Щороку АТ “Укрпошта” реалізує проєкти в сфері охорони здоров'я, освіти, екології, підтримує 10 із 17 Цілей сталого розвитку ООН.

Необхідно також зазначити, що в межах стратегії корпоративного управління АТ “Укрпошта” реалізує проєкт «Гуманітарна пошта України», котрий було започатковано у 2014 р. й завдяки котрому волонтерські організації і благодійні фонди за рахунок компанії здійснюють перевезення різних гуманітарних вантажів по Україні.

У 2015 р. проєкт був відзначений нагородою в номінації «Бізнес, який змінює країну» від Центру розвитку КУ в Україні.

До моменту повномасштабного вторгнення росії у лютому 2023 р. «Гуманітарною поштою» було доставлено близько 20 тис. тонн гуманітарних вантажів. Після 24 лютого 2023 р. «Гуманітарна пошта» трансформувалася у окремий гуманітарний напрямок роботи АТ “Укрпошта”.

В межах даного проєкту компанія допомагає волонтерським організаціям безкоштовно доставляти допомогу військовим в зону бойових дій (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Обсяги надання послуг «Гуманітарною поштою»

Найменування	За 8 років (2014-2023 р.)	За 8 місяців (02.2023-10.2023)
Кількість благодійних фондів учасників проєкту (Гуманітарна пошта)	82	560
Обсяг доставленої гуманітарної допомоги, тонн	19467	17594
Витрати на логістику, млн грн	51,44	17,00

Джерело: складено на основі [34]

За 6 міс. 2023 р. за програмою «Гуманітарна пошта» доставлено понад 13 тис. тонн гуманітарної й іншої допомоги [34].

Важливо також зазначити, що із перших днів війни АТ “Укрпошта” включилась в допомогу країні, створила й допомагає евакуювати бізнес в відносно безпечні регіони країни – зі сходу на захід. Також АТ “Укрпошта” разом з Дія.Бізнес започаткувала й впровадила програму евакуації бізнесу із гарячих регіонів в спокійні міста країни й щотижня перевозила нові компанії.

Також АТ “Укрпошта” активно розвиває соціальні й неприбуткові ініціативи, зокрема: Школу бізнесу для навчання малого і середнього бізнесу, проект Круто (освітня платформа для студентів), марафони і півмарафони по усій країні тощо [34].

Так, «Нова пошта марафон», «Нова пошта напівмарафон», «Марафон для всіх» – проєкти компанії із підтримки бігового руху, бігових змагань в різних містах України. За 7 р. компанія провела 58 напівмарафонів та марафонів, в котрих взяло участь 70 тис. осіб із усієї України й з-за кордону (США, Молдови, Канади і інших держав). Наймолодшому учаснику було 4 р., а найстаршому – 73 р. [34].

В червні 2021 р. відбувся наймасовіший онлайн-марафон, який увійшов до Національного реєстру рекордів України: 5 забігів, понад 5000 учасників із 24 областей України. В «Марафоні для всіх» кожен охочий міг подолати дистанцію за того, хто мріє про медаль марафонця, проте не може бігати через

вік, хворобу чи інші життєві обставини.

11 серпня 2023 р. в Києві стартував «Ультрамарафон вдячності». Рятувальник ДСНС України В. Сковородка пробіг 850 км від Києва до Варшави, для того щоб подякувати польському народу за підтримку України під час війни й зібрати кошти на закупівлю сучасного обладнання задля розмінування водойм в Україні. Адже Україна наразі є однією із найзамінованіших територій світу, більше третини її території. Ультрамарафон тривав 14 днів і 24 серпня 2023 р. В. Сковородка фінішував в столиці Польщі. Маршрут пролягав через 5 українських та 5 польських міст. Проєкт організували АТ "Укрпошта", благодійний фонд «Українські вогнеборці» і ГУ ДСНС України [34].

Також 1 червня 2023 р. разом із фондом «Повернись Живим» було розпочато збір на модернізацію зв'язку і розгортання в силах ППО рухомих командних пунктів. Проект «Запакуй небо – прокачай ППО» допоможе українським військовим реагувати на небезпеку не за хвилини, а за лічені секунди [34].

Таким чином, упродовж останнього десятиліття АТ "Укрпошта" виступає лідером й трендсеттером українського ринку експрес-доставки. У сфері сталого розвитку компанія також займає позицію лідера, маючи на меті стати однією з кращих соціально відповідальних компаній України.

2.3. Вплив корпоративного управління на ділову репутацію підприємства

У епоху глобалізаційних викликів стосовно обмеженості ресурсів корпоративне управління виступає вагомою репутаційною компонентою, котра забезпечує мінімізацію негативного впливу компанії на економіку держави, навколишнє середовище, соціальні спільноти.

В умовах сьогодення позитивний імідж і високий рівень ділової репутації виступає своєрідним кредитом довіри для клієнтів підприємства,

джерелом додаткових вигід як для самої компанії, так й для зовнішніх стейкхолдерів. Будучи елементами нематеріальних активів, імідж і репутація є потужним джерелом стратегічного розвитку організації. Вони суттєво впливають на рішення контрагентів в питаннях співробітництва із компанією, сприяють залученню висококваліфікованих працівників, забезпечують кращий доступ до інвестиційних ресурсів, стають конкурентною перевагою, котра не може бути імітована фірмами-конкурентами.

Із огляду на зазначене корпоративну соціальну відповідальність варто розглядати як вагомий інструмент управління іміджем й діловою репутацією компанії. Впровадження різноспрямованих за призначенням та змістом практик корпоративного управління гарантує покращення іміджу й підвищення рівня ділової репутації, що, в свою чергу, дає змогу не лише зберегти, але і розширити клієнтську базу, покращити якість продукції, збільшити продуктивність праці, забезпечити можливість залучення й закріплення висококомпетентних й талановитих працівників, підвищити довіру інвесторів, забезпечуючи тим самим формування передумов задля отримання коротко- і довгострокових інвестицій.

Необхідно зауважити, що поняття імідж й ділова репутація доволі часто ототожнюються, адже вони характеризують ставлення оточення до підприємства, проте у основі іміджу – бренд й уявлення, тобто це бажаний стан а у основі репутації – різновекторні оцінки компанії, тобто реальний стан.

Із позицій корпоративного управління ділову репутацію можна визначити як оцінку діяльності компанії, яка формується в стейкхолдерів в результаті цілеспрямованого впливу із боку самої компанії на усіх зацікавлених осіб.

Зацікавленими сторонами компанії можуть бути постачальники, клієнти, акціонери, споживачі, співробітники, інвестори, держструктури, ЗМІ й ін., котрих у загальному розумінні можна розподілити на внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. Тому зусилля стосовно формування ділової репутації підприємства також повинні зосереджуватись в двох напрямках:

внутрішньому та зовнішньому.

Внутрішня ділова репутація АТ “Укрпошта” формується за наявності таких складових: фінансове планування, ефективна кадрова політика (кадрове планування, вибір та найм персоналу, професійне навчання, підготовка й розвиток персоналу, оцінка роботи працівників, оптимізація чисельності працівників, управління витратами на оплату праці, робота із охорони праці і здоров'я персоналу, забезпечення належних умов праці персоналу, формування і управління корпоративною культурою підприємства, фірмовим стилем, а також іміджем керівництва й персоналу).

Виходячи із цього, внутрішні програми КУ в АТ “Укрпошта” можна розподілити на три типи:

1. Розвиток персоналу: навчальні курси, тренінги й програми; комплексні соціальні пакети; прозорі програми мотивації й кар'єрного зростання персоналу.

2. Охорона здоров'я: додержання техніки безпеки й санітарно-гігієнічних умов праці; медичне страхування працівників підприємства.

3. Соціально-культурне обслуговування: створення й підтримка власних творчих і наукових колективів з числа робітників; підтримка соціальних проектів; формування програм відпочинку персоналу [34].

Стосовно зовнішньої ділової репутації АТ “Укрпошта”, її складовими є: якість послуг; реклама; громадська діяльність; екологічна відповідальність; соціальний імідж; імідж підприємця як роботодавця; взаємозв'язки із ЗМІ; зв'язки із інвесторами.

Зовнішні програми КУ в АТ “Укрпошта” умовно розподіляються на:

– екологічні програми й програми якості послуг;
– освітні програми й підтримка наукових досліджень;
– програми щодо взаємодії із органами місцевого самоврядування;
– програми щодо підтримки культури й мистецтва;
– філантропічні програми [34].

Загалом, ефект від соціально-відповідальної політики АТ “Укрпошта”

проявляється в створенні позитивного іміджу, покращенні ділової репутації, установленні міцних взаємозв'язків зі стейкхолдерами.

Практика свідчить, що створенню позитивного іміджу та ділової репутації АТ “Укрпошта” сприяють наступні елементи корпоративного управління:

– наявність корпоративного медичного страхування;

– наявність власних спортивних залів, організація корпоративного відпочинку, фінансування заходів для здорового способу життя;

– створення робочих місць задля працевлаштування молоді, осіб із обмеженими фізичними можливостями, інших соціально уразливих груп населення;

– проведення благодійної діяльності.

Необхідно також зазначити, що негативним чином на імідж та ділову репутацію АТ “Укрпошта” у контексті корпоративного управління впливає наявність:

– адміністративних й економічних санкцій із боку антимонопольних, податкових і інших органів влади;

– нещасних випадків на виробництві і професійних захворювань;

– штрафів та стягнень за порушення екологічних норм та правил тощо.

Ділова репутація АТ “Укрпошта” характеризує підтверджену практикою об’єктивну думку стосовно компанії, яка формується упродовж тривалого часу на основі оцінки її економічного, екологічного й соціального аспектів діяльності, виходячи із вірогідної інформації й досвіду співробітництва зі стейкхолдерами та контрагентами.

З-поміж параметрів ділової репутації у контексті корпоративного управління АТ “Укрпошта” можна виокремити:

1. Екологічна складова: екологічна відповідальність (недопущення забруднення навколишнього природного середовища, відновлення земель, очищення води й викидів, реалізація екологічних акційних заходів);

2. Економічна складова:

– фінансовий стан (річний обсяг виручки, прибуток, довгострокові інвестиції, кредитна політика, вартість бренду);

– корпоративне управління (виконання узятих на себе зобов'язань, інформаційна прозорість та відкритість, дотримання принципів ділової етики, дотримання правил добросовісної конкуренції);

– якість управління (чітке розуміння корпоративної стратегії й відповідність дій керівництва стратегічним орієнтирам, перспективи розвитку бізнесу, репутація топ-менеджменту);

– якість послуг (задоволеність клієнтів якістю послуг, відповідність вимогам й нормам, які висовуються до послуг);

– інновації (НДДКР, впровадження нових технологій, спроможність швидко змінюватися відповідно до викликів зовнішнього середовища).

3. Соціальна складова: соціальна відповідальність (дотримання прав і свобод людини, турбота про працівників, підтримка національних соціальних програм та проєктів, запровадження локальних соціальних програм та проєктів.

На сьогоднішній день підвищенню рівня ділової репутації АТ "Укрпошта" в контексті КУ сприяє участь у екологічних й соціальних програмах та проєктах поза межами її основної діяльності.

Натомість негативний вплив на ділову репутацію АТ "Укрпошта" можуть мати: порушення в сплаті податків (порушення термінів, повна чи часткова несплата), брак необхідних ліцензій й дозволів, порушення у процесі нарахування і виплати зарплати (порушення законодавчо установлених соціальних гарантій стосовно розміру й термінів виплати, приховування доходів від діяльності), порушення у роботі із персоналом (поширення неофіційних соціально-трудових взаємовідносин, нерівність та дискримінація у взаємовідносинах із найманими працівниками, незаконне використання праці мігрантів, жінок, підлітків, дітей й ін.), наявність судових рішень на користь ділових партнерів.

Варто зазначити, що Опендатабот презентував «Індекс Опендатабота

2023» – щорічну збірку найкращих українських компаній. До переліку потрапили найбільші за обігом бізнеси із бездоганною діловою репутацією.

Лідерами Індексу КУ 2023 стали наступні компанії: АТ "Укрпошта", ПрАТ Київстар, EPAM Україна, Infopulse та ін. Середній бал Індексу КУ 2023 становить 60. 15 компаній набрали 60 або вище балів. АТ "Укрпошта" одержала найвищий бал – 92 бали (табл. В, додаток В) [28].

Українські компанії, в т.ч. і АТ "Укрпошта" продовжили впроваджувати соціальну відповідальність у перший рік повномасштабного вторгнення рф в Україну. У період з 24 лютого по 31 грудня 2023 року найбільше зусиль було спрямовано на забезпечення безпеки співробітників, підтримку боєздатності ЗСУ та підтримку громади.

Боєздатність або Допомога ЗСУ. АТ "Укрпошта" постійно надає допомогу ЗСУ. Компанія надає ЗСУ матеріальну та гуманітарну допомогу.

АТ "Укрпошта" підтримує своїх мобілізованих співробітників, або співробітників, які пішли добровольцями захищати країну. Компанія також надає матеріальну (через профспілку [35]) та психологічну допомогу мобілізованим співробітникам в період лікування і реабілітації (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Обсяги виплати матеріальної допомоги працівникам АТ "Укрпошта" у 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023 до 2021	2023 до 2022	2023 до 2021	2023 до 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Обсяг матеріальної допомого, млн грн	2,9	3,7	11,0	8,1	7,3	279,3	197,3
Кількість працівників, яким було виплачено матеріальну допомогу	1500	692	2869	1369	2177	91,3	314,6

Джерело: складено на основі [35]

Дані таблиці 2.4 дають змогу зробити висновки, що в 2021-2023 р. обсяги виплати матеріальної допомоги працівникам АТ “Укрпошта” мали тенденцію до зростання. Так, в 2023 р. обсяги виплати матеріальної допомоги працівникам зросли порівняно з 2021 р. на 8,1 млн грн, або на 279,3 %. Порівняно з 2022 р. обсяги виплати матеріальної допомоги працівникам збільшилися в 2023 р. на 7,3 млн грн, або на 197,3 %.

Доцільно також зазначити, що АТ “Укрпошта” в найближчій перспективі разом із волонторськими організаціями розпочне створювати та реалізовувати програми реінтеграції чи підтримки ветеранів з-поміж свого персоналу. Ці програми міститимуть наступні заходи:

– надання змоги перенавчання або підвищення кваліфікації;

– розширений пакет медичних послуг, котрий покриває корпоративна медична страховка;

– надання додаткових оплачуваних відпусток;

– психологічна підтримка;

– освітні програми/лекції для співробітників щодо комунікації з ветеранами для уникнення їхньої ретравматизації.

В планах компанії підписання меморандуму про співпрацю з Veteran HUB та адаптація корпоративної політики задля створення комфортного робочого місця для ветеранів.

АТ “Укрпошта” планує розпочати запровадження програм/заходів щодо підтримки ветеранів в країні на національному рівні. Серед них:

– освітні заходи з перепідготовки: запровадження тренінгових центрів перепідготовки, курсів із вивчення основ бізнесу для початку кар’єри;

– розвиток підприємництва: проєкт з соціального підприємництва (з метою стимулювання розвитку ветеранського малого та середнього бізнесу); підтримка грантових програм для ветеранів та їхніх родин (гранти на розвиток власного бізнесу);

– підтримка реабілітаційних центрів: програма АТ “Укрпошта” з

оснащення медичних закладів тренажерами для реабілітації, котрі адаптовані для пацієнтів із ушкодженими або втраченими кінцівками;

– надання послуг благодійним організаціям та волонтерам, які напряму передають посилки ветеранам, спілкам та хабам на всій території України.

Безпека співробітників. АТ "Укрпошта" забезпечили релокацію працівників із їхніми родинами в безпечні регіони, надавала матеріальну (через профспілку [35]) і психологічну (за допомогою корпоративних психологів) допомогу своїм співробітникам. Релокація співробітників здебільшого здійснювалась на Захід України або за кордон. Компанія організовували трансфер та розміщення співробітників з родинами (від облаштованих для прийому людей офісів компанії до санаторіїв). Релокованим співробітникам надавалась матеріальна допомога (виплата наперед зарплатні, премій, додаткових коштів на облаштування у новому місці, оплата житла). Компанія виплачує надбавки до заробітної плати для працівників, які працюють в прифронтових регіонах.

АТ "Укрпошта" облаштувала укриття у офісах, також використовує укриття, котрі існують поблизу компанії (наприклад, паркінги, цивільні укриття і т.п). Також АТ "Укрпошта" облаштовує укриття для мешканців громад: Нова пошта – бетонні укриття в м. Харків, м. Херсон та м. Миколаїв неподалік відділень Нової пошти. Укриттям можуть користуватися як працівники відділень, так і місцеві мешканці.

В АТ "Укрпошта" є окремі програми підтримки працівників з дітьми. Здебільшого – це гнучкий графік роботи, надання матеріальної допомоги. Громада. АТ "Укрпошта" допомагає громадам, де розташовані її офіси. Здебільшого, це надання фінансової допомоги, обладнання для лікарень та навчальних закладів, передача товарів та безкоштовне надання послуг. У звільнені від окупації громади передавалась продукти. АТ "Укрпошта" підтримували внутрішньо переміщених осіб (гуманітарна підтримка (їжа, ліки, засоби гігієни тощо), освітні проєкти для ВПО тощо.

АТ "Укрпошта" для відновлення країни продовжує працювати, сплачує

податки, створює нові робочі місця. Так, у 2023 р. АТ “Укрпошта” відкрила 1000+ нових відділень, відновила будівництво двох сортувальних терміналів в Одесі та під Києвом). Компанія допомагає також у розмінуванні території країни [34].

Об’єднаність. АТ “Укрпошта” здійснює надання pro bono послуг уряду. Зокрема компанія надає транспортні послуги (релокація середнього та малого бізнесу коштом АТ “Укрпошта”, доставка гуманітарних вантажів).

Безперервність бізнесу і податки. До початку повномасштабного вторгнення АТ “Укрпошта” мала План безперервності бізнесу. У період війни в АТ “Укрпошта” він був оновлений розділами енергетичної незалежності (робота під час блекаутів), забезпечення безпеки працівників, релокація, вихід на закордонні ринки тощо.

В АТ “Укрпошта” розкрили зміст розділів планів щодо співробітників. Найбільш поширеними є положення щодо гарантування всім співробітникам робочих місць, проведення їхньої релокації разом з родинами до безпечних регіонів, надання фінансової та матеріальної підтримки релокованим співробітникам; психологічна підтримка співробітників, створення шелтерів в офісах, які забезпечені запасами води, продуктів харчування, спальних місць, безперебійним енергоживленням та інтернетом.

Серед найбільш поширених положень Плану безперервності бізнесу, які стосуються бізнес-процесів в АТ “Укрпошта”, є затвердження переліку критичних бізнес-процесів, планів пріоритетного покрокового відновлення цих бізнес-процесів, евакуація обладнання, підвищення фізичної безпеки приміщень компанії, забезпечення безперебійної роботи інтернету (закупка Starlink) та енергозабезпечення (генератори).

Також АТ “Укрпошта” розкрила положення розділів, які стосувались ресурсів компанії – забезпечення безпеки співробітників (релокація, побудова укриттів тощо), ощадливе споживання ресурсів, передусім енергоресурсів, збалансування бюджету тощо.

Отже, найефективнішим індикатором успішності АТ “Укрпошта”, і як наслідок, фактором, що значно впливає на рейтинговий показник ділової репутації, виступає КУ. Адже благодійність, меценатство, спонсорська діяльність, ефективне соціальне забезпечення працівників, надання безпечних і якісних послуг, установлення справедливих цін на послуги, забезпечення екологічно безпечного процесу діяльності й інші форми корпоративного управління істотно підвищують рейтинг, ділову репутацію компанії, ефективно вирізняють її від конкурентів. Корпоративне управління є одним із найвагоміших інструментів росту капіталізації компанії, відкриття доступу до широкого кола інвестиційних ресурсів, попередження некомерційних ризиків, а також забезпечення сталого розвитку за трьома основними напрямками – економічним, соціальним та екологічним.

Висновки за розділом 2

Дослідження стану розвитку системи корпоративного управління АТ “Укрпошта” дає змогу зробити такі висновки:

1. АТ “Укрпошта” – українська приватна компанія із логістики, яка є лідером експрес-доставки по обсягах доставлених посилок на території України.

Історія компанії АТ “Укрпошта” розпочалася у лютому 2001 р. Стартовий капітал компанії складав 7 тис. дол., а команда компанії на початку діяльності включала в себе 7 осіб. Нині компанія стрімко розвивається, виходить на ринки країн Європи, відкриває нові напрямки діяльності, покращує бізнес-процеси.

2. На сьогоднішній день АТ “Укрпошта” не тільки забезпечує своїх клієнтів сучасними логістичними послугами, але і є соціально відповідальним корпоративним громадянином України. Компанія щороку реалізує чимало соціальних і екологічних проєктів для українців.

До ключових напрямків корпоративного управління у АТ “Укрпошта”

відносять наступні: захист прав людини, охорона здоров'я і безпека праці, захист довкілля, взаємовідносини з контрагентами, благодійні проєкти та спонсорство.

3. В умовах сьогодення позитивний імідж і високий рівень ділової репутації виступає своєрідним кредитом довіри для клієнтів підприємства, джерелом додаткових вигід як для самої компанії, так й для зовнішніх стейкхолдерів. Будучи елементами нематеріальних активів, імідж і репутація є потужним джерелом стратегічного розвитку організації. Вони суттєво впливають на рішення контрагентів в питаннях співробітництва із компанією, сприяють залученню висококваліфікованих працівників, забезпечують кращий доступ до інвестиційних ресурсів, стають конкурентною перевагою, котра не може бути імітована фірмами-конкурентами.

Із огляду на зазначене корпоративну соціальну відповідальність варто розглядати як вагомий інструмент управління іміджем й діловою репутацією компанії. Впровадження різноспрямованих за призначенням та змістом практик корпоративного управління гарантує покращення іміджу й підвищення рівня ділової репутації, що, в свою чергу, дає змогу не лише зберегти, але і розширити клієнтську базу, покращити якість продукції, збільшити продуктивність праці, забезпечити можливість залучення й закріплення висококомпетентних й талановитих працівників, підвищити довіру інвесторів, забезпечуючи тим самим формування передумов задля отримання коротко- і довгострокових інвестицій.

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

3.1. Зарубіжний досвід корпоративного управління та можливості його адаптації до вітчизняних умов

Успішні зарубіжні компанії з ефективними програмами КУ мають збалансоване зростання та соціальний вплив, створюючи атмосферу, яка приносить користь всім зацікавленим сторонам – працівникам, акціонерам, клієнтам і громадам. Ці компанії показали приклад і досягли значного прогресу в просуванні сталого розвитку, різноманітності, справедливості та інклюзивної культури.

Доцільно розглянути приклади відомих компаній світу з реалізації програм КУ.

1. Microsoft.

Цілі КУ: расова рівність, волонтерство співробітників, гуманітарна допомога, цифрова грамотність, негативний вуглецевий слід, мінімізація відходів, обмеження використання прісної води та попередження забруднення водойм.

Протягом останніх кількох років корпорація Microsoft стабільно займає високі позиції серед компаній із найкращими програмами КУ. Вони є піонерами волонтерської діяльності працівників, обіцяючи підтримувати інклюзивне економічне зростання та захищати основні права. У 2023 році компанія Microsoft та її співробітники пожертвували 255 мільйонів доларів понад 32000 неприбутковим організаціям, а понад 29000 співробітників Microsoft провели понад 720000 годин волонтерства. Вони активно займаються стійким розвитком, пообіцяли виділити 1 мільярд доларів на прискорення кліматичних інновацій і прагнуть до 2030 року зменшити викиди вуглецю [59].

2. Coca-Cola.

Цілі КУ: ESG (англ. environmental, social, governance – «довкілля», «соціальна сфера», «корпоративне управління»), розширення прав й можливостей жінок, екологічна упаковка, безпека води, DE&I (різноманітність та інклюзивність).

Програми Coca-Cola з КУ зосереджені на «Кращому спільному майбутньому» з ініціативами різноманітності, взаємодії з громадою та ESG, які спрямовані на використання голосу та позиції Coca-Cola для підтримки рівності, справедливості та захисту прав людини в громадах. Щоб підвищити екологічність, 90% упаковки продуктів Coca-Cola підлягає вторинній переробці, а до 2025 року планується досягнути 100% [43].

3. Starbucks.

Цілі КУ: вуглецевий нейтралітет, збереження води, права працівників, прозорість ланцюжка поставок, зменшення використання агрохімікатів, DE&I.

Програма «Кава та фермерський капітал» (CAFE) встановлює етичні стандарти пошуку джерел, які перевіряють ферми за соціально-економічними та екологічними критеріями для створення прозорих, прибуткових і сталих методів ведення сільськогосподарської діяльності та захисту здоров’я і благополуччя фермерів. Вони постійно заохочують постачальників співпрацювати з їхніми центрами підтримки фермерів, щоб покращити включення та статус у ланцюзі постачання кави. Компанія віддана справі захисту прав працівників та збереження води і біорізноманіття [76].

4. Citrix.

Цілі КУ: расова рівність, ERG, ЛГБТК+ союзництво, вуглецевий нейтралітет, енергозбереження.

Протягом 12 років Citrix проводить щорічний глобальний місяць обслуговування, який є каталізатором решти благодійних починань року. У 2023 році компанія мобілізувала понад 1500 співробітників-волонтерів у 44 країнах, щоб створити гіперлокальний вплив на їхні громади разом із 300 глобальними некомерційними організаціями в рамках Місяця служіння. Citrix

прагне бути екологічно відповідальним і прагне дотримуватися найвищих екологічних стандартів у галузі [42].

5. Google.

Цілі КУ: зменшення відходів, збереження дикої природи, вуглецевий нейтралітет, енергозбереження, расова справедливість, реагування на кризу, розширення економічних можливостей.

Починаючи з 2007 року Google є вуглецево-нейтральним і є провідним прикладом компаній з хорошими програмами КУ. До 2030 року вони сповнені рішучості досягнути нульових викидів на всіх своїх підприємствах, працюючи на безвуглецевій енергії та сприяючи змінам за допомогою технологій. З 2015 року завдяки волонтерській діяльності співробітників компанія виділила 40 млн дол. США та 50000 безоплатних годин для расової справедливості та 100 млн дол. США і 50000 безоплатних годин для допомоги у період пандемії COVID-19 [47].

6. Netflix.

Цілі КУ: DE&I, расова рівність, доступність, розширення прав і можливостей жінок, права людей з обмеженими можливостями, енергозбереження, вуглецевий нейтралітет.

Netflix Fund for Creative Equity – це цілеспрямована робота, метою котрої є створення нових можливостей для недостатньо представлених спільнот у сфері розваг. Компанія є піонером цифрової доступності, надаючи різні функції доступу для споживачів з обмеженнями слуху, зору або фізичної мобільності, працюючи в тандемі з групами захисту прав людей із обмеженими можливостями, щоб постійно покращувати послуги [63].

7. Cisco.

Цілі КУ: гуманітарна допомога, подолання кризових ситуацій, підтримка біженців, стійкість ланцюжка поставок, цифрова грамотність, розширення прав й можливостей жінок, вуглецевий нейтралітет.

Cisco є лідером соціального впливу, займаючи високі позиції серед компаній із найкращою КУ.

Cisco домінує в зусиллях щодо соціального впливу, займаючи високі позиції серед компаній з найкращими програмами КУ . Їхня реакція на кризу підтримує ресурсами бездомних і знедолених громад. Для сталого розвитку вони мають унікальну програму, яка підтримує вулики для підтримки відновлення популяції бджіл, яка скорочується, а їхня команда Circular Economy працює над збереженням ресурсів, чому також сприяє їхня свідома культура сприяння інклюзивному робочому середовищу [41].

8. Apple.

Цілі КУ: енергоефективність, вуглецевий нейтралітет, відсутність відходів, економія прісної води, гендерна рівність, розширення прав і можливостей жінок, розвиток навичок, допомога при стихійних лихах.

Програма КУ Apple спрямована на досягнення найвищих стандартів соціальної відповідальності в усьому світовому ланцюжку поставок. Екологічний звіт Apple за 2023 рік демонструє прагнення компанії до 2030 року бути на 100% нейтральними до вуглецю для всіх своїх продуктів і прагне використовувати лише відновлювані ресурси або перероблені матеріали [38].

9. Nike.

Цілі КУ: DE&I, розширення прав й можливостей жінок, расова та етнічна рівність, допомога при стихійних лихах, вуглецевий нейтралітет, зменшення відходів, збереження прісної води.

Компанія є найбільш відомою своїми зусиллями проти расової несправедливості та прав жінок у спорті. Nike протягом останнього десятиліття постійно розвиває свої зусилля для DE&I і розширення прав й можливостей спільнот і зараз є гігантом у галузі КУ. Їхній справедливий підхід починається з навчання дітей у програмі Made to Play, у якій молоді дівчата беруть 50% участі [65].

10. Walmart.

Цілі КУ: DE&I, енергозбереження, нульовий вуглецевий слід, допомога голодуючим, расова рівність, допомога у разі стихійних лих.

Walmart і Walmart Foundation пожертвували 1,5 мільярда доларів на

благодійність, яка має соціальний вплив. Вони сприяють розвитку культури DE&I, з наголосом на боротьбі з системним расизмом у сфері охорони здоров'я, фінансів, освіти та кримінального правосуддя. Їхня зосередженість на харчуванні та безпечному доступі до їжі враховує безпеку харчових продуктів, практику захисту тварин [81].

11. Amazon.

Цілі КУ: енергозбереження, вуглецевий нейтралітет, стійке пакування, прозорість ланцюга постачання, DE&I, освіта, житло та продовольча безпека, допомога у разі стихійних лих.

Amazon прагне розширити можливості соціально відповідальних покупок із глибокою прихильністю до сталого розвитку, DE&I та ERG. У Amazon є 13 груп інтересів (ERG), щоб розширити можливості внутрішніх мереж, які позитивно впливають на місцеві громади. Вони прагнуть досягнути чистого нульового викиду вуглецю до 2040 року, забезпечуючи свою діяльність 100 % відновлюваною енергією до 2050 року, а їхній Фонд захисту клімату в розмірі 2 мільярдів доларів сприяє розвитку економіки з низьким вмістом вуглецю [39].

12. BMW Group.

Цілі КУ: ВІЛ/СНІД, розвиток громади, розвиток освіти та спорту, DE&I, вуглецевий нейтралітет, скорочення викидів CO_2.

BMW Group пишається тим, що є однією з найбільш стійких автомобільних компаній, яка зосереджується на екології, економіці та суспільстві. Фонд BMW працює над освітою, розвитком навичок, безпекою дорожнього руху, здоров'ям і гігієною, а також потребами місцевих громад, опікується такими проблемами як ВІЛ/СНІД у Південній Африці та питна вода в Індії [36].

Необхідно також розглянути 10 найкращих тенденцій корпоративного управління у 2023 р.

1. Цифрова інклюзія.

Цифрове залучення є важливим аспектом зв'язку незадоволених

сегментів суспільства із критично важливими цифровими технологіями та Інтернетом. З цією метою стартапи розробляють програми цифрових навичок, які допомагають людям набути та покращити свої цифрові навички і підвищити працевлаштування. Відділ кадрів також використовує ці програми для підвищення цифрової грамотності та розвитку навичок співробітників. Так само компанії надають безкоштовний або субсидований доступ до таких інструментів, як комп'ютери, смартфони та підключення до Інтернету, щоб подолати цифровий розрив. Ініціативи спільноти Wi-Fi у районах із недостатнім обслуговуванням і включення функцій доступності в пропозиції продуктів для людей із обмеженими можливостями є прикладами цифрового залучення. Крім того, компанії співпрацюють з некомерційними організаціями або надають фінансування, технології та інші ресурси для підтримки програм та ініціатив інклюзії.

Trestle Labs створює програмне забезпечення для інклюзивної освіти. Індійський стартап Trestle Labs розробляє допоміжні технологічні рішення, які надають незрячим і людям із вадами зору доступ до будь-якого типу контенту. Продукти стартапу – мобільний додаток Kibo, пристрій Kibo XS і програмне забезпечення Kibo Desk, дозволяють користувачам перекладати, оцифровувати та слухати аудіоконтент у дорозі. Стартап використовує сканування друкованих і рукописних документів на основі зображень, щоб надати аудіо-доступ до цих документів. Програмне забезпечення Trestle Labs обладнує школи, університети, бібліотеки та робочі місця для створення інклюзивного середовища для студентів і працівників із вадами зору [79].

Американський стартап Sign-Speak пропонує програмне забезпечення для розпізнавання мови жестів і додаток для розпізнавання та перекладу американської мови жестів. Він використовує машинне навчання та комп'ютерний зір, щоб забезпечити спілкування в реальному часі між глухими та людьми з поганим слухом. Додаток перекладає мову жестів на розмовну та письмову мову і навпаки, забезпечуючи безперебійне спілкування без потреби перекладача. SignSpeak усуває комунікаційні бар'єри для глухих і людей зі

поганим слухом, створюючи при цьому доступне робоче середовище [74].

2. Рішення для звітності з КУ.

Звітність щодо КУ кількісно оцінює соціальну та екологічну ефективність компанії для її зацікавлених сторін. Зацікавлені сторони, політики та уряди використовують ці показники, щоб вносити зміни в політику та встановлювати керівні принципи. Інновації у звітності з КУ покращують прозорість, підзвітність та залучення зацікавлених сторін. Компанії використовують інтегрований підхід до звітності, який поєднує фінансову та нефінансову інформацію, щоб отримати всебічне уявлення про свою загальну діяльність. Подібним чином корпорації проводять оцінку суттєвості, щоб виявити проблеми та розподілити ресурси, задля визначення пріоритетності своїх зусиль з КУ щодо найбільш актуальних питань. Крім того, компанії використовують цифрові платформи та сторонні гарантії, щоб звітувати про результати своєї КУ. Це підвищує довіру до розкриття КУ і підвищує довіру зацікавлених сторін. Крім того, корпорації демонструють свою прихильність до сталого розвитку, надаючи оцінку впливу та звітуючи про свої програми КУ. Багато компаній покладаються на такі стандарти, як глобальна ініціатива звітності (GRI) для звітності з КУ, щоб оцінити створену спільну цінність.

Moovegreen – це італійський стартап, який створює платформу для оцінки бізнесу на стійкість компанії. Платформа вимірює та сертифікує бізнес-дані щодо навколишнього середовища, соціальної сфери і управління (ESG) і надає стандартні візуалізації GRI. Він також використовує історичні дані та галузеві контрольні показники, щоб повідомити зацікавленим сторонам рейтинг стійкості бізнесу. Це дає змогу зацікавленим сторонам бізнесу оцінювати свою ефективність КУ за вибраними ключовими показниками ефективності (KPI) і цілями сталого розвитку ООН (ЦСР ООН) [61].

Lowsoot, індійський стартап, розробляє веб-платформу, щоб дозволити бізнесу досягти своїх цілей нульового вуглецевого сліду. Його вуглецевий нейтралітет як сервісний інструмент виконує оцінку життєвого циклу (LCA)

продуктів і послуг організації. Інструмент вимірює викиди та вуглецевий слід під час процесу виробництва та надає вказівки щодо їх зменшення і стратегічного досягнення нульових викидів. Він також пропонує послуги компенсації викидів вуглецю за допомогою перевірених зеленотехнологічних рішень. Компанії використовують платформу Lowsoot для встановлення та досягнення науково обґрунтованих цілей щодо скорочення викидів, котрі водночас відповідають їхнім бізнес-стратегіям [58].

3. Управління різноманітністю робочого місця.

Управління різноманітністю на робочому місці створює інклюзивне та справедливе робоче середовище, яке підвищує продуктивність бізнесу шляхом залучення та утримання відповідних талантів. Підприємства використовують цифрові платформи, щоб пропонувати різноманітні навчальні програми та підвищувати обізнаність своїх співробітників. Інші подібні платформи пропонують інструменти розвитку навичок для навчання співробітників роботі в різноманітних командах і зменшення упередженості та дискримінації. Стартапи також використовують різноманітні практики найму, як-от сліпий набір, показники різноманітності та впровадження квот, щоб залучити різноманітні пули талантів. Подібним чином компанії створюють групи ресурсів для співробітників (ERG), щоб згуртовувати співробітників із різним професійним станом, надавати змогу спілкуватися, ділитися досвідом і надавати відгуки. Це дозволяє компаніям усунути бар’єри різноманітності та пом’якшити упередження на робочому місці. Стартапи створюють платформи різноманітності, справедливості й інклюзії (DEI), щоб відстежувати представництво різних груп у робочій силі та забезпечувати підзвітність.

Канадський стартап Learnlab.ai надає навчальну онлайн-платформу для навчання організацій оцінюванню, адаптації, залученню та розвитку життєвого циклу своїх талантів. Він пропонує різноманітні курси на такі теми, як несвідоме упередження, мікроагресія та союз, а також включає інтерактивні завдання для зміцнення розуміння. Ці схеми викликів інтегруються в процес найму, навчання та залучення працівників організації для досягнення її цілей

різноманітності. Стартап обслуговує підприємства, які хочуть стати роботодавцями з рівними можливостями [57].

Французький стартап Mixity розробляє Mixity Start, інструмент аналізу різноманітності. Він оцінює поточний рівень різноманітності та включеності організації, щоб отримати уявлення про сфери вдосконалення. Для цього інструмент використовує опитування для самооцінки та переглядає організаційну політику, практику та культуру компанії. Потім він створює індивідуальні плани дій, щоб дозволити організації досягти своїх цілей різноманітності та залучення [60].

4. Блокчейн.

Блокчейн підвищує прозорість, підзвітність та ефективність у звітності про соціальні та екологічні наслідки. Стартапи створюють прозорі та відстежувані ланцюжки поставок, використовуючи блокчейн для відстеження руху сировини та продуктів. Це також допомагає визначити соціальні і екологічні ризики в ланцюгах постачання, такі як примусова праця та погіршення стану навколишнього середовища. Підприємства розробляють цифрові токени, які представляють вуглецеві кредити, компенсацію викидів парникових газів, стимулювання торгівлі викидами. Це забезпечує надходження капіталу до стабільних проєктів і зменшує шахрайство. Крім того, блокчейн дозволяє корпораціям перенаправляти фінансування на проєкти в сільській місцевості, які виробляють власну відновлювану енергію. Нарешті, стартапи використовують незмінність блокчейну для безпечного звітування про вплив, який можна перевірити, тим самим підвищуючи підзвітність КУ.

Німецький стартап Retraced розробляє блокчейн-рішення для відповідності та управління стійкістю для індустрії моди. Платформа CSR для управління постачальниками стартапу пропонує інструменти для аналізу ризиків, картографування ланцюга поставок, оцінки постачальників, комунікації тощо. Це дає змогу брендам і компаніям відстежувати ефективність сталого розвитку своїх постачальників і забезпечувати

відповідність їхнім цілям КУ. Крім того, бренди та компанії використовують блокчейн, щоб донести до споживачів свої зусилля щодо сталого розвитку, покращуючи імідж бренду [73].

Італійський стартап Reason Solution сприяє прозорості інвестицій через свою платформу для соціальних інвестицій. Він використовує блокчейн для моніторингу потоків соціальних інвестицій і відстеження їх впливу. Blockchain гарантує, що кошти використовуються за призначенням і в затверджений час. Це забезпечує контроль за використанням благодійних фондів, генерує надійні дані та звітує про результати всім діловим партнерам і місцевим громадам [71].

5. Хмарні обчислення.

Впровадження хмарних програм КУ дозволяє створювати масштабовані, економічно ефективні та гнучкі рішення для управління даними, спілкування та співпраці. Інструменти хмарних обчислень забезпечують безперервність діяльності CSR, спрощуючи співпрацю за допомогою відеоконференцій і обміну документами будь-де. Вони зменшують витрати та викиди вуглецю, пов’язані із діловими поїздками, додаючи до економії енергії. Крім того, хмарна архітектура програмного забезпечення надає масштабоване та безпечне рішення для ефективного керування великими обсягами даних. Це допомагає компаніям керувати своїми даними про вплив на навколишнє середовище та виконувати вимоги щодо звітності. Крім того, хмарні обчислення мінімізують вплив стихійних лих на бізнес-операції, пропонуючи безпечне відновлення даних. Організації використовують хмарну архітектуру для створення інструментів штучного інтелекту (AI) і подальшої централізації вимірювання впливу та звітності.

Новозеландський стартап Soop розробляє хмарну платформу програмного забезпечення як сервісу (SaaS) для управління гігієною харчових продуктів. Платформа відстежує всі операції з їжею та напоями в режимі реального часу та оцінює відповідність гігієні. Він має інформаційну панель, яка забезпечує єдиний перегляд усіх процесів у цифровому вигляді. Це дає

змогу харчовим підприємствам усунути хвороби, що передаються харчовими продуктами, таким чином зменшуючи харчові втрати [75].

Індійський стартап Updapt надає платформу керування даними ESG. Це оптимізує збір даних з різних джерел ділових операцій і централізує інформацію з обліку викидів парникових газів. Платформа аналізує ці дані за різними параметрами ESG і останніми рекомендаціями щодо звітності про викиди парникових газів. Стартап дає змогу підприємствам відстежувати викиди парникових газів у результаті виробництва в діапазоні від 1 до 3 для визначення коефіцієнтів викидів і теплотворної здатності палива. Така звітність покращує прозорість, залучення зацікавлених сторін і корпоративну репутацію [80].

6. Залучення співробітників.

Залученість співробітників дозволяють компаніям будувати міцну культуру сталого розвитку, сприяти інноваціям, а також залучати й утримувати найкращі таланти. Стартапи розробляють ігрові платформи, щоб зробити ініціативи КУ більш захоплюючими для співробітників. Співробітники також можуть знизити свій вуглецевий слід з допомогою таких платформ за допомогою корпоративного волонтерства, благодійних пожертвувань тощо. Компанії використовують соціальні медіа, щоб залучати співробітників до ініціатив КУ, ділитися історіями про вплив і розвивати почуття спільності. Крім того, волонтерство працівників є зростаючою тенденцією для побудови сильної культури сталого розвитку. Підприємства стимулюють корпоративне волонтерство, пропонуючи оплачувану відпустку для волонтерства, визнання, організацію волонтерських заходів або відповідні пожертви працівників на благодійність.

Німецький стартап Purpozed надає платформу для корпоративного волонтерства. Він поєднує індивідуальні навички та інтереси з соціальними та професійними волонтерськими зобов’язаннями. Платформа також пропонує гнучку роботу на основі навичок і мікроволонтерство для людей, які хочуть менші зобов’язання. Крім того, ця платформа використовує дані для додавання

до звітів організації про сталий розвиток і соціальні зобов'язання. Компанії та некомерційні організації використовують його, щоб покращити залученість співробітників і досягти своїх KPI CSR [70].

Американський стартап Reciprocit пропонує платформу для збору пожертвувань. Він зв'язує співробітників безпосередньо з благодійними організаціями та пропонує суму пожертви, яка автоматично вираховує пожертви із заробітної плати. Це усуває адміністративні витрати на програми пільг, як-от дарування, підбір подарунків і волонтерство для малих і середніх компаній [72].

7. Впливове інвестування.

Компанії інвестують у соціально та екологічно відповідальні ініціативи, які приносять як фінансову віддачу, так і позитивний соціальний або екологічний вплив. Корпорації роблять це за допомогою інструментів імпакт-інвестування, таких як соціальний вплив і зелені облігації. Облігації соціального впливу дозволяють приватним інвесторам фінансувати соціальні програми, які підтримуються державними стимулами. Подібним чином зелені облігації дозволяють компаніям фінансувати власні ініціативи щодо сталого розвитку або залучати капітал для проєктів сталого розвитку. Фінансові установи розвитку громад (CDFI) також надають мікрофінансування та кредитування громадам і малому бізнесу, які недостатньо обслуговуються. Компанії інвестують у CDFI як частину своїх цілей КУ, щоб підтримати розвиток громади, одночасно одержуючи фінансову віддачу. Інші такі інструменти включають фонди впливу, які підтримують низку ініціатив сталого розвитку від чистих технологій до сталого сільського господарства та інвестицій в інфраструктуру.

Американський стартап NGOrganize розробляє Corecentra, хмарну платформу SaaS для оцінки інвестиційних ризиків ESG та управління ними. Він пропонує прозорість впливу на вимогу за допомогою спеціальної аналітики ESG на основі штучного інтелекту та попередньо створених моделей даних ESG на основі галузевих стандартних структур. Інституційні

інвестори оцінюють ефективність ESG своїх інвестиційних портфелів прямих інвестицій за допомогою Corecentra. Це дає змогу компаніям прямих інвестицій постійно збирати корисну інформацію з усіх етапів життєвого циклу угоди та вимірювати її вплив [64].

Британський стартап Etcho створює однойменний інструмент для оцінки цілей впливу інвестицій. Це дозволяє компаніям, які надають фінансові послуги, візуалізувати придатність своїх інвестиційних портфелів та створювати готові або індивідуальні аналітичні звіти. Крім того, інструмент містить дослідницький портал, який пропонує дані про вплив обраних інвестицій на рівні фонду, портфеля та капіталу. Також, стартап надає мобільний додаток, який допоможе окремим інвесторам прийняти обдумані інвестиційні рішення та проаналізувати поточну ефективність інвестицій в акції [45].

8. Відновлювана енергія.

Рішення для енергозбереження та моніторингу споживання дозволяють компаніям зменшити свій вуглецевий слід і рахунки за електроенергію, а також включити екологічність у свою діяльність. Ці параметри чистої енергії зараз складають основну частину цілей КУ та показників ефективності. Тому компанії впроваджують такі рішення, як мікромережі з відновлюваних джерел енергії та розподілені енергетичні ресурси (DER) для виробництва та зберігання електроенергії на місці. Енергетична оптимізація існуючих будівель і систем є ще одним ключовим напрямком КУ, який матеріалізується за допомогою розумних мереж. Стартапи створюють цифрові системи управління енергією (EMS) для аналітики в реальному часі для оптимізації споживання енергії в будівлях, на заводах та інших об’єктах. Інші такі методи включають енергоефективне освітлення, наприклад світлодіоди, системи накопичення енергії (ESS) і системи автоматизації будівель для опалення, вентиляції та кондиціонування повітря (HVAC). Подібним чином компанії використовують такі методи, як уловлювання та утилізація вуглецю (CCU) або торгівля сертифікатами відновлюваної енергії (REC), щоб компенсувати свої

викиди вуглецю.

Бельгійський стартап Insens надає систему моніторингу стану та прогнозованого обслуговування Rotating Equipment Diagnosis (RED). Він містить інтелектуальні діагностичні датчики, які постійно контролюють електричну сигнатуру двигунів змінного струму (AC) обертового виробничого обладнання. Система попереджає команди технічного обслуговування про виявлення будь-яких електричних або механічних несправностей і пропонує профілактичні дії. Він також здійснює моніторинг енергії в режимі реального часу та генерує інформацію про економію енергії [50].

Стартап PwrHouse, що базується в OAE, надає рішення для виробництва, зберігання та використання відновлюваної енергії. Powerhouse Energy Cloud – це віртуальна електростанція стартапу, яка об'єднує розподілені мережі активів відновлюваної енергії та технології зберігання енергії. Він балансує виробництво та управління енергією на всіх об'єктах для оптимізації споживання та зберігання енергії. Це покращує балансування електроенергії та розподіл зеленої енергії на основі попиту та пропозиції. Енергетичні та телекомунікаційні оператори використовують VPP стартапу для стабілізації мережі та забезпечення доступності екологічної енергії [69].

9. Цілеспрямований маркетинг.

Компанії застосовують цілеспрямований маркетинг, щоб охопити аудиторію, чиї інтереси збігаються з їх справою, або просувати свої пропозиції продуктів у позитивному світлі. Вони використовують маркетинг у соціальних мережах для цілеспрямованого маркетингу продуктів або послуг, а також підвищують обізнаність або підтримку справи. Це покращує взаємодію з клієнтами та обмін вмістом, а також створює пожертви чи інші форми підтримки. Крім того, корпорації просувають свою діяльність у сфері КУ шляхом ко-брендування продукту чи послуги в партнерстві з некомерційними організаціями. Це ще більше просувається через точки продажу (POS) і пожертвування в натуральній формі, коли компанії віддають свої продукти чи послуги на благо справи. Стартапи пропонують інструменти, щоб керувати

брендингом, щоб націлюватися на міленіалів і покоління Z і взаємодіяти з ними. Крім того, компанії використовують елементи гейміфікації та віртуальної реальності (VR) у своїх кампаніях, щоб збільшити участь глядачів.

Американський стартап IncOperate створює платформу для керування кампаніями в реальному часі Henoscene на базі блокчейну. Це дозволяє організаціям і компаніям, які займаються позначенням причин, створювати настроювані кампанії, пов'язані з обраними проектами впливу. Користувачі створюють незмінний реєстр зобов'язань щодо виконання, транзакцій і екземплярів дій. Henoscene надає статистику в режимі реального часу щодо визначених користувачем KPI та об'єктивних ключових результатів (OKR) цих кампаній і вимірює ефективність кампаній. Аспект блокчейну забезпечує прозорість використання пожертвувань для споживачів у сферах гуманітарної, екологічної та етичної відповідальності. Це дозволяє брендам рекламувати свою соціальну ініціативу та залучати клієнтів [49].

Індійський стартап GOOD FIGHT розробляє ViewsForChange, платформу маркетингових технологій впливу, яка масштабує пожертви з ефективністю реклами. Це дає змогу інтегрувати пожертвування в будь-яку рекламну кампанію чи попередньо встановлений заклик споживача до дії (CTA) і виконувати бажану дію. Крім того, він дозволяє вбудовувати віджети як для звичайних, так і для платних користувачів, демонструє звіти про вплив і пропонує плаваючі віджети для платних відвідувачів. Бренди використовують цю платформу для націлювання на клієнтів на основі ініціатив, що їх цікавлять, і підвищення вартості бренду [46].

10. Відповідальні ланцюги поставок.

Відповідальне керування джерелами та ланцюгами постачання є невід'ємною частиною цілей КУ компанії, оскільки основні викиди вуглецю відбуваються під час руху товарів. CSR-стартапи все частіше використовують такі технології, як блокчейн, Інтернет речей (IoT) і теги, щоб підвищити прозорість і підзвітність в управлінні ланцюгом поставок. Крім того, інновації в автоматизації оцінки постачальників за ESG, ЦСР ООН і індивідуальних

критеріїв КУ зростають. Стале постачання сировини та готової продукції є важливою практикою для екологічної та соціальної відповідальності компанії. Компанії також роблять свій ланцюг поставок круговим шляхом повторного використання та переробки матеріалів і мінімізації відходів. Регуляторні організації перевіряють стійкість і соціальну відповідальність корпоративних ланцюгів постачання шляхом регулярного аудиту.

Стартап OSCAR, що базується в ОАЕ, надає стабільну платформу для автоматизації закупівель. Сервіс Oscar KYP автоматизує перевірку належної перевірки відповідно до цілей сталого розвитку клієнтів для їхньої закупівельної діяльності. Він оцінює ризики постачальників і гарантує, що ці пропозиції відповідають цілям сталого розвитку. Корпорації та оператори великих проектів використовують платформу OSCAR, щоб забезпечити стабільність своїх проектів і заощадити час на автоматизацію закупівель [68].

Бельгійський стартап Nyala Blue розробляє платформу SaaS на основі блокчейну для аудиту ланцюга поставок. Платформа зберігає дані в кожній точці ланцюжка поставок, наприклад виробників, експортерів, транспортних компаній та імпортерів у блокчейні. Це створює уніфікований контрольний слід, пов’язаний з окремими партіями, а також відправленнями, і спрощує відстеження, вимірювання та звітування. Це дає змогу різним зацікавленим сторонам ланцюга постачання перевіряти та передавати дані сталого розвитку ланцюга постачання для звітності та управління відповідністю [66].

Отже, трендом 2023 р. є використання компаніями інноваційних технологій, таких як штучний інтелект та технології занурення, щоб реалізувати ініціативи КУ. Вони прискорюють виконання та охоплення цих програм КУ і підвищують рівень успішності. Так само корпорації використовують досягнення 3D-друку для відповідального виробництва та будівництва. Ці технологічні створюють більшу прозорість і підзвітність і, зрештою, сприяють покращенню результатів для суспільства та клімату.

3.2. Основні проблеми системи корпоративного управління акціонерного товариства

На сьогоднішній день компанією АТ “Укрпошта” активно реалізуються принципи корпоративного управління та різні програми розвитку й підтримки персоналу, екологічні ініціативи, благодійність тощо.

Проте, існують і певні недоліки КУ, які можуть негативно вплинути на ділову репутації компанії. Враховуючи те, що основним видом діяльності АТ “Укрпошта” є перевезення вантажів, до основних екологічних проблем корпоративного управління можна віднести перевезення посилок і вантажів автомобільним транспортом.

Проблеми екологічної безпеки автомобільного транспорту виступають складовою екологічної безпеки держави. Наприклад, один легковий автомобіль щороку поглинає із атмосфери понад 4 тонни O_2 та викидає із вихлопними газами близько 800 кг CO_2, близько 40 кг оксидів азоту та 200 кг різних вуглеводнів.

Проблеми зміни клімату [82] внаслідок викидів CO_2 досліджують багато науковців. Авторами досліджено Європейські практики бізнес-освіти проблематики сталого розвитку [83], правові аспекти регулювання [84] та сучасні тенденції визначення принципів ESG у корпоративному сталому розвитку [85] для інклюзивного розвитку економіки України [86].

Автомобільні вихлопні гази являють собою суміш із близько 200 речовин. Ці гази містять вуглеводні – не згорілі чи не повністю згорілі компоненти палива (усього 15% його витрачається на рух автомобіля, а 85% викидається у навколишнє середовище), з-поміж котрих істотне місце займають ненасичені вуглеводні етиленового ряду, зокрема гексен та пентен. Їх частка збільшується у 10 разів, коли двигун автомобіля працює на малих оборотах чи у момент збільшення швидкості, тобто у заторах чи на червоному сигналі світлофора. CO_2 та більшість інших викидів є важчими за повітря і тому вони зазвичай накопичуються біля поверхні землі. Оксид вуглецю

поєднується із гемоглобіном крові й заважає йому нести кисень в тканини організму живих істот. Оксиди азоту відіграють істотну роль в формування продуктів перетворення вуглеводнів в атмосферному повітрі. Через неповне згоряння палива у двигуні автомобілів певні частина вуглеводнів перетворюється на сажу, яка містить смолисті речовини. Так, у 1 л бензину може міститися 1 г тетраетилсвинцю, котрий руйнується та викидається у атмосферу в вигляді з'єднання свинцю, який є одним з головних забруднювачів природного середовища, його продукують загалом сучасні двигуни із високим ступенем стиснення, які випускаються автомобільною промисловістю.

Для вирішення зазначеної проблеми АТ “Укрпошта” доцільно розробити план переходу автомобілів на чисті види палива, а в більш віддаленій перспективі на електродвигуни.

Серед різних екологічних видів палива найбільш ефективними вважають біодизель та водень.

Біодизель є джерелом відновлюваної енергії, рішення майбутнього, котре приходить на зміну використання нафти.

Загалом, використання біодизеля не потребує зміни кінематичного ланцюга, тільки в залежності від моделі, давності автомобіля – установлюється паливний фільтр. Біодизель дає змогу запобігати потеплінню на нашій планеті, зумовленій підвищеним вмістом вуглекислого газу й сірки у атмосфері: на відміну від двигунів внутрішнього згорання, він не підвищує відсоток вмісту CO_2 у атмосфері.

Останнім часом значного поширення набула ідея щодо використання чистого водню як альтернативного виду паливо. Зацікавленість у водню як екологічному виді палива пояснюється тим, що, на відміну від інших, він є найпоширенішим в природі елементом.

На сьогоднішній день, водень є одним з основних претендентів на звання палива майбутнього. З метою одержання водню можуть застосовуватися різні термохімічні, електрохімічні й біохімічні способи із використанням енергії Сонця, атомних і гідравлічних електростанцій тощо.

Екологічні переваги водню були доведені у процесі різних випробувань. Проте необхідно зазначити, що газоподібний, навіть сильно стиснутий водень використовувати невигідно, оскільки для зберігання необхідні балони великої маси.

Більш реальним варіантом є використання рідкого водню. Щоправда, в даному випадку необхідно установлювати дороговартісні кріогенні баки зі спеціальною термоізоляцією.

Таким чином, перехід автомобільного транспорту АТ “Укрпошта” на екологічні види палива значно підвищать ділову репутацію і загалом знизять негативний вплив на навколишнє середовище.

Також розширення автопарку АТ “Укрпошта” електромобілями для кур'єрської доставки на відстань 100 км матиме суттєву економію витрат на паливо (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Порівняння витрат на заправку легкового авто та електромобіля (станом на 05.11.2024 р.)

Найменування	Бензин (А 92)	Дизельне паливо	Газ	Електроенергія
1	2	3	4	5
Середня вартість палива (1л або 1 кВт/год), грн	54	56	30	13
Витрати на 100 км (легковий автомобіль), л або кВт/год	12	10	11	24
Сума витрат на 100 км, грн	648	560	330	312

Джерело: розроблено автором

Таким чином, окрім екологічних переваг, електромобілі мають також і економічні вигоди. Тому АТ “Укрпошта” в перспективі доцільно почати розширювати парк кур’єрської доставки до дверей за рахунок електромобілів.

Необхідно також зазначити, що в процесі дослідження програм КУ АТ

“Укрпошта” було визначено, що серед програм стимулювання персоналу було реалізовано корпоративне медичне страхування. Дана програма мала позитивні відгуки серед персоналу, що загалом свідчить про ефективність корпоративних програм стимулювання і розвитку персоналу та збільшення лояльності працівників.

Ще одним видом програми в межах корпоративного управління у АТ “Укрпошта”, яка матиме не менш позитивний вплив ніж корпоративне медичне страхування може стати корпоративна програма пенсійного страхування. Перевагами такої програми безумовно є:

– утримання цінних висококваліфікованих кадрів. Наявність в організації системи корпоративного пенсійного забезпечення є додатковою конкурентною перевагою, що дозволяє залучати найбільш цінних співробітників з ринку праці;

– мотивація й підвищення лояльності персоналу;

– податкові пільги для підприємства;

– система корпоративних пенсій сприяє ротації кадрів – адже співробітники пенсійного віку без побоювання йдуть на заслужений відпочинок, знаючи, що їм забезпечено гідний рівень пенсії. Тим самим звільняються робочі місця для молодих та діяльних колег, підвищується лояльність та мотивованість персоналу;

– особливе значення корпоративне пенсійне страхування має для тих організацій, зацікавлені у залученні західних інвестицій і прагнуть вийти на міжнародні ринки, провести процедуру IPO (тобто стати громадськими компаніями, чиї акції котируються на біржах). Для цих завдань необхідне підвищення внутрішньої прозорості та ефективності компанії, і навіть позиціонування себе як соціально відповідального роботодавця.

Згідно п. 164.2.16., пп. в) Податкового Кодексу України «не є базою оподаткування податком на доходи фізичних осіб сума пенсійних внесків в межах недержавного пенсійного забезпечення, котрі здійснюються роботодавцем-платником за свій рахунок за договорами недержавного

пенсійного забезпечення платника податку, у межах 30 % нарахованої заробітної плати такому працівнику».

3.3. Шляхи удосконалення системи корпоративного управління акціонерного товариства

Доцільно розрахувати переваги впровадження в АТ “Укрпошта” корпоративного пенсійного страхування. Наприклад, працівник отримує заробітну суму у розмірі 8000 грн на місяць. Керівництво АТ “Укрпошта” планує підвищити мотивацію працівника і виділити на це 2000 грн. Розрахуємо який з варіантів буде більш вигідним для АТ “Укрпошта” не знижуючи при цьому мотивацію працівника (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Порівняння витрат АТ “Укрпошта” на впровадження корпоративного пенсійного страхування

Працівник отримує "на руки", грн				8000,00
Роботодавець приймає рішення виплатити премію працівнику, грн				2000,00
Витрати роботодавця				
Через внески до недержавного пенсійного фонду (НПФ)			Через підвищення заробітної плати	
Внесок до НПФ	2000,00		"На руки" працівнику	2000,00
ЄСВ (22%) – витрати роботодавця	0,00		ЄСВ (22%) – витрати роботодавця	440
ПДФО (18%) нарахування на зп працівника	0,00		ПДФО (18%) нарахування на зп працівника	360
Військовий збір (1,5 %) нарахування на зп працівника	0,00		Військовий збір (1,5 %) нарахування на зп працівника	30
Всього витрати, грн.	2000,00		Всього витрати, грн.	2830,00
Вигода від податкової економії, грн.				830,00
Відсоток від суми підвищення, %				41,5%

Джерело: розроблено автором

У випадку, якщо посадовий оклад працівника АТ “Укрпошта” складає 8000 грн, а страховий платіж становить 2000 грн, то:

8000 * 30% = 2400 грн – розмір страхового платежу, який згідно п. 164.2.16., пп. в) Податкового Кодексу України звільняється від оподаткування.

Таким чином, АТ “Укрпошта” може зекономити на оподаткуванні понад 40% від суми внесків до НПФ на користь працівника (порівняно із виплатою премії працівнику).

Варто також зазначити, що дедалі більше компаній використовують міжнародно визнані стандарти як фундамент для власної системи менеджменту та як базу для сталого бізнесу й розвитку.

Чимало систем управління ISO мають загальну базову структуру – так звану структуру високого рівня (HLS). Вона забезпечує єдину структуру і означає підхід, що ґрунтується на ризиках і орієнтований на процес. Таким чином, завжди беруться до уваги та враховуються внутрішні та зовнішні фактори і пов'язані із ними інтереси усіх зацікавлених сторін.

Компанії, котрі приймають рішення на користь цієї системи менеджменту, також можуть скористатися перевагами сертифікації. Пов’язано це з тим, що сертифікат дає визнаний доказ цілісного здійснення заходів КУ. Щорічний моніторинг слугує для забезпечення стабільності й мінімізації ризиків заходів КУ.

Враховуючи, що питання корпоративного управління є дуже важливими, у АТ “Укрпошта” є декілька варіантів сертифікації різноманітних заходів КУ згідно міжнародно визнаних стандартів.

Якщо компанія прагне продемонструвати свою діяльність в сфері соціальної, екологічної й економічної стійкості і показати зацікавленим сторонам, що вона ефективно поєднуєте економічні, екологічні й соціальні заходи, тоді оцінка ризиків КУ є вірним для неї рішенням. Використовуючи радар 360°, виявляються ризики та відфільтровуються суттєві аспекти та вимоги з актуальних для ринку нормативних актів зі сталого розвитку.

Саме тому, АТ “Укрпошта” доцільно впровадити наступні міжнародні

стандарти:

ISO 14001 – це найвідоміший стандарт, що дозволяє поставити екологічний менеджмент на міцну основу. Стандарт спрямований насамперед зниження впливу на довкілля. Основна увага приділяється підходу, що ґрунтується на оцінці ризиків, та дотриманні зобов'язань. Компанії, котрі дотримуються стандарту ISO 14001, не тільки роблять внесок у захист навколишнього середовища, але й отримують високий ступінь юридичної впевненості завдяки дотриманню правових зобов'язань [52].

За допомогою стандарту ISO 14064-1 підприємство матиме змогу зробити істотний внесок в скорочення викидів парникових газів задля досягнення поставлених кліматичних цілей. Із допомогою цього стандарту компанія завжди буде мати достовірний огляд власних викидів, що дозволить зробити відповідні висновки та прийняти рішення [53].

Він забезпечує підходящу основу для обліку парникових газів і є хорошою базою для достовірної звітності. ISO 14064-1 є складовою частиною серії стандартів, до якої входять і 14064-2 (проєкти з парникових газів) й 14064-3 (верифікація і валідація балансу парникових газів).

5 січня 2023 року набула чинності Директива ЄС щодо корпоративної звітності, що відповідає вимогам сталого розвитку (CSRD). Директива модернізує та зміцнює правила щодо соціальних та екологічних показників, яку компанії зобов’язані подавати у звіті. Відтепер більш широкий перелік великих компаній, а також малих та середніх підприємств повинні будуть звітувати про сталість. Деякі компанії за межами ЄС також повинні будуть звітувати, якщо вони мають понад 150 млн євро чистого обороту, отриманого у Європейському Союзі. Нові правила забезпечать інвесторам та іншим зацікавленим сторонам доступ до інформації, необхідної для оцінки впливу компаній на людей та навколишнє середовище, а також для інвесторів, щоб оцінити фінансові ризики та можливості, пов’язані зі зміною клімату та іншими проблемами сталого розвитку. Це дозволить інвесторам, організаціям, громадянському суспільству, споживачам та іншим зацікавленим сторонам

оцінювати показники сталого розвитку компаній у рамках Європейської зеленої угоди [85].

звіт через включення чинників екологічного, соціального та корпоративного управління ESG дає інформацію для прийняття інвестиційних рішень, що сприятиме сталості та відповідає інтересам усіх учасників ринку. У звіті перераховано низку тем ESG, які, мали суттєвий вплив на компанії. Цей перелік включає: проблему зміну клімату, потребу у зменшенні викидів токсичних речовин та відходів, відносини з громадою, винагороди керівників та вирішення питань корупції та хабарництва, тощо [85].

Графічне узагальнення ключових рекомендацій звіту подано на рис. 3.1.

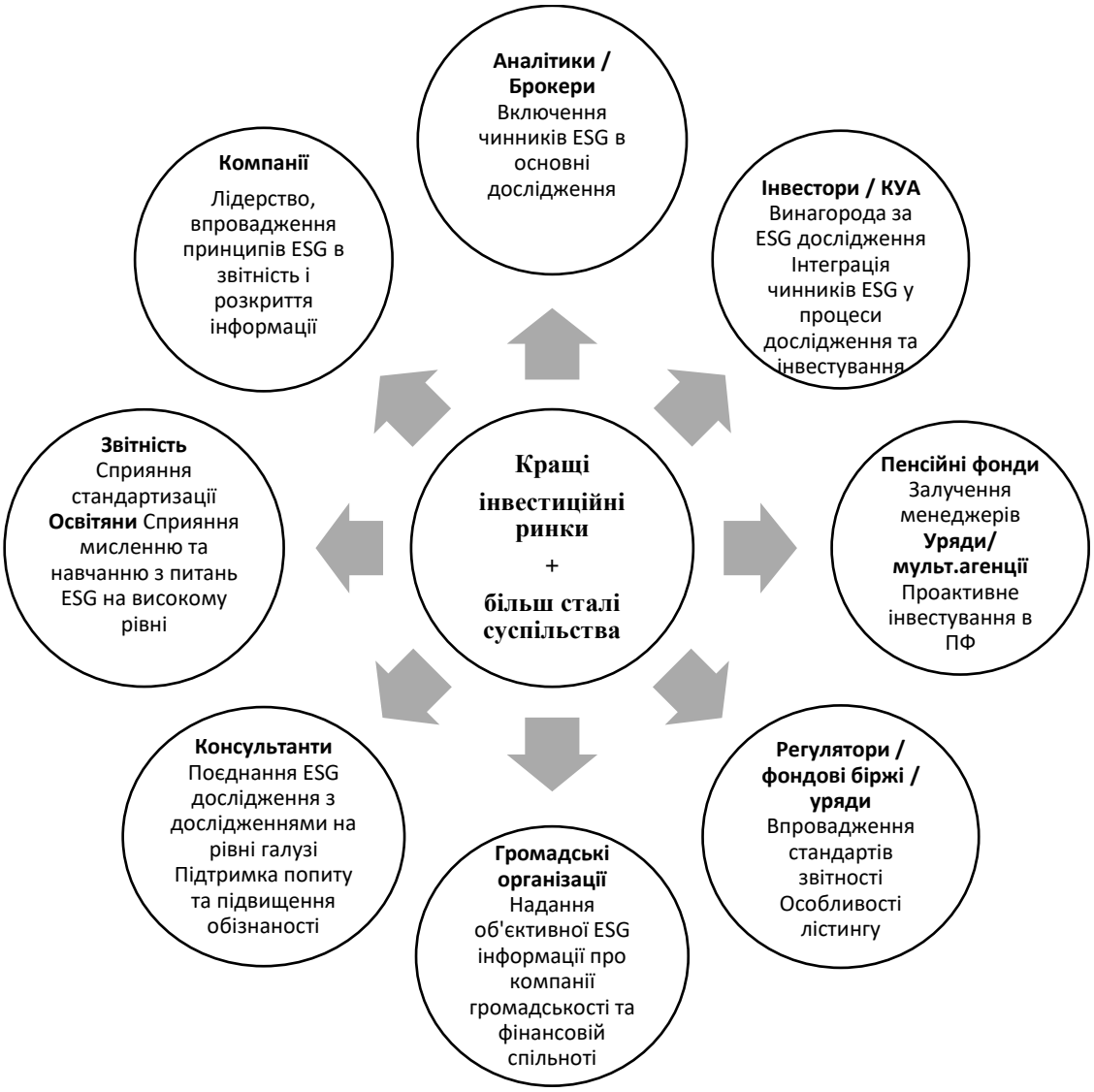

Рис. 3.1. Ключові рекомендації для досягнення цілей ESG

Джерело: побудовано авторами на основі [85; 87]

ESG стратегія – це процес прозорості показників, які відображають як підприємство працює у трьох ключових сферах: екологічна сталість, соціальна стійкість та корпоративне управління. 3 ключові сфери ESG стратегії з показниками проілюстровано на рис. 3.2. [85].

Рис. 3.2. Показники ESG стратегії

Джерело: сформовано авторами на основі [85]

Перехід від добровільної до обов’язкової звітності про сталий розвиток у багатьох юрисдикціях відображає зростаючу важливість прозорості в корпоративному управлінні. Ці відомості дають чіткішу картину практики

сталого розвитку компанії, допомагаючи зацікавленим сторонам оцінити її справжню прихильність до екологічних та соціальних питань. Крім того, суворі вимоги до розкриття інформації змушують компанії ретельно перевіряти свою діяльність і стратегії через призму сталого розвитку, гарантуючи, що вони не просто говорять про сталий розвиток на словах, а й справді інтегрують його у свої бізнес-моделі [85].

Стандарт ISO 45001 допомагає відстежувати політику в галузі праці, виявлення і оцінку небезпек, а також зниження ризиків. Зокрема, ISO 45001 є корисним інструментом для постійного дотримання строгих законодавчих вимог в Німеччині. Таким чином, компанія не лише досягне високого рівня правової визначеності, а й мінімізує ризики, пов'язані з трудовими відносинами [55].

Стандарт ISO 50001 пред’являє високі вимоги до систем енергетичного менеджменту. З одного боку, завдяки цьому стандарту, компанія може підвищити енергоефективність. Із іншого боку, можна скоротити витрати за рахунок економії енергії. Таким чином, компанія не лише діє раціонально, але й сприяє дотриманню вимог стандарту та може отримати певні вигоди [56].

Міжнародне керівництво ISO 26000 є технічно та методично широким посібником, якщо компанія прагне привести свою систему управління у відповідність до можливостей дії соціальної відповідальності (CSR/Corporate Social Responsibility) та стандартів сталого розвитку, представлених вище. Незважаючи на те, що саме керівництво не підлягає сертифікації, воно надає безліч цінних та структурованих підходів до управління стійкістю [54].

IQNet SR 10 дозволяє компаніям та організаціям будь-якого розміру й у всіх галузях промисловості закріпити принципи корпоративного управління в своїх бізнес-процесах та задокументувати їх зовні [51].

Таким чином, реалізація запропонованих напрямів підвищення ефективності корпоративного управління, надасть змогу АТ “Укрпошта” ще більш підвищити ділову репутацію та підтримувати конкурентоспроможність на ринку експрес-доставки.

Висновки за розділом 3

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. З’ясовано, що успішні зарубіжні компанії з ефективними програмами КУ мають збалансоване зростання та соціальний вплив, створюючи атмосферу, яка приносить користь всім зацікавленим сторонам – працівникам, акціонерам, клієнтам і громадам. Ці компанії показали приклад і досягли значного прогресу в просуванні сталого розвитку, різноманітності, справедливості та інклюзивної культури.

Трендом 2023 р. є використання компаніями інноваційних технологій, таких як штучний інтелект та технології занурення, щоб реалізувати ініціативи КУ. Вони прискорюють виконання та охоплення цих програм КУ і підвищують рівень успішності. Ці технологічні створюють більшу прозорість і підзвітність і, зрештою, сприяють покращенню результатів для суспільства та клімату.

2. На сьогоднішній день компанією АТ “Укрпошта” активно реалізуються принципи корпоративного управління та різні програми розвитку й підтримки персоналу, екологічні ініціативи, благодійність тощо.

Проте, існують і певні недоліки КУ, які можуть негативно вплинути на ділову репутації компанії. Враховуючи те, що основним видом діяльності АТ “Укрпошта” є перевезення вантажів, до основних екологічних проблем корпоративного управління можна віднести перевезення посилок і вантажів автомобільним транспортом.

Перехід автомобільного транспорту АТ “Укрпошта” на екологічні види палива значно підвищать ділову репутацію і загалом знизять негативний вплив на навколишнє середовище.

В процесі дослідження програм КУ АТ “Укрпошта” було визначено, що

серед програм стимулювання персоналу було реалізовано корпоративне медичне страхування. Дана програма мала позитивні відгуки серед персоналу, що загалом свідчить про ефективність корпоративних програм стимулювання і розвитку персоналу та збільшення лояльності працівників.

Ще одним видом програми в межах корпоративного управління у АТ "Укрпошта", яка матиме не менш позитивний вплив ніж корпоративне медичне страхування може стати корпоративна програма пенсійного страхування. Перевагами такої програми безумовно є:

– утримання цінних висококваліфікованих кадрів;

– податкові пільги для підприємства;

– ротація кадрів;

– залучення західних інвестицій.

Встановлено, що дедалі більше компаній використовують міжнародно визнані стандарти як фундамент для власної системи менеджменту та як базу для сталого бізнесу й розвитку. Враховуючи, що питання корпоративного управління є дуже важливими, у АТ "Укрпошта" є декілька варіантів сертифікації різноманітних заходів КУ згідно міжнародно визнаних стандартів: ISO 14001, ISO 14064-1, ISO 45001, ISO 50001, ISO 26000, IQNet SR 10.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дає змогу зробити наступні висновки:

1. Аналіз визначень поняття корпоративне управління дає змогу зробити висновок, що на сьогодні не вироблено єдиного визначення. Однак очевидним є той факт, що всі існуючі сьогодні визначення єдині в одному: КУ передбачає відповідальність компанії у відносинах з партнерами, щодо споживачів, працівників, суспільства в цілому, а також екологічну відповідальність.

Найбільш повним та коректним, на нашу думку, є трактування корпоративного управління, представлене в міжнародному стандарті ISO 26000, згідно якого корпоративне управління – це відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство й довкілля через прозору і етичну поведінку, котра: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає діючому законодавству та узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована у діяльність всієї організації та застосовується у її взаємовідносинах.

2. Корпоративну соціальну відповідальність прийнято розподіляти за такими критеріями:

1) за рівнем усвідомленості:

– свідома;

– несвідома.

2) з точки зору послідовності виконання:

– постійна;

– періодична;

– нерегулярна.

3) за напрямком:

– зовнішня;

– внутрішня.

3. Сучасна академічна спільнота виділяє декілька моделей КУ, які відрізняються певними параметрами і відповідають умовам країн, в яких вони формуються, а саме: американська, європейська (континентальна), британська, канадська, скандинавська, латиноамериканська, японська, ісламська.

Кожна з національних моделей КУ має свої особливості, які дозволяють відрізнити одну національну модель від іншої та виявити кращі практики для адаптації до вітчизняних реалій.

4. На сьогоднішній день АТ "Укрпошта" не тільки забезпечує своїх клієнтів сучасними логістичними послугами, але і є соціально відповідальним корпоративним громадянином України. Компанія щороку реалізує чимало соціальних і екологічних проєктів для українців.

До ключових напрямків корпоративного управління у АТ "Укрпошта" відносять наступні: захист прав людини, охорона здоров'я і безпека праці, захист довкілля, взаємовідносини з контрагентами, благодійні проєкти та спонсорство.

5. В умовах сьогодення позитивний імідж і високий рівень ділової репутації виступає своєрідним кредитом довіри для клієнтів підприємства, джерелом додаткових вигід як для самої компанії, так й для зовнішніх стейкхолдерів. Будучи елементами нематеріальних активів, імідж і репутація є потужним джерелом стратегічного розвитку організації. Вони суттєво впливають на рішення контрагентів в питаннях співробітництва із компанією, сприяють залученню висококваліфікованих працівників, забезпечують кращий доступ до інвестиційних ресурсів, стають конкурентною перевагою, котра не може бути імітована фірмами-конкурентами.

Із огляду на зазначене корпоративну соціальну відповідальність варто розглядати як вагомий інструмент управління іміджем й діловою репутацією компанії. Впровадження різноспрямованих за призначенням та змістом практик корпоративного управління гарантує покращення іміджу й підвищення рівня ділової репутації, що, в свою чергу, дає змогу не лише

зберегти, але і розширити клієнтську базу, покращити якість продукції, збільшити продуктивність праці, забезпечити можливість залучення й закріплення висококомпетентних й талановитих працівників, підвищити довіру інвесторів, забезпечуючи тим самим формування передумов задля отримання коротко- і довгострокових інвестицій.

Опендатабот презентував «Індекс Опендатабота 2023» – щорічну збірку найкращих українських компаній. До переліку потрапили найбільші за обігом бізнеси із бездоганною діловою репутацією.

Лідерами Індексу КУ 2023 стали наступні компанії: АТ "Укрпошта", ПрАТ Київстар, EPAM Україна, Infopulse та Sense Bank. Середній бал Індексу КУ 2023 становить 60 балів. АТ "Укрпошта" одержала найвищий бал - 92.

7. З'ясовано, що успішні зарубіжні компанії з ефективними програмами КУ мають збалансоване зростання та соціальний вплив, створюючи атмосферу, яка приносить користь всім зацікавленим сторонам – працівникам, акціонерам, клієнтам і громадам. Ці компанії показали приклад і досягли значного прогресу в просуванні сталого розвитку, різноманітності, справедливості та інклюзивної культури.

Трендом 2023 р. є використання компаніями інноваційних технологій, таких як штучний інтелект та технології занурення, щоб реалізувати ініціативи КУ. Вони прискорюють виконання та охоплення цих програм КУ і підвищують рівень успішності. Ці технологічні створюють більшу прозорість і підзвітність і, зрештою, сприяють покращенню результатів для суспільства та клімату.

8. На сьогоднішній день компанією АТ "Укрпошта" активно реалізуються принципи корпоративного управління та різні програми розвитку й підтримки персоналу, екологічні ініціативи, благодійність тощо.

Проте, існують і певні недоліки КУ, які можуть негативно вплинути на ділову репутації компанії. Враховуючи те, що основним видом діяльності АТ "Укрпошта" є перевезення вантажів, до основних екологічних проблем корпоративного управління можна віднести перевезення посилок і вантажів

автомобільним транспортом.

Перехід автомобільного транспорту АТ “Укрпошта” на екологічні види палива значно підвищать ділову репутацію і загалом знизять негативний вплив на навколишнє середовище.

В процесі дослідження програм КУ АТ “Укрпошта” було визначено, що серед програм стимулювання персоналу було реалізовано корпоративне медичне страхування. Дана програма мала позитивні відгуки серед персоналу, що загалом свідчить про ефективність корпоративних програм стимулювання і розвитку персоналу та збільшення лояльності працівників.

Ще одним видом програми в межах корпоративного управління у АТ “Укрпошта”, яка матиме не менш позитивний вплив ніж корпоративне медичне страхування може стати корпоративна програма пенсійного страхування. Перевагами такої програми безумовно є:

– утримання цінних висококваліфікованих кадрів;

– податкові пільги для підприємства;

– ротація кадрів;

– залучення західних інвестицій.

З’ясовано, що дедалі більше компаній використовують міжнародно визнані стандарти як фундамент для власної системи менеджменту та як базу для сталого бізнесу й розвитку. Враховуючи, що питання корпоративного управління є дуже важливими, у АТ “Укрпошта” є декілька варіантів сертифікації різноманітних заходів КУ згідно міжнародно визнаних стандартів: ISO 14001, ISO 14064-1, ISO 45001, ISO 50001, ISO 26000, IQNet SR 10.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративне управління: навч. посібник. Вінниця : ВНАУ, 2021. 228 с.

2. Березянко Т. В., Малихіна С. В., Галиця І. О. Корпоративне управління як фактор ефективної діяльності сучасних підприємств харчової галузі. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2022. Вип. 30. С. 172–181.

3. Боднар О. А., Салюк С. В. Формування корпоративного управління банківського сектору в період пандемії. Modern Economics. 2022. № 29(2022). С. 17-23.

4. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Соціальна відповідальність бізнесу: пріоритети розвитку в Україні. Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16 жовтня 2021 р.). Київ: Інформаційно-аналітичне агентство, 2021. С. 23–27.

5. Ворончак І.О. Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу: особливості, тенденції розвитку та перспективи для України. Інтелект XXI. 2020. № 2. С. 9–14.

6. Ворончак І.О. Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування. Економіка і суспільство. 2019. № 17. С. 24–29

7. Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративного управління. Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві. 2023. № 4(46). С. 49-57.

8. Іванієнко В. В., Шипова Д. А. Корпоративне управління міжнародного підприємництва. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Дніпро: ДВНЗ «Придніпр. держ. акад. будівн. та архіт.», 2023. Вип. 1 (34). С. 102-115.

9. Карпюк З., Крупський О., Стасюк Ю. Перспективи розвитку соціальної відповідальності на основі досвіду світових фармацевтичних компаній. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. (1(69), С. 136–151.

10. Коренюк П. І., Коваленко О. В., Коваленко А. Є. Соціальна відповідальність бізнесу. Проблеми розвитку третього сектора та соціально-орієнтованої економіки в Україні і світі : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції (м. Полтава, 30 березня 2022 р.). Полтава, 2022. С. 67–74.

11. Куровська Н. О., Недільська Л. В. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Бізнес Інформ. 2023. № 5. С. 69–74.

12. Ломачинська І. А., Халєєва Д. В., Шмагіна В. В. Корпоративне управління як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки та соціальної інклюзії. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2023. № 21(2(51). С. 75–96.

13. Малахова Ю. А., Мироненко Д. А. Корпоративне управління як конкурентна перевага підприємства на міжнародному ринку. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (102). С. 69-73.

14. Райко Д. В., Подрез О. І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства. Проблеми економіки. 2021. № 1. С. 173–189.

15. Рябченко В. І. Світоглядна компетентність як чинник забезпечення соціальної відповідальності за сталий розвиток сучасного суспільства. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки. 2022. Вип. 1. С. 88–101.

16. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 13–16.

17. Станасюк Н. С., Пасінович І. І., Мурза В. М. Тенденції розвитку корпоративного управління та методологічні аспекти її оцінювання. Сучасні

питання економіки і права: зб. наук. праць. Київ: КиМУ. 2021. Вип. 2 (12). С. 31–43.

18. Стойко І., Шерстюк Р., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. Соціально-економічні проблеми і держава. 2023. Вип. 2 (27). С. 93-106.

19. Урусова З. Моделі корпоративного управління підприємств та доцільність їх використання в умовах змінного середовища. Підприємництво та інновації, 2020. № (10). С. 94-99.

20. Філиппова С. В., Філіппов В. Ю. Соціальна відповідальність у стратегічному управлінні підприємством: ключові завдання інтеграції за імперативами сталого розвитку. Економіка транспортного комплексу. 2021. Вип. 35. С. 177–202.

21. Біла І.В. Корпоративне управління транснаціональних корпорацій. URL: https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12837

22. Букреєва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. Економіка та суспільство, 2023, № 38. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-38-52

23. Бурий Є. П., Жалдак Г. П. Корпоративне управління в умовах війни URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279546

24. Всесвітня рада бізнесу зі сталого розвитку (WBCSD) URL: https://www.wbcsd.org

25. Група компаній Нова пошта сьогодні URL: https://novaposhta.ua/o_kompanii/nova_poshta_sogodni

26. Директива 2009/28/ЄС URL: https://saee.gov.ua/documents/dyrektyva_2009_28.pdf

27. Директива 2014/95/ЄС. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEI/2014-59-es.pdf

28. Індекс КУ 2023. URL: https://donpatriot.news/article/opublikovano-reyting-ukrayinskih-biznesiv-z-bezdogannoyu-dilovoyu-reputaciyeyu

29. Кодекс корпоративної етики АТ “Укрпошта”. URL: https://novaposhta.ua/uploads/misc/doc/corporate_ethics_codex.pdf

30. Корпоративне медичне страхування АТ “Укрпошта”. URL: https://oppb.com.ua/news/nova-poshta-zabezpechyt-povnoyu-medstrahovkoyu-26-000-svoyih-spivrobitnykiv

31. Ляшук К. П. Моделі корпоративного управління URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/21-13.pdf

32. Момот С. В. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію принципів сталого розвитку в регіоні URL: http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/255775

33. Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО) URL: https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr

34.Офіційний сайт АТ “Укрпошта”. URL: https://www.ukrposhta.ua/ua

35.Профспілка АТ “Укрпошта”. URL: https://www.ukrposhta.ua/ua

36. Amazon URL: https://www.amazon.com

37. An Implementation Guide for Canadian Business URL: https://ised-isde.canada.ca/site/corporate-social-responsibility/en/implementation-guide-canadian-business

38. Apple URL: https://www.apple.com

39. BMW Group URL: https://www.bmwgroup.com

40. Boston College Center for Corporate Citizenship URL: https://ccc.bc.edu

41. Cisco URL: https://www.cisco.com

42. Citrix URL: https://www.citrix.com

43. Coca-Cola URL: https://www.coca-cola.com

44. Corporate Social Responsibility. Malta Annual Review 2020. PricewaterhouseCoopers (PWC). https://www.pwc.com/mt/en/about-us/annual-review-2020/corporate-social-responsibility-annual-review-2020.html

45. Etcho URL: https://www.etcho.io

46. GOOD FIGHT URL: https://goodfight.shop/

47. Google URL: https://www.google.com.

48. Harvard Kennedy School URL: https://www.hks.harvard.edu

49. IncOperate URL: https://www.incorporate.com/

50. Insens URL: https://insens.eu

51. IQNet SR 10 URL: https://www.iso.org

52. ISO 14001 URL: https://www.iso.org

53. ISO 14064-1 URL: https://www.iso.org

54. ISO 26000 URL: https://www.iso.org

55. ISO 45001 URL: https://www.iso.org

56. ISO 50001 URL: https://www.iso.org

57. Learnlab.ai URL: https://info.learnlab.net

58. Lowsoot URL: https://www.lowsoot.com

59. Microsoft URL: https://www.microsoft.com

60. Mixity URL: https://www.mixity.co

61. Moovegreen URL: https://moovegreen.org

62. National Action Plan on Responsible Business Conduct URL: https://www.state.gov/responsible-business-conduct-national-action-plan/

63. Netflix URL: https://www.netflix.com

64. NGOrganize URL: https://www.techfuturesgroup.org/client-profiles/2021/3/25/ngorganize

65. Nike URL: https://www.nike.com

66. Nyala Blue URL: https://nyala.blue/

67. Organization of economic cooperation and development. Corporate social responsibility URL: https://www.oecd.org/corporate/corporatesocialresponsibilitypartnersforprogress.htm

68. OSCAR URL: https://www.oscars.org/

69. Powerhouse Energy Cloud URL: http://powerhousecloud.co.uk/

70. Purpozed URL: https://purpozed.org/?lang=en

71. Reason Solution URL: https://www.reasonsolutions.com

72. Reciprocity URL: https://www.reciprocity.com

73. Retraced URL: https://www.retraced.com

74. Sign-Speak URL: https://www.sign-speak.com

75. Soop URL: https://www.soop.com

76. Starbucks URL: https://www.starbucks.com

77. The Cambridge Association of Managers URL: https://www.bircham.net/cam-the-cambridge-association-of-managers.html

78. The Federal Sustainable Development Strategy URL: https://www.fsds-sfdd.ca/en

79. Trestle Labs URL: https://www.trestlelabs.com

80. Updapt URL: https://www.updapt.com

81. Walmart URL: https://www.walmart.com

82. Будякова О. Ю. Біоекономіка як перспективне вирішення проблеми зміни клімату. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 10. https://doi.org/10.5281/zenodo.13924099 https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27665

83. Будякова О. Ю., Конченко Д.Р. Європейські практики бізнес-освіти проєкту ERASMUS+ VEHUB4YOU в контексті реалізації цілей сталого розвитку. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: матеріали V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (23 квітня 2024 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2024. 690 с. С. 66-68. (0,13 друк. арк.)

84. Конченко Д. Р., Будякова О. Ю. Правові аспекти Директиви про корпоративну звітність зі сталого розвитку ESG. Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (8 жовтня 2024 р., м. Київ, КНУТД) / відп. ред. А.Ю. Олійник, Ю. В. Оніщик. К.: КНУТД, 2024. 335 с. С. 194-199. (0,2 друк. арк.)

85. Будякова О.Ю., Конченко Д. Р. Сучасні тенденції визначення принципів ESG у корпоративному сталому розвитку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2024. № 60. С. 4-11. DOI: https://doi.org/10.32782/2413-2675/2024-60-1

86. Олешко А. А., Будякова О. Ю., Саратов О. В. Публічне управління інклюзивним розвитком економіки України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2024. № 9. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.9.4

87. Who Cares Wins. Connecting Financial Markets to a Changing World. Available at: https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/issues_doc%2FFinancial_markets%2Fwho_cares_who_wins.pdf (accessed September 1, 2024)

ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансова звітність за 2021 рік

Активи

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	104485	108324
первісна вартість	1001	195854	199978
накопичена амортизація	1002	91369	91654
Незавершені капітальні інвестиції	1005	437370	701136
Основні засоби	1010	2108977	3351500
первісна вартість	1011	3101898	5182319
знос	1012	992921	1830819
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	100639	100639
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	89651	131634
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	38995	190460
Усього за розділом I	1095	2880117	4583693
II. Оборотні активи Запаси	1100	96635	188871
Виробничі запаси	1101	96635	188221
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	650
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	445265	678593
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	172415	53432
з бюджетом	1135	21600	10741
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	29833	5722
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	587721	848238
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921223	917065
Готівка	1166	4144	47
Рахунки в банках	1167	680375	790419
Витрати майбутніх періодів	1170	13270	14028
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	2287962	2716690
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	5168079	7300383

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	453	4654
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	27300	27301
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1243657	2154949
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	1271410	2186904
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов' язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	160020	397182
Інші довгострокові зобов'язання	1515	907094	1241240
Усього за розділом II	1595	1067114	1638422
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	1179572	1447572
товари, роботи, послуги	1615	612206	802700
розрахунками з бюджетом	1620	343819	408141
у тому числі з податку на прибуток	1621	50458	62466
розрахунками зі страхування	1625	38619	57009
розрахунками з оплати праці	1630	285201	336162
за одержаними авансами	1635	42888	39173
за розрахунками з учасниками	1640	39440	43500
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0

Поточні забезпечення	1660	282302	333356
Доходи майбутніх періодів	1665	1150	1193
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	4358	6251
Усього за розділом III	1695	2829555	3475057
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5168079	7300383

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16902857	13453318
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12877086	10504342
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	4025771	2948976
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	166643	145518
Адміністративні витрати	2130	1469141	1244681
Витрати на збут	2150	416263	337356
Інші операційні витрати	2180	768703	488313
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1538307	1024144
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	687882	493080
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	533590	429857
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	602457	219010
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1090142	868357
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-98850	-85403
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	991292	782954
збиток	2355	0	0

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов’язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	991292	782954

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1439947	1328450
Витрати на оплату праці	2505	4529467	4202519
Відрахування на соціальні заходи	2510	951549	824113
Амортизація	2515	930615	675301
Інші операційні витрати	2520	7679615	5544309
Разом	2550	15531193	12574692

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Фінансова звітність за 2022 рік
Баланс (Звіт про фінансовий стан)
Активи

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	108324	104440
первісна вартість	1001	199978	223320
накопичена амортизація	1002	-91654	-118880
Незавершені капітальні інвестиції	1005	701136	1544921
Основні засоби	1010	3351500	6180924
первісна вартість	1011	5182319	8435806
знос	1012	-1830819	-2254882
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	100639	314176
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	131634	142680
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	190460	27591
Усього за розділом I	1095	4583693	8314732
II. Оборотні активи Запаси	1100	188871	236988
Виробничі запаси	1101	188221	224395
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	650	12593
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	678593	704235
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	53432	102406
з бюджетом	1135	10741	24360
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	5722	809390
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	848238	2473319
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	917065	827839
Готівка	1166	47	72
Рахунки в банках	1167	790419	666911
Витрати майбутніх періодів	1170	14028	15526

Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	2716690	5194063
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	7300383	13508795

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	4654	4654
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	27301	27301
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2154949	4459269
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	2186904	4491224
II. Довгострокові зобов’язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов’ язання	1500	0	0
Пенсійні зобов’язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	397182	1456288
Інші довгострокові зобов’язання	1515	1241240	2443924
Усього за розділом II	1595	1638422	3900212
Ш. Поточні зобов’язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов’язаннями	1610	1447572	2562553
товари, роботи, послуги	1615	802700	1037757
розрахунками з бюджетом	1620	408141	484647
у тому числі з податку на прибуток	1621	62466	61519
розрахунками зі страхування	1625	57009	77886
розрахунками з оплати праці	1630	336162	380300
за одержаними авансами	1635	39173	46774
за розрахунками з учасниками	1640	43500	10000
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	333356	390237
Доходи майбутніх періодів	1665	1193	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов’язання	1690	6251	127205
Усього за розділом III	1695	3475057	5117359
IV. Зобов’язання, пов’язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	7300383	13508795

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	20843502	16902857
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	16441004	12877086
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	4402498	4025771
збиток	2095	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	202834	166643
Адміністративні витрати	2130	1923703	1469141
Витрати на збут	2150	561844	416263
Інші операційні витрати	2180	508590	768703
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1611195	1538307
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1814806	687882
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	630813	533590
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	255	602457
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2794933	1090142
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-194613	-98850
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2600320	991292
збиток	2355	0	0

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0

Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов’язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2600320	991292

Елементи операційних витрат

Назва рядка	**Код рядка**	**За звітний період, тис. грн**	**За аналогічний період попереднього року, тис. грн**
Матеріальні затрати	2500	2133967	1439947
Витрати на оплату праці	2505	5742731	4529467
Відрахування на соціальні заходи	2510	1213180	951549
Амортизація	2515	1406128	930615
Інші операційні витрати	2520	8939135	7679615
Разом	2550	19435141	15531193

Фінансова звітність за 2023 рік

(Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	104440	76808
первісна вартість	1001	223320	222084
накопичена амортизація	1002	-118880	-145276
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1544921	1647894
Основні засоби	1010	6171683	6840688
первісна вартість	1011	8426565	10178181
знос	1012	-2254882	-3337493
інші фінансові інвестиції	1035	314176	3564861
Відстрочені податкові активи	1045	142680	128083
Інші необоротні активи	1090	27591	47748
Усього за розділом I	1095	8305491	12306082
II. Оборотні активи Запаси	1100	236988	422210
Виробничі запаси	1101	224395	417444
Товари	1104	12593	4766
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	704235	968844
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	100979	159158
з бюджетом	1135	24360	48136
з нарахованих доходів	1140	809390	588549
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2473319	502922
Поточні фінансові інвестиції	1160		73263
Гроші та їх еквіваленти	1165	827839	673522
Готівка	1166	72	34
Рахунки в банках	1167	666911	461620
Витрати майбутніх періодів	1170	15526	11952
Інші оборотні активи	1190		282
Усього за розділом II	1195	5192636	3448838
Баланс	1300	13498127	15754920

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	4654	4654
Додатковий капітал	1410	27301	27301
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4459269	6484117
Усього за розділом I	1495	4491224	6516072
Довгострокові кредити банків	1510	1456288	1454745
Інші довгострокові зобов’язання	1515	2441012	2325523
Усього за розділом II	1595	3897300	3780268
III. Поточні зобов’язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600		76000

Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов’язаннями	1610	2554797	2376093
товари, роботи, послуги	1615	1037757	1259484
розрахунками з бюджетом	1620	484647	570842
у тому числі з податку на прибуток	1621	61519	92053
розрахунками зі страхування	1625	77886	77644
розрахунками з оплати праці	1630	380300	419219
за одержаними авансами	1635	46774	49736
за розрахунками з учасниками	1640	10000	6500
Поточні забезпечення	1660	390237	435264
Інші поточні зобов’язання	1690	127205	187798
Усього за розділом III	1695	5109603	5458580
Баланс	1900	13498127	15754920

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	23687034	20843502
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	19276532	16441004
Валовий: прибуток	2090	4410502	4402498
Інші операційні доходи	2120	696168	202834
Адміністративні витрати	2130	1673172	1923703
Витрати на збут	2150	439130	561844
Інші операційні витрати	2180	481061	508590
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	2513307	1611195
Інші фінансові доходи	2220	1138698	1814806
Фінансові витрати	2250	887690	630813
Інші витрати	2270	373963	255
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2390352	2794933
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-254392	-194613
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2135960	2600320

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2135960	2600320

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн

Матеріальні затрати	2500	3790552	2133966
Витрати на оплату праці	2505	5345909	5742731
Відрахування на соціальні заходи	2510	1131262	1213180
Амортизація	2515	1769538	1406127
Інші операційні витрати	2520	9832634	8939137
Разом	2550	21869895	19435141

Додаток Б

Таблиця Б – Матриця SWOT-аналізу середовища акціонерного товариства АТ “Укрпошта”

1	2	3
	Можливості: 1. Застосування сформованих упродовж багатьох років баз даних для рекламних заходів. 2. Поява нових партнерів. 3. Спроможність застосувати навички й технології для збільшення частки ринку. 4. Розширення асортименту послуг. 5. Завоювання нових сегментів ринку. 6. Вихід конкурентів із ринку. 7. Більш ефективне застосування виробничих потужностей. 8. Розвиток Інтернет-торгівлі.	Загрози: 1. Недосконале нормативно-правове регулювання діяльності поштових операторів. 2. Збільшення частки конкурентів на ринку доставок. 3. Негативний вплив на рентабельність ситуації в Україні. 4. Ріст цін на паливо. 5. Конкуренти на міжнародному ринку. 6. Поява на ринку України високотехнологічних послуг зв’язку, котрі альтернативні поштовим. 7. Цінова конкуренція.
Сильні сторони: 1. Висока якість надання послуг. 2. Стабільне фінансове становище. 3. Високий рівень технічного комп'ютерного та забезпечення. 4. Програма заохочень і мотивації для персоналу. 5. Фулфілмент.	Поєднання можливостей зовнішнього середовища та сильних сторін забезпечить компанії: 1.Підвищення конкурентоспроможності з допомогою ефективної маркетингової діяльності. 2. Поява нових партнерів за рахунок високої впізнаваності бренду.	Завдяки сильним сторонам компанія зможе подолати зовнішні загрози: 1. Зниження цін через зростання обсягу послуг. 2. Підвищення обсягу послуг за допомогою росту ефективності застосування виробничих потужностей.

Продовження Додатку Б

1	2	3
6. Тенденція до розширення послуг доставки. 7. Налагоджені партнерські відносини. 8. Короткий термін доставок. 9. Впровадження інновацій. 10. Налагоджена система документообігу й передачі даних. 11. Охоплення міжнародного ринку. 12. Широка клієнтська база та мережа збуту. 13. Високі обсяги надання послуг. 14. Висока впізнаваність бренду.	3. Завоювання нових сегментів ринку з допомогою виходу на міжнародний ринок. 4. Зростання обсягу послуг за рахунок розширення інструментів доставки. 5. Розширення асортименту послуг унаслідок запровадження інновацій.	3. Підвищення прив'язаності до бренду за рахунок запровадження системи заохочень для постійних клієнтів. 4. Удосконалення маркетингової діяльності із допомогою сформованих упродовж багатьох років баз даних.
Слабкі сторони: 1. Вищі, аніж в конкурентів ціни на послуги. 2. Плинність персоналу. 3. Низький рівень прив'язаності до бренду споживачів. 4. Відсутня система заохочень для постійних клієнтів. 5. Незадовільна маркетингова діяльність підприємства. 6. Недосконала асортиментна політика.	Можливості зовнішнього середовища компенсують слабкі сторони діяльності компанії: 1. Просування послуг з акцентом на перевагах (швидкий час доставок, якість). 2. Активне запровадження інновацій, у тому числі високотехнологічних послуг зв'язку, які альтернативні поштовим, завдяки високому рівню технічного й комп'ютерного забезпечення. 3. Для зниження негативного впливу на рентабельність економічної і політичної ситуації у державі підтримувати стабільне фінансове становище. 4. Участь у робочих групах по розробці законопроєктів	Дасть змогу визначити від яких слабких сторін необхідно позбутися, щоб спробувати запобігти загрозі: 1. Зниження обсягу нерентабельних послуг. 2. Аналіз ринку (споживачів й конкурентів). 3. Оптимізація витрат і процесів. 4. Прийняття рішення стосовно доцільності окремих видів діяльності.

Додаток В

Таблиця В – Результати Індексу КУ 2023

	Компанія	Кількість балів	у т.ч.				
			Безперервність бізнесу і податки	Безпека співробіт-ників	Боєздат-ність	Об'єдна-ність	Громада
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Нова пошта	92	17	20	20	15	20
2	ПрАТ Київстар	89	11	20	18	20	20
3	EPAM Україна	88	13	20	17	20	20
4	Infopulse	87	16	20	18	13	20
5	Sense Bank	83	12	20	17	16	18
6	«Делойт» в Україні	70	4	17	17	15	17
7	Банк ПУМБ	68	17	12	16	5	18
8	Датагруп та Volia	68	11	12	15	10	20
9	SoftServe	67	12	20	15	8	12
10	Kernel	66	9	18	16	8	15
11	МХП	66	3	18	13	15	17
12	Ciklum	63	10	16	15	6	16
13	ПрАТ "Лантменнен Акса"	61	0	20	15	10	16
14	Фармак	61	8	10	18	12	13
15	Capgemini Engineering Ukraine	60	13	20	16	1	10
16	Креді Агріколь Банк	59	12	11	13	5	18
17	Ferrexpo	59	3	17	18	3	18
18	Юридична фірма Asters	59	0	16	15	15	13
19	Master of Code Global	55	6	11	13	11	14
20	ПриватБанк	52	3	17	17	5	10
21	ТОВ СП "НІБУЛОН"	52	3	6	17	10	16

Продовження Додатку В

1	2	3	4	5	6	7	8
22	Svitsoft	50	11	12	11	10	6
23	АТ "Укргаз видобування"	50	0	17	15	0	18
24	UKRSIBBANK BNP Paribas Group	49	13	17	9	5	5
25	IT - Інтегратор	48	0	20	12	11	5
26	ELEKS	46	4	13	16	5	8
27	Мережа супермаркетів SPAR(Україна)	46	0	10	10	10	16
28	ТОВ «Байєр»	44	0	13	6	5	20
29	ТОВ "РУШ" (Лінія магазинів EVA та EVA.UA)	36	3	7	15	0	11
30	ТОВ "Ю.Комодітіз"	18	3	6	8	0	1
	Середній бал	60	7	15	15	9	14

Додаток Г

Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету

УДК 338.432:005.8

DOI: https://doi.org/10.32782/2413-2675/2024-60-1

Будякова О.Ю.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID https://orcid.org/0000-0001-6028-2650
Budiakova Olena
Kyiv National University of Technology and Design

Конченко Д.Р.
магістр кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет технологій та дизайну
Konchenko Dmytro
Kyiv National University of Technology and Design

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИЗНАЧЕННЯ ПРИНЦИПІВ ESG У КОРПОРАТИВНОМУ СТАЛОМУ РОЗВИТКУ

CURRENT TRENDS IN DEFINING ESG PRINCIPLES IN CORPORATE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Анотація. Прийняття екологічних, соціальних та управлінських принципів ESG вимагає організаціям змінити свою діяльність в рамках дотримання стандартів сталого розвитку. У багатьох країнах звітність щодо впливу на навколишнє середовище, соціальну сферу та управління (ESG) нещодавно перейшла від добровільної до обов'язкової, що обумовлює актуальність дослідження. У статті досліджено сучасні тенденції визначення, формування звітності принципів ESG у корпоративному управлінні. Подано нормативну базу та етапи впровадження звітності ESG. Охарактеризовано 10 принципів, які охоплюють аспекти прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Наголошено, що звіт ESG через включення чинників екологічного, соціального та корпоративного управління (ESG) дає інвесторам інформацію для прийняття інвестиційних рішень. Визначено загальні цілі звіту в рамках Глобального договору ООН. Узагальнено ключові рекомендації до звіту. Досліджено та охарактеризовано 3 ключові сфери ESG. Охарактеризовано біоекономіку як нову бізнес-модель, яка є парадигмою та інструментом досягнення цілей сталого розвитку, що відповідає принципам ESG. Зроблено висновки на перспективі посилення глобального співробітництва з питань сталого розвитку.

Ключові слова: сталий розвиток, екологічна сталість, соціальна стійкість, корпоративна соціальна відповідальність, екосистеми, біоекономіка.

Постановка проблеми. Законодавство ЄС вимагає від усіх великих компаній та всіх зареєстрованих на біржі компаній (крім мікропідприємств) розкривати інформацію щодо ризиків та можливостей, пов'язаних з соціальними та екологічними проблемами, а також про вплив їх діяльності на людей та навколишнє середовище.

5 січня 2023 року набула чинності Директива ЄС щодо корпоративної звітності, що відповідає вимогам сталого розвитку (CSRD). Директива модернізує та зміцнює правила щодо соціальних та екологічних показників, яку компанії зобов'язані подавати у звіті. Відтепер більш широкий перелік великих компаній, а також малих та середніх підприємств повинні будуть звітувати про сталість. Деякі компанії за межами ЄС також повинні будуть звітувати, якщо вони мають понад 150 млн євро чистого обороту, отриманого у Європейському Союзі. Нові правила забезпечать інвесторам та іншим зацікавленим сторонам доступ до інформації, необхідної для оцінки впливу компаній на людей та навколишнє середовище, а також для інвесторів, щоб оцінити фінансові ризики та можливості, пов'язані зі зміною клімату та іншими проблемами сталого розвитку. Це дозволить інвесторам, організаціям, громадянському суспільству, споживачам та іншим зацікавленим сторонам оцінювати показники сталого розвитку компаній у рамках Європейської зеленої угоди.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань, пов'язаних з ESG при-

свячено наукові праці іноземних та вітчизняних науковців.

Педро Матос [1] здійснив огляд світових публікацій на тему екологічних, соціальних та управлінських чинників (ESG) у прийнятті інвестиційних рішень та сталого інвестування. Дослідження дає уявлення про перелік ESG-принципів, аналізує практику та дає об'єктивну оцінку потенціалу ESG-інвестуванню.

Франциска Кастілья-Поло, Габріель Гарсія-Мартінес, М. Долорес Герреро-Баена та Фернандо Поло-Гаррідо [2] акцентують, що зростаюча стурбованість екологічними, соціальними та управлінськими показниками (ESG) спонукає бізнес, у тому числі підприємства соціально-орієнтованої економіки, шукати рішення для проблем сталого розвитку (SD).

Маслак О.І., Гришко Н.Є., Яковенко Я.Ю., Пирогов А.Д. та Дубовик О.І. [3] досліджують актуальні питання сутності та значення ESG як інструменту циркулярної економіки для посилення стійкості соціально-відповідального бізнесу. Акцентують увагу на тому, що в Україні стратегія ESG на рівні підприємств тільки розвивається. Наголошують, що намір імплементувати практики ESG, які просуває ООН – це не прерогатива виключно великих компаній, а більшою мірою органічний розвиток бізнесу, оскільки традиційний фінансовий облік включає тільки внутрішні ресурси і потоки та економічні (і деякі соціальні та екологічні) наслідки діяльності. Відзначають, що в умовах циркулярної економіки ті компанії, які не в змозі відповісти на необхідні та очікувані зміни, виходять з бізнесу. Акцентують на тому, що традиційна орієнтація звітності на розкриття фінансових показників залишилася в минулому. Сьогодні досягти успіху можуть лише соціально відповідальні компанії, які зосереджують увагу на таких підходах залучення інвестицій: права людини та інклюзія, протидія кліматичним змінам, забезпечення стійкості [3].

Лагодієнко О.В. досліджує впровадження методу оптимізації портфеля ESG на українських підприємствах в умовах невизначеності, пропонує методику оптимізації портфеля ESG [4]; аналізує реалізацію застосування ESG-принципів в роботі підприємств та визначає подальші перспективи [5]; досліджує процес формування ESG-стратегії, вплив на конкурентоспроможність вітчизняних компаній [6].

Кирчата І.М. та Шершенюк О.М. зазначили сутність та визначення концептуального змісту ESG-компонентів як інструменту стратегії сталого розвитку підприємництва. Наголошують, що корпоративна соціальна відповідальність на засадах поєднання з ESG-компонентами є необхідним кроком до створення стабільного та економічно успішного суспільства, яке просувається до сталого розвитку, а це означає, що підприємства мають віддавати перевагу не тільки економічним показникам, але й ставити перед собою завдання забезпечити стале зростання та благополуччя суспільства [7].

Вовченко О.С. приділила увагу визначенню напрямів впровадження ESG-стратегії в бізнес-моделі комерційних банків з урахуванням екологічних, соціальних та управлінських ризиків, поглиблених сучасними кризовими явищами та продемонструвала характеристику провідних світових ESG-рейтингів [8].

Лівошко Т. акцентувала увагу на значимості ESG-інвестування в процесі трансформації до низьковуглецевої економіки та його впливі на конкурентоспроможність підприємств в сучасних умовах. Обґрунтувала, що стратегія ESG – це дуже важливий інструмент сталого розвитку, який дозволяє підприємствам групи ДТЕК на найвищому рівні інтегрувати екологічні, соціальні та управлінські стандарти. Визначила що в період відновлення країни після агресії Росії практично всі інвестиції будуть приходити в Україну на засадах ESG, отже драйверів сталого розвитку побільшає. Наголошено, що українським компаніям сьогодні, у ці важкі часи, потрібна допомога у розумінні та впровадженні цих принципів [9].

Але сучасні тренди необхідності звітування згідно з Директивою не отримало належного висвітлення в літературних джерелах, тому потребує подальшого дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для багатьох організацій звітність ESG переходить в статус обов'язкової, створюючи невизначеність через брак досвіду, знань про внутрішню інтеграцію принципів ESG. Принципи звітності ESG у відображенні реальної сталості організацій привертають все більше уваги з боку різних зацікавлених сторін, включаючи науковців. Отже, сучасні тенденції визначення принципів ESG у корпоративного управління потребують подальшого дослідження.

Метою статті є виявлення стану звітності в контексті ESG через дослідження визначення принципів ESG для досягнення економічної сталості, соціальної стійкості та корпоративного управління для сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. За 2024 рік компанії, які зареєстровані на регу-

льованих ринках ЄС або здійснюють значну діяльність у країнах Європейського Союзу, мають публікувати звітність відповідно до вимог Директиви ЄС про корпоративну звітність зі сталого розвитку Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) [10]. З 2028 р. відповідні звіти зобов'язані подавати також українські компанії, які мають значну присутність у ЄС, або ж розміщують цінні папери на біржах незалежно від того, чи заснований емітент у ЄС, або у країні, яка не входить до його складу.

У Директиві визначено: «Для підприємств, які працюють у секторах, які особливо залежать від природних ресурсів, стандарти звітності щодо сталого розвитку для окремих галузей вимагатимуть розкриття пов'язаних із природою впливів на біорізноманіття та екосистеми та ризиків для них» [10].

У квітні 2021 року Європейська комісія прийняла законодавчу пропозицію щодо Директиви про корпоративну звітність зі сталого розвитку (CSRD). Директива вимагає від компаній, що входять до її сфери, звітувати з екологічних, соціальних та управлінських питань (ESG), використовуючи перспективу подвійної суттєвості відповідно до Європейських стандартів звітності зі сталого розвитку (ESRS). Звітність вносить зміни до документів, які регулюють фінансову та нефінансову звітність у ЄС, а саме: розширюється коло підприємств, які мають звітувати про сталий розвиток: великі компанії зі штатом 250+ співробітників та/або оборотом 40 млн євро; компанії усіх розмірів, акції яких представлені на європейських регульованих ринках та їх дочірні компанії, окрім мікропідприємств; неєвропейські компанії з чистим оборотом в 150 млн євро в ЄС та які мають хоча б 1 дочірню компанію або філію в ЄС.

Вводиться принцип «double materiality»: потрібно розкривати дані про роль питань сталого розвитку на діяльність компанію («внутрішній вплив»), а також ефект від діяльності компанії на суспільство та довкілля («зовнішній вплив»). Звітність має бути завіреною незалежним сертифікованим аудитором або органом з сертифікації, який має переконатись, що інформацію викладено відповідно до стандартів ESRS. Звітність неєвропейських компаній має бути завірена або європейським аудитором, або аудитором, зареєстрованим в третій країні. Отже, звітність про сталий розвиток відтепер – невід'ємна частина єдиного звіту з управління.

Етапи впровадження CSRD:

01.01.2024 – компанії, які вже звітують за Директивою про фінансову звітність (великі публічні компанії з 500+ співробітників) мають відзвітувати у 2025 році про результати за 2024 фінансовий рік.

01.01.2025 – компанії, які наразі не звітують за Директивою про нефінансову звітність (публічні компанії з 250+ співробітників та/або оборотом 40 млн євро), мають відзвітувати у 2026 році про результати за 2025 фінансовий рік.

01.01.2026 – публічні МСБ, малі кредитні організації та страхові компанії, мають відзвітувати у 2027 році про результати за 2026 фінансовий рік.

01.01.2028 – неєвропейські компанії, мають відзвітувати у 2029 році про результати за 2028 фінансовий рік.

Термін «ESG» вперше з'явився у звіті під назвою «Who cares wins», опублікованому в 2004 році в рамках Глобального договору ООН [11]. У звіті зазначено, що «інституції, які підтримали цей звіт, переконані, що в більш глобалізованому, взаємопов'язаному та конкурентному світі спосіб управління екологічними, соціальними питаннями та питаннями корпоративного управління є частиною загальної якості менеджменту компаній, необхідної для успішної конкуренції. Компанії, які краще справляються з цими питаннями, можуть збільшити акціонерну вартість, наприклад, завдяки належному управлінню ризиками, передбаченню регуляторних дій або виходу на нові ринки, одночасно сприяючи сталому розвитку суспільств, в яких вони працюють. Більше того, ці питання можуть мати сильний вплив на репутацію та бренди, які стають дедалі важливішою частиною вартості компанії». Таким чином, питання ESG стало важливими та актуальними для інвестиційних та бізнес-операцій через їх відчутний вплив на ефективність бізнесу та прибутковість інвестицій.

У звіті проголошено 10 принципів, які охоплюють аспекти прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією (табл. 1).

У звіті стверджується, що «успішне інвестування залежить від динамічної економіки, яка залежить від здорового громадянського суспільства, яке в кінцевому підсумку залежить від стійкої планети» [11]. Таким чином обумовлюється зв'язок концепції між фінансовим сектором, який розподіляє ресурси, з іншими економічними секторами, які сприяють економічному зростанню, та громадянським суспільством, яке забезпечує належну поведінку окремих суб'єктів та організацій, й планетою, яка поєднує в собі природні екосистеми та довкілля. Крім того, звіт через включення чинників екологіч-

Таблиця 1

Принципи аспектів прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією

Принцип	Зміст
ПРИНЦИП 1	Підприємства повинні підтримувати та поважати захист міжнародно проголошених прав людини в межах своєї сфери впливу
ПРИНЦИП 2	Підприємства повинні переконатися, що вони не є співучасниками порушень прав людини
ПРИНЦИП 3	Підприємства повинні підтримувати свободу співпраці та ефективне визнання права на ведення колективних переговорів
ПРИНЦИП 4	Підприємства мають виступати за ліквідацію всіх форм примусової та обов'язкової праці
ПРИНЦИП 5	Підприємства повинні підтримувати ефективну заборону дитячої праці
ПРИНЦИП 6	Підприємства повинні усунути дискримінацію у сфері зайнятості та вибору професій
ПРИНЦИП 7	Підприємства повинні підтримувати бережливий підхід до екологічних проблем
ПРИНЦИП 8	Підприємства повинні виступати з ініціативами для підвищення екологічної відповідальності
ПРИНЦИП 9	Підприємства повинні заохочувати розвиток та поширення екологічно чистих технологій
ПРИНЦИП 10	Підприємства повинні боротися з корупцією в усіх її формах, включаючи вимагання та хабарництво

Джерело: складено авторами на основі: [11]

ного, соціального та корпоративного управління ESG дає інформацію для прийняття інвестиційних рішень, що сприятиме сталості та відповідає інтересам усіх учасників ринку. У звіті перераховано низку тем ESG, які, мали суттєвий вплив на компанії. Цей перелік включає: проблему зміну клімату, потребу у зменшенні викидів токсичних речовин та відходів, відносини з громадою, винагороди керівників та вирішення питань корупції та хабарництва, тощо.

Загальні цілі звіту в рамках Глобального договору ООН [11]:

– більш стійкі та сталі ринки;

– внесок у сталий розвиток;

– поінформованість та взаєморозуміння залучених зацікавлених сторін;

– підвищення довіри до фінансових установ.

Графічне узагальнення ключових рекомендацій звіту подано на рис. 1.

ESG стратегія – це процес прозорості показників, які відображають як підприємство працює у трьох ключових сферах: екологічна сталість, соціальна стійкість та корпоративне управління.

3 ключові сфери ESG стратегії з показниками проілюстровано на рис. 2.

1. Екологічна сталість. Екологічна сфера ESG визначає як організація розпоряджається природним середовищем, зосереджуючись на всіх аспектах сталого розвитку, включаючи відходи та забруднення, виснаження ресурсів, викиди парникових газів, вирубку лісів, зміну клімату тощо.

2. Соціальна стійкість. У рамках ESG соціальна сфера визначає вплив діяльності організації на права працівників та інших членів громади, охоплюючи умови на робочому місці, паритет сторін, оплату праці, корпоративну політику.

Екологічний аспект ESG часто може превалювати над соціальними та управлінськими аспектами, оскільки вплив організації на навколишнє середовище легше піддається кількісній оцінці. Але вплив організації на співробітників має важливе значення для зменшення ризиків та забезпечення корпоративної соціальної відповідальності.

3. Корпоративне управління. Сфера управління в аспекті ESG спрямована на визначення того, як організація організовує та контролює корпоративну політику. Екологічні та соціальні аспекти є відносно простими для визначення, але аспект управління, як правило, викликає найбільших зусиль. Відповідальне управління організації включає аспекти, пов'язані з прозорістю, підзвітністю та відповідністю. Це включає в себе використання точних та прозорих методів бухгалтерського обліку, прагнення демократичності у виборі керівництва з одночасним уникненням конфлікту інтересів, відповідальність перед акціонерами, уникнення будь-якої незаконної діяльності тощо. Відносини зі стейкхолдерами та зацікавленими сторонами є ключовими для ініціатив управління, оскільки організація працює над тим, щоб завоювати довіру завдяки прозорості та підзвітності.

Сталий розвиток організаціями часто трактується у вузькому сенсі, головним чином зосереджуючись на мінімізації негативних впливів, таких як викиди вуглецю та відходи. Однак одна з головних проблем сьогодення полягає в тому, щоб розширити цю точку зору, щоб включити

Продовження додатку Г

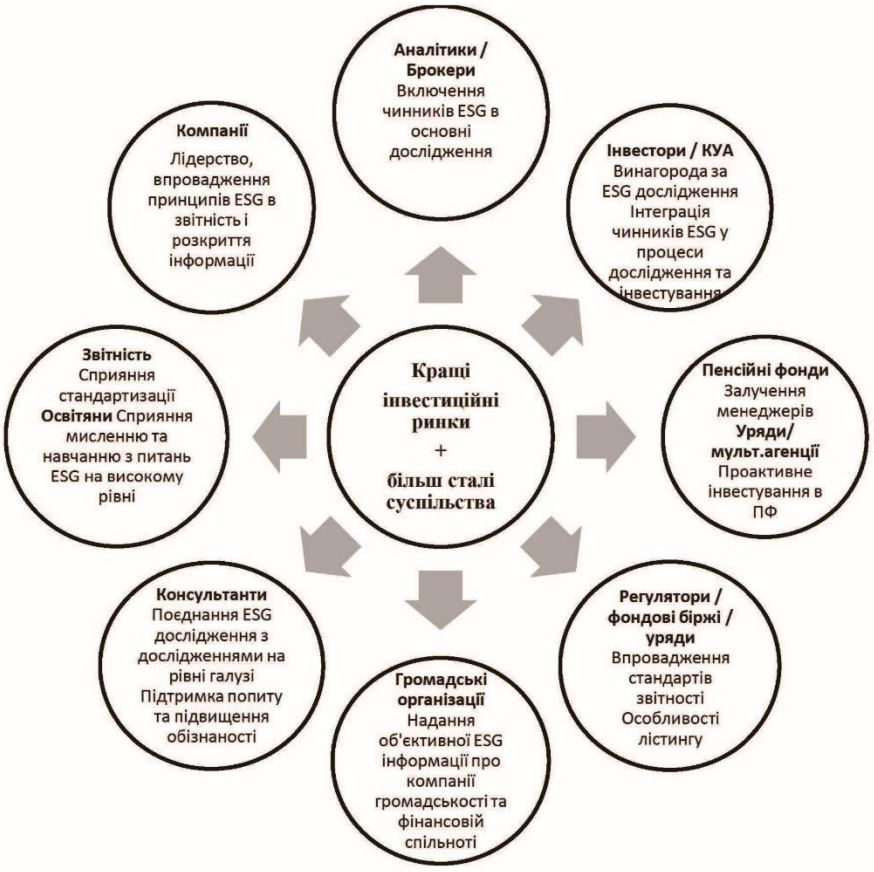

Рис. 1. Ключові рекомендації для досягнення цілей ESG

Джерело: побудовано авторами на основі [11]

більш цілісний підхід, який також наголошує на позитивному впливі. Організаціям необхідно переглянути свої бізнес-моделі не лише для зменшення шкоди, але й для активного внеску в соціальні та екологічні рішення.

Для цього потрібно змінити парадигму як організація сприймає свою роль у широкому сенсі у впливі на природні екосистеми. Це передбачає переосмислення бізнес-моделей, цілі яких узгоджуються з цілями сталого розвитку.

Біоекономіка є парадигмою та інструментом досягнення цілей сталого розвитку [12]. Біоекономічна політика побудована на всіх аспектах сталого розвитку. Концепція сталої циркулярної біоекономіки може запропонувати нову модель інклюзивного зростання, засновану на ефективному використанні людського капіталу. Отже, стала біоекономіка пропонує нове бачення того, як біоіндустрія може розвиватись на принципах екологічного, соціального та корпоративного управління (ESG). Біоекономіка прогнозує вирішити політику стратегії ESG. Замість того, щоб визначати шляхи скорочення викидів, пошук компенсацій та екологічні інвестиції, підприємства біоіндустрії з самого початку стануть частиною більш широких системних та соціальних змін та будуть стимулювати їх розвиток. Концепція біоекономіки визначає, що виведення нових технологічних пропозицій на ринок недостатньо: щоб комплексно протистояти викликам зміни клімату, потепління, тощо бізнес також має запустити соціальні та культурні зміни, які зроблять утилізацію відходів, відновлюваність, соціальну справедливість, соціальну відповідальність та екологічно безпечні відносини до природи стандартом, а не винятком. Підприєм-

Продовження додатку Г

Рис. 2. Показники ESG стратегії

Джерело: сформовано авторами

ства біоіндустрії стануть невід'ємною частиною більш широких соціальних мереж та кола глобальних проблем замість тільки питань економічного ефекту не тільки зацікавлених сторін, які пов'язані до їхнього конкретного ланцюжка створення доданої вартості. Крім прибутку підприємства, соціальних пакетів співробітників, тощо вони повинні враховувати різні способи впливу своєї діяльності на навколишнє середовище та суспільство.

Корпоративна відповідальність та прозорість є фундаментальними для будь-якої компанії, яка прагне досягти успіху в сфері сталого розвитку. Оскільки зацікавлені сторони все більше вимагають підзвітності, компаніям необхідно прийняти прозорий підхід у своїх практиках сталого розвитку. Це означає не лише взяти зобов'язання, але й відкрито звітувати про прогрес й проблеми. Прозорість створює довіру та зміцнює довіру споживачів, інвесторів і регуляторних органів, які мають вирішальне значення для довгострокового успіху організації.

Перехід від добровільної до обов'язкової звітності про сталий розвиток у багатьох юрисдикціях відображає зростаючу важливість прозорості в корпоративному управлінні. Ці відомості дають чіткішу картину практики сталого розвитку компанії, допомагаючи зацікавленим сторонам оцінити її справжню прихильність до екологічних та соціальних питань. Крім того, суворі вимоги до розкриття інформації змушують компанії ретельно перевіряти свою діяльність і стратегії через призму сталого розвитку, гарантуючи, що вони не просто говорять про сталий розвиток на словах, а й справді інтегрують його у свої бізнес-моделі.

Прогнозування майбутнього сталого розвитку передбачає визнання як поточних тенден-

цій, так і динамічного характеру проблем. Протягом наступного десятиліття очікується значне прискорення реалізації ініціатив сталого розвитку. Оскільки такі глобальні цілі, як Порядок денний сталого розвитку до 2030 року, швидко наближаються, компанії та уряди, ймовірно, вкладатимуть значні кошти в технології та інфраструктуру, які сприятимуть швидкому прогресу в цілях сталого розвитку. Передбачається посилення глобального співробітництва з питань сталого розвитку. У міру зростання обізнаності та занепокоєння громадськості щодо проблем навколишнього середовища зростатиме тиск на уряди та компанії в усьому світі щодо співпраці над амбітними планами дій щодо клімату. Це включатиме не лише вирішення проблем викидів та відходів, але й вирішення ширших соціально-економічних проблем, які є у синергії з екологічною сталістю.

Висновки. Історично соціальні та екологічні заходи розглядалися більше як додаткова частина повсякденного бізнесу, але звітність ESG стає все більш важливою для сучасних бізнес-моделей, оскільки вона спрямована на вирішення екологічних й соціальних викликів та підвищення корпоративної відповідальності. Співробітники, інвестори, клієнти та інші зацікавлені сторони все частіше вимагають від компаній відповідальності за вплив на довкілля та права людини, що призвело до того, що корпоративна звітність про сталий розвиток ESG стає стандартом.

Зелена трансформація бізнес-моделей на біоекономічних засадах можуть відігравати важливу роль у досягненні цілей ESG – сталого економічного розвитку та дотримання принципів соціально-відповідального управління.

Отже, синергія принципів ESG з принципами біоекономіки полягає в тому, що біоінновації можуть сприяти покращенню екологічної, соціальної та управлінської продуктивності організацій, а також сприяти досягненню глобальних цілей сталого розвитку. Це може створити сприятливе середовище для зеленої трансформації та переходу до сталого майбутнього.

ESG-орієнтовані інвестори все більше звертають увагу на компанії, які інтегрують принципи сталого розвитку у свою діяльність. Підприємства біоіндустрії, які активно працюють над вирішенням проблем довкілля, збереження екосистем, створюють нові робочі місця на принципах корпоративної соціальної відповідальності, підвищують привабливість для таких інвесторів та дають можливість залучити додаткові інвестиції в сталі та інклюзивні бізнес-моделі.

Література:

1. Педро Матос. ESG-принципи та відповідальне інституційне інвестування у світі: Критичний огляд досліджень ; пер. з англ. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. 88 с.
2. Castilla-Polo F., Garcia-Martine G., Guerrero-Baena M. et al. The cooperative ESG disclosure index: an empirical approach. *Environ Dev Sustain.* 2024.
3. Маслак О., Гришко Н., Яковенко Я., Пирогов А., Дубовик О. Циркулярна економіка в Україні: екологічне, соціальне та корпоративне управління (ESG) як інструмент стійкості соціально-відповідального бізнесу в умовах подолання пандемії COVID-19. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки).* 2022. С. 3–8. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.3
4. Лагодієнко О. В. Імплементація методу оптимізації ESG-портфеля підприємств України в умовах невизначеності. *Агросвіт.* 2024. № 17. С. 65–70. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.17.65
5. Лагодієнко О. В. Застосування ESG-принципів у роботі підприємств: перспективи та реалізація. *Причорноморські економічні студії.* 2022. № 77. С. 39–45.
6. Лагодієнко О. В. Актуальні аспекти розвитку ESG-стратегії для підприємства. *Бізнес-навігатор.* 2022. Вип. 3. С. 61–65.
7. Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Розробка стратегії розвитку підприємництва на засадах esg-орієнтирів. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. Збірник наукових праць.* 2023. № 1 (30). С. 194–203. DOI: https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2023.30.194
8. Вовченко О. ESG-стратегія як основа управління ризиками сталого розвитку в банках. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-85
9. Лівошко Т. Моніторинг за ESG-принципами та його вплив на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2022. № 5. Том 1. С. 158–164. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-26
10. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464
11. Who Cares Wins. Connecting Financial Markets to a Changing World. URL: https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/issues_doc%2FFinancial_markets%2Fwho_cares_who_wins.pdf
12. Олешко А. А., Ольшанська О. В., Будякова О. Ю., Бебко С. В. Розвиток стійкої біоекономіки: досвід Європейського Союзу та можливості для України. *Агросвіт.* 2022. № 3. С. 64–69. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.3.64

References:

1. Pedro M. (2020) ESG-pryncypy ta vidpovidaljne instytucijne investuvannja u sviti: Krytychnyj oghljad doslidzhenj [ESG principles and responsible institutional investing in the world : Critical review of research]. Lviv: Vydavnyctvo Ljvivsjkoji politekhniky, 88 p. [in Ukrainian]
2. Castilla-Polo F., García-Martínez G., Guerrero-Baena M.D. and Polo-Garrido F. (2024) The cooperative ESG disclosure index: an empirical approach, Environment, Development and Sustainability.
3. Maslak O., Grishko N., Yakovenko Y., Pyrohov A., Dubovyk O. (2022) Tsyrkuliarna ekonomika v Ukraini: ekolohichne, sotsial'ne ta korporatyvne upravlinnia (ESG) iak instrument stijkosti sotsial'no-vidpovidal'noho biznesu v umovakh podolannia

pandemii COVID-19 [Circular economy in Ukraine: environmental, social and corporate governance (esg) as a tool for the sustainability of socially responsible business in the conditions of overcoming the COVID-19 pandemic]. *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyj politekhnichnyj instytut" (ekonomichni nauky) – Bulletin of the National Technical University "Kharkov Polytechnic Institute" (economic sciences)*, pp. 3–8. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.3

4. Lagodiyenko O. V. (2024) Implementatsiia metodu optymizatsii ESG-portfelia pidpryiemstv Ukrainy v umovakh nevyznachenosti. [Implementation of the method of optimizing the ESG portfolio of Ukrainian enterprises in conditions of uncertainty]. *Ahrosvit – Agroworld*, vol. 17, pp. 65–70. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.17.65
5. Lagodiyenko O. V. (2022) Zastosuvannia ESG-pryntsypiv u roboti pidpryiemstv: perspektyvy ta realizatsiia [Application of SG principles in the work of enterprises: prospects and implementation]. *Prychornomors'ki ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, vol. 77. pp. 39–45.
6. Lagodiyenko O. V. (2022) Aktualni aspekti rozvitku ESG-strategiyi dlya pidpriyemstva [Current aspects of ESG strategy development for the enterprise]. *Biznes-navigator – Business navigator*, vol. 3, pp. 61–65.
7. Kyrchata I., Shershenyuk O. (2023) Rozrobka stratehii rozvytku pidpryiemnytstva na zasadakh esg-oriientyriv [Grounding of a business development strategy based on ESG Benchmarks]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryiemnytstva – Problems and prospects of entrepreneurship development,* vol. (30), pp. 194–203. DOI: https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2023.30.194
8. Vovchenko O. (2023) ESG-stratehiia iak osnova upravlinnia ryzykamy staloho rozvytku v bankakh [ESG-strategy as a basis for sustainability risk management in banks]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 50. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-85
9. Livoshko T. (2022) Monitorynh za ESG-pryntsypamy ta joho vplyv na konkurentospromozhnist' sub'iektiv hospodariuvannia [Monitoring according to esg principles and its impact on the competitiveness of business entities]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of the Khmelnytskyi National University,* vol. 5, pp. 158–164. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-26
10. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464 (accessed September 1, 2024)
11. Who Cares Wins. Connecting Financial Markets to a Changing World. Available at: https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/issues_doc%2FFinancial_markets%2Fwho_cares_who_wins.pdf (accessed September 1, 2024)
12. Oleshko A. A., Olshanska O. B., Budiakova O. Yu., Bebko C. B. (2022) Rozvytok stiikoi bioekonomiky: dosvid Yevropeiskoho Soiuzu ta mozhlyvosti dlia Ukrainy [Development of a sustainable bioeconomy: the experience of the European Union and opportunities for Ukraine]. *Ahrosvit,* vol. 3, pp. 64–69. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.3.64

Summary. The adoption of environmental, social and governance (ESG) principles requires organisations to change their operations to meet sustainability standards. In many countries, environmental, social and governance (ESG) reporting has recently moved from voluntary to mandatory, which makes this study relevant. European Union legislation, Directive 2022/2464, stipulates that large enterprises, as well as small and medium-sized enterprises, with the exception of micro-enterprises that are public interest entities, must include in their management report the information necessary to understand the impact of the enterprise on sustainability issues, as well as the information necessary to understand how sustainability issues affect the development, performance and position of the enterprise. These regulatory changes will help investors, civil society organisations, consumers and other stakeholders to assess the sustainability performance of companies in the context of achieving the Sustainable Development Goals and the European Green Deal. The article examines current trends in the definition, formation, and reporting of ESG principles in corporate governance. The regulatory framework and stages of implementation of ESG reporting are presented. The article describes 10 principles covering the aspects of human rights, labour, environment and anti-corruption. It is emphasised that the ESG report, through the inclusion of environmental, social and corporate governance (ESG) factors, provides investors with information for making investment decisions. The general objectives of the report within the framework of the UN Global Compact in accordance with the 10 principles are defined. The key recommendations to the report are summarised. The 3 key areas of ESG are researched and characterised: environmental sustainability, social sustainability and corporate governance. The bioeconomy is described as a new business model that is a paradigm and tool for achieving sustainable development goals that complies with ESG principles. Conclusions are drawn on the prospects for strengthening global cooperation on sustainable development.

Keywords: sustainable development, environmental sustainability, social sustainability, corporate social responsibility, ecosystems, bioeconomy.

Додаток Д

УДК 339.9

Будякова О.Ю., к.е.н., доцент кафедри смарт-економіки,
Конченко Д.Р., магістр кафедри смарт-економіки
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ БІЗНЕС-ОСВІТИ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VEHUB4YOU В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Однією з передумов досягнення збалансованого (сталого) розвитку суспільства виступають наука і освіта, які водночас є і найважливішими інструментами ефективного управління, обґрунтованого прийняття рішень, розвитку демократії. На всіх стадіях розробки і втілення концепції сталого розвитку – від з'ясування потреби, формулювання ідей до практичної реалізації, вона потребує міцного, глибокого і розгалуженого науково-теоретичного підґрунтя і максимально широкої освітньої та роз'яснювальної роботи [1].

Освіта є однією з передумов досягнення сталого розвитку і найважливішим інструментом ефективного управління та обґрунтованого прийняття рішень [2].

В Проекті Закону «Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року» від 07.08.2018 № 9015 [2] визначено: «Збалансоване суспільство є суспільством знань. Для розв'язання численних проблем розвитку будуть потрібні нові знання, уміння та компетентності, необхідні для глибокого розуміння складних проблем і вирішення взаємопов'язаних питань суспільного життя. Необхідно залучати заклади вищої освіти та інститути НАН України, інші науково-дослідні та інформаційно-аналітичні центри до вивчення та обґрунтування шляхів розв'язання регіональних екологічних, соціальних та економічних проблем.

Необхідно сприяти імплементації Стратегії ЄЕК ООН освіти для сталого розвитку в систему освіти України шляхом запровадження в Стандарти освіти

всіх рівнів і спеціальностей загальних компетентностей з розуміння проблематики переходу суспільства до сталого розвитку. Університети та інші навчальні заклади повинні забезпечувати підготовку кваліфікованих фахівців з необхідними компетентностями для розробки і використання новітніх технологій, які забезпечують перехід суспільства до сталого розвитку».

Проєкт Erasmus+ VEHUB4YOU передбачає передові європейські практики віртуального навчання, які покращать якість бізнес-освіти шляхом забезпечення доступу до сучасної європейської освіти. Передбачено, що проєкт на організаційному рівні сприятиме підприємницькому навчанню та на рівні окремих учасників проєкту очікується отримання навичок планування бізнесу, маркетингу продуктів та отримання інструментів для створення власного бізнесу. Також передбачається вдосконалення освітніх програм шкіл, коледжів та університетів відповідно до нових тенденцій віртуального навчання та підвищення ефективності віртуальної освіти.

У рамках Цілі 9 Молодіжної стратегії ЄС на 2019-2027 роки «Простір і участь для всіх» [3] учасники консорціуму докладатимуть спільних зусиль для організації мережі міжнародних віртуальних бізнес-центрів та навчання ведення бізнесу для учнів старших класів, студентів коледжів та університетів економічних та неекономічних спеціальностей.

Завдання та результати проєкту Erasmus+ VEHUB4YOU тісно пов'язані із Глобальними цілями сталого розвитку ООН [4]:

1. Ціль Сталого розвитку №4 – Якість освіти.

Якість освіти впливає на рівень добробуту суспільства, а можливість навчання впродовж усього життя кожної людини оновлює капітал відповідей на виклики нашої сучасності. В свою чергу рівноправний доступ до недорогого професійного навчання, ліквідація гендерних і матеріальних розбіжностей і забезпечення загального доступу до освіти є чіткими орієнтирами для бізнесу на шляху досягнення цілей сталого розвитку [5].

2. Ціль Сталого розвитку № 12 – Відповідальне споживання та виробництво.

Значна частина населення у світі досі споживає настільки мало, що цього недостатньо для задоволення навіть їхніх базових потреб. Скорочення удвічі обсягів харчових відходів на душу населення, на рівні роздрібної торгівлі та споживання, також має важливе значення для створення ефективнішого виробництва та ланцюгів постачання. Це може сприяти досягненню продовольчої безпеки та переходу до більш ресурсоефективної економіки [6].

Київський національний університет технологій та дизайну (КНУТД) в рамках реалізації проєктів Erasmus+ [6] підтримує парадигму: «Лідерство знань для відтворення кращого світу». Таким чином, сталий розвиток є одним із ключових дороговказів виконання місії КНУТД [7].

Отже, Проєкт VEHUB4YOU шляхом створення міжнародної мережі віртуальних молодіжних бізнес-хабів дозволяє забезпечити інтеграцію питань сталого розвитку в систему шкільної, позашкільної, середньої, вищої та неформальної освіти, що сприяє реалізації Глобальних цілей сталого розвитку.

Література

1. Сталий розвиток для України. URL: https://sd4ua.org/golovni-temi-stalogo-rozvitku/osvita/
2. Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року Проект Закон України від 07.08.2018 № 9015. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A?an=332
3. Youthgoals. URL: https://youth-goals.eu/youthgoals
4. United Nations. Department of Economic and Social AffairsSustainable Development. URL:https://sdgs.un.org/goals
5. Дія. Бізнес. Цілі сталого розвитку. URL: https://business.diia.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals/cili-stalogo-rozvitku
6. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26220
7. Київський національний університет технологій та дизайну. Лідерство сталого розвитку. URL: https://knutd.edu.ua/university/stalyi-rozv/
8. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

Додаток Е

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
ІНСТИТУТ ПРАВА ТА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Кафедра приватного та публічного права

«Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні»

Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції

(8 жовтня 2024 року, м. Київ)

Київ 2024

Продовження додатку Е

УДК 340(477)(06)

З-70

Рекомендовано до друку Вченою радою
Інституту права та сучасних технологій КНУТД
(протокол № 4 від 18 жовтня 2024 р.)

З-70. **Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні** : матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції (8 жовтня 2024 р., м. Київ, КНУТД) / відп. ред. А.Ю. Олійник, Ю. В. Оніщик. К.: КНУТД, 2024. 335 с.

Збірник містить матеріали доповідей і повідомлень учасників ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні», яка відбулася 8 жовтня 2024 року в Київському національному університеті технологій та дизайну.

Розміщені у збірнику тези доповідей стосуються таких напрямів: «Права людини: теорія і історія розвитку в Україні і зарубіжних країнах», «Правове забезпечення реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні та перспективи їх удосконалення», «Функціонування громадянського суспільства в умовах воєнного стану, надзвичайної ситуації або надзвичайного стану», «Правові механізми вирішення соціально-економічних та суспільно-політичних проблем суб'єктів права в післявоєнній Україні», «Забезпечення державної безпеки як основоположна передумова для реалізації прав, свобод і законних інтересів суб'єктів права в Україні», «Антикорупція та доброчесність: сучасний стан і напрями реалізації».

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти і наукових установ, студентів, аспірантів та докторантів, практичних працівників і широкий читацький загал.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори доповідей і повідомлень.

@ Київський національний університет
технологій та дизайну, 2024
@ А.Ю. Олійник, Ю.В. Оніщик, 2024

Продовження додатку Е

Заворотній С.Р. Баланс між національною безпекою та правом на інформацію: уроки публікації пентагонських документів для післявоєнної України……178
Квас В.О. Правове регулювання системи недержавного пенсійного забезпечення в контексті повоєнного відновлення України……182
Клещов А.Й. Формування державної політики в сфері екоіндустріальних парків……186
Коваленко І.А. Правове становище учасників страхової діяльності в післявоєнній Україні……190
Конченко Д.Р. Правові аспекти Директиви про корпоративну звітність зі сталого розвитку ESG……194
Олійник А.Ю., Подгорна О.О. Форма правління Української держави: 1996-2022 р……199
Оніщик Ю.В., Михайлик В.Г. Правові механізми вирішення соціально-економічних та суспільно-політичних проблем суб'єктів права в післявоєнній Україні……203
Піка А.В., Фастовець Н.В. Проблеми і перспективи інтеграції України до Європейського Союзу……208
Сас О.Ю. Відновлення економіки після війни: роль правових механізмів у стимулюванні інвестицій……213
Терещенко А.В. Зовнішньоекономічна діяльність у контексті угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом……218
Токарчук О.В. Соціальна справедливість в системі нової соціально-економічної орієнтації України……220
Шевчук О.В. Професійна етика у застосуванні технологій штучного інтелекту учасниками судового процесу……224

Продовження додатку Е

2. Перелік страхових компаній, внесених до Державного реєстру фінансових установ на 02.08.2015 року. http://dfp.gov.ua/viewpage.php?iid=285&lang=ua.

3. Пилецька С.Т., Саплін С.Ю. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. Краматорск: ДГМА, 2013. С. 56.

4. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.91 No 1576-XII із змінами і доповненнями // http://zakon.rada.gov.ua.

5. Про затвердження Вимог до рейтингів фінансової надійності (стійкості) страховиків, перестраховиків-нерезидентів: Розпорядження Державної Комісії з регулювання ринків фінансових послуг від 03.12.2014 № 2885. http://dfp.gov.ua.

6. Про затвердження Тимчасового положення про товариство взаємного страхування: Постанова Кабінету Міністрів України від 01.02.19 No 132 із змінами. http://zakon.rada.gov.ua.

7. Про страхування: Закон України від 07.03.19 No 85/96-ВР із змінами та доповненнями. http://zakon.rada.gov.ua.

Конченко Дмитро Романович,
магістр кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет
технологій та дизайну (м. Київ)
Науковий керівник – к.е.н., доцент Будякова О. Ю.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДИРЕКТИВИ ПРО КОРПОРАТИВНУ ЗВІТНІСТЬ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ESG

Директива ЄС про корпоративну звітність зі сталого розвитку Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) [1] набуває чинності з 2024 року.

З 2028 р. відповідні звіти зобов'язані подавати також українські компанії, які мають значну присутність у ЄС, або ж розміщують цінні папери

на біржах незалежно від того, чи заснований емітент у ЄС, або у країні, яка не входить до його складу.

Директива про корпоративну звітність зі сталого розвитку (CSRD) [1] – це закон Європейського Союзу, який зобов'язує великі компанії розкривати інформацію про їхній вплив на навколишнє середовище, соціальну сферу та управління (ESG). ESG об'єднує поняття environmental (довкілля), social (соціальна сфера) та governance (корпоративне управління). Ця директива замінює Директиву ЄС про нефінансову звітність (NFRD) і незабаром накладе більш комплексні зобов'язання щодо звітності ESG для багатьох компаній як у ЄС, так і за його межами. Основною метою CSRD є надання інвесторам і зацікавленим сторонам важливих даних щодо інвестиційних ризиків, пов'язаних із питаннями сталого розвитку, такими як зміна клімату, тощо. Крім того, він підкреслює важливість прозорості для виявлення того, як компанії впливають на навколишнє середовище та суспільство.

Компанії, які підлягають обов'язковому звіту CSRD:

Січень 2024 року – компанії, які вже підпадають під дію NFRD, тобто великі громадські організації ЄС та їхні материнські організації з понад 500 співробітників.

Січень 2025 року – усі інші великі підприємства, зареєстровані в ЄС, які наразі не відповідають сфері дії NFRD, а також великі підприємства за межами ЄС або материнські підприємства, зареєстровані на регульованому ЄС ринку з понад 250 працівниками.

Січень 2026 року – малі та середні підприємства, зареєстровані в ЄС.

ЄС визначає малими підприємствами компанії менше 50 співробітників та менш ніж 4 млн євро (4,9 млн доларів) на балансі або 8 млн євро (9,9 мільйона доларів) чистого обороту.

ЄС визначає підприємства середнього розміру підприємства, у яких понад 50 працівників, але менше 250, і загальний баланс від 4 млн євро (4,9 млн доларів США) до 20 млн євро (24,6 млн доларів США) або від 8 млн євро

(9,9 млн доларів США) та 40 млн євро (49,3 млн доларів США) чистого обороту.

Січень 2026 року також є першою датою поступового впровадження для малих і середніх підприємств, що не входять до ЄС, зареєстрованих на регульованих ринках ЄС, однак цей термін можна продовжити до січня 2028 року, якщо вони нададуть письмове пояснення, чому необхідна інформація не наведена в їх річному звіті про управління.

Січень 2028 року – підприємства за межами ЄС, які не зареєстровані на регульованому ЄС ринку. Іншими словами, міжнародні компанії, які не зареєстровані на регульованих ЄС біржах, але ведуть бізнес у ЄС.

Інформація, яку звітна компанія повинна надати у своєму звіті CSRD, викладена в Європейських стандартах звітності про сталий розвиток (ESRS). ESRS був остаточно розроблений Європейською комісією в липні 2023 року як стандарти, які застосовуються до всіх відповідних компаній, незалежно від їх сектору чи галузі. Завершена версія ESRS складається з двох наскрізних стандартів та включає розкриття інформації в таких сферах: загальні відомості; екологічне розкриття інформації: зміна клімату, забруднення, водні та морські ресурси, біорізноманіття та екосистеми, використання ресурсів та циркулярна економіка; розкриття інформації щодо управління: ведення бізнесу; соціальні індикатори: власна робоча сила, працівники в ланцюжку створення вартості, постраждалі громади, споживачі та кінцеві користувачі; розкриття інформації про навколишнє середовище, тощо.

Одним із найбільших елементів розкриття інформації про навколишнє середовище є інформація про зміну клімату, яка розроблена з метою звітування внеску організації в обмеження підвищення глобальної температури на 1,5 °C. Щоб відповідати Паризькій угоді, скорочення викидів парникових газів мають бути досягнуті до 2030 року, а Net Zero досягнуто до 2050 року. Компанії повинні будуть розкривати інформацію про свої викиди наступних парникових газів (ПГ): Вуглекислий газ (CO2), Гідрофторвуглеці

(HFC), Метан (CH4), Закис азоту (N2O), Трифторид азоту (NF3), Перфторвуглеці (PCF), Гексафторид сірки (SF6).

Окрім парникових газів, інформація про навколишнє середовище включає вимірювання інших викидів та скидів у повітря, воду та ґрунт, а також інформацію щодо споживання, скидання та зберігання води. Хоча звітність про викиди ПГ є стандартною вимогою для всіх компаній, необхідність розкриття цих додаткових показників буде залежати від їхньої конкретної операційної діяльності.

Показники про забруднення пов'язані із забрудненням повітря, землі та води. Основна увага має бути зосереджена на запобіганні забрудненню шляхом поступового вилучення сировини та речовин, які можуть завдати шкоди навколишньому середовищу. У випадках, коли повне усунення неможливе, підприємствам слід висвітлити заходи, які вони вжили для мінімізації забруднення за допомогою технологій, а також свої зусилля з відродження, оновлення та перетворення забруднених екосистем.

Конкретні відомості про забруднення, що підлягають кількісному вимірюванню, включають викиди: забруднювачів повітря, води, неорганічних забруднювачів, озоноруйнівних речовин, тощо.

Компанії, які звітують, також повинні будуть розкривати дані про будь-які мікропластики, які виробляються або використовуються.

Водні та морські ресурси є ще однією сферою, яку компанії повинні будуть розкривати, включаючи інформацію про свою політику щодо водних і морських ресурсів та дії, які вони вживають, а також ресурси, які вони виділяють для цієї цілі на щорічній основі. Річне споживання води також необхідно буде визначити кількісно, включно з кількістю води, яка була взята з територій із значним ризиком нестачі води. У своїх звітах про використання водних ресурсів компанії також повинні будуть визначити, скільки води було перероблено, використано та збережено. Останнім кроком є визначення потенційних фінансових наслідків впливу, ризиків та можливостей, пов'язаних з водними ресурсами.

Продовження додатку Е

Комплексний характер розкриття екологічної інформації вимагає від компаній виходити за рамки простого вимірювання викидів. Вони також повинні виявити потенційні бізнес-ризики та можливості, пов'язані з підвищенням температури. Крім того, вони повинні окреслити свої ініціативи щодо збереження цінності сировини та продуктів, що зрештою призведе до зменшення відходів та використання ресурсів.

Розкриття інформації про управління зосереджена на конкретних бізнес-практиках, викладених у Директиві про корпоративну звітність зі сталого розвитку CSRD, які включають: корпоративну культуру, управління відносинами з постачальниками, запобігання корупції та хабарництву, залучення до політичного впливу, наприклад, лобіювання, захист інформаторів, платіжна практика, особливо щодо прострочених платежів малим і середнім підприємствам, тощо.

У рамках розкриття інформації про управління компанії зобов'язані розкривати деталі своєї політики щодо вищезгаданої практики. Вони також повинні надавати інформацію про те, як приймаються, документуються та вирішуються проблеми, пов'язані з підприємницькою діяльністю. Якщо показники ESG відсутні для будь-якої із згаданих сфер, організація повинна визначити, коли вони будуть розроблені.

Організаціям, які звітують, вкрай важливо зосередитися на розкритті соціальної інформації, щоб ефективно виявляти та розглядати як ризики, так і можливості в цих сферах. Деякі з цих областей включають: колективні переговори, індикатори різноманітності, заробітну плату, соціальний захист, умов для осіб з обмеженими можливостями. Для компаній стало надзвичайно важливим визнавати та розкривати ключові показники, що стосуються здоров'я та безпеки, навчання, розвитку навичок та балансу між роботою та особистим життям. Створення робочого середовища, яке надає пріоритет добробуту співробітників, має важливе значення для забезпечення довгострокової економічної стабільності. Окрім розкриття інформації про робочу силу, компанії також несуть відповідальність за розкриття деталей

щодо працівників у своєму ланцюжку створення вартості, клієнтів та стейкхолдерів.

Ініціативи ESG підкреслюють важливість підзвітності та прозорості. Компанії ЄС повинні продемонструвати не лише свою етичну діяльність та справедливе ставлення до працівників, але й свою відданість співпраці з постачальниками та продавцями, які поділяють подібні цінності, незалежно від їх глобального розташування. Ефективність стратегії ESG часто залежить від ефективного залучення зацікавлених сторін. Постачальники, продавці та клієнти повинні зрозуміти переваги перспектив розвивати та підтримувати відповідальну бізнес-модель.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464

Олійник Анатолій Юхимович,
к.ю.н., професор,
професор кафедри приватного та публічного права
Інституту права та сучасних технологій (м. Київ)
Подгорна Олена Олександрівна,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.
Київський національний університет технологій та дизайну (м. Київ)

ФОРМА ПРАВЛІННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ: 1996-2022 р.

Як незалежна держава, Україна на мапі світу існує лише із 1991 року. Починаючи з часів розпаду Київської Русі вона бориться за право мати свою