

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
Навчально-науковий інститут
менеджменту, економіки та фінансів

Кафедра менеджменту

Такуєва Анастасія Валеріївна

Кваліфікаційна робота

на тему: **« Формування соціальної відповідальності
бізнесу у ринкових умовах господарювання »
(на прикладі ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» магазин «Продукти-762»)**

Група ТУбц-8-21-Б₁М(4,6здс)

Спеціальність: 073 Менеджмент

Спеціалізація: Економіка та управління бізнесом

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

*Дипломна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів, текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело*

Науковий керівник

Кандидат

економічних наук, доцент

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту в ЕК

Завідувач кафедри

Д.є.н., професор

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Д.С. Співак

(прізвище та ініціали)

(підпис)

В.В. Гошовська

(прізвище та ініціали)

(підпис)

І.І. Каліна

(прізвище та ініціали)

Київ 2026 р.

**Особистий календарний план виконання дипломної
(бакалаврської) роботи**

№ з/п	Вид роботи	Термін виконання
1.	Вибір теми. З'ясування стану вивчення проблеми в літературі. Складання бібліографії	01.08-10.08.2025
2.	Визначення актуальності проблеми, предмета та об'єкта, гіпотез та завдань дослідження	11.08-20.08.2025
3.	Складання розгорнутого плану роботи	21.08-01.09.2025
4.	Написання теоретичної частини (перший варіант)	01.09-15.09.2025
5.	Підбір методик і складання схеми дослідження	16.09-10.10.2025
6.	Проведення власне досліджень	11.10-31.10.2025
7.	Опрацювання отриманих результатів	01.11-20.11.2025
8.	Уточнення мети, завдань та обґрунтування концепції роботи	21.11-01.12.2025
9.	Підготовка тексту роботи	02.12-15.12.2025
10.	Написання вступу та висновків	16.12-28.12.2025
11.	Оформлення роботи	01.01.-10.01.2026
12.	Підготовка до захисту	11.01-20.01.2026
13.	Подання роботи на рецензію	21.01.-31.01.2026
14.	Подання роботи з відгуком наукового керівника та рецензією на кафедрі	01.02-07.02.2026
15.	Захист	02.03.-15.03.2026

АНОТАЦІЯ

Такуєва А.В. «Формування соціальної відповідальності бізнесу у ринкових умовах господарювання» — Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеню «Бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент» у галузі знань 07 – Управління та адміністрування. — ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» Навчально-науковий інститут менеджменту, економіки та фінансів.

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі досліджено сутність, принципи, рівні, роль, структуру соціальної відповідальності бізнесу та правові основи впровадження та контролю за даним процесом.

Досліджені економічні види діяльності ТОВ «АТБ-маркет», структура його власності, цілі, завдання. Проведений аналіз активів, пасивів підприємства, основних показників господарсько-фінансової діяльності, ролі досліджуваного підприємства на ринку реалізації продуктів харчування, рівня його конкурентоспроможності.

Оцінені підходи до формування соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» перед персоналом, щодо збереження довкілля, участі у вирішенні соціальних проблем громадянського суспільства. Досліджені особливості проявів соціальної відповідальності бізнесу в період пандемії коронавірусу та повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Визначені проблеми формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні, досліджені особливості зарубіжних моделей бізнесу та перспективи їх застосування на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: суб'єкт бізнесу, соціальна відповідальність, соціальні проекти, благодійність, спонсорство, персонал, розвиток персоналу, мотивація, гарантії, компенсації, безпека праці.

ANNOTATION

Takueva A.V. «Formation of business social responsibility in market economic conditions» — Qualification work on the rights of a manuscript.

Qualification work for obtaining an educational degree «Bachelor» in the specialty 073 «Management» in the field of knowledge 07 — Management and administration. — PrJSC "Interregional Academy of Personnel Management" Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Finance.

The qualification (bachelor's) thesis examines the essence, principles, levels, role, structure of business social responsibility and the legal basis for the implementation and control of this process.

The economic activities of LLC "ATB-Market", its ownership structure, goals, and objectives are studied. An analysis of the assets, liabilities of the enterprise, the main indicators of economic and financial activity, the role of the studied enterprise in the food sales market, and the level of its competitiveness were conducted.

The approaches to forming the social responsibility of LLC "ATB-market" towards its personnel, regarding environmental protection, and participation in solving social problems of civil society were evaluated. The features of the manifestations of business social responsibility during the coronavirus pandemic and Russia's full-scale invasion of Ukraine were studied.

The problems of forming social responsibility of business in Ukraine are identified, the features of foreign business models and the prospects for their application at domestic enterprises are investigated.

Keywords: business entity, social responsibility, social projects, charity, sponsorship, personnel, personnel development, motivation, guarantees, compensation, occupational safety.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ	10
1.1. Сутність, принципи, рівні, роль соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу	10
1.2. Структура соціальної відповідальності бізнесу	20
1.3. Правові основи впровадження та контролю соціальної відповідальності бізнесу	23
РОЗДІЛ 2 ПРАКТИКА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	30
2.1. Загальна характеристика господарської діяльності підприємства	30
2.2. Оцінка соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» перед працівниками	45
2.3. Соціальна відповідальність організації щодо зовнішніх об'єктів	52
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ - МАРКЕТ»	63
3.1. Проблеми формування соціальної відповідальності досліджуваного підприємства	63
3.2. Зарубіжний досвід формування соціальної відповідальності бізнесу	67
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

Актуальність теми. Економіка розвинених країн світу є соціально орієнтованою, спрямованою на досягнення соціальної справедливості в суспільстві в результаті ефективного поєднання ринкових та державних методів регулювання.

Соціальна відповідальність – це показник, який характеризує рівень зрілості суспільства, тому що метою її формування є створення умов для урівноваження задоволення інтересів суб'єктів господарювання, держави та суспільства.

В ринковій економіці важливе значення має господарська діяльність суб'єктів бізнесу, тому що отримання прибутку підприємствами та організаціями дає можливість сформувати фонди для фінансування соціальних проектів, здійснення спонсорської та благодійної діяльності.

Ефективна діяльність суб'єктів бізнесу забезпечується належно організованою маркетинговою діяльністю, яку вважають філософією сучасного бізнесу, оскільки її центральним завданням є всебічне задоволення потреб споживачів: як окремих індивідів так і суспільства загалом.

Функціонування в умовах ринку вимагає від суб'єктів бізнесу вибору економічної стратегії, яка передбачає врахування інтересів суб'єктів господарювання, суспільства та гармонізація життєдіяльності економік різних країн в глобальному середовищі.

Формування соціальної відповідальності бізнесу проявляється через забезпечення належних умов праці персоналу, який зайнятий вирішенням стратегічних і тактичних завдань підприємства, виділення коштів на регулярну підтримку працівників та їх сімей, захист прав споживачів, всестороння підтримка місцевих громад, проведення благодійних заходів.

Соціальна відповідальність сучасного бізнесу – це прийняття активної участі у підтримці освіти, медицини, культури, виділенні коштів на підтримку Збройних сил України, які ведуть військовий супротив російській агресії, захищають територію нашої країни від ворога.

В Україні соціальна відповідальність бізнесу перебуває на початкових етапах свого формування, тому важливим є активізація запровадження правил застосування соціальної відповідальності в житті українського суспільства, діяльності його інституцій, що призведе до формування позитивного іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання на міжнародних ринках. Найбільш характерною рисою соціальної відповідальності суб'єктів українського бізнесу є благодійність та спонсорство.

Проблема соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу була та залишається і тепер об'єктом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних учених-економістів. Серед відомих зарубіжних дослідників даної проблематики є П. Друкер, Ф. Котлер, Р. Оуен, М. Портер та інші.

Значний вклад у дослідження проблеми соціальної відповідальності бізнесу внесли такі вітчизняні вчені-економісти як І. Акімова [1], Р. Білик [6], О. Будько [9], А. Варвус [13], Ж. Гарбар [15], О. Гирик [16], М. Горинь [18], О. Григор'єва [22], О. Грішнова [23], М. Дейч [25], О. Денис [26], О. Дячун [28], О. Коваль [37], А. Колот [40], І. Мосійчук [56], О. Олійник [61], О. Охріменко [63], М. Пушкар [83], М. Саприкіна [86], Н. Сіренко [88], Р. Щокін [99] та інші.

Дослідники проблем соціальної відповідальності дійшли висновку, що у господарській діяльності вітчизняних та зарубіжних підприємств для забезпечення конкурентоспроможності та досягненні високої прибутковості все більше значення мають не лише економічні чинники а й неекономічні показники: соціальний захист працівників, запровадження механізмів контролю якості, екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій. Вчені-економісти вважають, що соціальна відповідальність бізнесу має стати його концепцією, яка забезпечить успішний розвиток в майбутньому.

Незважаючи на численні дослідження, проблема соціальної відповідальності потребує більш глибокого вивчення як на рівні окремого суб'єкта господарювання так і на рівні держави загалом.

Важливе значення має дослідження формування соціальної відповідальності бізнесу через розвиток соціального партнерства як ефективного напрямку створення системи соціальної відповідальності у суспільстві.

Метою кваліфікаційної (бакалаврської) роботи є оцінка процесу формування соціальної відповідальності бізнесу у ринкових умовах господарювання задля визначення проблем та пошуку шляхів підвищення ефективності даного процесу.

Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній (бакалаврській) роботі вирішуються наступні **завдання**:

- досліджується сутність, принципи, рівні, роль соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу;
- вивчається структура соціальної відповідальності бізнесу;
- аналізуються підходи до управління корпоративною соціальною відповідальністю;
- аналізуються організаційно-економічні показники діяльності товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «АТБ-маркет»;
- проводиться діагностика підходів до управління корпоративною соціальною відповідальністю ТОВ «АТБ-маркет»;
- визначаються проблеми організації управління соціальною відповідальністю вітчизняних підприємств;
- досліджується зарубіжний досвід формування соціальної відповідальності бізнесу;
- здійснюється пошук шляхів вдосконалення управління корпоративною соціальною відповідальністю вітчизняних підприємств.

Об'єктом дослідження в даній кваліфікаційній (бакалаврській) роботі виступає підприємство – Товариство з обмеженою діяльністю «АТБ-маркет».

Предметом дослідження кваліфікаційної (бакалаврської) роботи є теоретичні та практичні основи підходів до управління процесом формування соціальної відповідальності бізнесу.

Під час дослідження підходів до управління соціальною відповідальністю бізнесу застосовувалися загальнонаукові та специфічні методи: системний підхід, спостереження, синтез, методи індукції та дедукції – для розкриття теоретико-методичних основ управління соціальною відповідальністю бізнесу; економіко-статистичні методи (групування, порівняння, відносні величини, величини структури) – для аналізу економічних показників, що характеризують господарську діяльність підприємства, його систему управління; економічний аналіз, синтез, порівняння – для обґрунтування рекомендацій щодо удосконалення підходів до управління корпоративною соціальною відповідальністю; графічний, табличний методи – для наочності результатів дослідження.

Інформаційною базою дослідження в кваліфікаційній (бакалаврській) роботі стали праці зарубіжних та вітчизняних вчених, які вивчали проблеми управління соціальною відповідальністю бізнесу, монографії, наукові статті по темі дослідження, практичні матеріали Товариства з обмеженою відповідальністю «АТБ-маркет».

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна полягає в формуванні теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо управління соціальною відповідальністю бізнесу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій щодо удосконалення управління соціальною відповідальністю Товариства з обмеженою відповідальністю «АТБ-маркет».

Структура роботи. Кваліфікаційна (бакалаврська) робота складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків.

Загальний обсяг роботи становить 91 сторінку.

Список використаних джерел складається з 100 літературних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ

1.1. Сутність, принципи, рівні, роль соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу

Ринкова економіка створює умови для розвитку бізнесу – особливого засобу функціонування підприємства.

Під суб'єктами господарювання розуміють учасників господарських відносин, які зайняті проведенням господарської діяльності, набувають господарських прав і обов'язків, мають власне відокремлене майно, несуть відповідальність виконання своїх зобов'язань у межах цього майна, крім випадків, які визначені в законодавчому порядку.

Бізнес – діяльність, яку здійснюють фізичні особи-підприємці, юридичні особи – суб'єкти господарювання щодо використання природних благ, виробництва, придбання та продажу товарів чи надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші для взаємної вигоди зацікавлених сторін [27, с. 12].

Вигодою суб'єктів бізнесу є отримання прибутку, який утворюється в результаті задоволення потреб споживачів, які забезпечують суб'єкту господарювання дохід від реалізації товару.

В умовах конкурентної боротьби головною умовою успішного ведення бізнесу є продумані кроки щодо реалізації маркетингових зусиль на ринку, тому що в ринкових умовах господарювання маркетинг вважається філософією ведення бізнесу, одним із принципів якої є соціальна відповідальність перед суспільством [17, 40].

Поняття соціальної відповідальності є складним та багатограним, зачіпає інтереси суб'єктів бізнесу, споживачів, держави.

Термін «соціальна відповідальність» характеризує стосунки між бізнесом та його соціальним оточенням, які на думку вітчизняних дослідників таких як Пушкар М., Голінач Л. можна по справжньому зрозуміти лише на філософському, соціологічному і психологічному рівнях пізнання [83].

Соціальна відповідальність формується під впливом законів етики [83, 99]:

- закон мотивації – форма закону причинності, де причинність є формою, що пройшла через пізнання;
- закон зобов'язань – уява про моральні цінності людських вчинків;
- закон розумної поведінки – людина розуміє зв'язок речей, сприйняття причинних відношень відбувається на основі інтелекту, розумна людина керується у своїх діях поняттями і думками, що й визначає розумну поведінку;
- закон свободи і необхідності – свобода із зовні визначається мотивами, а із середини для забезпечення конкурентоспроможності та досягненні високої прибутковості характером людини, а тому все, що вона робить, є необхідним.

Усвідомлення дотримання вимог сутності законів етики та прояв відповідальності характерним є для бізнесу, оскільки бізнес-процеси відбуваються у соціальному середовищі, зусилля суб'єктів бізнесу спрямовані на задоволення потреб суспільства.

Розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу формувалося одночасно із його розвитком, в результаті якого суб'єкти бізнесу прийшли до розуміння, що досягнення їхньої економічної мети – отримання прибутку не можливо без [40, 41]:

- вирішення цілей персоналу – найнятих працівників, які зайняті виробництвом товарів та послуг;
- задоволення потреб споживачів, які прагнуть придбати якісний товар за прийнятними цінами, хочуть жити в середовищі, яке не шкодить їхньому здоров'ю;
- вирішенню цілей держави – щодо наповнення державної казни податками, які використовуються для задоволення суспільних потреб.

Щодо трактування сутності соціальної відповідальності бізнесу сформувалися різноманітні думки дослідників (табл.1.1).

Таблиця 1.1.

Трактування сутності поняття «соціальна відповідальність» бізнесу

Дослідник	Трактування поняття
Акімова І., Марцінків А., Осінкіна О. [1]	Соціальна відповідальність визначається як обов'язок компанії контролювати вплив своїх рішень і дій на суспільство і довкілля.
Білик Р., Вєрвус А. [6]	Соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, за якою компанії враховують інтереси суспільства, приймаючи відповідальність за вплив своєї діяльності на клієнтів, співробітників, акціонерів, громади та навколишнє середовище в усіх сферах своєї діяльності.
Будько О., Брежнєва-Єрмоленко О. [10]	Соціальна відповідальність – це направлена на сталий розвиток активна соціальна позиція суб'єкту підприємництва по сумлінному виконанню нормативно-правових актів, стандартів й угод у рамках соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань із задоволення економічних і соціальних потреб, внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб і суспільства у цілому.
Гусєва О., Воскобоева О., Хлевицька Т. [24]	Соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, пов'язаний напряду з основною діяльністю компанії й вихідний за рамки певного законом мінімуму.
Охріменко О., Іванова Т. [63]	Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.
Саприкіна М., Ляшенко О., Саєнсус М., Місько Г., Зінченко А. [86]	Соціальна відповідальність бізнесу передбачає підтримку балансу всіх заінтересованих сторін: працівників, акціонерів, партнерів, інвесторів, місцевих громад, а в цілому – балансу економічної ефективності та соціальної результативності діяльності компаній.

Джерело: Розроблено автором

Таким чином, з трактування сутності соціальної відповідальності вченими-дослідниками бачимо, що її сутність трактують як добровільний прояв позиції суб'єкта бізнесу щодо вирішення суспільних проблем так і обов'язок контролювати наслідки своїх управлінських рішень щодо впливу на суспільство та довкілля.

Вважаємо, цікавим та містким трактування сутності корпоративної соціальної відповідальності американськими економістом та маркетингологом Філіпом Котлером як «вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту місцевої громади за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів» [49].

У «Зеленій книзі з корпоративної соціальної відповідальності» Європейського Союзу зазначається, що соціальна відповідальність бізнесу є інструментом, який формує перелік цінностей, на основі яких можна побудувати більш згуртоване суспільство і здійснити перехід до сталої економічної системи [31].

На думку дослідників, корпоративна соціальна відповідальність може бути описана з позиції теорії стейкхолдерів, інституційної та управлінської парадигм і представлена [15, 51]:

1. Формальними нормами соціальної відповідальності:

- вищого рівня – норми чинного законодавства, які визначають обов’язкову частину соціальної відповідальності;
- середнього рівня – статут, внутрішньо корпоративні кодекси, положення, колективний договір;
- низового рівня – індивідуальні трудові договори та контракти про найм.

2. Неформальними нормами:

- корпоративні цінності;
- традиції меценатства та філантропії, культурна спадщина;
- ментальні стереотипи.

3. Інститутами, які підтримують корпоративну соціальну відповідальність на ендогенному та екзогенному рівні.

За визначенням Європейського Союзу, соціальна відповідальність бізнесу передбачає:

- дотримання прав людини;
- дотримання вимог законодавства;
- ділова та корпоративна етика;

- захист навколишнього природного середовища;
- співпраця із зацікавленими сторонами;
- дотримання міжнародних норм поведінки;
- прозорість та підзвітність [11, 57].

Отже, соціальна відповідальність бізнесу спрямована на підтримку балансу інтересів власників, працівників підприємства та споживачів продукції, місцевих громад.

Соціальна відповідальність базується на соціальних нормах, які діють в суспільстві [25, 63]: звичаї, традиції, норми моралі, релігійні норми, етичні норми, політичні норми, корпоративні норми, норми громадських організацій, технічні норми, норми культури, норми права тощо.

Наявність соціальних норм вплинула на формування різновидів соціальної відповідальності (табл.1.2).

Таблиця 1.2.

Характеристика видів соціальної відповідальності

Вид соціальної відповідальності	Сутність виду соціальної відповідальності
Моральна	Настає внаслідок порушення традицій, звичаїв, норм культури. Проявляється через суспільний осуд.
Релігійна	Базується на релігійних нормах, вірі у Бога.
Дисциплінарна	Передбачає дотримання правил поведінки, які визначені в суспільстві.
Політична	Передбачає дотримання норм, які покладаються суспільством на політика.
Юридична	Передбачає дотримання правових норм, які визначені в законах та інших нормативних актах.
Корпоративна	Базується на визначених корпоративних правил, які прийняті в тій чи іншій організації.

Джерело: Розроблено автором [35].

Моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, корпоративна соціальні відповідальності мають пасивний характер, відображають негативну реакцію суспільства на порушення певних норм, не набувають примусової форми.

Правова соціальна відповідальність – відповідальність активного типу, її інструментом є психологічний та примусовий фізичний тиск на порушника.

Соціальна відповідальність бізнесу формується в межах концепції корпоративної соціальної відповідальності, яка передбачає особливий підхід до прийняття управлінських рішень, що базується на передбаченні впливів наслідків реалізації управлінських рішень на природне середовище та життя суспільства.

Формування соціальної відповідальності бізнесу здійснюється на основі визначених принципів, серед яких основними є [63] (табл.1.3):

Таблиця 1.3.

Принципи соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу

Принцип	Сутність принципу
Відповідальності (підзвітності)	передбачає, що підприємству варто бути підзвітним за свій вплив на суспільство, економіку та навколишнє середовище
Прозорості	означає, що підприємство має бути прозорим в своїх рішеннях та діяльності, які впливають на суспільство та навколишнє середовище, а надавана інформація –доступною, зрозумілою, своєчасною, об'єктивною
Етичної поведінки	означає, що поведінка організації має бути заснована на чесності, справедливості, добросовісності, оскільки вони передбачають турботу про людей, навколишнє середовище
Поваги до інтересів зацікавлених сторін	передбачає, що підприємство має поважати, враховувати інтереси його зацікавлених сторін та реагувати на них
Поваги до верховенства права	передбачає, що підприємству обов'язково необхідно дотримуватися верховенства закону
Поваги до міжнародних стандартів	означає, що підприємству варто дотримуватися міжнародних норм поведінки, враховуючи принцип верховенства закону
Повага до прав людини	передбачає, що підприємству варто дотримуватися прав людини та визнавати їх важливість та загальність

Джерело: Розроблено автором [87].

Вищеназвані принципи є основою для формування функцій соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу:

– етична функція, яка передбачає дотримання суб'єктом господарювання принципу етичної поведінки: проявляти чесність, прозорість у відносинах із споживачами, контрагентами, конкурентами, іншими зацікавленими сторонами, бути справедливим;

- функція дбайливого ставлення до персоналу передбачає дії спрямовані на забезпечення нормальних умов праці, надання можливостей для професійного зростання, розроблення справедливих систем мотивації;
- екологічна функція має забезпечити застосування сучасних екологічно чистих технологій, ефективне використання ресурсів тощо;
- функція взаємодії з громадою передбачає розвиток комунікацій з місцевими громадами, прийняття участі в соціальних проектах, які спрямовані на розвиток освіти, культури, підтримку здоров'я, благодійності на місцевому рівні;
- функція розвитку ринкових відносин сприяє формуванню позитивного іміджу суб'єкта господарювання;
- функція прозорості та звітності проявляється через розвиток комунікацій із суспільством, що передбачає вільний доступ до інформації про господарську діяльність суб'єкта бізнесу, результати впливу її на навколишнє середовище;
- функція сприяння інноваціям та підтримка досліджень базується на інвестуванні в наукові дослідження щодо вдосконалення товару, послуги, підходів до управлінської діяльності в процесі ведення бізнесу;
- функція створення доданої вартості передбачає зусилля на зростання прибутку, що забезпечить покращення конкурентної позиції компанії на ринку, зростання добробуту акціонерів;
- функція формування партнерських відносин спрямована на формування стійких та довготривалих стосунків із партнерами щодо вирішення спільних соціальних проблем та досягнення соціальних цілей;
- функція сприяння стійкому розвитку передбачає формування у найманих працівників, акціонерів впевненості у стабільності розвитку суб'єкта господарювання, віра в здатність вирішувати економічні та соціальні проблеми [22].

На думку дослідників Гусевої Ю., Воскобоевої О., Хлевицької Т., під системою управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу розуміють «сукупність взаємопов'язаних елементів за допомогою яких

підприємство приймає та реалізує управлінські рішення для досягнення цілей соціальної відповідальності бізнесу та сталого розвитку» [24, с.20].

Вчена-економіст Шиманська Н., вважає, що корпоративна відповідальність бізнесу – це довгострокове зобов'язання суб'єктів господарювання здійснювати свою діяльність в межах прийнятних моральних та відповідних нормативних правил [97].

Активним стержнем концепції корпоративної соціальної відповідальності є етична поведінка суб'єкта господарювання, дотримання ним законодавства, розроблення добровільних заходів, спрямованих на вирішення соціальних проблем та удосконалення соціально-економічних умов.

Соціальна відповідальність в суспільстві проявляється на декількох рівнях [88]:

1. Індивідуальний рівень – рівень окремого індивіда: найманого працівника, акціонерів, який віддзеркалює ступінь громадянської свідомості членів суспільства.
2. Груповий рівень – визначає корпоративну соціальну відповідальність.
3. Суспільний рівень передбачає соціальну відповідальність суспільства за рівень життя громадян.
4. Державний рівень – роль держави у пошуку шляхів покращення сталого соціального рівня розвитку громадян та суб'єктів бізнесу.

Проведені нами дослідження показали, що на сучасному етапі розвитку бізнесу сформувалися такі види підходів до концепції корпоративної соціальної відповідальності [10, 24, 63, 83]:

1. Підхід з позицій корпоративного егоїзму, де соціальна відповідальність бізнесу обмежується лише вирішенням економічних завдань суб'єкта господарювання: виробництво товарів і послуг, які спрямовані на задоволення потреб суспільств та забезпечують зростання прибутку акціонерів у довгостроковій перспективі; створення робочих місць та забезпечення вирішення проблеми зайнятості населення. Прихильники концепції допускають, що

максимізація прибутку може вимагати від суб'єктів господарювання несення поточних витрат на соціальні та екологічні цілі.

2. Підхід з позицій корпоративного альтруїзму. Суть даного підходу базується на тому, що суб'єкти господарювання здатні впливати на суспільство і зобов'язані відповідально використовувати ці впливи. Соціальна відповідальність суб'єктів бізнесу може проявлятися через: соціальні інвестиції, відповідальність за певні сфери, в яких держава не спроможна захистити своїх громадян.

3. Підхід з позиції соціальних вимог передбачає дослідження суб'єктами бізнесу очікувань суспільства від їхньої діяльності та намагання посилити позитивний вплив через виробництво якісних товарів та послуг за прийнятними цінами, створення сприятливих умов праці для персоналу, забезпечення належного рівня оплати праці.

4. Підхід з позиції зацікавлених сторін: працівників, покупців, акціонерів, постачальників, місцеву громаду, державу та суспільство в цілому. Соціальна відповідальність бізнесу формується відповідно до вимог зацікавлених сторін, а не загалом суспільства.

5. Підходи з позиції етики передбачають формування розуміння етичного обов'язку бізнесу перед суспільством. Підприємство несе економічну, екологічну та соціальну відповідальність перед суспільством, тим самим забезпечуючи свою життєздатність.

Таким чином, дослідження розвитку концептуальних підходів показали, що концепція соціальної відповідальності пройшла шлях від заперечення необхідності соціальної відповідальності – підхід з позицій корпоративного егоїзму, до розуміння необхідності соціальної відповідальності бізнесу – підходи з позицій соціальних вимог, з позицій зацікавлених сторін, з позицій етики.

Діяльність суб'єктів бізнесу впливає на рівень соціально-економічного розвитку країни, тому формування його соціальної відповідальності має досить важливе значення [62, 93].

На нашу думку, роль соціально-відповідального бізнесу в суспільстві вагома, оскільки діяльність суб'єктів бізнесу:

1. Має позитивний соціальний вплив на умови життя в суспільстві, умови праці найманих працівників, на покращення доступу до освіти, медичних послуг тощо.

2. Забезпечує зростання економіки через створення нових робочих місць та впровадження нововведень на підприємстві.

3. Сприяє зміцненню місцевих громад через прийняття участі у реалізації соціальних проектів.

4. Впливає на покращення стандартів бізнесу в основі яких дотримання етичних та екологічних принципів ведення бізнесу.

5. Сприяє зростанню іміджу суб'єктів господарювання, формуванню довіри споживачів до товару чи послуги.

6. Забезпечує зростання капіталовкладень у соціальні проекти.

7. Сприяє розвитку партнерських стосунків між суб'єктами господарювання, найманими працівниками, державою.

Отже, соціальна відповідальність бізнесу означає, що метою діяльності підприємства є не лише отримання прибутку та збільшення добробуту власників, а й задоволення потреб та інтересів суспільства.

Соціально-відповідальний бізнес сприяє створенню конкурентного середовища на ринку, забезпечує формування державного бюджету через сплату податків, впливає на покращення рівня доходів населення через дієву систему мотивації праці на підприємствах.

На нашу думку, спрямування на формування соціальної відповідальності відіграє важливу роль в організації функціонування підприємства, тому що результативність бізнесу зростає, що впливає на підвищення ефективності економіки країни загалом.

Сучасні умови розвитку вітчизняного бізнесу є складними, тому що війна, яку розв'язала росія проти України, вплинула не лише на зниження забезпечення бізнесу робочою силою внаслідок мобілізації персоналу та міграції за кордон, але й змусила бізнес провести релокацію підприємств через зростання ризиків продовження ведення господарської діяльності в зоні бойових дій.

Проведені дослідження Національним інститутом стратегічних досліджень показали, що саме принципи корпоративної соціальної відповідальності допомогли вітчизняним суб'єктам бізнесу протистояти викликам війни [36]. Український бізнес зумів продовжити роботу підприємств в складних воєнних умовах, надав допомогу не лише своїм працівникам але й місцевим громадам, перелаштував виробничі потужності на виробництво продукції для потреб Збройних сил України.

На думку дослідників, сучасний вітчизняний бізнес згуртувався навколо мети – перемогти ворога [100]. Репутаційними викликами для бізнесу України є здатність підтримати працівників у складних умовах проживання на території країни та сприянні забезпеченню Збройних сил України необхідними ресурсами, допомозі внутрішньо-переміщеним особам.

1.2. Структура соціальної відповідальності бізнесу

Науковці Охріменко О., Іванова Т. вважають, що соціальна відповідальність підприємства має два критерії [63, 95]:

- суб'єктивний, який визначає соціально та морально-психологічні якості особи як суспільної істоти, як продукту суспільного виховання;
- об'єктивний, що характеризує об'єктивну зумовленість діяльного суб'єкта зовнішніми соціальними вимогами, тобто, його залучення до соціальних зв'язків та взаємовідносин.

Дослідимо сутність суб'єктів соціальної відповідальності, яка формується в процесі бізнес-діяльності.

Суб'єктами соціальної відповідальності бізнесу є: держава, суб'єкти бізнесу, наймані працівники, споживачі, партнери, громадські організації, місцеві громади [62].

На думку вчених Білої І., Шевченка О. основними суб'єктами соціальної відповідальності в суспільстві є держава та бізнес [5]. Соціальна відповідальність

бізнесу може сформуватися лише у соціальній державі, яка «визнає людину найвищою соціальною цінністю та політика якої спрямована на створення умов, що забезпечують гідне життя та вільний розвиток людини..., де органи державної влади та держава загалом беруть на себе більшу відповідальність, аніж покладають на громадян» [5, с.11].

Дослідники вважають, що соціальна відповідальність держави проявляється через обов'язок [16,18]: встановлення чітких та зрозумілих для бізнесу правил ведення господарської діяльності, які визначаються правовими актами; додержання і реалізацію щодо бізнесу державних соціальних гарантій та стандартів.

Особливістю суб'єктів бізнесу в процесі формування соціальної відповідальності визначається тим, що власникам бізнесу та менеджерам мають бути притаманні соціальні та морально-психологічні якості, які дають можливість зрозуміти необхідність добровільної діяльності підприємств, щодо дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; поліпшення результативності бізнесу в довгостроковому періоді [45].

Наймані працівники впливають на власників бізнесу щодо досягнення цілей формування соціальної відповідальності через вимоги до роботодавців щодо створення ефективної системи мотивації праці, безпечних умов для реалізації цілей трудової діяльності, можливостей професійного зростання та навчання [50].

Споживачі товарів та послуг стимулюють суб'єктів бізнесу проявляти соціальну відповідальність через споживчий вибір товарів та послуг тих підприємств, які застосовують сучасні технології, що передбачають зниження шкідливих впливів на довкілля, проявляють активну участь в житті суспільства, у вирішенні соціальних проблем.

Партнери суб'єктів бізнесу впливають на формування їхньої соціальної відповідальності через очікування від них дотримання норм підприємницької етики, домовленостей, створення чесних та взаємовигідних відносин, які зорієнтовані на довгострокову перспективу.

Громадські організації в процесі формування соціальної відповідальності бізнесу є виразниками інтересів суспільства, проводять діяльність щодо контролю бізнесу за дотриманням соціальних стандартів

Місцеві громади впливають на процес формування соціальної відповідальності бізнесу через прояв очікувань щодо створення нових робочих місць, зменшення негативного впливу на довкілля, участі в проектах, які спрямовані на розвиток місцевих громад через підтримку освіти, культури, охорони здоров'я.

Об'єкти соціальної відповідальності бізнесу умовно можна розділити на внутрішні та зовнішні (рис.1.1).

Об'єкти соціальної відповідальності бізнесу		
Внутрішні об'єкти	Внутрішнє середовище організації	Професійний розвиток персоналу. Навчання персоналу. Соціальна захищеність персоналу. Створення належних та безпечних умов праці. Ефективна система мотивації праці. Формування сприятливого психологічного клімату в колективі. Делегування повноважень. Демократичний підхід до управління тощо.
Зовнішні об'єкти	Етичні стандарти. Прозорість діяльності. Екологія. Споживачі. Місцеві громади.	Дотримання вимог законодавства. Своєчасна сплата податків. Добросовісна конкуренція. Інформаційна прозорість. Дотримання вимог вітчизняних та міжнародних стандартів якості. Дотримання вимог захисту довкілля. Участь в реалізації соціальних програм місцевих громад.

Рис. 1.1. Об'єкти соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: Розроблено автором [61,68,89].

Дослідник проблем формування соціальної відповідальності бізнесу Момот С. виокремлює її складові, які характеризують об'єкти впливу бізнесу в процесі формування соціальної відповідальності [55]:

1. Вибір та дотримання суб'єктом господарювання підходу в центрі якого перебуває людина – працівник, для якого мають бути створені необхідні умови праці.
2. Відповідальність перед суспільством за виробництво достатньої кількості продукції з високим рівнем якості відповідно до потреб споживачів.
3. Соціальний розвиток території розташування підприємств суб'єкта бізнесу, мінімізація наслідків шкідливого впливу на довкілля.
4. Захист та розвиток культурних цінностей і природного середовища, спрямування інвестицій в розвиток науки.

Таким чином, дослідження показують, що соціальна відповідальність бізнесу спрямована на гармонійне задоволення інтересів усіх суб'єктів в суспільстві.

1.3. Правові основи впровадження та контролю соціальної відповідальності бізнесу

Сучасне соціально-орієнтоване ринкове середовище вимагає від бізнесу прояву соціальної відповідальності.

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку, бізнес змушений самостійно і добровільно брати на себе зобов'язання щодо вирішення соціальних проблем суспільства.

Важливість формування соціальної корпоративної відповідальності потребує розробки нормативно-правового забезпечення, оскільки в суспільстві виникає проблема узгодженості інтересів бізнесу, держави та громадянського суспільства.

На сьогоднішньому етапі розвитку корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних суб'єктів бізнесу всі аспекти даного процесу не узагальнені в окремому законі. Однак існують нормативні акти, які регулюють різні сторони соціальної відповідальності бізнесу, що стосуються умов роботи найманих працівників, охорони праці, захисту прав споживачів, захисту навколишнього середовища тощо.

Господарська діяльність суб'єктів вітчизняного бізнесу в сфері соціальної відповідальності має відповідати міжнародним та національним стандартам, які формуються на таких рівнях [9, 97]:

- 1) міжнародний рівень: міжнародні документи (стандарти), які регулюють корпоративну соціальну відповідальність;
- 2) національний рівень: документи, розроблені на рівні держави, що відповідають міжнародним стандартам;
- 3) регіональний (галузевий) рівень: документи, які враховують особливості діяльності в окремому регіоні або галузі;
- 4) внутрішньо корпоративний рівень: документи, які регламентують формування корпоративної соціальної відповідальності в окремій організації.

Нормативно-правова база, що регулює формування корпоративної соціальної відповідальності на міжнародному рівні спрямована на дотримання прав людини, вимог щодо захисту навколишнього середовища, охорони праці на підприємствах, економічної безпеки тощо.

Нормативно-правову базу, що регулює корпоративну соціальну відповідальність на міжнародному рівні формують такі правові акти [9, 53]:

1. Загальна Декларація прав людини ООН – спрямована на захист прав людини.
2. Декларація Міжнародної організації праці – визначає основні принципи та права у сфері праці.
3. Декларація щодо навколишнього середовища й розвитку – визначає принципи політики захисту навколишнього середовища.

4. Глобальний договір ООН – визначає, що головною метою формування соціальної відповідальності є визначення та дотримання загальних цінностей щодо захисту прав людини, стандартів праці, захисту довкілля.

5. Кодекс етики Європейської Бізнес Асоціації – визначає основи формування етичних взаємовідносин у бізнесі.

6. Міжнародний стандарт серії ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності бізнесу» – окреслює принципи і рекомендації щодо формування соціальної відповідальності бізнесу.

7. «Керівництво для мультинаціональних підприємств» Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) – визначає добровільні принципи та стандарти щодо відповідальної поведінки в сферах: працевлаштування працівників, промислових відносин, прав людини, впливу на стан навколишнього середовища, доступу до інформації, боротьби з корупцією, рівня задоволення інтересів споживачів, дотримання принципів чесної конкуренції, своєчасної сплати податків.

8. Хартія гідної корпоративної поведінки Кейданрен сформована у 1946 р. у Японії – визначає, що метою корпорацій має бути не лише отримання прибутку а й принесення користі суспільству.

9. Стандарт екологічного менеджменту і аудиту (EMAS).

10. Міжнародний стандарт системи менеджменту гігієни і безпеки праці 18 001 (OHSAS).

11. Кіотський протокол – міжнародна угода про обмеження викидів в атмосферу парникових газів; метою є стабілізація рівня концентрації парникових газів в атмосфері, що не допускає загрози кліматичній системі планети.

12. Стандарт GRI (GlobalReportingInitiative)) – документ, який визначає вимоги до складання звітності щодо дотримання соціальної відповідальності бізнесу.

13. ISO 9000 – група стандартів, які є основою для удосконалення системи менеджменту суб'єктів бізнесу.

14. ISO 14000 – міжнародний стандарт, який містить вимоги до системи екологічного управління, за якими здійснюється сертифікація;

15. Стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність» – сприяє поліпшенню умов наймання й здійснення трудової діяльності.

16. Міжнародний стандарт інтегрованої звітності (ПЕР) – інтегрований звіт в якому суб'єкти бізнесу показують як їхня стратегія, підходи до управління, врахування інтересів суспільства щодо захисту навколишнього середовища спрямовані на створення вартості в довготривалій перспективі.

17. Стандарти «Саншайн» – звітність, яка надає інформацію про продукцію чи послуги фірми, фінансові показники, кількість створених робочих місць, вплив на зовнішнє середовище, штрафи.

З врахуванням вимог нормативних документів міжнародного рівня, розроблені національно-правові основи формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні, до яких належить:

1. Конституція України – основний закон, який визначає права людини щодо праці, охорони здоров'я, збереження навколишнього середовища тощо [44].

2. Законодавчі акти, які визначають норми корпоративної соціальної відповідальності за різними сферами функціонування суб'єктів бізнесу:

– щодо захисту прав працівників, формування принципів корпоративного управління: Цивільний кодекс [95], Податковий кодекс [67], Кодекс Законів про працю [38], Закон України «Про відпустки» [71], Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [75] тощо.

– щодо захисту навколишнього середовища: Земельний кодекс [32], Повітряний кодекс [66], Про охорону навколишнього природного середовища [80] тощо.

– щодо застосування принципів добросовісної конкуренції: Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [76] та ін.

– щодо захисту прав споживачів: Закон України «Про захист прав споживачів» [77] та ін.

– щодо соціальної політики стосовно суспільства: Закон України «Про соціальний діалог в Україні» [81], Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» [70], Закон України «Про гуманітарну допомогу» [72] та ін.

3. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року – обґрунтовує основні стратегії та принципи соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

Важливе значення в регулюванні корпоративної соціальної відповідальності мають нормативні акти регіонального рівня, які приймаються місцевими органами влади та враховують особливості функціонування суб'єктів бізнесу на регіональному рівні. Так Білоцерківською міською радою прийняті рішення, які суб'єкти бізнесу, що діють на території громади зобов'язані виконувати. Прикладом таких нормативних актів є:

1. Рішення Білоцерківської міської ради від 28 грудня 2023 року №5009-49-VIII «Про затвердження Програми охорони довкілля в Білоцерківській міській територіальній громаді на 2024-2026 роки».

2. Програма по забезпеченню безперешкодного доступу осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення до об'єктів соціальної та інженерно-транспортної інфраструктури на території Білоцерківської міської територіальної громади на 2025-2027 роки затвердженої рішенням Білоцерківської міської ради від 26 вересня 2024 року № 6270-61-VIII.

3. Рішення Білоцерківської міської ради від 28 грудня 2022 року № 3401-36-VIII «Про затвердження Цільової програми захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій техногенного, природного, соціального та воєнного характеру Білоцерківської міської територіальної громади на 2023-2025 роки» тощо.

4. Рішення Білоцерківської міської Ради № 123-08-VII від 24 березня 2016 р. «Про затвердження Стратегії розвитку міста Біла Церква на період до 2025 року»

Внутрішньо-корпоративний рівень регулювання проявляється через регламентацію соціальної відповідальності бізнесу на рівні окремого підприємства чи організації на основі нормативних актів, які діють в межах окремого підприємства але не повинні суперечити національному та міжнародному законодавству.

Прикладом нормативного акту такого типу є Кодекс корпоративної етики, який визначає місію бізнесу організації, її кредо, основні цілі, морально-етичні принципи та цінності, стратегії підприємства. Структура кодексу формується кожною організацією самостійно з врахуванням особливостей господарської діяльності.

Типова структура Кодексу соціальної відповідальності включає наступні розділи:

- 1) кредо, місія, цілі, принципи;
- 2) структура управління корпоративною соціальною відповідальністю;
- 3) принципи взаємодії із зацікавленими сторонами: акціонерами, персоналом, партнерами, споживачами, місцевою громадою тощо
- 4) принципи відповідальної підприємницької практики;
- 5) корпоративна соціальна відповідальність з охорони довкілля;
- 6) принципи благодійної діяльності;
- 7) моніторинг та оцінка корпоративної соціальної відповідальності.

Таким чином, з проведеного дослідження можемо зробити висновок, що потреба в корпоративній соціальній відповідальності виникла в результаті негативної реакції суспільства на зростання бажання суб'єктів бізнес-діяльності отримувати все більші прибутки.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу формується з врахуванням вимог нормативно-правової бази як міжнародного так і національного та регіонального рівнів.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні розвивається, її регулювання вдосконалюється через внесення змін в законодавчі акти та застосування міжнародних стандартів.

На думку дослідників Інституту стратегічних досліджень, в умовах повномасштабної війни виникає потреба доповнити Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, яка була ухвалена до початку війни, тому її положення не акцентуються на благодійності, волонтерстві, фандрейзинговій діяльності [45].

Втілення в життя принципів корпоративної соціальної відповідальності для вітчизняних підприємств стало умовою збереження їхньої репутації та зростання конкурентоспроможності, перспектив виходу на міжнародні ринки.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИКА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»

2.1. Загальна характеристика господарської діяльності підприємства

В конкурентному вітчизняному середовищі найбільшою роздрібною торгівельною мережею є мережа сформована Товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «АТБ-маркет».

ТОВ «АТБ – маркет» є структурним елементом корпорації «АТБ».

Роздрібна торгівельна мережа «АТБ - маркет» в Україні характеризується динамічним розвитком (рис. 2.1.).



Джерело: [2].

Рис. 2.1. Динаміка розвитку роздрібної мережі ТОВ «АТБ-маркет» за 1993-2023 роки

З аналізу даних рис. 2.1. бачимо, що у 1993 р. чисельність роздрібних торговельних підприємств ТОВ «АТБ-маркет» становила 6 одиниць, які були

розташовані у місті Дніпро. За тридцятирічну історію досліджуваної організації її роздрібна мережа розрослася до загальнонаціональних масштабів.

На 31 грудня 2022 року дана мережа була представлена у 24 областях України.

З аналізу даних таблиці 2.1. бачимо, щорічну зміну роздрібної торгівельної мережі ТОВ «АТБ-маркет». Найвищого рівня показник чисельності супермаркетів досліджуваної торгівельної мережі досягнув на початок 2022 року – 1346 одиниць [84].

Таблиця 2.1.

Зміна чисельності супермаркетів ТОВ «АТБ-маркет» за 1993-2023 роки

Рік	Чисельність супермаркетів, одиниць	Зміна (+, -)	
		Одиниці	%
1993	6	-	-
1998	30	+24	+400
2007	215	+185	+616,7
2013	620	+405	+188,4
2018	990	+370	+59,7
2019	1077	+87	+8,8
2020	1074	-3	-0,2
2021	1196	+122	+11,4
2022	1346	+150	+12,5
2023	1187	-159	-11,8

Джерело: [2].

Військова агресія росії проти України спричинила зниження темпів розвитку роздрібної торгівельної мережі ТОВ «АТБ-маркет». З даних табл. 2.1. бачимо, що найбільше зростання роздрібна торгівельна мережа досліджуваної організації мала у 2007-2018 роках. В процесі війни України з росією, роздрібна торгівельна мережа ТОВ «АТБ-маркет» частково була розграбована та зруйнована: у 2014 році компанія втратила 152 супермаркети, оптові розподільчі центри, отримала більше 7 млрд. збитків [2, 4].

До 2014 року роздрібна мережа ТОВ «АТБ-маркет» в основному розвивалася в Криму та в східній частині України, після 2014 року було прийняте рішення щодо відкриття торгівельних точок по всій території України.

На кінець 2018 року лише в столиці України – місті Київ, було введено в роботу 152 супермаркети, побудовані нові розподільчі центри [2, 4].

Таким чином, можемо зробити висновок, що позитивною характеристикою внутрішнього середовища ТОВ «АТБ-маркет» є здатність менеджменту ефективно планувати тактичні дії організації, що дало можливість їй протистояти труднощам, відновити бізнес на звільнених від ворога територіях України у 2022 році та продовжити реалізацію плану щодо розвитку торгівельної мережі.

Військовий час наклав відбиток на організацію роботи роздрібно торгівельної мережі ТОВ «АТБ-маркет», яка перейшла на особливий режим роботи: у мирний час роздрібна торгівельна мережа досліджуваної організації в більшості населених пунктах працювала цілодобово, проте введення комендатської години визначило режим роботи з 8 години до 22 години, що негативно вплинуло на розмір щоденної виручки.

Організація «АТБ-маркет» зареєстрована в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України як Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) відповідно до норм Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [82] та Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» [73].

ТОВ «АТБ-маркет» зареєстроване за юридичною адресою: місто Дніпро, проспект Олександра Поля, будинок 40, код ЄДРПОУ 30487219 (додаток А).

ТОВ «АТБ-маркет» входить до складу корпорації «АТБ» (рис. 2.2).



Джерело: [2, 78].

Рис. 2.2. Структурні підрозділи корпорації «АТБ»

ТОВ «АТБ-маркет» в корпорації «АТБ» має такі характеристики:

- є лідером українського ринку роздрібної торгівлі за товарообігом, кількістю магазинів і податковими виплатами;
- має понад 1220 магазинів у 24 областях України;
- три млн українців щоденно здійснюють покупки в магазинах «АТБ»;
- має понад 40 тисяч співробітників [2].

Підприємствами - партнерами ТОВ «АТБ-маркет» є:

1. Будівельний інжиніринг «РІТЕЙЛ-ДЕВЕЛОПМЕНТ», який має потужності щодо будівництва та реконструкції більше шестидесяти об'єктів за рік.

2. Транспортна логістика «ТРАНС-ЛОГІСТИК», яка має парк транспортних засобів понад сімсот одиниць та загальним пробігом сім мільйонів кілометрів.

3. Складська логістика «ЛОГІСТИК-ЮНІОН» з наявністю складів загальної площі 177 097 м² та вантажообігом понад 6 568 т/добу [34].

М'ясна фабрика «ФАВОРИТ ПЛЮС» в корпорації «АТБ» виконує роль постачальника роздрібної торгівельної мережі «АТБ» мясоковбасними виробами. На підприємстві «ФАВОРИТ ПЛЮС» працює 1200 співробітників, які виробляють за добу понад 180 тонн продукції, 140 асортиментних позицій.

Кондитерська фабрика «КВІТЕНЬ» є основним постачальником кондитерської продукції в роздрібну торгівельну мережу ТОВ «АТБ-маркет». На даному підприємстві працює 1615 працівників. Виробнича потужність кондитерської фабрики «КВІТЕНЬ» за добу – 7 тонн кондитерських виробів та 380 тонн фасувальної продукції.

Отже, дослідження показали, що входження ТОВ «АТБ-маркет» в корпорацію «АТБ» підсилило його конкурентоспроможність на ринку завдяки співпраці з іншими структурними підрозділами даної корпорації.

Управлінську структуру корпорації «АТБ» формують такі рівні управління та підрозділи [78]:

1. Наглядова Рада корпорації «АТБ».
2. Рада директорів корпорації «АТБ».

3. Виконавчий директор корпорації «АТБ».

4. Директори підприємств корпорації «АТБ».

Функціонування організації «АТБ-маркет» в статусі Товариства з обмеженою відповідальністю відповідно до законодавства потребує формування статутного капіталу, який є основою для створення ресурсної бази функціонування суб'єкта господарювання [34].

Дослідження показали, що статутний капітал ТОВ «АТБ-маркет» сформували внески п'яти засновників в розмірі 9 930 148, 65 грн. (додаток А).

Склад засновників та кінцевих бенефіціарів ТОВ «АТБ-маркет» представлений в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Склад засновників та кінцевих бенефіціарів ТОВ «АТБ- маркет»
станом на 31.12. 2024 року

Засновники та бенефіціари підприємства	Внесок в Статутний капітал, грн.	Частка в Статутному капіталі, %	Статус
Компанія «СКАДІ ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД»	3 309 718,67	33,33	Засновник
Компанія «БІ ДЖИ ВІ ГРУП ЛІМІТЕД»	2 780 441,60	28,00	Засновник
Компанія «СОНАТА ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД»	2 780 441,60	28,00	Засновник
Буткевич Геннадій Владиславович	530 269, 97	5,34	Засновник, бенефіціар
Єрмаков Євгеній Петрович	529 276,81	5,33	Засновник, бенефіціар
Карачун Віктор Іванович	0,00	0,00	Бенефіціар
Карачун Ірина Миколаївна	0,00	0,00	Бенефіціар
Всього	9 930 148, 65	100,00	

Джерело : додаток А

Аналіз даних таблиці 2.2. показує, що в складі статутного капіталу ТОВ «АТБ-маркет» найбільшу частку має компанія «СКАДІ ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД» – 33,33 %, яка крім даного підприємства володіє такими суб'єктами господарювання як:

ТОВ «М'ясна фабрика «ФАВОРИТ ПЛЮС»;

ТОВ «Кондитерська фабрика «КВІТЕНЬ»;

ТОВ «КЄ ДЕВЕЛОПМЕНТ»;

ТОВ «ЛОГІСТИК ЮНІОН»;

ПП «ТРАНС ЛОГІСТИК»;

ТОВ «ІНВЕСТ МЕНЕДЖМЕНТ ЦЕНТР».

Рівні частки – по 28 % в статутному капіталі ТОВ «АТБ-маркет» мають дві компанії – це:

«БІ ДЖИ ВІ ГРУП ЛІМІТЕД» – основним видом діяльності якої є консультування з питань комерційної діяльності та керування;

«СОНАТО ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД».

ТОВ «АТБ-маркет» – це організація, яка має право здійснювати оптову, роздрібну торгівлю продуктами харчування, напоями, тютюновими виробами, виробляти та продавати хліб, хлібобулочні вироби, кондитерські вироби, торти, тістечка, надавати послуги мобільного харчування, проводити діяльність ресторанів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Види економічної діяльності ТОВ «АТБ-маркет»

Код економічного виду діяльності	Найменування виду економічної діяльності
47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
10.71	Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання
46.34	Оптова торгівля напоями
46.35	Оптова торгівля тютюновими виробами
46.39	Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
47.25	Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах
47.26	Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах
56.10	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування

Джерело: додаток А

Отже, такий широкий перелік видів економічної діяльності створює можливості ТОВ «АТБ-маркет» для охоплення великої кількості споживачів та зростання товарообігу.

ТОВ «АТБ-маркет» належить до групи великих платників податків та сплачує в державний бюджет такі податки:

- податок на прибуток;
- податок на додану вартість;
- єдиний соціальний внесок.

За період 2018-2023 роки спостерігаємо збільшення податкових платежів ТОВ «АТБ-маркет» до державного бюджету, що свідчить про зростання ролі даного суб'єкта господарювання в економіці країни (табл. 2.4).

Таблиця 2.4.

Зміна податкових платежів до державного бюджету
ТОВ «АТБ-маркет» за 2018-2023 роки

Рік	Податкові платежі, млрд. грн.	Зміна (+, -)	
		млрд. грн.	%
2018	6,7	-	-
2019	9,5	+2,8	+41,8
2020	12,1	+2,6	+27,4
2021	14,7	+2,6	+21,5
2022	15,6	+0,9	+6,1
2023	19,5	+3,9	+25,0

Джерело: [2, 4].

Позитивну динаміку сплати податків до державного бюджету забезпечувало зростання товарообігу досліджуваного підприємства за 2018-2023 роки.

З аналізу даних таблиці 2.5 бачимо, що протягом 2018-2021 років ТОВ «АТБ-маркет» забезпечувало нарощування обсягів товарообігу, що є позитивним.

У 2022 році порівняно з 2021 роком товарообіг ТОВ «АТБ-маркет» знизився на 1,6 % внаслідок пошкоджень торгівельної мережі та втрати майна від повномасштабної агресії зі сторони росії.

У 2023 році спостерігається зростання товарообігу на 21,9 % як результат прийняття ефективних управлінських рішень менеджментом досліджуваного підприємства

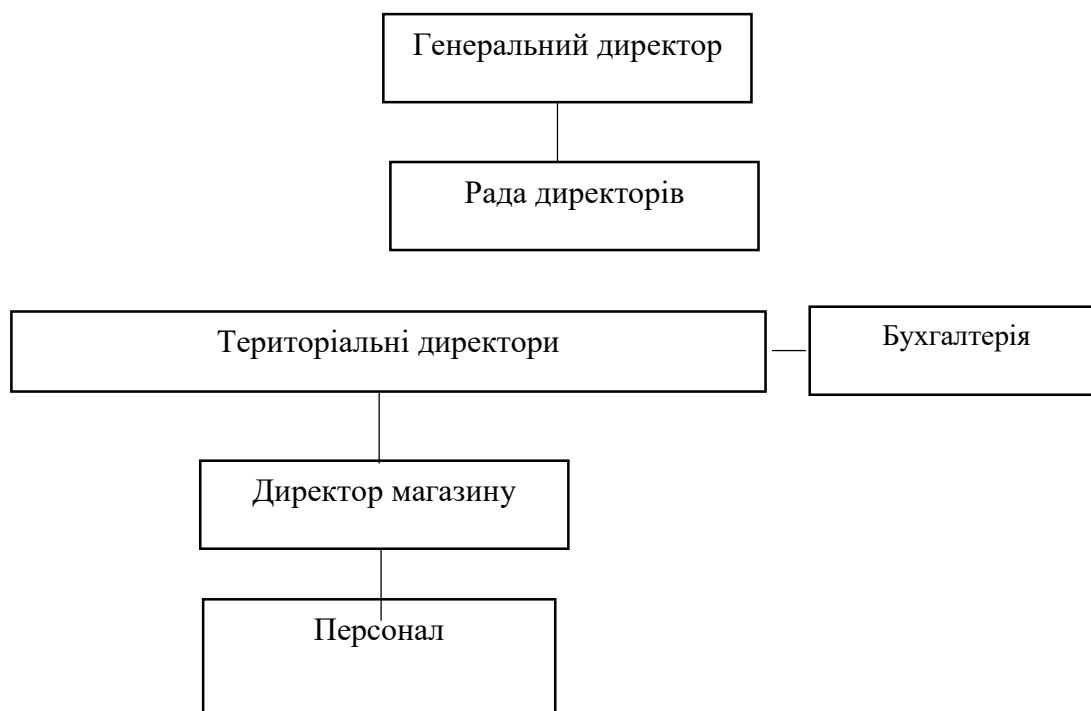
Таблиця 2.5.

Зміна товарообігу ТОВ «АТБ-маркет» за 2018-2023 роки

Рік	Податкові платежі, млрд. грн.	Зміна (+, -)	
		млрд. грн.	%
2018	103,6	-	-
2019	126,8	+23,2	+22,4
2020	149,9	+23,1	+18,2
2021	179,8	+29,9	+19,9
2022	176,9	-2,9	-1,6
2023	215,7	+38,8	+21,9

Джерело: [4, 84].

Ефективність діяльності ТОВ «АТБ-маркет» в значній мірі залежить від організаційної структури управління, схема якої представлена на рис. 2.3.



Джерело: розроблено автором

Рис. 2.3. Організаційна структура управління ТОВ «АТБ-маркет»

Для розуміння сучасного стану господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет» проведемо дослідження основних показників діяльності підприємства за 2022-2024 роки на основі аналізу фінансової звітності, яку формує даний суб'єкт бізнесу згідно вимог Міжнародних стандартів та відкрито оприлюднює її для широкого доступу.

Головними показниками, які характеризують господарську діяльність ТОВ «АТБ-маркет» є:

- чистий дохід від реалізації товарів;
- собівартість реалізації товарів;
- чистий прибуток (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

Показники господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет»
за 2022-2024 роки

Показники	2022 р., млн. грн.	2023 р., млн. грн.	Зміни, %	2024 р., млн. грн.	Зміни, %	
					2024 р. / 2023 р.	2024 р./ 2022 р.
Чистий дохід від реалізації товарів	148 332, 87	181 089,6 7	22,1	208 905,3 0	15,4	40,8
Собівартість реалізації товарів	110 721,02	133 239,8 5	20,3	152 634,9 0	14,6	37,9
Валовий прибуток	37 611,85	47 849,82	27,2	56 270,40	17,6	49,6
Рентабельність валового прибутку до чистого доходу, %	25,4	26,4	+1,0	26,9	+0,5	+0,5
Рентабельність валового доходу до собівартості реалізації товарів, %	34,0	35,9	+1,9	36,9	+1,0	+2,9
Інші операційні доходи	1 196,65	1 125,91	-5,9	1 349,66	19,9	12,8
Інші операційні витрати	1 115,15	1 386,65	24,3	2 340,25	68,8	109,9
Адміністративні витрати	11 026,80	23 972,87	117,4	21 255,54	-11,3	92,8
Витрати на збут	22 040,99	23 012,91	4,4	28 844,97	25,3	30,9
Фінансовий результат від операційної діяльності	4 625,56	603,29	-87,0	5 179,31	758,5	12,0

Продовження таблиці 2.5

Інші фінансові доходи	409,85	914,34	123,1	905,86	-0,9	121,0
Фінансові витрати	1 648,71	1 708,40	3,6	1 853,78	8,5	12,4
Інші витрати	29,94	20,02	-33,1	86,71	133,1	189,6
Фінансовий результат до оподаткування	3 356,76	-210,78	-	4 144,68	-	23,5
Податок на прибуток	-829,07	-239,62	-	-1 045,30	-	26,1
Чистий прибуток	2 527,69	-450,40	-	3 099,38	-	22,6
Рентабельність чистого прибутку, %:						
до чистого доходу	1,7	-	-	1,5	-	-0,2
до собівартості реалізації товарів	2,3	-		2,0	-	-0,3

Джерело: додатки Б, В, Г, Д, Е, Ж

З дослідження показників господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет» за 2022-2024 роки можемо зробити висновок, що у 2024 році порівняно з 2022 роком спостерігається зростання як чистого доходу від реалізації товарів так і чистого прибутку відповідно на 40,8 % та 22,6 %, що є позитивним. Зростання собівартості реалізації товарів в цьому періоді становило 37,9 %, що є нижчим показником зміни чистого доходу від реалізації товарів та позитивно характеризує динаміку даного показника.

Досліджуване підприємство у 2022-2024 роках характеризувалося досить високим показником рентабельності валового прибутку, який щорічно зростав як в розрахунку до чистого доходу від реалізації товарів так і до собівартості реалізації.

Аналіз рентабельності чистого прибутку показує, що у 2022 році показник рентабельності чистого прибутку щодо доходу становив 1,7 %, щодо собівартості реалізованих товарів – 2,3 %.

У 2023 році ТОВ «АТБ-маркет» мало збиток, а у 2024 році показник рентабельності чистого прибутку щодо чистого доходу та собівартості реалізації товарів відповідно знизився на 0,2 % та 0,3 %, що є негативним.

На показник рентабельності чистого доходу ТОВ «АТБ-маркет» у 2022-2024 роках негативно вплинула військова агресія росії проти України.

Досліджуване підприємство мало руйнування роздрібних торговельних підприємств, логістичних центрів, грабування активів.

Негативну динаміку фінансового результату до оподаткування ТОВ «АТБ-маркет» у 2024 році порівняно з 2022 роком спричинило зростання таких показників:

- інших операційних витрат на 109,9 %;
- адміністративних витрат – на 92,8 %;
- витрат на збут – на 30,9 %;
- фінансових витрат – на 12,4 %;
- інших витрат – на 186,9 %.

Позитивним управлінським рішенням менеджменту ТОВ «АТБ-маркет» було рішення щодо зростання витрат на збут: у 2023 році порівняно з 2022 роком витрати на збут зросли на 4,4 %, а у 2024 році порівняно з 2023 роком – на 25,3 %, що призвело до збільшення чистого доходу від реалізації товарів в досліджуваному періоді.

Аналіз доходів, собівартості, прибутків ТОВ «АТБ-маркет» доповнимо дослідженням його активів та пасивів, які забезпечують формування ресурсів для здійснення господарської діяльності (табл. 2.6, табл. 2.7).

Таблиця 2.6.

Активи ТОВ «АТБ-маркет» за 2022 -2024 роки

№ з/п	Показники	2022 р., млн. грн.	2023 р., млн. грн.	Зміни, %	2024 р., млн. грн.	Зміни, %
1.	Нематеріальні активи	101,95	57,68	-43,4	151,49	162,6
2.	Незавершені капітальні інвестиції	1755,08	1780,72	1,5	1934,41	8,6
3.	Основні засоби	20763,56	22365,28	7,7	25308,19	13,2
4.	Інвестиційна нерухомість	203,79	195,32	-4,2	194,59	-0,4
5.	Інші фінансові інвестиції	0,06	0,06	0,00	0,06	0,0
6.	Довгострокова дебіторська заборгованість	3,24	2,49	-23,2	2,13	-14,5
7.	Відстрочені податкові активи	273,89	234,03	-14,6	216,19	-7,6
	Усього необоротних активів	23101,57	24635,58	6,6	27807,06	12,9
1.	Запаси, в тому числі:	8615,06	8370,14	-2,8	10671,53	27,5

Продовження таблиці 2.6

1.1.	Виробничі запаси		120,06	116,72	-2,8	371,84	218,6
1.2.	Товари		8495,00	8253,41	-2,8	10299,69	24,8
3.	Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги		1,84	1,71	-7,1	1,80	5,3
4.	Дебіторська заборгованість за виданими авансами		460,86	419,86	-8,9	451,33	7,5
5.	Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом		73,34	160,29	118,6	115,59	-27,9
6.	Дебіторська заборгованість з нарахованих доходів		369,33	355,84	-3,7	585,37	64,5
7.	Інша поточна дебіторська заборгованість		35,11	9,34	-73,4	4,43	-52,6
8.	Гроші та еквіваленти		8423,61	13515,62	60,5	14884,16	10,2
	Усього оборотних активів		17979,14	22832,80	27,0	26714,21	17,0
1.	Необоротні активи, утримані для продажу			19,56	0,0	9,13	-53,3
	Разом активи		41080,71	47487,94	15,6	54530,40	14,8

Джерело: додатки Б, Г, Е

З дослідження даних балансу ТОВ «АТБ-маркет» бачимо, що дане підприємство є таким, що розвивається: у 2023 році порівняно з 2022 роком валюта балансу зросла на 15,6 %, а у 2024 році порівняно з 2023 роком – на 14,8%, що є позитивною тенденцією.

Про покращення матеріально-технічної бази ТОВ «АТБ-маркет» свідчить зростання необоротних активів у 2023 році порівняно з 2022 роком на 6,6 %, з них незавершені капітальні інвестиції збільшилися на 1,5 %, а основні засоби – на 7,7 %, що є позитивним.

Необоротні активи у 2023 році порівняно з 2022 роком зросли на 6,6 %. На такі зміни позитивно вплинуло зростання незавершених капітальних інвестицій на 1,5 %, основних засобів – на 7,7 %, інші види необоротних в цьому періоді знижувалися.

У 2024 році тенденція щодо нарощування необоротних активів залишилася такою ж: порівняно з 2023 роком ситуація навколо необоротних активів покращилася, дана група активів зросла на 12,9 % за рахунок введення в роботу нових роздрібних торговельних підприємств.

Нематеріальні активи за цей період зросли на 162,6 %, незавершені капітальні інвестиції – на 8,6 %, основні засоби – на 13,2 %, що є позитивною характеристикою.

За 2022-2024 роки оборотні активи ТОВ «АТБ-маркет» теж характеризувалися позитивною динамікою: у 2023 році порівняно з 2022 роком зростання становило 27,0 %, а у 2024 році – 17,0 %.

Про втрати досліджуваного підприємства в результаті військової агресії росії свідчить зниження виробничих запасів на 2,8 %, дебіторської заборгованості за товари – на 7,1 %, дебіторської заборгованості за відстроченими авансами – на 8,9 %, іншої дебіторської заборгованості – на 73,4 %.

У 2023 році порівняно з 2022 роком позитивний вплив на формування активів досліджуваного підприємства здійснило зростання грошових коштів, як найбільш ліквідного активу на 60,5 %, дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом – на 118,6 %.

У 2024 році ТОВ «АТБ-маркет» покращило стан оборотних активів: виробничі запаси збільшилися на 218,6 %, запаси товарів – на 24,8 %, запаси грошових коштів – на 10,2 %, що є позитивним.

Про активізацію діяльності досліджуваного підприємства свідчить позитивна динаміка дебіторської заборгованості: за товари, роботи, послуги – на 5,3 %, за виданими авансами – на 7,5 %.

Дослідження пасивів ТОВ «АТБ-маркет» за 2022-2024 роки дає можливість зрозуміти за рахунок яких джерел формувалися активи підприємства.

Аналіз даних таблиці 2.7 показує, що джерелами формування активів ТОВ «АТБ-маркет» у 2022-2024 роках була поточна кредиторська заборгованість, довгострокові зобов'язання та власний капітал.

У 2023 році спостерігалось зростання поточної кредиторської заборгованості на 25,9 %, довгострокові зобов'язання характеризувалися зниженням на 2,1 %, власний капітал – на 9,1%, оскільки у 2023 році фінансовим результатом ТОВ «АТБ-маркет» був збиток.

У 2024 році порівняно з 2023 роком, ситуація з джерелами фінансування формування активів досліджуваного підприємства покращилася: поточна кредиторська заборгованість зросла на 17,1 %, довгострокові зобов'язання – на 5 %, а власний капітал – на 16,3 %.

Таблиця 2.7.

Пасиви ТОВ «АТБ-маркет» за 2022 -2024 роки

Показники	2022 р., млн. грн	2023 р., млн. грн.	Зміни, %	2024 р., млн. грн.	Зміни, %
Зареєстрований капітал	9,93	9,93	0,0	9,93	0,0
Нерозподілений прибуток	4970,32	4519,92	-9,1	5259,30	+16,4
Усього власного капіталу	4980,25	4529,85	-9,1	5269,23	+16,3
Інші довгострокові зобов'язання	8859,35	8672,40	-2,1	9109,09	+5,0
Поточна кредиторська заборгованість:					
За довгостроковими зобов'язаннями	1983,35	2865,39	+44,5	2905,42	+1,4
За товари, роботи і послуги	13220,20	18232,76	+38,0	22375,29	+22,7
За розрахунками з бюджетом	681,24	471,26	-30,8	1385,48	+194,0
За розрахунками зі страхування	93,54	148,65	+58,9	203,35	+36,8
За розрахунками з оплати праці	452,26	627,52	+38,8	886,08	+41,2
За одержаними авансами	41,01	116,81	+184,8	139,72	+19,6
За розрахунками з учасниками	5481,02	1242,03	-77,3	99,99	-91,9
Із внутрішніх розрахунків	2,24	4,36	+94,6	5,39	+23,6
Поточні забезпечення	760,04	1292,17	+70,0	1268,38	-1,8
Інші поточні зобов'язання	4526,21	9284,72	+105,1	10882,98	+17,2
Всього поточна кредиторська заборгованість	27241,11	34285,68	+25,9	40152,08	+17,1
Разом пасиви	41080,71	47487,94	+15,6	54530,40	+14,8

Джерело: додатки Б, Г, Е

З аналізу даних таблиці 2.8, що характеризують структуру пасивів бачимо, що основним джерелом формування активів була поточна кредиторська заборгованість, яка у 2022 році у загальній структурі пасивів мала частку 66,3 %, у 2023 році – 72,2 %, а у 2024 році – 73,6 %.

ТОВ «АТБ-маркет» є суб'єктом господарської діяльності з високою репутацією та позитивним іміджем, що створило умови щодо користування

товарними кредитами постачальників терміном 55-60 днів при середній оборотності товарів в магазинах – 25-30 днів [2].

За рахунок розриву в днях між терміном користування товарним кредитом та середньою оборотністю товарів створилися додаткові можливості формування активів підприємства на зростання доходів від реалізації товарів.

Частка власного капіталу у 2023 році порівняно з 2022 роком зменшилася на 2,6 %, що стало наслідком отримання збитків від господарської діяльності.

У 2024 році порівняно з 2023 роком частка власного капіталу зросла на 0,2 %, що є позитивним

Таблиця 2.8.

Структура пасивів ТОВ «АТБ-маркет» за 2022 -2024 роки

Показники	2022 р., %	2023 р., %	Зміни, %	2024 р., %	Зміни, %
Зареєстрований капітал	0,2	0,2	-	0,2	-
Нерозподілений прибуток	99,8	99,8	-	99,8	-
Усього власного капіталу	12,1	9,5	-2,6	9,7	+0,2
Інші довгострокові зобов'язання	21,6	18,3	-3,4	16,7	-1,6
Поточна кредиторська заборгованість:					
За довгостроковими зобов'язаннями	7,3	8,3	+1,0	7,2	-1,1
За товари, роботи і послуги	48,5	53,2	+4,7	55,7	+2,5
За розрахунками з бюджетом	2,5	1,4	-1,1	3,5	+2,1
За розрахунками зі страхування	0,3	0,4	+0,1	0,5	+0,1
За розрахунками з оплати праці	1,7	1,8	+0,1	2,2	+0,4
За одержаними авансами	0,2	0,3	+0,1	0,3	-
За розрахунками з учасниками	20,1	3,6	-16,5	0,2	-3,4
Із внутрішніх розрахунків	0,0	0,0	-	0,0	-
Поточні забезпечення	2,8	3,8	+1,0	3,2	-0,6
Інші поточні зобов'язання	16,6	27,1	+10,5	27,1	-
Всього поточна кредиторська заборгованість	66,3	72,2	+5,9	73,6	+1,4
Разом пасиви	100,0	100,0	-	100,0	-

Джерело: розроблено автором

Отже, аналіз показників господарсько-фінансової діяльності дає можливість зробити висновок, що ТОВ «АТБ-маркет» є сучасним торгівельним

підприємством на ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами із значними перспективами та міцною конкурентною позицією.

2.2. Оцінка соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» перед працівниками

ТОВ «АТБ-маркет» є суб'єктом господарювання, який соціально орієнтований, що сприяє формуванню позитивного іміджу та забезпеченню успіху на ринку.

Соціальна відповідальність перед персоналом, співробітниками є основним напрямком формування соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» як суб'єкта бізнесу.

Дослідження показали, що успішний розвиток досліджуваного підприємства на вітчизняному ринку забезпечується ефективними заходами щодо використання трудових ресурсів.

Проведемо аналіз динаміки чисельності та структури персоналу, який працював в роздрібних торговельних підприємствах ТОВ «АТБ-маркет» у 2022 – 2024 роках.

З аналізу даних таблиці 2.9 бачимо, що чисельність працівників ТОВ «АТБ-маркет» у досліджуваному періоді характеризувалася нестабільною тенденцією.

Таблиця 2.9.

Показники ефективності використання трудових ресурсів ТОВ «АТБ-маркет» за 2022-2024 роках

Показники	2022 р.	2023 р.	Зміни, %	2024 р.	Зміни, %
Чисельність працівників, осіб	48872	44094	-9,8	46084	4,5
Чистий дохід від реалізації товарів, послуг, млн. грн.	148 332, 87	181 089,67	22,1	208 905,30	15,4
Продуктивність праці, млн. грн/ осіб	3,04	4,11	35,2	4,53	10,2

Продовження таблиці 2.9

Витрати на оплату праці, млн. грн.	16017,79	29231,59	82,5	28790,48	-1,5
Середньомісячна заробітна плата, грн.	27312,49	55244,84	102,3	52061,60	-5,8

Джерело: додатки Б, В, Г, Д, Е, Ж

У 2022 році в роздрібних торговельних підприємствах ТОВ «АТБ-маркет» працювало 48872 особи. Наслідком військової агресії росії стала втрата частини роздрібних торговельних підприємств, які були зруйновані чи опинилися на окупованих територіях, що стало причиною зниження чисельності працівників у 2023 році на 9,8 % порівняно з 2022 роком.

У 2023 році порівняно з 2022 роком зменшення чисельності працівників досліджуваного підприємства не зробило негативного впливу на обсяги чистого доходу від реалізації товарів ТОВ «АТБ-маркет», який характеризувався зростанням на 22,1 %, витрати на оплату праці в цьому періоді збільшилися на 82,5 %, продуктивність праці – на 35,2 %, середньомісячна заробітна плата – на 102,3 %, що є позитивним.

У 2024 році порівняно з 2023 роком ситуація в ТОВ «АТБ-маркет» стабілізувалася, мережа роздрібних торговельних підприємств розширилася, що потребувало додаткової чисельності персоналу, тому показник чисельності зріс на 4,5 %.

На нашу думку, негативним в роботі ТОВ «АТБ-маркет» є те, що у 2023 році порівняно з 2022 роком, витрати на оплату праці та середньомісячна заробітна плата зростали більш високими темпами ніж продуктивність праці персоналу, що свідчить про зниження ефективності роботи досліджуваного підприємства.

Аналіз показників по праці та заробітній платі у 2024 році дає можливість зробити висновок про те, що у 2024 році ефективність використання трудових ресурсів порівняно з 2023 роком підвищилася.

У 2024 році порівняно з 2023 роком продуктивність праці зросла на 10,2 %, витрати на оплату праці знизилися на 1,5 %, середньомісячна заробітна плата – на 5,8 %.

З метою глибшого дослідження персоналу проведемо аналіз структури персоналу ТОВ «АТБ-маркет» за статевою ознакою (табл. 2.10).

Таблиця 2.10.

Структура персоналу ТОВ «АТБ-маркет» за 2022-2024 роки

№ п/п	Показники	2022 рік	2023 рік	Зміна (+, -)	2024 рік	Зміна (+, -)
1	Чисельність працівників, всього, тис.осіб	48,9	44,1	-4,8	46,1	+2,0
1.1	Жінки	18,7	18,4	-0,3	24,9	+6,5
1.2	Чоловіки	30,2	25,7	-4,5	21,2	-4,5
2	Структура, %	100,0	100,0	-	100,0	-
2.1	Жінки	38,2	41,8	+3,6	54,0	+12,2
2.2	Чоловіки	61,8	58,2	-3,6	46,0	-12,2

Джерело: розроблено автором

З аналізу даних таблиці 2.10 бачимо, що в складі персоналу ТОВ «АТБ-маркет» за 2022-2024 роки склалася тенденція зростання частки жінок. У 2024 році в зв'язку з мобілізацією чоловіків до лав Збройних Сил України у складі персоналу зросла частка жінок на 12,2% порівняно з 2023 роком.

Жінки є більш вразливою категорією населення, тому що жінка є насамперед матір'ю, тому менеджмент ТОВ «АТБ-маркет» розробив гнучкі графіки роботи для жінок в роздрібних торговельних підприємствах мережі.

Основними елементами соціальної відповідальності досліджуваного підприємства перед персоналом є:

1. Ефективна мотивація праці, яка базується на справедливій оплаті праці та наданні соціальних гарантій працівникам.
2. Забезпечення гідних умов праці, дотримання вимог техніки безпеки.
3. Професійний розвиток персоналу.

4. Дотримання вимог трудового законодавства України, щодо найму, звільнення, режиму роботи, прав працівників.

5. Дотримання балансу між роботою та особистим життям працівника.

На підприємствах корпорації «АТБ» на початок 2025 року працювало понад 59 000 українців, з яких 46 084 є робітниками роздрібною торгівельною мережі ТОВ «АТБ-маркет» [2, 34] (додатки Е, Ж).

Кадрова політика ТОВ «АТБ-маркет» базується на трьох важливих принципах: безпека, стабільність, результативність. На основі цих принципів формується соціальна відповідальність перед персоналом, що передбачає забезпечення відповідної матеріальної винагороди, яка виплачується своєчасно, легально та в повному обсязі відповідно до вимог Кодексу законів про працю [38], Законів України «Про оплату праці» [79], «Про відпустки» [71] тощо.

Позитивним є те, що у 2024 році середньомісячна заробітна плата персоналу ТОВ «АТБ-маркет», перевищувала визначений мінімум заробітної плати у 6,5 разів.

Заробітна плата персоналу роздрібних торгівельних підприємств ТОВ «АТБ-маркет» складається з врахуванням впливу таких чинників:

1. Посада. Кожна посада передбачає виконання працівником певних обов'язків, які визначаються Посадовою інструкцією, що затверджується керівником. Працівник, який займає ту чи іншу посаду виконує роботи різної складності, що впливає на розмір заробітної плати.

2. Наявність у працівника досвіду та володіння певними навичками необхідними для виконання роботи чи посадових обов'язків.

3. Місцезрештування роздрібного торгівельного підприємства. Заробітна плата працівників формується під впливом регіональних особливостей, що впливають на формування середнього рівня оплати праці персоналу.

За даними, які надає Сайт Jooble UA, середня заробітна плата в роздрібних торгівельних підприємствах ТОВ «АТБ-маркет» у 2025 році становила: продавець-консультанта близько 10137 грн на місяць, годинна тарифна

ставка 63,36 грн. за годину. Середньомісячна заробітна плата персоналу по регіонах коливалася від 7993 грн. до 10556 грн. [3].

З аналізу даних таблиці 2.11. бачимо, що у супермаркетах ТОВ «АТБ-маркет», які розташовані у місті Біла Церква середньомісячна ставка співробітника становить 9380 грн. на місяць, 58,63 грн. за годину, що нижче середніх ставок співробітників, які працюють у даній мережі, яка розташована у місті Київ на 28,8 %.

Таблиця 2.11.

Регіональні відмінності заробітної плати
продавців в роздрібних торговельних підприємствах ТОВ «АТБ-маркет»

Показник	Місто Київ	Місто Біла Церква	Відхилення	
			Грн.	%
Заробітна плата за місяць, грн.	13180,00	9380,00	-3800,00	-28,8
Заробітна плата за 1 годину, грн.	82,38	58,63	-23,75	-28,8

Джерело: розроблено автором за даними Сайт Jooble UA [3].

Соціальна відповідальність ТОВ «АТБ-маркет» щодо персоналу проявляється в тому, що кожному з працівників організація гарантує безпеку і дотримання принципу справедливості щодо оплати праці. На практиці це проявляється в тому, що ТОВ «АТБ-маркет» навіть в умовах фінансових криз, пандемії та воєнного періоду не порушувало терміни виплати заробітної плати персоналу.

Через забезпечення стабільної, гідної заробітної плати працівникам, яка відповідно до Закону України «Про оплату праці» виплачувалася двічі на місяць – за першу та другу половину місяця, ТОВ «АТБ-маркет» демонструє соціальну відповідальність щодо власного персоналу. Вироблений підхід до організації оплати праці в ТОВ «АТБ-маркет», формує у персоналу відчуття відданості фірмі, викликає бажання працювати більш ефективно, з максимальною самовіддачею.

З метою покращення мотивації праці персоналу в ТОВ «АТБ-маркет» розроблена система преміювання, основи якої затверджені в колективному договорі та Положенні «Про преміювання працівників».

Основними заохочувальними заходами працівників ТОВ «АТБ-маркет» є:

1. Додаткові бонуси і преміальні виплати за особисті та колективні досягнення в роботі. Можуть становити від 5 % до 10 % від нарахованої заробітної плати за фактично відпрацьований час.

2. Знижки на товари, які персонал купляє у власній роздрібній торгівельній мережі.

Отже, розроблена система оплати праці персоналу та преміювання в ТОВ «АТБ-маркет» забезпечує соціальну захищеність працівників.

В ТОВ «АТБ-маркет» менеджмент ставить перед собою мету створення згуртованого колективу, який є основою соціально-відповідальної організації. Персонал як єдина команда має розуміти місію, цінності компанії, проявляти зацікавленість у динамічному розвитку підприємства.

З цією метою ТОВ «АТБ-маркет» дотримується вимог законодавства щодо підтримки працівника під час хвороби та в забезпеченні його відпочинку. Відповідно до статті 22 Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [75] кожен працівник має право за основним місцем роботи чи за сумісництвом на допомогу по тимчасовій втраті працездатності.

ТОВ «АТБ-маркет» оплачує перші п'ять днів хвороби працівника за рахунок коштів підприємства. Працівникам досліджуваного підприємства допомога по тимчасовій непрацездатності виплачується залежно від страхового стажу в таких розмірах:

- стаж більше 8 років – 100 % середньої заробітної плати (доходу);
- стаж від 5 років до 8 років – 75 % середньої заробітної плати (доходу);
- стаж від 3 років до 5 років – 60 % середньої заробітної плати (доходу);
- стаж до 3 років – 50 % середньої заробітної плати (доходу) [75].

Відповідно до колективного договору, ТОВ «АТБ-маркет» бере на себе соціальну відповідальність перед персоналом щодо виплати матеріальної

допомоги, яка надається працівнику в разі непередбачуваних обставин: тяжкої хвороби, яка вимагає операційного втручання, довготривалої реабілітації чи стихійного лиха. Така допомога може надаватися працівникам, які перебувають в декретній відпустці чи на лікарняному.

Допомога такого типу надається працівнику одноразово на основі його заяви.

ТОВ «АТБ-маркет» має право надавати працівникам нецільову благодійну допомогу у сумі, яка не перевищує розмір, що визначений пп. 170.7.3 Податкового кодексу України [67]. Таку допомогу працівник має право отримати одноразово відповідно до рішення керівника територіального підрозділу ТОВ «АТБ-маркет», яке приймається на основі заяви працівника.

Дотримуючись вимог статті 4 Закону України «Про відпустки» [71] ТОВ «АТБ-маркет» надає працівникам такі види відпусток:

1. Щорічні основні відпустки – терміном 24 календарні дні.
2. Щорічна додаткова відпустка за ненормовані умови праці – до 7 календарних днів.
3. Додаткові відпустки у зв'язку з навчанням.
4. Додаткові відпустки окремим категоріям ветеранів війни та постраждалим Учасникам Революції гідності.
5. Соціальні відпустки: в зв'язку із вагітністю та пологами, по догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку, відпустка по усиновленню дитини, відпустка відпустка працівникам, які мають дітей або повнолітню дитину - особу з інвалідністю з дитинства підгрупи АІ групи.
6. Відпустки без збереження заробітної плати: працівнику, який виховує дітей без матері, що має двох і більше дітей віком до 15 років або дитину з інвалідністю – до 14 календарних днів; чоловіку, дружина якого перебуває у післяпологовій відпустці – до 14 календарних днів; особи, які одружуються – до 10 календарних днів тощо [71].

ТОВ «АТБ-маркет» несе соціальну відповідальність за долю тих працівників, які постраждали від повномасштабної агресії росії – приймає на

роботу осіб, які працювали в мережі ТОВ «АТБ» і втратили роботу, тому що супермаркет залишився на непідконтрольній території. Такого працівника оформляють на роботу переведенням в результаті якого людина зберігає попередню посаду, відпустку, стаж роботи тощо.

Співробітники ТОВ «АТБ-маркет», які були мобілізовані до лав Збройних Сил України мають право повернутися на своє робоче місце в разі демобілізації.

Соціальна відповідальність менеджменту ТОВ «АТБ-маркет» проявляється в тому, що людина, яка приходить в компанію отримує не лише стабільну роботу, гідну оплату праці, а й перспективу кар'єрного зростання.

В ТОВ «АТБ-маркет» процес кар'єрного зростання базується на оцінці результатів роботи працівника спеціальною комісією до складу якої входять керуючі магазинів та менеджери з персоналу. За рішенням комісії співробітників, які показали кращі результати зараховують до кадрового резерву. Ці працівники є претендентами на зайняття більш високих посад.

ТОВ «АТБ-маркет» має спеціальні програми розвитку персоналу, які реалізуються через власні навчальні центри, які функціонують у містах Дніпро, Одеса, Київ, Львів. Загальна пропускна потужність даних центрів становить 4000 працівників у рік.

Значна частина менеджерів ТОВ «АТБ-маркет» для кращого розуміння виробничого процесу проходять сходинки кар'єрного зростання від найнищого рівня по висхідній лінії. Такий підхід до формування управлінців створює для них можливості розуміти ситуації в компанії, її проблеми та розробляти пропозиції щодо їхнього усунення.

В ТОВ «АТБ-маркет» заохочується навчання працівників, адже здобути посади топ-менеджерів можуть працівники, які мають вищу освіту та оволоділи навичками ведення бізнесу, ознайомилися з міжнародним досвідом управління.

Отже, проведені нами дослідження показали, що ТОВ «АТБ-маркет» успішно реалізує один із напрямів формування соціальної відповідальності – це втілення заходів щодо соціального захисту персоналу компанії, що є кроком до формування організації як соціально- відповідальної.

2.3. Соціальна відповідальність організації щодо зовнішніх об'єктів

Напрямами формування соціальної відповідальності щодо зовнішніх об'єктів ТОВ «АТБ-маркет», які зазначені в його загальній стратегії є:

- екологічна стійкість;
- підтримка місцевих громад.

На сучасному етапі розвитку людства, боротьба за збереження довкілля є важливим завданням як громадян так і організацій.

В ТОВ «АТБ-маркет» розроблено комплекс програм задля поліпшення екологічної ситуації в місцях розташування роздрібних торговельних підприємств мережі.

Проявляючи соціальну відповідальність за ефективне вирішення глобальної екологічної проблеми, досліджуване підприємство застосовує заходи щодо переробки відходів та зменшення використання споживачами пластикових матеріалів.

З квітня місяця 2019 року, компанія «АТБ-маркет» реалізує в роздрібній торговельній мережі покупцям лише пакети, які мають в своєму складі біологічну добавку [34]. Ці пакети мають назву «зелені», тобто екологічно чисті, тому що через короткий проміжок часу вони мають властивість руйнуватися під впливом добавки d2w™, яка розщеплює вуглецеві з'єднання полімеру (додаток II).

Важливим управлінським рішенням менеджменту ТОВ «АТБ-маркет», що стосується захисту довкілля стала пропозиція покупцям купляти в роздрібних торговельних підприємствах мережі екосумки, які є безпечними для довкілля та можуть багаторазово використовуватися.

З 2020 року В ТОВ «АТБ-маркет» реалізується проект, який спрямований на захист довкілля щодо використання в роздрібній торговельній мережі спеціальних ящиків для покупок, які виготовлені із переробленого картону, що легко підлягає утилізації [33].

Останнім екологічним проектом досліджуваного підприємства є пропозиція покупцям торгової мережі використовувати біорозкладний пакет з кукурудзяного

борошна (додаток К). Важливою характеристико данного інноваційного продукту є те, що при переміщенні в ґрунт пакет протягом 12 місяців повністю розкладається [29].

Для вдосконалення енергозбереження, ТОВ «АТБ-маркет» в роздрібних торговельних підприємствах власної мережі впроваджує програми, які спрямовані на:

1. Інвестування у впровадження програм енергозбереження через покращення інженерних систем спрямованих на оптимізацію споживання енергетичних ресурсів в процесі теплопостачання, вентиляції, кондиціонування.
2. Заміна старих ламп на світлодіодні (LED), які споживають менше електроенергії порівняно із звичайними лампами.
3. Заміна холодильного обладнання на енергоефективні моделі.
4. Встановлення водозберігаючої арматури.

ТОВ «АТБ-маркет» з 2016 року будує супермаркети не синьо-білого, а чорного кольору.

«Чорні» супермаркети є роздрібними торговельними підприємствами нового формату, відмінною якістю яких є те, що при будівництві використовуються новітні технології з енергозбереження, енергоефективності, освітлення.

Ефективним технологічним рішенням було використання теплової енергії, яку виділяє холодильне обладнання, розміщене в торговому залі. Такий підхід забезпечив 70 % економії енергоносіїв.

Отже, дослідження показали, що заходи, які впроваджує ТОВ «АТБ-маркет» щодо екології, спрямовані на зниження витрат на комунальні послуги та зменшення негативного впливу на довкілля.

На сучасному етапі розвитку суспільства, важливого значення набуває формування соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» щодо взаємодії з місцевими громадами через надання фінансової підтримки проектам у сфері освіти, культури, спорту та соціального розвитку.

Корпорація «АТБ» щорічно виділяє понад 50 млн. грн. для благоустрою територій місця розташування підприємств роздрібної торгівлі. Основними напрямками фінансування є проекти, які спрямовані на:

- асфальтування доріг;
- будівництво та реконструкцію дитячих майданчиків;
- ремонт систем газопостачання;
- реалізацію програм по зовнішньому освітленню населених пунктів;
- озеленення територій;
- підготовку житлово-комунального господарства до осінньо-зимового сезону;
- реалізацію соціальних програм по економічному і культурному розвитку населених пунктів [48].

Формуючи соціальну відповідальність, ТОВ «АТБ-маркет» дотримується позиції, що базується на збереженні та повазі до культурних цінностей і традицій українського народу.

На протязі останніх семи років, персонал ТОВ «АТБ-маркет» приєднується до святкування Дня вишиванки, що впливає на формування у покупців національної свідомості.

Корпорація «АТБ» напередодні свята Великодня у центральному офісі традиційно проводить благодійну ярмарку – продаж великодніх сувенірів. Свої роботи представляють юні майстри – вихованці Дніпровського дитячого будинку №1: вишиті картини та ікони, плетені прикраси, великодні яйця з бісеру тощо. Кошти від продажу отримують автори робіт, що є проявом підтримки зі сторони ТОВ «АТБ-маркет» молодих талантів [48].

Багато років ТОВ «АТБ-маркет» приєднується до програми привітання маленьких українців з Днем Святого Миколая. Вже стало традицією, що досліджувана компанія в цей день вручає пакунки із солодощами дітям із малозабезпечених сімей, сімей переселенців, дітям українських захисників та дітям з особливими потребами.

ТОВ «АТБ-маркет» у 2024 році прийняло участь в благодійній акції «Святий Миколай мандрує Україною». Досліджуване підприємство профінансувало вручення більше 400 пакунків із солодощами [46].

З метою формування соціальної відповідальності перед громадськістю, ТОВ «АТБ-маркет» співпрацює з багатьма благодійними фондами, громадськими організаціями задля допомоги ветеранам війни та праці, пенсіонерам, малозабезпеченим громадянам, багатодітним сім'ям, людям, які потребують невідкладного лікування, центрам соціального обслуговування та ін.

За останні 2,5 роки Корпорація «АТБ» профінансувала більше десятка соціальних програм на загальну суму понад 24 млн грн. [48].

Компанія «АТБ» є засновницею власного благодійного Фонду «АТБ», створеного з метою всебічної підтримки ветеранів АТО та їхніх сімей, бійців ЗСУ та їхніх сімей, внутрішньо переміщених осіб, людей з інвалідністю, людей похилого віку тощо.

Благодійний Фонд «АТБ» передав Одеській обласній дитячій клінічній лікарні сучасне медичне обладнання на суму понад 190 тис. грн.:

1. Аспіратор ATMOS C161 Aspirator DDS (електровідсмоктувач).
2. Медична система обігріву Kanmed BabyWarner.
3. Ваги для новонароджених (мережеві) Redwag [92].

Кошти на медичне обладнання були зібрані в рамках благодійної акції «Дерево Життя», яку Фонд спільно з компанією «АТБ-Маркет» заснував у 2017 році. Даний проект створений для цільової підтримки та допомоги дитячим лікувальним закладам України [92].

Результати роботи Благодійного Фонду «АТБ» за 2022-2024 роки:

1. Передача Львівській обласній дитячій лікарні ОХМАТДИТ сучасного медичного обладнання – 10 комплектів гнучкого контуру пацієнта з підігрівом (повнокомплектні, до апарату ШВЛ Bear Cub 750psv, включаючи камеру зволоження). Вартість даного проекту становить більше 323 тис. грн. [52].

2. Придбання для Київської обласної дитячої лікарні нового медичного обладнання на суму понад 600 тис. грн.: аналізатор газів крові EasyBloodGas

Analyze та автоматичний гематологічний аналізатор для діагностики Vitro DxH 500 [12].

3. Передача обласним дитячим лікарням Миколаєва та Херсону необхідного сучасного медичного обладнання на суму понад 424 тис. грн.: 4 одиниці насосів шприцевих інфузійних SEP-10S Plus (виробництва Литви) та 96 одиниць необхідних для лікування маленьких пацієнтів девайсів: датчики, спеціальні адаптери, акумуляторні батареї, дихальні контури тощо. Кошти збиралися в магазинах ТОВ «АТБ», які розташовані у Дніпрі, Дніпропетровській області, місті Харків, Харківській області. Було зібрано більше 1,5 млн.грн. [91].

4. Придбання для Дніпропетровської обласної дитячої клінічної лікарні необхідного сучасного медичного обладнання: наркозна станція вищого класу Leon XS для відділення анестезіології; ультразвуковий діагностичний сканер Samsung SonoAce R3 для відділення гематології [90].

Благодійний Фонд «АТБ» також виступав партнером заходу з нагоди 30-ї річниці виведення радянських військ з Афганістану та організації церемонії вшанування учасників бойових дій на території інших держав. Благодійний Фонд «АТБ» надав необхідну допомогу організатору урочистого зібрання – Всеукраїнській Асоціації ветеранів Афганістану та АТО [14].

Отже, на основі проведеного дослідження можемо зробити висновок, що ТОВ «АТБ-маркет» проявляє високий рівень соціальної відповідальності щодо фінансової допомоги медичним закладам України.

В оцінці соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» щодо взаємодії з громадянським суспільством, важливе місце займає прояв високого рівня самоорганізації компанії в період введення військового стану в результаті військової агресії росії щодо України.

Роздрібні торгівельні підприємства мережі були переведені на роботу в посиленому режимі задля безперебійного постачання продуктів харчування та товарів першої необхідності населенню, надання допомоги військовим в зоні бойових дій у вигляді продуктів харчування, засобів гігієни, військового спорядження, виділенні коштів на придбання дронів тощо [34].

Від початку війни ТОВ «АТБ-маркет» надало більше 2 млрд. грн. на підтримку Збройних сил України, медичним закладам в зоні бойових дій тощо. За показником обсягу допомоги, компанія «АТБ» увійшла у десятку вітчизняних суб'єктів господарювання, що зробили найбільший внесок у військову та гуманітарну допомогу в період військового стану [34].

Корпорація «АТБ» проводить важливу роботу по реалізації Всеукраїнського гуманітарного проекту «Не чужі долі», який спрямований на надання адресної гуманітарної допомоги сім'ям воїнів Збройних сил України, які втратили годувальника або опинилися в скрутному становищі. Бюджет проекту складає понад 100 тис грн.

Для підтримки Збройних сил України в ТОВ «АТБ-маркет» у 2023-2024 роках проводилася благодійна акція «Сертифікат для ЗСУ». Умови акції передбачали, що покупці товарів в роздрібній мережі ТОВ «АТБ-маркет» разом з компанією «АТБ» збирали кошти для закупівлі обладнання для Збройних сил України, добровольчих формувань, медичних закладів, постраждалих мешканців з деокупованих територій, тощо. Задля збору коштів, в прикасових зонах супермаркетів ТОВ «АТБ-маркет», були розміщені спеціальні наклейки з інформацією про акцію. Покупці, які побажали зробити благодійний внесок 30, 50 або 100 гривень, на знак подяки отримували сувенірну тематичну наклейку – знак причетності до доброї справи, спрямованої на посилення обороноздатності України [8].

В процесі благодійної акції від АТБ «Сертифікат для ЗСУ», покупці мережі зібрали понад 35 млн гривень. Таку ж суму із власного бюджету виділила й компанія АТБ, збільшивши благодійний збір до 70 млн гривень. На ці кошти для Збройних сил України було закуплено майже 400 дронів Mavic 3, три десятки автівок спеціального призначення, чотири машини швидкої допомоги та три штабні всюдиходи, що можуть використовуватися як пересувні пункти управління [8].

Отже, дослідження показали, що ТОВ «АТБ-маркет», втративши частину своїх активів в результаті повномасштабного вторгнення росії на територію

України, зуміло не лише налагодити свою господарську діяльність, а й мобілізувало ресурси для допомоги громадянському суспільству в період жорстокого протистояння російській агресії.

Важливим напрямом реалізації соціальних програм ТОВ «АТБ-маркет» як структурного підрозділу Корпорації «АТБ» є спонсорство, яке спрямоване на підтримку різноманітних видів спорту в Україні.

Досліджуване підприємство виступало спонсором таких спортивних подій:

1. 14-й міжнародний турнір з боксу серед молоді у Львові (грудень 2016 року).
2. Благодійний футбольний матч між «Збірною народних депутатів» і «Збірною журналістів України» – «Парламентський кубок». За підсумками спортивного заходу було зібрано 200 тисяч гривень для дітей переселенців (травень 2017 року).
3. II етап чемпіонату України з автокросу-2017, (червень 2017 року).
4. «Дніпро АТБ Марафон», в рамках якого пройшов Чемпіонат України з марафонського бігу (вересень 2017 року).
5. Українські змагання з пляжного футболу «АТБ Суперкубок України 2018».
6. Організація марафону «Дніпро АТБ марафон». Призовий фонд склав 300 тисяч гривень.
7. Щорічна літня Спартакіада «АТБ», в якій беруть участь співробітники компанії [78].

Таким чином, спонсорство як елемент соціальної орієнтації бізнесу сприяє підтримці талановитої молоді та є базовою складовою соціальної діяльності досліджуваної організації.

Проявом соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» є турбота про споживачів товарів, які реалізуються через мережу роздрібних торговельних підприємств компанії.

За рахунок зменшення витрат на логістику та рекламу, вдосконалення технологічних процесів, впровадження новітніх технологій, ТОВ «АТБ-маркет»

знаходить можливості реалізувати продукти харчування за доступними цінами, які є нижчими порівняно з конкурентами.

Для ТОВ «АТБ-маркет» встановлення мінімальної ціни на товари соціального споживчого кошика є принциповим управлінським рішенням, тому ціни на соціальні товари в магазинах досліджуваного підприємства на 10-15 % нижче середньоринкових [69].

ТОВ «АТБ-маркет» для підтримки громадянського суспільства виступає партнером Міністерства соціальної політики, щодо отоварення сертифікатів на продукти «Допомога». Ця державна платформа пропонує благодійникам з України та будь-якої іншої країни оплатити сертифікат на продукти для людей, які потребують допомоги [94].

Платформа «Допомога» спрямована на підтримку таких верств населення:

1. Внутрішньопереміщені особи.
2. Багатодітні сім'ї, сім'ї з дітьми-сиротами.
3. Будинки сімейного типу.
4. Сім'ї, де є особи з інвалідністю.
5. Вагітні жінки та жінки, які годують немовлят.
6. Одинокі, які виховують дитину самостійно.
7. Родини, які втратили близьких людей через війну.

Бажаючи підтримати ці категорії українських громадян могли придбати сертифікат номіналом 200, 500 чи 1 000 грн. на купівлю в мережі АТБ на сайті «Допомога» [64].

В період поширення коронавірусної інфекції COVID-19 та оголошення загальнонаціонального карантину ТОВ «АТБ-Маркет» запустило в дію проект «Благодійна полиця», який розрахований на соціально незахищені верстви населення: малозабезпечені сім'ї, одиноких людей похилого віку тощо.

Суть проекту полягав в тому, що покупці роздрібною торгівельної мережі ТОВ «АТБ-маркет» могли добровільно, за власною ініціативою придбати продукти харчування та залишити їх на «Благодійній полиці» як безоплатну допомогу тим, хто не має достатніх коштів, щоб придбати необхідні товари.

Корпорація «АТБ» виділила на закупівлю продуктів харчування для соціального проекту «Благодійна полиця» 100 млн. грн. «Благодійні полиці» були змонтовані у 300 магазинах торговельної мережі ТОВ «АТБ-маркет» у всіх регіонах України [42].

Оскільки в роздрібній торговельній мережі ТОВ «АТБ-маркет» обслуговується велика кількість людей похилого віку, тому в період поширення коронавірусної інфекції COVID-19 та оголошення загальнонаціонального карантину була введена регламентна година для пенсіонерів, з 9:00 до 10:00 ранку. Керівництво компанії звернулося до покупців непенсійного віку планувати свої покупки в інший час, щоб пенсіонери без зайвих ризиків для здоров'я та черг могли зробити необхідні закупівлі [43].

Корпорація «АТБ» задля піклування про здоров'я покупців та працівників роздрібних торговельних підприємств мережі впроваджувала додаткові санітарно-гігієнічні заходи в усіх магазинах, розподільчих центрах та офісах компанії, що свідчило про високий рівень соціальної відповідальності менеджменту компанії.

Проявом соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» перед громадянським суспільством та працівниками компанії є те, що в період поширення пандемії коронавірусу було виділено понад 3 млн. грн. для закупівлі індивідуальних засобів захисту для персоналу [47].

Для забезпечення безперебійного функціонування магазинів ТОВ «АТБ-маркет», під час протиепідемічних обмежень пересування у громадському транспорті, компанія організувала власну систему доставки співробітників на роботу [48].

Для покупців були розроблені спеціальні протиепідемічні заходи, що передбачали розробку механізму замовлення товарів із доставкою додому, щоб зменшити для них необхідність залишати домівки та вберегти від можливості зараження інфекцією.

Спільно з центральними і регіональними органами державної влади та соціального захисту населення Корпорація «АТБ» був розроблений механізм забезпечення соціально уразливих категорій населення та літніх людей

продуктовими наборами, щоби мінімізувати їх потреби покидати домівки, наражаючи себе на ризики захворювання.

Отже, проведені дослідження соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» перед громадянським суспільством показали, що дана організація у 2022-2024 роках розробила та впровадила в життя низку соціальних проектів спрямованих на підтримку окремих громадян, які потребують допомоги, що є важливо та характеризує високий рівень соціальної відповідальності компанії.

Позитивно характеризує рівень соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» перед громадянським суспільством те, що дана організація, розуміючи небезпеку під час пандемії коронавірусу реалізовувала соціальні проекти спрямовані як на захист соживачів так і персоналу організації.

Найвищим проявом соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» є те, що компанія з перших днів повномасштабного вторгнення росії на територію України, не зважаючи на втрату власних активів в результаті військових дій агресора, почала активно фінансувати Збройні сили України, виділяючи фінансову допомогу на придбання дронів, закупівлі медичного обладнання, допомагаючи воїнам Збройних сил України, родинам загиблих, внутрішньопереміщеним особам тощо.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «АТБ -МАРКЕТ»

3.1. Проблеми формування соціальної відповідальності досліджуваного підприємства

Суб'єкти бізнесу проводять свою господарську діяльність в межах функціонування суспільства, де громадяни, держава мають свої інтереси. Вся діяльність суб'єктів бізнесу спрямована на задоволення потреб споживачів, якими є фізичні особи, організації та держава.

Головна мета суб'єктів бізнесу це забезпечення функціонування свого підприємства у довготривалій перспективі, що можливо лише при умові отримання прибутку, який є основним джерелом формування активів підприємства.

Бажана позитивна динаміка формування прибутку та показника ефективності рентабельності господарської діяльності можлива при умові зниження витрат суб'єкта господарювання.

Мета функціонування суб'єктів бізнесу на ринку – це нарощування власної конкурентоспроможності, що призведе до збільшення доходів від реалізації товарів і послуг та зростання прибутку.

Проте в боротьбі за розширення частки ринку, суб'єкти господарювання забувають про необхідність турбуватися про соціальні проблеми суспільства: захист довкілля, покращення функціонування інфраструктури бізнесу, недостатність фінансування зі сторони держави культури, освіти, медицини, спорту, потреб малозабезпечених громадян, та тих членів громади, які не можуть забезпечувати себе через вади, які пов'язані із проблемами здоров'я тощо [85].

Недоліком вітчизняної практики формування корпоративної соціальної відповідальності є концентрація основної уваги на таких стейкхолдерах як

споживачі та персонал в той час, коли відбувається корпоративне ігнорування інтересів природного середовища та громади [15, 28].

На нашу думку, допомагаючи громадянському суспільству вирішувати соціальні проблеми, суб'єкт бізнесу турбується і про власну перспективу бізнесу, тому що головним ресурсом, який забезпечує його розвиток є персонал, який приходить на підприємства бізнесу із зовнішнього середовища.

Дослідник Пахуча Є.В. наводить пояснення соціальної відповідальності бізнесу американським політологом Робертом Аланом Далем, який вважав, що «сьогодні абсурдно розглядати корпорації просто як підприємства, що засновані для єдиної мети – отримання прибутку. Ми, громадяни, даємо їм спеціальні права, владу і привілеї, захист і переваги на основі розуміння, що їх діяльність ... приносить нам користь... Кожна корпорація має розглядатись як соціальне підприємство, чиї існування і рішення можуть бути виправдані тільки якщо вони служать суспільній або соціальній меті» [65, с.47].

Продумана стратегія формування соціальної відповідальності суб'єкта бізнесу забезпечує зростання його акціонерної вартості, підвищує показники ефективності діяльності.

На нашу думку, формування корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу у повній мірі не можливе без спонукання даного процесу зі сторони держави та громадянського суспільства.

Для того, щоб підприємства в Україні були соціально відповідальними перед громадянським суспільством, необхідно, щоб інститути держави втілювали в життя засади державної політики соціальної відповідальності щодо суб'єктів господарювання.

Суб'єкти бізнесу не можуть формуватися соціально-відповідальними в суспільстві де громадянське суспільство не виступає в ролі реального партнера у вирішенні соціальних проблем.

Вважаємо, що розвиток соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» має певні проблеми, які пов'язані, насамперед з:

1. Пасивністю державних інституцій щодо мотивації суб'єктів бізнесу розвивати соціальні ініціативи, втілювати соціальні проекти.

2. Байдужістю різних громадських груп щодо реалізації соціальних програм досліджуваного підприємства, його спонсорської, благодійної діяльності. Сприйняття окремими членами суспільства прояву соціальної відповідальності організації щодо збереження довкілля, допомоги у вирішенні проблем громадянського суспільства, як звичайної справи, щось такого, що й не варте особливої уваги та вдячності.

На нашу думку, прояв соціальної відповідальності будь-якого суб'єкта бізнесу, зокрема і ТОВ «АТБ-маркет», має отримувати позитивну та шанобливу оцінку як зі сторони державних інституцій так і зі сторони громадськості, що матиме сильний мотивуючий вплив на подальший розвиток діяльності суб'єктів бізнесу в даному напрямку.

Вважаємо, що суб'єкти бізнесу не повинні перебирати на себе виконання соціальних функцій держави щодо фінансування культури, освіти, медицини, спорту, малозапечечених груп населення. Адже для того, щоб держава могла виконувати притаманні їй функції суб'єкти господарювання сплачують податки до державного бюджету. Однак, в разі реалізації соціальних програм за цими напрямками, такі суб'єкти бізнесу як ТОВ «АТБ-маркет», мають отримувати широкий позитивний розголос в суспільстві, що буде мотивацією для формування соціальної відповідальності для інших суб'єктів господарювання та сприятиме створенню позитивного іміджу для тих організацій, які фінансують реалізацію соціальних проектів.

Однією із важливих проблем формування соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах є недостатньо високий рівень відповідальності суб'єктів бізнесу перед власним персоналом: створення належних умов праці персоналу, оплата праці, розвиток персоналу, задоволеність змістом праці тощо [74].

ТОВ «АТБ-маркет» є суб'єктом бізнесу на підприємствах якого створені гідні умови праці для персоналу, реалізуються соціальні програми спрямовані на

навчання працівників, розвиток їхньої кар'єри, дотримання вимог законодавства щодо оплати праці, соціальних виплат.

Проте прояв соціальної відповідальності зі сторони суб'єкта бізнесу на роздрібних торговельних підприємствах ТОВ «АТБ-маркет» нашоується на неготовність деяких працівників дотримуватися сформульованих вимог щодо організації процесу праці, спілкування з покупцями, норм поведінки.

Таким чином, формування іміджу хорошого роботодавця, яким є ТОВ «АТБ-маркет» має підкріплюватися бажанням персоналу дотримуватися тих стандартів, норм поведінки персоналу, які пред'являються на підприємстві до працівників.

Для того, щоб персонал ТОВ «АТБ-маркет» відповідав цінностям компанії необхідно вдосконалити систему набору, підбору персоналу задля формування колективу як цілісної організації, діяльність якої спрямована на реалізацію визначеної стратегії та місії на ринку.

Результативністю кадрової стратегії ТОВ «АТБ-маркет» є не лише залучення для роботи в організації кращих кадрів, але й утримання їх на довготривалий період, оскільки досліджуване підприємство витрачає кошти на їхнє навчання та кадрове зростання.

Стабілізація кадрів в ТОВ «АТБ-маркет» сприяє покращенню морального клімату в організації, зменшення появи конфліктних ситуацій, формування корпоративної культури, яка базується на принципах взаємодопомоги, лояльності, спрямуванні на досягнення ефективної діяльності організації, підвищення конкурентоспроможності.

Таким чином, проблемами формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні є недостатній рівень мотивації даного процесу зі сторони державних структур, інертність громадянського суспільства щодо реалізації соціальних проблем бізнесу, неготовність належним чином оцінити їхню спонсорську допомогу, благодійність.

Прояв формування соціальної відповідальності бізнесу щодо персоналу нашоується на неготовність персоналу віповідати вимогам, які пред'являються

до нього зі сторони менеджменту підприємства, не розуміння принципів формування єдиної команди, здатної досягати цілей організації, спрямованих на підвищення її конкурентоспроможності.

3.2. Зарубіжний досвід формування соціальної відповідальності бізнесу

Формування корпоративної соціальної відповідальності у світовому масштабі передбачає добровільну співпрацю суб'єктів бізнесу різних країн світу задля злагодженого співіснування із навколишнім середовищем та громадянським суспільством. В бізнесі розвинених країн світу не можливо знайти суб'єктів господарювання, які не мали б сформованої корпоративної соціальної відповідальності та не працювали б над її вдосконаленням.

Орієнтиром для сталого розвитку зарубіжних компаній є міжнародний стандарт ISO 26000 «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності ISO 26000», який визначає технічні та методологічні підходи для формування корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу [21, 54, 58].

ISO 26000 призначений для організацій будь-якого типу. Даний стандарт відіграє важливу роль у формуванні партнерських стосунків між суб'єктами бізнесу, які вимагають один від одного внеску в сталий розвиток.

Особливе значення стандарту ISO 26000 в тому, що він визначає такі основні принципи формування соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу зарубіжних країн [54]:

1. Відповідальність.
2. Прозорість.
3. Етична поведінка.
4. Повага до інтересів зацікавлених сторін.
5. Повага до верховенства права.
6. Повага до міжнародних стандартів поведінки.
7. Повага до прав людини.

Із дослідження науковця Варвуса А.І. бачимо, що великі суб'єкти бізнесу – транснаціональні корпорації, які впливають на стан та рівень розвитку світової економіки приділяють значну увагу формуванню корпоративної соціальної відповідальності. Дослідники Глобального інституту репутації визначили лідерів у сфері формування корпоративної соціальної відповідальності, які найбільшу увагу приділяють соціальним проектам, які спрямовані на збереження довкілля – це Google, Walt Disney Company, Lego, Microsoft, Bosch [13].

Таблиця 3.1.

Напрями соціальної відповідальності світових компаній з високим рівнем корпоративної соціальної відповідальності

Компанія	Країна походження	Напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності
Google	США	ініціативи з охорони довкілля (економія водних ресурсів, ефективне використання енергії, рециклінг відходів); заходи з оптимізації послугових ланцюгів.
Walt Disney Company	США	ініціативи у сфері довкілля (економія водних ресурсів, зниження емісій, рециклінг відходів); підвищення здоров'я громади.
Lego	Данія	забезпечення благополуччя дітей (їхня безпека та права); поліпшення робочих умов; розв'язання екологічних питань (економія води, рециклінг відходів).
Microsoft	США	підтримка місцевих спільнот; стратегія поліпшення робочих умов (рівність статей, безпека і здоров'я на роботі, освітній рівень); розв'язання екологічних викликів (збереження води і енергії, утилізація відходів).
Bosch	Німеччина	поліпшення робочих стандартів; розвиток партнерства і оптимізація ланцюга постачання через співпрацю; розв'язання екологічних завдань.

Джерело: [13, 36, 39, 49]

Стандартом ISO 26000 визначені аспекти формування американської та європейської моделі формування соціальної відповідальності бізнесу.

Американська модель формування корпоративної соціальної відповідальності наступні відмінні риси:

1. Суб'єкти бізнесу самі відповідають за визначення і реалізацію своїх соціальних ініціатив, діють самостійно.
2. Центральне місце займає благодійність, що спрямована на підтримку малозабезпечених, культуру, мистецтво та освіту.
3. Вплив держави на соціальні інвестиції здійснюється через податкові заохочення, пільги застосовуються мінімізовано.
4. Бажання дотримуватися високих стандартів у корпоративному управлінні.
5. Прагнення розбудовувати стосунки з персоналом на основі справедливих винагород та захисті прав клієнтів.
6. Обмежена пряма взаємодія між бізнесом та його соціальними проєктами [26].

Дослідники характеризують американську модель формування корпоративної соціальної відповідальності як найбільш лібералізовану, яка базується на принципах:

- відокремлення соціального захисту від вільного ринку;
- обмеженні захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат [56].

Особливостями європейської моделі формування соціальної відповідальності бізнесу є:

1. Релігійно-філософські передумови: соціальні доктрини католиків (Південна Європа) і протестантів (Північна Європа).
2. Суспільні цінності, якими керуються суб'єкти бізнесу: прагматизм, пріоритет особистих і сімейних інтересів, солідарність, добробут.
3. Ініціаторами формування соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу є: держава, інститути громадянського суспільства.
4. Роль держави проявляється через регулювання за допомогою законів і стандартів.
5. Сприйняття бізнесу в суспільстві здійснюється через пошук соціального компромісу між працею та найманим капіталом.

6. Основні групи, які зацікавлені в розвитку соціальної відповідальності бізнесу: споживачі, працівники, держава, громадські організації.

7. Основними напрямками соціальної відповідальності бізнесу є: соціальна захищеність працівників, охорона довкілля і сталий розвиток.

8. Благодійність менш поширена, ніж в американській моделі через високий рівень оподаткування [59].

Для регулювання процесу формування соціальної відповідальності бізнесу в європейських країнах розроблені такі нормативні акти:

1. Глобальний договір ООН.
2. Зелена Книга «Просування європейського підходу до соціальної відповідальності бізнесу».
3. Біла Книга Європейської комісії.
4. Керівні принципи Організації Економічного Співробітництва (ОЕСР) для транснаціональних компаній тощо.

В кожній європейській країні є свої національні особливості формування соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу.

Цікавим є британський досвід формування соціальної відповідальності бізнесу, який представляє собою поєднання американської та європейської моделей:

1. Подібність до європейської моделі в активній діяльності уряду щодо підтримки реалізації соціальних програм бізнесу.
2. Схожість з американською моделлю – це активність суб'єктів бізнесу у запуску власних соціальних програм [13, 49].

Особливості британської моделі визначені американським економістом і маркетологом Філіпом Котлером [49]:

1. Значна увага фінансового сектору до формування корпоративної соціальної відповідальності.
2. Високий рівень зацікавленості з боку медіа, що проявляється у публікації індексів корпоративної соціальної відповідальності у виданнях типу «Таймс».

3. Широке розповсюдження незалежних консалтингових послуг у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

4. Перевага системи бізнес-освіти Великобританії над європейською за розмаїттям і кількістю курсів з корпоративної соціальної відповідальності.

5. Партнерство між урядом і приватним сектором, спрямоване на розвиток освіти та ініціатив щодо корпоративної соціальної відповідальності, що підтримується через податкові заохочення тощо.

Таким чином британський підхід є синтезом американської та європейської моделей з метою підтримки найкращих практик застосування цих моделей.

На думку дослідника Олійника О.Р., азійська модель формування корпоративної соціальної відповідальності характеризується тим, що вона відрізняється активним втручанням уряду та великим впливом культурних традицій на підходи до бізнесу. Працівники як правило, віддані компанії протягом усього свого життя і сприймають її як розширену сім'ю [60].

Основними особливостями азійської моделі корпоративної соціальної відповідальності є:

- вплив місцевих культурних традицій на підходи до бізнесу;
- підтримка гендерної рівності;
- стимулювання волонтерської діяльності та активного громадянського ставлення;
- співпраця між компаніями у вигляді промислових альянсів;
- важлива роль уряду у формуванні бізнес-стратегій;
- керівництво внутрішніми корпоративними політиками;
- інтеграція соціальних проєктів у бізнес, з наголосом на довготривалу підтримку працівників [13, 30].

Серед азійських країн в формуванні соціальної відповідальності бізнесу вирізняється Японія де підходи до формування соціальної відповідальності в бізнес –середовищі обумовлені культурними традиціями країни [98].

На думку дослідників, японська модель корпоративної соціальної відповідальності базується на соціальній згуртованості на рівні підприємства суб'єкта господарювання [30].

Менеджмент зорієнтований не лише на отримання прибутку, а й на турботу про імідж організації, який складається в суспільстві, що забезпечується розумінням своєї відповідальності не лише перед суспільством своєї країни а й цивілізації в цілому.

Японські компанії проявляють соціальну відповідальність перед персоналом через будівництво житла для працівників, витрат на їхнє медичне обслуговування, організацію дозвілля.

В центрі формування корпоративної соціальної відповідальності японських компаній є людина з її людським культурним середовищем [98].

Отже, проведені дослідження показують, що азійські суб'єкти бізнесу не лише чітко дотримуються соціальних стандартів, а й намагаються інтегрувати працівників підприємств в проблеми господарської діяльності, підтримують персонал на різних етапах їхнього життя.

На нашу думку, ідеальної моделі корпоративного управління соціальною відповідальністю в світі не існує, кожна з них має свої позитивні та негативні риси.

У вітчизняному бізнес-середовищі існує проблема впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

Дослідники вважають, що основними причинами невпровадження корпоративної соціальної відповідальності українськими суб'єктами бізнесу є:

- компанії ніколи не замислювались про соціальну відповідальність;
- брак стимулів з боку держави;
- переконання, що корпоративна соціальна відповідальність — функція держави, а не бізнесу [15, 20, 23].

На сучасному етапі свого розвитку в Україні іде процес інтеграції вітчизняної економіки до Європейського Союзу. Суб'єктам українського бізнесу

необхідно вивчати та реалізовувати стандарти формування корпоративної соціальної відповідальності, які склалися в європейському просторі.

Вважаємо, що формування корпоративної соціальної відповідальності за принципами європейської моделі покращить конкурентну позицію українських суб'єктів бізнесу як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Найпоширенішими напрямками реалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні є:

- політика розвитку й поліпшення умов персоналу;
- благодійна допомога;
- допомога Збройним силам України [15].

Вітчизняним суб'єктам бізнесу для адаптації до європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності необхідно вдосконалювати такі напрямки роботи:

- етичне та прозоре провадження бізнесу;
- покращення соціальних прав персоналу на підприємстві;
- підвищення відповідальності перед споживачами, захист їхніх прав;
- дотримання сучасних норм техніки безпеки та використання інновацій для організації робочого місця працівника;
- розробка соціальних програм щодо підвищення якості життя в територіальних громадах;
- впровадження екологічно безпечних і енергозберігаючих технологій;
- переробка та утилізація відходів.

Розуміння особливостей різних моделей корпоративної соціальної відповідальності, дає можливість суб'єктам вітчизняного бізнесу сформувати ефективну національну модель корпоративної соціальної відповідальності.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дипломна робота присвячена актуальній проблемі формування соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу. За результатами дослідження можна сформулювати наступні висновки:

1. В умовах ринку метою господарської діяльності суб'єкта бізнесу є отримання прибутку. При загостренні конкурентної боротьби зростає значення іміджу підприємства, що забезпечує суб'єкту господарювання зростання чисельності споживачів та позитивну динаміку доходів і прибутку від реалізації продукції чи послуги. Умовою досягнення мети сталого розвитку суб'єктами бізнесу виникає необхідність брати на себе соціальну відповідальність щодо персоналу, довкілля, громадянського суспільства.

2. Соціальна відповідальність бізнесу дає можливість оцінити стосунки між бізнесом та навколишнім середовищем і стосується інтересів суб'єктів бізнесу, держави, споживачів. Формування соціальної відповідальності бізнесу спрямоване на вирішення проблем персоналу підприємства (організації); всестороннє задоволення потреб споживачів; вирішення цілей держави щодо наповнення державного бюджету.

3. Соціальна відповідальність базується на соціальних нормах: звичаях, традиціях, нормах моралі, нормах права тощо та має такі різновиди: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, юридична, корпоративна.

4. Соціальна відповідальність бізнесу визначається в межах концепції корпоративної соціальної відповідальності, що є основою прийняття ефективних управлінських рішень та вимагає від суб'єкта господарювання етичної поведінки, дотримання законодавчих норм, розробки заходів спрямованих на вирішення соціальних проблем персоналу, громадянського суспільства, захисту довкілля.

5. Соціальна відповідальність бізнесу формується на основі принципів прозорості, етичної поведінки, поваги до інтересів учасників господарської діяльності, поваги до вимог вітчизняного та міжнародного законодавства, до прав людини.

6. Соціальна відповідальність бізнесу призвана виконувати такі функції: етичну, дбайливого ставлення до персоналу, екологічну, взаємодії з громадою, розвитку ринкових відносин, прозорості та звітності, інновацій, створення доданої вартості, формування партнерських відносин, сприяння стійкому розвитку.

7. Основними рівнями на яких формується соціальна відповідальність є: індивідуальний, груповий, суспільний, державний.

8. Для формування корпоративної соціальної відповідальності застосовуються такі підходи: з позиції корпоративного егоїзму, з позиції корпоративного альтруїзму, з позиції соціальних вимог, з позиції зацікавлених сторін, з позиції етики.

9. Критерії соціальної відповідальності є такі: суб'єктивний, який представлений державою, підприємствами, найманими працівниками, споживачами, партнерами, громадськими організаціями, місцевими громадами; об'єктивний, який визначається внутрішнім та зовнішнім середовищами.

10. Правову основу формування соціальної відповідальності бізнесу визначають нормативні акти міжнародного, національного, регіонального, внутрішньокорпоративного рівнів.

11. Дослідження підходів до формування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу вивчалось на матеріалах ТОВ «АТБ-маркет», який є суб'єктом бізнесу в торгівельній сфері, зареєстроване в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України.

12. ТОВ «АТБ-маркет» є структурним підрозділом Корпорації «АТБ», має розгалужену мережу роздрібних торгівельних підприємств по всій території країни. Підприємство є суб'єктом вітчизняного бізнесу. У 2022 році ТОВ «АТБ-маркет» налічувало 1346 одиниць роздрібних торгівельних підприємств у 24 областях України.

13. ТОВ «АТБ-маркет» є лідером ринку роздрібної торгівлі за товарообігом, кількістю роздрібних торгівельних підприємств, сплатою податків до державного бюджету.

14. Утримувати зайняті позиції досліджуваному підприємству допомагає співпраця з підприємствами-партнерами: будівельною компанією «РІТЕЙЛ-ДЕВЕЛОПМЕНТ», логістичними компаніями «ТРАНС-ЛОГІСТИК», ЛОГІСТИК-ЮНІОН», м'ясною фабрикою «ФАВОРИТ ПЛЮС», кондитерською фабрикою «КВІТЕНЬ».

15. Організаційна структура управління в ТОВ «АТБ-маркет» формується на таких рівнях: наглядова Рада корпорації «АТБ», рада директорів корпорації «АТБ», виконавчий директор корпорації «АТБ», директори підприємств корпорації «АТБ».

16. Статутний капітал сформований внесками п'яти засновників та становить

17 930 148, 65 грн. Найбільша частка в статутному капіталі належить компанії «СКАДІ ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД» - 33,33 %.

17. Економічними видами діяльності ТОВ «АТБ-маркет» є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання; оптова торгівля напоями; оптова торгівля тютюновими виробами; неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах; роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах; діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

18. Основними показниками, які характеризують діяльність ТОВ «АТБ-маркет» є чистий дохід, собівартість реалізації товарів, прибуток.

19. З аналізу цих показників за 2022-2024 роки бачимо, що у 2024 році ТОВ «АТБ-маркет» мало приріст чистого доходу та прибутку відповідно на 40,8% та 22,6 %, що є позитивним. Показник рентабельності теж характеризується позитивною динамікою. Проте військова агресія росії проти України негативно відобразилася на рентабельності ТОВ «АТБ-маркет», оскільки призвела до руйнувань роздрібних торговельних підприємств мережі «АТБ», втрати активів.

20. Дослідження балансу ТОВ «АТБ-маркет» підтверджує тенденцію розвитку підприємства у 2022-2024 роках про що свідчить збільшення валюти балансу: у 2023 році порівняно з 2022 роком показник зріс на 15,6 %, а у 2024 році порівняно із 2023 роком – на 14,8 %. Покращення матеріально-технічної бази підприємства стало можливим в результаті зростання капіталовкладень у необоротні активи.

21. У 2022-2024 роках зростанням характеризувалися найбільш ліквідні активи – грошові кошти. Про активізацію господарської діяльності ТОВ «АТБ-маркет» свідчить зростання дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги та за наданими авансами.

22. Джерелами формування активів ТОВ «АТБ-маркет» у 2022-2024 роках була поточна кредиторська заборгованість, довгострокові зобов'язання, власний капітал. Основним джерелом для створення активів є кредиторська заборгованість за товари та послуги, що є наслідком зростання позитивного іміджу ТОВ «АТБ-маркет» на ринку, чесна та відповідальна поведінка щодо постачальників.

23. Розвиток ТОВ «АТБ-маркет» забезпечується тим, що підприємство формує соціальну відповідальність як перед внутрішнім об'єктом – персоналом так і перед зовнішніми об'єктами до яких відносять довкілля та громадянське суспільство.

24. За 2022-2024 роки чисельність персоналу ТОВ «АТБ-маркет» знизилася як наслідок того, що частина роздрібних торговельних підприємств компанії «АТБ» була втрачена, тому що залишилася на окупованій ворогом території або була зруйнована. В структурі персоналу почала переважати частка жінок, оскільки частина працівників чоловічої статі була мобілізована у Збройні сили України.

25. Важливим напрямком соціальної відповідальності ТОВ «АТБ-маркет» є відповідальність перед персоналом підприємства щодо мотивації праці, організації робочих місць, безпеки праці, професійного розвитку персоналу, дотримання вимог трудового законодавства, забезпечення балансу між роботою

та особистим життям. Кадрова політика ТОВ «АТБ» формується на основі принципів безпеки, стабільності, результативності.

26. Позитивним є те, що у 2024 році рівень середньомісячної заробітної плати працівників ТОВ «АТБ-маркет» перевищив мінімальну заробітну плату у 6,5 разів.

27. Заробітна плата персоналу залежить від займаної посади, досвіду роботи працівника, місцязрешування роздрібного торгівельного підприємства. Соціальна відповідальність перед персоналом ТОВ «АТБ-маркет» проявляється в дотриманні трудового законодавства. Заробітна плата працівникам виплачується у визначені терміни, двічі на місяць.

28. Для покращення мотивації праці персоналу в Колективному договорі ТОВ «АТБ-маркет» затверджена система преміювання персоналу, що передбачає додаткові бонуси та преміювальні виплати, знижки на товари, які можна придбати у роздрібній торгівельній мережі.

29. ТОВ «АТБ-маркет» дотримується законодавчих норм щодо оплати працівникам днів тимчасової втрати працездатності, чергової відпустки, інших видів відпусток.

30. Соціальна відповідальність ТОВ «АТБ-маркет» проявляється в наданні можливостей персоналу навчатися у власних центрах навчання, кар'єрного зростання.

31. Для захисту довкілля, ТОВ «АТБ-маркет» реалізовує в роздрібній торгівельній мережі лише пакети, які виготовлені із матеріалів, що легко утилізуються та екосумки.

32. Екологічним проектом є інвестування у програми енергозбереження: заміна ламп на світлодіодні, застосування більш енергоефективного обладнання, водозберігаючої арматури, використання теплової енергії, яка виділяється в процесі роботи обладнання для опотлення торгового залу.

33. Для вирішення проблем місцевих громад ТОВ «АТБ-маркет» фінансує асфальтування доріг, заміну зовнішнього освітлення, озеленення територій,

будівництво та реконструкцію дитячих майданчиків, ремонт систем газопостачання.

34. ТОВ «АТБ-маркет» виділяє кошти на підтримку освіти, культури, спорту, співпрацює з різними благодійними фондами, громадськими організаціями з метою надання допомоги ветеранам війни, пенсіонерам, малозабезпеченим громадянам, багатодітним сім'ям та ін. За 2022-2024 роки на такі цілі було виділено понад 24 млн грн.

35. Компанія «АТБ» для підтримки військових та їхніх сімей створила благодійний фонд, який активно працював щодо надання фінансової допомоги на придбання медичного обладнання Одеській обласній дитячій клінічній лікарні на суму понад 190 тис.грн., Львівській обласній дитячій лікарні ОХМАТДИТ більше 323 тис. грн., Київській обласній дитячій лікарні понад 600 тис.грн., дитячим лікарням Миколаєва та Херсону понад 424 тис. грн. тощо.

36. За 2022-2024 роки ТОВ «АТБ-маркет» надало більше 2 млрд.грн. на допомогу Збройним силам України.

37. Соціальні програми ТОВ «АТБ-маркет» спрямовані на підтримку спорту в Україні, талановитої молоді.

38. Соціальні програми, які спрямовані на підтримку соживачів – це участь ТОВ «АТБ-маркет» у державній програмі отоварення сертифікатів на продукти єДопомога.

39. В період коронавірусної інфекції COVID-19 реалізовувалася програма «Благодійна поліція», спрямована на надання допомоги малозабезпеченим сім'ям, людям похилого віку тощо.

40. ТОВ «АТБ-маркет» має певні проблеми щодо формування соціальної відповідальності бізнесу, які пов'язані із проявом пасивності державних інституцій щодо підтримки проявів соціальних ініціатив суб'єктів бізнесу; несправедливій оцінці спонсорської, благодійної допомоги, соціальних проектів громадянським суспільством.

41. Вважаємо, що через позитивну та шанобливу оцінку соціальних проектів суб'єктів бізнесу зі сторони держави та суспільства можна підвищити

рівень мотивації підприємств та організацій щодо більшої участі у вирішенні соціальних проблем.

42. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу щодо персоналу підприємства матиме кращий результат, якщо працівники готові дотримуватися визначених стандартів, норм поведінки персоналу.

43. Для того, щоб персонал ТОВ «АТБ-маркет» відповідав цінностям компанії важливо покращити систему набору, підбору персоналу з метою формування згуртованого колективу здатного ефективно вирішувати визначені цілі.

44. У світі визнають три моделі формування корпоративної соціальної відповідальності, які мають свої особливості: американська, європейська, азійська. Оскільки стратегічною метою України є інтеграція з Європейським Союзом, тому важливо переймати європейські принципи формування соціальної відповідальності бізнесу. Дослідження характеристик різних моделей формування корпоративної соціальної відповідальності створює можливості створення української моделі, яка матиме свої національні особливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімова І. Соціальна відповідальність українського бізнесу : результати опитування / І. Акімова, А. Марцінків, О. Осінкіна. – К. : ООН, 2013. – 53 с.
2. АТБ-маркет[Електронний ресурс]. Режим доступу:
http://shareuapotential.com/ru/Emitents/atb_ua.html
3. АТБ-маркет магазин: середня зарплата в Україні[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ua.jooble.org/salary/>
4. «АТБ» наростив товарообіг до 248,8 млрд грн у 2024 році: зростання на 15% попри виклики воєнного часу[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://tsn.ua/groshi/atb-narostiv-tovaroobig-do-248-8-mlrd-grn-u-2024-roci-zrostannya-na-15-popri-vikliki-voyennogo-chasu-2761029.html>
5. Біла І. С. Соціальна відповідальність держави та бізнесу як умова розвитку соціальної економіки / І. С. Біла, О. О. Шевченко // Наукові записки НаУКМА. – Економічні науки. – 2020. – Том 5. – Випуск 1. – С.11-14.
6. Білик Р. Р. Соціальна відповідальність бізнесу як основа безпеки підприємництва в сучасних умовах / Р. Р. Білик, А. І. Вєрвус // Український журнал прикладної економіки та техніки. – 2023. – Том 8. – № 3. – С. 318-323. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/ujae_2023_r03_a48.pdf
7. Благодійна ярмарка «АТБ» до свята Великодня[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.atb.ua/section/korporativni-zakhodi-9/article/blagodiina-iarmarka-atb-do-sviata-velikodnia-12>
8. Благодійний внесок» – стартує нова ініціатива від АТБ з підтримки українських захисників та медиків[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.atb.ua/section/novini-korporatsiyi-4/article/blagodiinii-vnesok-startuie-nova-initsiativa-vid-atb-z-pidtrimki-ukrayinskikh-zakhisnikov-ta-medikov-222>

9. Буди́ко О. В. особливості нормативно-правового регулювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2020. – № 43. – с. 100-104 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/43-2020/17.pdf>
10. Буди́ко О. В. Соціальна відповідальність: конспект лекцій / О. В. Буди́ко, О. В. Брежнєва-Єрмоленко. – Кам'янське: ДДТУ, 2022 р. – 114 с.
11. Букреєва Д. С. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств : євроінтеграційний аспект // Економіка та суспільство. – 2022. – №38. – С. 1-9 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>
12. БФ «АТБ» передав обладнання для Київської обласної дитячої лікарні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.atb.ua/section/blagodiinii-fond-11/article/bf-atb-peredav-obladnannia-dlia-kiyivskoyi-oblasnoyi-ditiachoyi-likarni-79#wrap>
13. Варвус А. І. Зарубіжний досвід соціальної відповідальності бізнесу // Регіональна економіка. – 2024. – № 1. – С. 112-117.
14. Вшанування 30-ї річниці виведення радянських військ з Афганістану [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.atb.ua/section/blagodiinii-fond-11/article/vshanuvannia-30-yi-richnitsi-vivedennia-radianskikh-viisk-z-afganistanu-77#wrap>
15. Гарбар Ж. В. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність : навч. посіб. / Ж. Гарбар, К. Мазур, Т. Мостенська. – Вінниця : ВНАУ, 2020. – 228 с.
16. Гирик О. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / О. Гирик, О. Денис, О. Дубовик та ін. – К.: УБС НБУ, 2009. – 352 с.
17. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. – К. : Лібра, 2004. – 712 с.
18. Гоголя О.П., Кудінова І.П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. Гоголя, І. Кудінов. – Ніжин : Лисенко М.М., 2011. – 175 с.

- 19.Головінов О. М. Соціальна відповідальність бізнесу : українські реалії і проблеми // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2. – С. 187 – 192.
- 20.Горинь М. О. Корпоративне управління : навч. посіб. / М. Горинь, О. Сенишин, Н. Чопко. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. – 644 с.
- 21.Грановська І. В. Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>
- 22.Григор'єва О. В. Корпоративна соціальна відповідальність: навч.-метод. посіб. – Полтава : ПолтНТУ, 2017. – 88 с.
- 23.Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу : сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 7. – С. 3-8.
- 24.Гусєва О. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу : навч. посіб. / О. Гусєва, О. Воскобоева, Т. Хлевицька. – Київ : Державний університет телекомунікацій, 2020. – 222 с.
- 25.Дейч М. Є. Соціальна відповідальність бізнесу в системі соціально-трудових відносин[Електронний ресурс]. Режим доступу: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgicfindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/14715287.pdf>
- 26.Денис О. Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика // Вісник Університету банківської справи Національного Банку України. – 2015. – № 2(8). – С. 36-38.
- 27.Доброва Н. В. Основи бізнесу : навч. посіб./ Н. Доброва, М. Осипова. – Одеса : Бондаренко М. О., 2018. – 305 с.
- 28.Дячун О. Соціальна відповідальність бізнесу : сучасні виклики та перспективи[Електронний ресурс]. Режим доступу: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgicfindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/>

- 29.Екорішення: в мережі «АТБ» з'явився біорозкладний пакет з кукурудзяного крохмалю[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://rubryka.com/2021/03/16/eco-pakety-atb/>
- 30.Жмай О. В. Корпоративна соціальна відповідальність в країнах Азії // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – Том 16. – Вип. 1 (35). – С. 220-232.[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fe4da4bf-8f02-4e84-a39e-bfb4e25ae58c/content>
- 31.Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної соціальної відповідальності» (EU Green Paper «Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility», 2001).
- 32.Земельний кодекс: Закон України від 20 грудня 2001 року № 2905-III[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text>
- 33.Зручно, вигідно, екологічно. Як «АТБ», змінюючи свій формат, впливає на розвиток вітчизняної торгівлі [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://portal.lviv.ua/news/2020/02/28/zruchno-vyhidno-ekolohichno-iak-atb-zminiuiuchy-svij-format-vplyvaie-na-rozvytok-vitchyzniano-torhivli>
- 34.Інформація про АТБ[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://forbes.ua/profile/atb-219>
- 35.Іршак О. Види корпоративної соціальної відповідальності в контексті досягнення цілей сталого розвитку // Економіка та суспільство / О. Іршак, О. Коломієць, А. Черепанин. – 2024. – № 59[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-13>
- 36.Коваленко Є. В. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 1. – С. 106-112[Електронний ресурс]. Режим доступу: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_28/YEVHEN_V_KOVALENKOForeign_Experience_of_National_Corporate_Social_Responsibility_Models_Forming.pdf 10.

- 37.Коваль О. Корпоративна соціальна відповідальність під час війни та в повоєнному відновленні : Національний Інститут стратегічних досліджень[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-pid-chas-viyny-ta-v>
- 38.Кодекс законів про працю України : Закон України від 10 грудня 1971 року № 322 – VIII, поточна редакція від 24 грудня 2023 року № 3294 – IX[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>
- 39.Колосок А. Зарубіжний досвід соціальної відповідальності бізнесу та перспективи його застосування в Україні // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Економіка й управління національним господарством. – 2015. – № 1. – С. 15–19[Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2015_1_5
- 40.Колот А. М. Соціальна відповідальність : теорія і практика розвитку : монографія / А. Колот, О. Грішнова. – Київ : КНЕУ, 2012. – 501 с.
- 41.Колот А. М. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / А. Колот, О. Грішнова, О. Герасименко. – Київ : КНЕУ, 2015. – 519 с.
- 42.Компанія «АТБ-Маркет» встановила у магазинах мережі «Благодійні полиці» для допомоги соціально незахищеним верствам населення[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.atb.ua/section/novini-korporatsiyi-4/article/kompaniia-atb-market-vstanovila-u-magazinakh-merezhi-blagodiini-politsi-dlia-dopomogi-sotsialno-nezakhishchenim-verstvam-naselennia-130>
- 43.Компанія «АТБ-Маркет» запроваджує спеціальну годину для людей похилого віку[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.atb.ua/section/novini-korporatsiyi-4/article/kompaniia-atb-market-zaprovadzhuie-spetsialnu-godinu-dlia-liudei-pokhilogo-viku-120>

44. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 року № 254к/96. – Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С.74
[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.liga.net>.
45. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80>.
46. Корпорація «АТБ» виступила у ролі Святого Миколая [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.atb.ua/section/sotsialni-proekti-5/article/korporatsiia-atb-vistupila-u-rol-i-sviatogo-mikolaia-27>
47. Корпорація «АТБ» виділила понад 3 млн грн на закупівлю індивідуальних засобів захисту для співробітників компанії [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.atb.ua/section/novini-korporatsiyi-4/article/korporatsiia-atb-vidilila-ponad-3-mln-grn-na-zakupivliu-individualnikh-zasobiv-zakhistu-dlia-spivrobitnikiv-kompaniyi-119#wrap>
48. Корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.atb.ua/page/social_projects
49. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. – Київ : Стандарт, 2005. – 302 с.
50. Лук'янихін В. О. Менеджмент персоналу : навч. посіб. – Суми: Університетська книга, 2004. – 592 с.
51. Лункіна Т. І. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення / Т. І. Лункіна, І. М. Власюк // Modern Economics. – 2017. – №1. – С. 24 – 30.
52. Львівський Охмадит отримав нове обладнання завдяки БФ «АТБ» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.atb.ua/section/blagodiinii-fond-11/article/lvivskii-okhmatdit-otrimav-nove-obladnannia-zavdiaki-bf-atb-80#wrap>

53. Миськів Г. В. Нормативно-правові засади корпоративної соціальної відповідальності/ Г. В. Миськів, О. Л. Коломієць // Економічний простір. – 2025. – № 197. – С. 80-85[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://srd.pdaba.edu.ua:8080/bitstream/123456789/14794/1/Myskiv.pdf>
54. Міжнародний стандарт ISO 26000. Керівництво для врахування соціальних вимог до компаній та організацій, яке служить для користувачів орієнтиром для сталого розвитку[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/sertifikujte/iso-26000>.
55. Момот С. В. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію принципів сталого розвитку в регіоні // Економічні науки. – Збірник наукових праць ЧДТУ. – Випуск 64. – С. 27-35.
56. Мосійчук І. В. Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності: порівняльний аналіз[Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eprints.zu.edu.ua/_2018.PDF
57. Мурашко М. І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні // Демографія та соціальна економіка : Науково-економічний та суспільно-політичний журнал . – 2009. – № 2. – С. 114 – 122.
58. Настанови ISO 26000 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/sertifikujte/iso-26000#>
59. Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу : особливості та механізм формування // Економіка і суспільство. – 2018. – № 17. – С. 24 - 29[Електронний ресурс]. Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/4.pdf
60. Олійник О. Р. Міжнародний досвід розвитку соціальної відповідальності та можливість його застосування в Україні // Інноваційна економіка. – 2015. – №4[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>
61. Олійник О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. – Рівне : НУВГП, 2016. – 222 с.
62. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навч. посіб. // Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : «Кондор», 2005. – 860 с.

63. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / О.О. Охріменко, Т. В. Іванова. – К. : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.
64. Партнером соціальної платформи «Допомога стала мережа АТБ» [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3658390-partnerom-socialnoi-platformi-edopomoga-stala-mereza-atb.html>
65. Пахуча Е. В. Проблеми формування соціальної відповідальності бізнесу // Науковий вісник Ужгородського національного Університету. – 2016. – Випуск 8. – С. 46-49 [Електронний ресурс]. Режим доступу:
chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/8_2_2016ua/13.pdf
66. Повітряний кодекс України : Закон України, чинна редакція від 15 листопада 2024 року № 4017- IX [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3393-17#Text>
67. Податковий кодекс України : Закон України, чинна редакція від 3 вересня 2023 року № 2755-6 [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
68. Працой і вчись: основні принципи кадрової політики АТБ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/principi-kadrovai-politiki-atb/>
69. Програма «Соціальний кошик АТБ» [Електронний ресурс]. Режим доступу:
https://www.atb.ua/page/social_projects
70. Про благодійну діяльність та благодійні організації : Закон України від 5 липня 2012 року № 5073-VI [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17>
71. Про відпустки : Закон України від 15 листопада 1996 року № 505/96 - ВР [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80#Text>

- 72.Про гуманітарну допомогу : Закон України від 22 жовтня 1999 року № 1192-XIV[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1192-14#Text>
- 73.Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : Закон України від 15 травня 2003 року № 755-IV[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>
- 74.Продовольчий фронт та стабільне джерело доходу[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://delo.ua/retail/kadrova-politika-atb-bezpeka-stabilnist-prozorist-ta-rezultativnist-449137/>
- 75.Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 21 грудня 2000 року № 2180-III[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text>
- 76.Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07 червня 1996 року № 236/96-ВР[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>
- 77.Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 року № 30 [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
- 78.Про корпорацію «АТБ»[Електронний ресурс]. Режим доступу:
https://www.atb.ua/page/structure_atb
- 79.Про оплату праці : Закон України від 24 березня 1995 року № 108/95-ВР [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>
- 80.Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України , поточна редакція від 08 серпня 2025 року № 3855- IX[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>
- 81.Про соціальний діалог в Україні : Закон України від 23 грудня 2010 року № 2862-VI[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2862-17>

82. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю : Закон України від 6 лютого 2018 року №2275-VIII[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19>.
83. Пушкар М. С. Соціальна відповідальність бізнесу: терія і практика / М. С. Пушкар, Л. І. Голінач. – Тернопіль: Карт-бланш, 2018. – 215 с.
84. Роздрібна мережа «АТБ» – лідер торгової галузі України[Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.atb.ua/page/atb_market
85. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 2. – Т. 1. – С. 198–204.
86. Саприкіна М. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / М. Саприкіна, О. Ляшенко, М. Саєнсує, Г. Місько, А. Зінченко. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
87. Ситник Й. Роль та принципи соціальної відповідальності в системі управління підприємствами[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/278/254>
88. Сіренко Н. М. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Н. М. Сіренко, Т. І. Лункіна, А. В. Бурковська. – Миколаїв : МНАУ, 2021. – 216 с.
89. Смовженко Т. С. Корпоративна соціальна відповідальність / за заг. ред. Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецової. – Київ : УБС НБУ, 2010. – 314 с.
90. Сучасне медичне обладнання для Дніпропетровської обласної дитячої клінічної лікарні[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.atb.ua/section/blagodiinii-fond-11/article/suchasne-medichne-obladnannia-dlia-dnipropetrovskoyi-oblasnoyi-ditiachoyi-klinichnoyi-likarni-62#wrap>
91. Сучасне медичне обладнання для обласних дитячих лікарень Миколаєва та Херсону[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.atb.ua/section/blagodiinii-fond-11/article/suchasne-medichne-obladnannia-dlia-oblasnikh-ditiachikh-likaren-mikolaieva-ta-khersonu-68#wrap>

- 92.Сучасне медичне обладнання для Одеської обласної дитячої клінічної лікарні[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://www.atb.ua/section/blagodiinii-fond-11/article/suchasne-medichne-obladnannia-dlia-odeskoyi-oblasnoyi-ditiachoyi-klinichnoyi-likarni-90>
- 93.Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2015. – 608 с.
- 94.У супермаркетах АТБ можна отримати продукти безплатно: як це зробити[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://fmz.org.ua/novini/u-supermarketah-atb-mozhna-otrymaty-produkty-bezplatno-yak-cze-zrobyty>
- 95.Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40-44. Ст.356 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
- 96.Чупріна М. О. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посіб. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. – 138 с.
- 97.Шиманська О. П., Петрук Н.В. Нормативно-правове регулювання соціальної відповідальності бізнесу в Україні. // Економіка та суспільство. – 2021. – № 34.
98. Шутаєва О. О. Японська модель корпоративної соціальної відповідальності: особливості формування та практика реалізації // Культура народів Причорномор'я. – 2014. – № 278 – Т. 1. – С. 116-120[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/16a9181c-19c5-45f1-8cd1-181156c766e0/content>
- 99.Щокін Р. Г. Закони соціального розвитку і управління: монографія. – К. : МАУП, 2006. – 192 с.
100. Як змінилась корпоративна соціальна відповідальність компаній в умовах війни?[Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://budni.robota.ua/ru/corporate-culture/yak-zminilas-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-kompaniy-v-umovah-viyni>

ДОДАТКИ

Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань

Детальна інформація про юридичну особу	
Назва атрибута	Значення
Найменування юридичної особи, у тому числі скорочене (за наявності)	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "АТЬ-МАРКЕТ" (ТОВ "АТЬ-МАРКЕТ")
Організаційно-правова форма	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Назва юридичної особи	"АТЬ-МАРКЕТ"
Ідентифікаційний код юридичної особи	30487219
Місцезнаходження юридичної особи	Україна, 49000, Дніпропетровська обл., місто Дніпро, ПРОСПЕКТ ОЛЕКСАНДРА ПОЛЯ, будинок 40
Розмір статутного (складеного) капіталу (пайового фонду)	Розмір : 9930148,65 грн.
Перелік засновників (учасників) юридичної особи: прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), країна громадянства, місце проживання, якщо засновник – фізична особа; найменування, країна резидентства, місцезнаходження та ідентифікаційний код, якщо засновник – юридична особа; інформація про встановлення вимоги нотаріального засвідчення справжності підпису під час прийняття рішень з питань діяльності юридичної особи та/або вимоги нотаріального посвідчення правочину, предметом якого є частка учасника у статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді) юридичної особи; розмір частки засновника (учасника)	ЄРМАКОВ ЄВГЕНІЙ ПЕТРОВИЧ, громадянство: Україна, Місцезнаходження: Україна, 01015, місто Київ, ВУЛИЦЯ СТАРОНАВОДНИЦЬКА, будинок 4-В, квартира 4, Розмір частки засновника (учасника): 529276,81 БУТКЕВИЧ ГЕННАДІЙ ВЛАДИСЛАВОВИЧ, громадянство: Україна, Місцезнаходження: Україна, 10001, Житомирська обл., місто Житомир, вул.Грушевського Михайла, будинок 98, квартира 66, Розмір частки засновника (учасника): 530269,97 СОНАТО ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД, резидентство: Кіпр, Місцезнаходження: Кіпр, 2222, НІКОСІЯ, ЛАТЦІЯ, АГ. ЕЛЕФТЕРІОС, ВУЛИЦЯ ДІМОКРАТІАС, БУДИНОК 54, Розмір частки засновника (учасника): 2780441,60 СКАДІ ХОЛДІНГС ЛІМІТЕД, резидентство: Кіпр, Місцезнаходження: Кіпр, 2222, НІКОСІЯ, ЛАТЦІЯ, АГ. ЕЛЕФТЕРІОС, ВУЛИЦЯ ДІМОКРАТІАС, БУДИНОК 54, Розмір частки засновника (учасника): 3309718,67 БІ ДЖИ ВІ ГРУП ЛІМІТЕД, резидентство: Кіпр, Місцезнаходження: Кіпр, 2222, НІКОСІЯ, ЛАТЦІЯ, АГІОС ЕЛЕФТЕРІОС, ДІМОКРАТІАС, БУДИНОК 54, Розмір частки засновника (учасника): 2780441,60
Відомості про структуру власності юридичної особи	дата: 16.07.2024, номер: б/н, ПІБ підписанта: Шаповалова Наталія Анатоліївна, тип підписанта: Керівник

Інформація про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи: прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), країна громадянства, місце проживання, тип бенефіціарного володіння, відсоток частки статутного капіталу або відсоток права голосу, інший характер та міра впливу, або інформація про відсутність кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи	СРМАКОВ ЄВГЕНІЙ ПЕТРОВИЧ, громадянство: Україна, Україна, 01015, місто Київ, вул.Старонаводницька, будинок 4-В, квартира 4. Тип бенефіціарного володіння: Непрямий вирішальний вплив Відсоток частки статутного капіталу або відсоток права голосу: 28 БУТКЕВИЧ ГЕННАДІЙ ВЛАДИСЛАВОВИЧ, громадянство: Україна, Україна, 10001, Житомирська обл., місто Житомир, вул.Грушевського Михайла, будинок 98, квартира 66. Тип бенефіціарного володіння: Непрямий вирішальний вплив Відсоток частки статутного капіталу або відсоток права голосу (непрямий вплив): 19.6 КАРАЧУН ВІКТОР ІВАНОВИЧ, громадянство: Україна, Кіпр, 4532, ЛІМАССОЛ, РЕЗИДЕНЦІЯ ФОР СІЗОНС, АМАТУНТОС АВЕНЮ, будинок 69, приміщення 800. Тип бенефіціарного володіння: Непрямий вирішальний вплив Відсоток частки статутного капіталу або відсоток права голосу (непрямий вплив): 16.67 КАРАЧУН ІРИНА МИКОЛАЇВНА, громадянство: Україна, Кіпр, 4532, ЛІМАССОЛ, РЕЗИДЕНЦІЯ ФОР СІЗОНС, АМАТУНТОС АВЕНЮ, будинок 69, приміщення 800. Тип бенефіціарного володіння: Непрямий вирішальний вплив Відсоток частки статутного капіталу або відсоток права голосу (непрямий вплив): 16.66
Види діяльності	47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами (основний) 46.34 Оптова торгівля напоями 46.35 Оптова торгівля тютюновими виробами 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах 10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
Відомості про органи управління юридичної особи	ЗАГАЛЬНІ ЗБОРИ УЧАСНИКІВ, ГЕНЕРАЛЬНИЙ ДИРЕКТОР, НАГЛЯДОВА РАДА, РАДА ДИРЕКТОРІВ
Відомості про керівника юридичної особи, про інших осіб: прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), дані про наявність обмежень щодо представництва юридичної особи	ШАПОВАЛОВА НАТАЛІЯ АНАТОЛІЇВНА (обмеження повноважень зазначені у преамбулі статуту та п.п. 5.4, 5.15, 5.19, 5.22, 5.25, 5.26, 5.30 статуту) - керівник
Назва установчого документа	

Дата державної реєстрації, дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі про включення до Єдиного державного реєстру відомостей про юридичну особу – у разі, коли державна реєстрація юридичної особи була проведена до набрання чинності Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців"	Дата державної реєстрації: 19.07.1999, Дата запису: 05.10.2004, Номер запису: 12031200000000156
Місцезнаходження реєстраційної справи	Департамент адміністративних послуг та дозвільних процедур Дніпровської міської ради
Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань та інформаційними системами державних органів	21.07.1999, ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ, 37507880 23.07.1999, 735, СХІДНЕ МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС ПО РОБОТІ З ВЕЛИКИМИ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКІВ, 43968079, (дані про взяття на облік як платника податків) 22.07.1999, 0432042893, СХІДНЕ МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС ПО РОБОТІ З ВЕЛИКИМИ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКІВ, 43968079, 5, (дані про взяття на облік як платника єдиного внеску) 21.07.1999, ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ, 37507880 23.07.1999, 735, СХІДНЕ МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС ПО РОБОТІ З ВЕЛИКИМИ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКІВ, 43968079, (дані про взяття на облік як платника податків) 22.07.1999, 0432042893, СХІДНЕ МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС ПО РОБОТІ З ВЕЛИКИМИ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКІВ, 43968079, 5, (дані про взяття на облік як платника єдиного внеску)
Інформація для здійснення зв'язку	Телефон 1: 7700366, Телефон 2: 7700377, Факс: 7700141

Додаток Б

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АТБ-МАРКЕТ»			
Дата звіту.			23.02.2023 р
Період			2022 рік, 12 місяців
Бухгалтер			Бобров О.С.
КАТОТТГ			UA12020010010639502
Кількість працівників			48872
Баланс (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	86 689.00	101 948.00
первісна вартість	1001	357 915.00	313 033.00
накопичена амортизація	1002	271 226.00	211 085.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 782 972.00	1 755 082.00
Основні засоби	1010	23 895 667.00	20 763 561.00
первісна вартість	1011	39 237 613.00	40 243 974.00
знос	1012	15 341 946.00	19 480 413.00
Інвестиційна нерухомість	1015	586 227.00	203 790.00
первісна вартість	1016	600 421.00	597 248.00
знос	1017	14 194.00	393 458.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	60.00	60.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	3 705.00	3 247.00
Відстрочені податкові активи	1045	90 903.00	273 884.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	

Усього за розділом I	1095	26 446 223.00	23 101 572.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	7 771 596.00	8 615 062.00
Виробничі запаси	1101	98 930.00	120 060.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	7 672 665.00	8 495 002.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 477.00	1 836.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	213 226.00	460 855.00
з бюджетом	1135	60 896.00	73 338.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	451 286.00	369 331.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 043 345.00	35 109.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	6 407 400.00	8 423 611.00
Готівка	1166	366 310.00	377 030.00
Рахунки в банках	1167	6 041 090.00	8 046 581.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	15 949 226.00	17 979 142.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	42 395 449.00	41 080 714.00
Пасив			

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9 930.00	9 930.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	0.00	
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 520 877.00	4 970 321.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	4 530 807.00	4 980 251.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	9 875 245.00	8 859 351.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	9 875 245.00	8 859 351.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	

Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	2 812 036.00	1 983 346.00
товари, роботи, послуги	1615	16 637 705.00	13 220 201.00
розрахунками з бюджетом	1620	1 077 782.00	681 239.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	546 077.00	
розрахунками зі страхування	1625	144 542.00	93 539.00
розрахунками з оплати праці	1630	626 140.00	452 264.00
за одержаними авансами	1635	55 468.00	41 006.00
за розрахунками з учасниками	1640	5 639 313.00	5 481 022.00
із внутрішніх розрахунків	1645	339.00	2 249.00
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	426 475.00	760 040.00
Доходи майбутніх періодів	1665	15.00	15.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	569 582.00	4 526 191.00
Усього за розділом III	1695	27 989 397.00	27 241 112.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	42 395 449.00	41 080 714.00

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АТБ-МАРКЕТ»

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік			
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	148 332 869.00	148 745 255.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	110 721 024.00	110 486 259.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	37 611 845.00	38 258 996.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	1 196 654.00	1 330 685.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	11 026 796.00	4 815 775.00
Витрати на збут	2150	22 040 993.00	22 451 209.00
Інші операційні витрати	2180	1 115 154.00	416 027.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00

Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	4 625 556.00	11 906 670.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	409 851.00	216 069.00
Інші доходи	2240	6.00	14.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	1 648 708.00	1 953 681.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	29 941.00	12 385.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	3 356 764.00	10 156 687.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-829 074.00	-1 827 799.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2 527 690.00	8 328 888.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2 527 690.00	8 328 888.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	274 256.00	662 508.00

Витрати на оплату праці	2505	16 017 786.00	11 288 548.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 791 658.00	2 137 538.00
Амортизація	2515	3 162 392.00	4 302 609.00
Інші операційні витрати	2520	14 615 500.00	11 257 874.00
Разом	2550	35 861 592.00	29 649 077.00
Розрахунок показників прибутковості акцій			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0.00

Додаток Г

ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АТБ-МАРКЕТ»

Фінансова звітність за 2023 рік			
Дата звіту	29.04.24		
Період	2023 рік, 12 міс		
Бухгалтер	Бобров О.С.		
КАТОТТГ	UA12020010010639502		
Кількість працівників	44094		
Баланс (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	101 948.00	57 676.00
первісна вартість	1001	313 033.00	285 827.00
накопичена амортизація	1002	211 085.00	228 151.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 755 082.00	1 780 720.00
Основні засоби	1010	20 763 561.00	22 365 282.00
первісна вартість	1011	40 243 974.00	45 619 098.00
знос	1012	19 480 413.00	23 253 816.00
Інвестиційна нерухомість	1015	203 790.00	195 327.00
первісна вартість	1016	597 248.00	597 247.00
знос	1017	393 458.00	401 920.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	60.00	60.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	3 247.00	2 485.00
Відстрочені податкові активи	1045	273 884.00	234 035.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	23 101 572.00	24 635 585.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	8 615 062.00	8 370 136.00
Виробничі запаси	1101	120 060.00	116 723.00

Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	8 495 002.00	8 253 413.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 836.00	1 705.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	460 855.00	419 864.00
з бюджетом	1135	73 338.00	160 290.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	369 331.00	355 841.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	35 109.00	9 343.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	8 423 611.00	13 515 622.00
Готівка	1166	377 030.00	393 483.00
Рахунки в банках	1167	8 046 581.00	13 122 139.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	17 979 142.00	22 832 801.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	19 550.00
Баланс	1300	41 080 714.00	47 487 936.00
Пасив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9 930.00	9 930.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	

Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	0.00	
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 970 321.00	4 519 921.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	4 980 251.00	4 529 851.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	8 859 351.00	8 672 402.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	8 859 351.00	8 672 402.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	1 983 346.00	2 865 394.00
товари, роботи, послуги	1615	13 220 201.00	18 232 757.00
розрахунками з бюджетом	1620	681 239.00	471 262.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	80 521.00
розрахунками зі страхування	1625	93 539.00	148 652.00

розрахунками з оплати праці	1630	452 264.00	627 523.00
за одержаними авансами	1635	41 006.00	116 815.00
за розрахунками з учасниками	1640	5 481 022.00	1 242 029.00
із внутрішніх розрахунків	1645	2 249.00	4 363.00
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	760 040.00	1 292 167.00
Доходи майбутніх періодів	1665	15.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	4 526 191.00	9 284 721.00
Усього за розділом III	1695	27 241 112.00	34 285 683.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	41 080 714.00	47 487 936.00

Додаток Д

ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АТЬ-МАРКЕТ»

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	181 089 665.00	148 332 869.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	133 239 848.00	110 721 024.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	47 849 817.00	37 611 845.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	1 125 906.00	1 196 654.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	23 972 873.00	11 026 796.00
Витрати на збут	2150	23 012 908.00	22 040 993.00
Інші операційні витрати	2180	1 386 650.00	1 115 154.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00

Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	603 292.00	4 625 556.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	914 341.00	409 851.00
Інші доходи	2240	6.00	6.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	1 708 397.00	1 648 708.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	20 021.00	29 941.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		3 356 764.00
збиток	2295	210 779.00	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-239 620.00	-829 074.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		2 527 690.00
збиток	2355	450 399.00	
Сукупний дохід			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-450 399.00	2 527 690.00
Елементи операційних витрат			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	291 028.00	274 256.00
Витрати на оплату праці	2505	29 231 586.00	16 017 786.00

Відрахування на соціальні заходи	2510	1 926 107.00	1 791 658.00
Амортизація	2515	4 134 481.00	3 162 392.00
Інші операційні витрати	2520	14 517 647.00	14 615 500.00
Разом	2550	50 100 849.00	35 861 592.00
Розрахунок показників прибутковості акцій			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0.00

Додаток Е

ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АТБ-МАРКЕТ

Фінансова звітність за 2024 рік

Дата звіту

28.02.25

Період

2024 рік, 12 міс

Бухгалтер

Бобров О.С.

КАТОТТГ

UA12020010010639502

Кількість працівників

46084

Баланс (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	57 676.00	151 490.00
первісна вартість	1001	285 827.00	404 045.00
накопичена амортизація	1002	228 151.00	252 555.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 780 720.00	1 934 406.00
Основні засоби	1010	22 365 282.00	25 308 189.00
первісна вартість	1011	45 619 098.00	52 494 015.00
знос	1012	23 253 816.00	27 185 826.00
Інвестиційна нерухомість	1015	195 327.00	194 594.00
первісна вартість	1016	597 247.00	605 757.00
знос	1017	401 920.00	411 163.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	60.00	60.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	2 485.00	2 131.00
Відстрочені податкові активи	1045	234 035.00	216 189.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	24 635 585.00	27 807 059.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	8 370 136.00	10 671 534.00
Виробничі запаси	1101	116 723.00	371 839.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	

Товари	1104	8 253 413.00	10 299 694.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 705.00	1 800.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	419 864.00	451 327.00
з бюджетом	1135	160 290.00	115 589.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	355 841.00	585 373.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9 343.00	4 428.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	13 515 622.00	14 884 161.00
Готівка	1166	393 483.00	460 239.00
Рахунки в банках	1167	13 122 139.00	14 423 922.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	22 832 801.00	26 714 212.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	19 550.00	9 126.00
Баланс	1300	47 487 936.00	54 530 397.00
Пасив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9 930.00	9 930.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	0.00	

Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 519 921.00	5 259 295.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	4 529 851.00	5 269 225.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	8 672 402.00	9 109 090.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	8 672 402.00	9 109 090.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	2 865 394.00	2 905 421.00
товари, роботи, послуги	1615	18 232 757.00	22 375 287.00
розрахунками з бюджетом	1620	471 262.00	1 385 480.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	80 521.00	436 502.00
розрахунками зі страхування	1625	148 652.00	203 353.00
розрахунками з оплати праці	1630	627 523.00	886 083.00
за одержаними авансами	1635	116 815.00	139 721.00

за розрахунками з учасниками	1640	1 242 029.00	99 991.00
із внутрішніх розрахунків	1645	4 363.00	5 394.00
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	1 292 167.00	1 268 377.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	9 284 721.00	10 882 975.00
Усього за розділом III	1695	34 285 683.00	40 152 082.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	47 487 936.00	54 530 397.00

Додаток Ж

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АТЬ-МАРКЕТ»
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	208 905 300.00	181 089 665.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	152 634 904.00	133 239 848.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	56 270 396.00	47 849 817.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	1 349 664.00	1 125 906.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	21 255 540.00	23 972 873.00
Витрати на збут	2150	28 844 969.00	23 012 908.00
Інші операційні витрати	2180	2 340 246.00	1 386 650.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	5 179 305.00	603 292.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00

Інші фінансові доходи	2220	905 862.00	914 341.00
Інші доходи	2240	4.00	6.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	1 853 781.00	1 708 397.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	86 714.00	20 021.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	4 144 676.00	
збиток	2295		210 779.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1 045 302.00	-239 620.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	3 099 374.00	
збиток	2355		450 399.00
Сукупний дохід			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3 099 374.00	-450 399.00
Елементи операційних витрат			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	517 139.00	291 028.00
Витрати на оплату праці	2505	28 790 480.00	29 231 586.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	2 669 669.00	1 926 107.00
Амортизація	2515	4 303 821.00	4 134 481.00

Інші операційні витрати	2520	18 099 856.00	14 517 647.00
Разом	2550	54 380 965.00	50 100 849.00
Розрахунок показників прибутковості акцій			
Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0.00

Додаток И



Зелений» пакет ТОВ «АТБ-маркет» як елемент програми захисту довкілля

