

ХАРСУН Людмила,

к. е. н., доцент, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київського національного торговельно-економічного університету
вул. Києво, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: l.kharsun@knute.edu.ua
ORCID: 0000-0002-7569-943X

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Досліджено особливості та форми прояву корпоративної соціальної відповідальності в логістичному бізнесі. Проаналізовано міжнародні стандарти соціально орієнтованого менеджменту компаній та міру відповідності їм логістичних підприємств в Україні. Розглянуто соціально орієнтовані активності провайдерів логістичних послуг в умовах пандемії та визначено перспективи їх розвитку.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, логістичні компанії, програми сталого розвитку, соціально орієнтовані активності, доброчесне партнерство, стандарти сталого розвитку бізнесу.

Постановка проблеми. Відповідальність бізнесу перед суспільством дедалі більше сприймається як окремий стратегічний управлінський напрям, орієнтований на посилення ринкових позицій підприємства, його конкурентоспроможності та сталий розвиток на тривалу перспективу. Професійна діяльність логістичних компаній сама по собі є соціально орієнтованою, адже покликана забезпечувати потреби людей у найнеобхідніших речах. В умовах сучасних викликів для суспільства, зокрема пов'язаних із пандемією *COVID-19*, логістика взагалі виведена в ранг ключової галузі, яка забезпечує життєдіяльність економічних, екологічних і соціальних систем. Відповідно для логістичного бізнесу реалізація соціально орієнтованих завдань все більше потребує стратегічно осмисленого управлінського підходу, що і визначає актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням сутності, підходів, форм і проявів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнес-структур присвячені чисельні публікації вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків [1–12]. Зокрема, проблеми впливу КСВ на показники діяльності підприємств різних галузей розглянуто у працях українських науковців О. Білан, М. Буковинської, О. Олійник, С. Ткачук, О. Савчук [1–4; 10]. Дослідженням значення КСВ для розвитку підприємницьких структур приділяють значну увагу такі

© Харсун Л., 2021

іноземні автори, як К. Ньюман, Дж. Ренд, Ф. Тарп, Н. Тріфковік [7], Р. Кастурі, Л. Чейс, С. Карім [8]. Інструменти та підходи до соціально орієнтованого ведення бізнесу є предметом дослідження низки аналітичних публікацій [5; 6; 9; 11; 12].

Однак практично відсутні праці, присвячені розгляду специфічних рис реалізації програм КСВ у логістичних компаніях, визначенню їх ролі та перспектив розвитку в системі корпоративного менеджменту провайдерів логістичних послуг.

Метою статті є дослідження особливостей прояву корпоративної соціальної відповідальності, форм та напрямів її реалізації у діяльності провайдерів логістичних послуг в умовах сучасних глобальних викликів.

Матеріали та методи. У ході дослідження використано наукові доробки вітчизняних та зарубіжних учених, аналітичні огляди та коментарі учасників ринку логістичних послуг, а також дані логістичних компаній України. Для виконання поставлених завдань і досягнення мети дослідження застосовано методи порівняльного аналізу, синтезу, систематизації, узагальнення.

Результати дослідження. Окремі прояви соціальної відповідальності підприємницькі структури практикують уже близько 80 років. Сьогодні інвестиції у цій сфері тільки у США та Європі сягають 2 трлн дол. США [5]. Влучно у цьому контексті висловила М. Саприкіна, директор центру "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності": "Інвестиції в соціальну відповідальність – це інвестиції в зменшення ризиків" [6]. Бути соціально відповідальною компанією вже є не лише питанням доброї волі власників бізнесу, а дедалі більше – обов'язковою умовою її конкурентоспроможності, популяризації підприємства, бренду, продукції та послуг. Впровадження інструментів КСВ у практичну діяльність підприємства суттєво впливає і на ефективність управління ризиками. Так, за результатами дослідження К. Ньюмана, Дж. Ренда, Ф. Тарпа та Н. Тріфковіка встановлено, що компанії, які у стратегічному й оперативному менеджменті активно використовували ключові інструменти КСВ, інноваційні підходи і модифікували свої продуктові портфоліо та ланцюги постачання, сьогодні легше долають кризові ситуації, зокрема пов'язані із пандемією [7].

Існує багато підходів до трактування поняття КСВ, згідно з якими акцентується увага на різних цілях, формах, способах та інструментах її реалізації. Однак спільною рисою більшості таких визначень є наголос на добровільності та системності діяльності організації у рамках КСВ. Системний характер КСВ має виявлятися не лише у реалізації соціально орієнтованих заходів на регулярній основі, а й в охопленні ними широкого кола напрямів сталого розвитку організації. Автори публікації "Правда про КСВ" наголошують на тому, що компанії, прагнучи досягти фундаментальних цілей соціально орієнтованої

діяльності, повинні забезпечити системність процесів для узгодженості злагодженості реалізації своїх КСВ-стратегій [8]. Так, з позицій системності КСВ визначається як комплекс соціальних та екологічних системних дій, що мають позитивно відображатись на економічних показниках компанії [9].

Поширення практики КСВ у бізнесовій діяльності обумовило окреслення основних її рис та принципів і на нормативно-правовому рівні. Зокрема, положеннями Міжнародного стандарту *ISO 26000:2010* "Керівництво по соціальній відповідальності" передбачено, що соціально відповідальна діяльність будь-якої організації належить до питань сталого розвитку бізнесу і невід'ємно пов'язана із впливом її діяльності на соціальне оточення та довкілля [9]. В Україні згідно з "Меморандумом про соціальну відповідальність бізнесу в Україні" під поняттям "соціальна відповідальність бізнесу" розуміється "відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем" [10].

Загалом, реалізація стратегій сталого розвитку в бізнесі полягає у площині трьох систем: економічної, екологічної і соціальної, які конкретизуються у 7 головних аспектах КСВ: корпоративному управлінні, правах людини, трудових відносинах, довкіллі, чесних операційних практиках, відносинах із споживачами, розвитку і підтримці громад [2]. Так, виконуючи свою основну функцію підприємницької діяльності – отримання прибутку, організація вже є соціально відповідальною, привносячи у добробут суспільства додаткові економічні блага, виробляючи різноманітні товари і послуги; підприємство виконує свою соціальну роль – забезпечення потреб людей у якісному продукті, убезпечуючи соціальний захист, підтримку і дотримання прав працівників, а також мотивуючи їх та розвиваючи, дбаючи про права людини та відповідальність перед споживачами; беручи активну участь у розвитку місцевих громад і громадських організацій, компанія також реалізує свою соціальну позицію; раціонально використовуючи ресурси та контролюючи наслідки своєї діяльності для довкілля, бізнес-структури реалізують свою КСВ в екологічній сфері. Важливими формами прояву КСВ бізнесових структур є і дотримання законодавства, чесне ведення бізнесу, відповідальність перед партнерами, а також реалізація широкого спектру форм благодійної діяльності.

Бізнесові організації, впроваджуючи програми сталого розвитку, переслідують здебільшого цілі, пов'язані із покращанням іміджу, ділової та суспільної репутації, підвищенням рівня їх впізнаваності, довіри до них, у результаті чого розширюється збут продукції, залучення інвестицій та присутність на ринках товарів і послуг. Так, згідно

з дослідженням компанії PwC, у 2015 р. 70 % європейців обирають бренд соціальної компанії при купівлі товарів; 1 з 5 європейців може заплатити у 5 разів більше за товар, який виготовлений з меншою шкодою для природи, а бренди, у розвиток яких закладали принципи сталого розвитку, зростають на 30 % швидше, ніж інші [9]. Крім того, іноді соціально орієнтовані активності компанії можуть стати запорукою зниження репутаційних ризиків та відстоювання її інтересів суспільством у складних ситуаціях. Так, українська логістична компанія "Нова пошта", яка займає активну громадську позицію і реалізовує багато соціальних проєктів, завдяки публічній підтримці громадських організацій, волонтерів і окремих громадян змогла протистояти тиску з боку державних органів влади.

Реалізація підприємством соціально орієнтованих програм врешті сприяє і його економічному та фінансовому зростанню, підвищенню ефективності корпоративного управління, оптимізації бізнес-процесів. Відтак, крім задоволення суспільних потреб, КСВ підприємств часто є запорукою ефективного розвитку їх бізнесу у довгостроковій перспективі.

Завдяки впровадженню інструментів КСВ, зокрема екологічного спрямування, бізнес-структурам часто вдається отримати і суттєву економію ресурсів, енерговитрат тощо. Для логістичних компаній прикладом такої економії може бути скорочення витрат пального внаслідок використання транспортних засобів з більш екологічними двигунами, енергозберігаючих технологій на складах, вторинної сировини як пакувальних матеріалів тощо.

Суттєвим мотивом до реалізації КСВ може стати вирішення кадрових питань, пов'язаних з набором персоналу, зменшенням плинності кадрів, формуванням робочого клімату, підвищенням рівня залученості співробітників до бізнес-процесів та їх лояльності до компанії, мотивації і продуктивності праці, що в підсумку покращує показники діяльності всієї організації. Як показали дослідження 2015 р., 65 % респондентів хочуть працювати в соціально відповідальній компанії. Для молодого ж населення – "міленіалів" – цей показник взагалі сягає значення у 70 % (опитування *Deloitte*). Більше того, 77 % випускників університетів готові навіть на меншу заробітну плату в компанії з КСВ-стратегією [11].

Для логістичних компаній реалізація заходів КСВ у площині трудових ресурсів є вкрай важливою, зважаючи на дефіцит кадрів на ринку логістичних послуг України. Найбільш актуальними інструментами тут є соціальний тимблдинг, корпоративне волонтерство, комфортні умови праці, соціальний та медичний захист, організація навчання працівників тощо. Особливо це стосується кадрового забезпечення складської логістики, зокрема у площині безпеки праці.

Результатом відповідального ведення бізнесу є і встановлення прозорих, довірливих, чесних і взаємовигідних відносин з усіма стейкхолдерами. Йдеться про дотримання законодавчих вимог та звичаїв ділового партнерства, виконання договірних умов і зобов'язань. В умовах діяльності логістичних компаній довіра з боку партнерів по ланцюгу постачання, серед яких є і постачальники, і споживачі, й інвестори, і представники влади, зважаючи на зростаючі вимоги до його прозорості, має вирішальне значення для його ефективного функціонування. Дотримання принципів добросовісного партнерства є запорукою надійності, безперервності, своєчасності та синхронності процесів у логістичних ланцюгах.

Впровадження КСВ-стратегії на підприємстві часто обумовлює і більш інтенсивний інноваційний його розвиток. До прикладу, заходи щодо забезпечення безпеки на робочих місцях, підвищення продуктивності праці, ресурсозбереження та інші часто стимулюють компанії інвестувати у новітні технології. Соціально орієнтований логістичний бізнес, зокрема у площині екологічності та продуктивності своєї діяльності, зазвичай активніше інвестує у новітні технології транспортування (екологічні транспортні засоби), складування (автоматизовані, енергозберігаючі системи), управління й адміністрування (електронний документообіг).

КСВ у площині відносин із споживачами логістичними компаніями реалізується насамперед шляхом вчасного забезпечення їх якісною продукцією у необхідній кількості. Особливо яскраво орієнтованість на кінцевого споживача виявляється у сфері логістичного сервісу, зокрема через такі його параметри, як надійність, вчасність, частота, точність доставки, зворотний зв'язок, швидкість реагування та інформування про стан виконання замовлення.

Відповідальність перед суспільством, навколишнім середовищем і партнерами для логістичної компанії означає також дотримання умов транспортування: уникнення випадків перевантаження транспортних засобів, підтримання їх у справному стані, дотримання вимог пакування та маркування тощо.

Загалом, характер, стратегії та заходи КСВ підприємства можуть суттєво відрізнитись залежно від сфери його діяльності. Наприклад, для виробничої компанії більш значимим буде забезпечення безпеки для працівників, мінімізація травматизму на виробництві. Для компаній, орієнтованих на кінцевого споживача, на перше місце виходять соціально орієнтовані масові заходи, покликані підняти рівень впізнаваності та популярності як самого підприємства, так і його товарів чи послуг. Відповідно, рядом специфічних ознак і форм прояву характеризується і КСВ логістичних бізнес-структур (табл. 1).

Таблиця 1

Характерні риси КСВ у логістичному бізнесі

Сфера	Форми прояву
Економічна	Ефективне функціонування ланцюгів постачання передбачає підвищення рівня прибутковості всіх учасників; оптимізація логістичних процесів і операцій у цілях зниження витрат, збільшення прибутків; забезпечення реалізації і сприяння розвитку економічних зв'язків між суб'єктами господарювання різних регіонів, країн; забезпечення господарюючих суб'єктів необхідними матеріалами і продукцією виробничого, торговельного і некомерційного призначення; сприяння розвитку національного господарства, експортного потенціалу країни, інфраструктури; забезпечення надійності та прозорості ланцюгів постачання у контексті ведення відповідального бізнесу, добросовісного партнерства
Екологічна	Контроль і робота над зменшенням викидів в атмосферу внаслідок діяльності транспорту; дотримання вимог пакування і безпеки перевезень вантажів; використання вторинної сировини та екологічних матеріалів для пакування; економія ресурсів у результаті впровадження заходів контролю і зменшення енерговитрат, витратних матеріалів; моніторинг дотримання вимог екологічної безпеки всіма учасниками ланцюгів постачання
Соціальна	Дотримання нормативно-правових норм ведення бізнесу; зниження вартості продукції для кінцевого споживача завдяки зменшенню логістичних витрат; забезпечення населення необхідною продукцією належної якості; дотримання вимог безпеки праці (водіїв, працівників складських комплексів)

Джерело: складено автором.

Сучасні підприємницькі структури дедалі більше зацікавлені у поінформованості суспільства про їх практики соціальної відповідальності та прагнуть підтвердити її відповідність міжнародним стандартам. Сертифікація підприємств на відповідність міжнародним стандартам сталого розвитку бізнесу і його КСВ сьогодні є важливим інструментом страхування від екологічних і соціальних ризиків, пов'язаних з постачальниками, та отримання додаткових конкурентних переваг, зважаючи на зростаючі вимоги споживачів до екологічності та соціальної відповідальності ланцюгів постачання. Поряд із стандартом *ISO 26000*, який, крім соціальних і екологічних аспектів діяльності компанії, підтверджує і дотримання нею законодавчих вимог та принципів чесної ділової практики у відносинах з партнерами, високий рівень КСВ бізнесових організацій засвідчують і стандарти *ISO 9000*, зокрема у контексті якості системи менеджменту підприємства, його стабільності, надійності і сталого розвитку, та *ISO 14000*, основною спрямованістю якого є підтвердження застосування підприємством ефективних і результативних інструментів екологічного менеджменту.

Популярними у сфері КСВ бізнесу є й міжнародні стандарти, орієнтовані на реалізацію соціальної відповідальності організацій у площині трудових відносин: *OHSAS 18001* та *SA 8000*; висновки

аудиторської оцінки систем менеджменту компаній на предмет їх сталого розвитку, етики ведення бізнесу та надійності і відповідальності як партнера у глобальних ланцюгах постачання: оцінка *EcoVadis*, *SMETA* (перевірка торговельної етики членів *SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange)*).

Як підтвердження надійності та соціальної відповідальності учасника ланцюга постачання використовуються і сертифікати відповідності галузевим стандартам, наприклад, у сфері безпеки харчових продуктів (*ISO 22000*), хімічних продуктів (*SQAS*), фармацевтичних препаратів (*ISO 13485*, *CERTIPHARM certification*) та ін.

Документальне підтвердження впровадження інструментів соціальної відповідальності бізнесу часто є і нормативною вимогою. Так, згідно з Директивою Європейської Комісії з розкриття нефінансових показників підприємства повинні відображати показники КСВ у своїх щорічних звітах [6].

Згідно із статистичними дослідженнями 2018 р. в Україні 80 % компаній впроваджують КСВ, 25 % мають бюджет на це [6]. Підприємства логістичної галузі України теж активно впроваджують інструментарій соціально орієнтованого ведення бізнесу, про що свідчать і дані їх сертифікації відповідно до стандартів у сфері КСВ (табл. 2). Деякі логістичні компанії в Україні отримали підтвердження відповідності менш поширеним стандартам щодо їх соціально орієнтованої позиції. Зокрема компанія "НП Логістик" сертифікована за стандартом *ISO 39001* стосовно систем управління безпекою дорожнього руху. Логістичний провайдер *Ecol Logistics* Україна підтвердив свою відповідність стандарту забезпечення задоволення споживачів (*ISO 10002*) та отримав сертифікат "Стабільна логістика" *UNICAD* після проведення аудиту систем управління якістю й охорони навколишнього середовища, аналізу питань з охорони праці, перевірки дотримання прав працівників, безпеки дорожнього руху, принципів управління активами та аналізу відгуків клієнтів. Також *Ecol Logistics* Україна у 2013 р. стала першою компанією в галузі, яка пройшла сертифікацію за програмою Зелений офіс Всесвітнього фонду природи (*WWF*).

Зіткнувшись з новими глобальними викликами, пов'язаними з поширенням епідемії коронавірусу та впровадженням карантинних заходів на територіях зараження, логістичні компанії всього світу постали перед необхідністю реалізувати свою КСВ, зокрема шляхом уникання збоїв у постачанні, забезпечення продуктової безпеки населення, ефективної організації постачання медичних препаратів і засобів. Більше того, соціально орієнтований логістичний бізнес в умовах зниження доходів населення, поглиблення кризових явищ в економіці покликаний сприяти збереженню рівня цін на товари, оптимізуючи витрати та стримуючи підвищення вартості логістичних послуг.

Таблиця 2

**Відповідність міжнародним стандартам у сфері КСВ
логістичних компаній України**

Стандарт	Описання	Логістичні компанії в Україні
ISO	26000 Охоплює 6 аспектів КСВ: права людини; дотримання норм праці; навколишнє середовище; чесна ділова практика; питання, пов'язані із споживачами; участь у соціальних об'єднаннях та їх розвиток	<i>DSV Logistics</i>
	14000 Відображає найбільш успішні практики та інструменти у сфері екологічного менеджменту та збору, надання й аналізу інформації у сфері екології	<i>Zammler Україна, Raben Україна, Fiege Україна, DSV Logistics, Kuehne Nagel Україна, FM Logistics Україна, Ekol Україна, DB Schenker Україна, Gefco Україна, Rhenus Logistic</i>
	9000 Підтверджує соціальну орієнтованість бізнесу, зокрема у контексті якості системи менеджменту підприємства, його стабільності, надійності та сталого розвитку	<i>Zammler Україна, Raben Україна, Fiege Україна, DSV Logistics, Kuehne Nagel Україна, FM Logistics Україна, Ekol Україна, DB Schenker Україна, Gefco Україна, Rhenus Logistic, УВК, Діана Люкс Логістик, Логістик Плюс, ICT (International Container Transport GmbH)</i>
OHSAS 18001	Міжнародний стандарт системи менеджменту гігієни і безпеки праці	<i>Zammler Україна, Kuehne Nagel, Україна, FM Logistics Україна, Ekol Україна, DB Schenker Україна, Rhenus Logistic</i>
SA 8000	Орієнтований на сприяння компаніям у розробленні, збереженні та застосуванні прийнятих у суспільстві систем організації праці	Логістик Плюс
SMETA/SEDEX	Аудит соціальної відповідальності членів <i>SEDEX</i> . Оцінювання ланцюгів постачання на предмет відповідальності ведення бізнесу покупцями і постачальниками з дотриманням етичних норм у глобальній системі постачання	<i>Gefco Україна, Еколь Україна</i>
EcoVadis	Система моніторингу КСВ глобальної бази постачальників у більш ніж 95 країнах, спрямована на вдосконалення діяльності організацій у контексті навколишнього середовища і суспільства, управління ризиками і впровадження екологічних інновацій у глобальні ланцюги постачання	<i>Gefco Україна, Еколь Україна</i>

Джерело: складено автором.

У період пандемії *COVID-19* для логістичних компаній особливо першочерговим завданням стало забезпечення прозорості ланцюгів постачання, насамперед у контексті оперативності збору і передання

інформації між учасниками щодо характеру карантинних заходів і обмежень, ситуації з постачанням тощо. У такий спосіб логістичні оператори дотримуються критерію КСВ – чесні операційні практики (добросовісне партнерство), надаючи своїм партнерам можливість оцінювати ризики постачання та вчасно вживати заходів з їх запобігання. Особливо важливим стає налагодження комунікації з клієнтами, спільно з якими і повинні випрацьовуватись рішення, спрямовані на забезпечення безперебійності поставок у логістичних ланцюгах.

З метою забезпечення споживачів в умовах соціального дистанціювання логістичні провайдери активніше почали використовувати новітні технології (роботів, дронів та ін.) для доставки продуктів харчування, медикаментів та інших відправлень. Проявом соціальної відповідальності перед партнерами по ланцюгах постачання є організація представниками логістичних компаній переговорів і зустрічей у форматі відеоконференцій, листування та телефонного зв'язку.

Важливим напрямом реалізації КСВ у логістиці в умовах пандемії є і турбота про своїх співробітників. Йдеться про забезпечення персоналу, насамперед водіїв, засобами індивідуального захисту, створення умов для роботи дистанційно, надання необхідної матеріальної та психологічної допомоги.

Загалом логістичні компанії активно долучаються до боротьби з *COVID-19*. Так, серед представників українського бізнесу, які надають фінансову, матеріальну допомогу, безкоштовні продукти і послуги, підтримку вразливих верств населення, створюють корисний позитивний контент, ефективно працюють із співробітниками і клієнтами і увійшли до "Каталогу дій компаній для боротьби з *COVID-19*", є ряд логістичних компаній: *Zammler Group*, *Meest*, Лемтранс, Нова Пошта [12]. Для підтримки суспільства в цей період логістичні компанії практикують і безкоштовне надання послуг у соціально значущих сферах. Наприклад, *3PL* провайдер *Zammler* надавав безкоштовно свої складські площі для зберігання засобів індивідуального захисту, сприяв ввезенню їх в Україну. Низка логістичних компаній активно надають фінансову і благодійну підтримку незахищеним верствам населення. Так, "НП Логістик" здійснює безкоштовну доставку продуктів харчування і медикаментів людям похилого віку, виділяє кошти на боротьбу з *COVID-19* та передає кисневі концентратори і подушки лікарням у сільській місцевості.

Висновки. Логістична діяльність сама по собі є соціально орієнтованим напрямом бізнесу, виходячи хоча б з того, що покликана забезпечувати соціальні потреби у матеріальних благах. Зважаючи на виконувані нею функції транспортування та складування, об'єктивно найбільш значимим напрямом КСВ для компаній логістичної галузі є захист навколишнього середовища шляхом зменшення викидів CO_2 під час транспортних операцій та економії витратних матеріалів у процесі пакування і складування.

В умовах світової кризи, спричиненої пандемією, для логістичних операторів створюються нові загрози і виклики, пов'язані з підвищеною відповідальністю перед суспільством та зростанням ризиків безперервного функціонування ланцюгів постачання. Проте період епідемії коронавірусу став значним поштовхом для їх стрімкого інноваційного розвитку, оптимізації фінансових, операційних, управлінських процесів у ланцюгах постачання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білан О. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку підприємств регіону. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. *Економічна думка*. 2016. № 21. С. 47-55.
2. Буковинська М. П. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор розвитку бізнесу та суспільства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 5. С. 8-11.
3. Олійник О. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент формування безпечних умов праці. *Україна: аспекти праці*. 2018. № 3. С. 30-35.
4. Ткачук С. В., Стахурська В. О., Стахурський С. А. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як запорука успішного підприємництва в усіх сферах діяльності. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 11. С. 109-119.
5. Корпоративна соціальна відповідальність в дії. *Українська правда* 20. 2016. 26 липня. URL: <https://www.pravda.com.ua/graphs/2016/07/26/7113539>.
6. Саприкіна Марина. Що таке корпоративна соціальна відповідальність і навіщо вона. URL: <https://lcci.com.ua/shhto-take-korporativna-socialna-vidpovidalnist-i-chomu-vona-vazhlyv>.
7. Newman Carol, Rand John, Tarp Finn & Trifkovic Neda. Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*. (Vol. 56), 8, 1455-1472. URL: <https://academ.escpeurope.eu/pub/IP%202020-57-EN.pdf>.
8. Kasturi Rangan V., Chase Lisa, Karim Sohel. The Truth About CSR. *Harvard Business Review*. 2015. January-February. URL: <https://hrb.org/2015/01/the-truth-about-csr>.
9. Гриценко Марина. КСВ схожа на підлітковий секс. Всі говорять, що це роблять... але мало хто насправді робить саме це! URL: <https://happymonday.ua/ru/korporativna-soc-dl-96alna-v-dl-96dpov-dl-96daln-dl-96st>.
10. Савчук О. М., Бугера О. М. Благодійна діяльність бізнесових організацій та благодійних фондів. *Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*. 2011. Т.123. С. 61-69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMApp_2011_123_14.
11. Гриценко Марина. Навіщо потрібна корпоративна соціальна відповідальність. 2018. 10 липня. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/amp/navishchopotribna-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-2481226.html>.
12. Каталог дій компаній для боротьби з COVID-19. *CSR Ukraine, експертна організація Центр "Розвиток КСВ"*. URL: <https://csr-ukraine.org/covid-19>.

Стаття надійшла до редакції 11.05.2021.

Kharsun L. Corporate social responsibility of logistics business.

Background. The activities of logistics companies require introduction of management tools of corporate social responsibility (CSR) at the strategic and operational level today. Accordingly, the issues of specific features, manifestation forms and promising areas of development of socially oriented logistics business are relevant.

Analysis of recent research and publications has shown that there is a wide range of publications about CSR nature, principles, forms and its implications for enterprises. However, the features of socially oriented development programs by logistics companies are not studied.

The **aim** of the article is to investigate the peculiarities of manifestation of corporate social responsibility, the forms and directions of its implementation in the activities of logistics service providers in the context of modern global challenges.

Materials and methods. Methods of comparative analysis, synthesis, systematization, generalization were used in this paper.

Results. Thanks to socially oriented approaches to doing business, logistics companies are often able to achieve significant resource savings, solve staffing issues, support innovative development, establish and maintain transparent and mutually beneficial relationships with all stakeholders in supply chains. The main areas of CSR for logistics companies are environmental, which is manifested in the plane of transport and warehousing operations; economic area ensures the efficiency and reliability of logistics chains, development of economic systems; social area is in the context of labor relations and ensuring consumer rights. Operators of the Ukrainian logistics services market are actively implementing CSR practices and confirm this fact with certificates of compliance with international standards. During the COVID-19 pandemic, logistics companies significantly expanded socially oriented business practice.

Conclusion. In the context of the global pandemic crisis, new threats and challenges are emerging for logistics operators, related to their increased accountability to society and growing risks to the uninterrupted functioning of supply chains.

Keywords: corporate social responsibility, logistic companies, sustainable development programs, socially oriented activities, virtuous partnership, standards of sustainable business development.

REFERENCES

1. Bilan, O. (2016). Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' jak chynnyk stalogo rozvytku pidpriemstv regionu. Regionalny aspekty rozvytku produktyvnyh syl Ukrai'ny [Corporate social responsibility as a factor of sustainable development of enterprises in the region. Regional aspects of development of productive forces of Ukraine]. *Ekonomichna dumka – Economic Thought*, 21, 47-55 [in Ukrainian].
2. Bukovyns'ka, M. P. (2016). Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' jak factor rozvytku biznesu ta suspil'stva [Corporate social responsibility as a factor in business and society development]. *Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukrai'ni – Formation of market relations in Ukraine*, 5, 8-11 [in Ukrainian].
3. Oli'nyk, O. (2018). Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' jak instrument bezpechnykh umov praci [Corporate social responsibility as a tool for creating safe working conditions]. *Ukrai'na: aspekty praci – Ukraine: aspects of work*, 3, 30-35 [in Ukrainian].
4. Tkachuk, S. V., Stahurs'ka, S. A., & Stahurs'kyi, V. O. (2019). Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' biznesu jak zaporuka uspishnogo pidpriemnyctva v usih sferah dijial'nosti [Corporate social responsibility of business as a guarantee of successful entrepreneurship in all spheres of business]. *Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukrai'ni – Formation of market relations in Ukraine*, 11, 109-119 [in Ukrainian].

5. Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' v dii (2016) [Corporate social responsibility in action]. *Ukrains'ka Pravda 20 – Ukrainian Truth 20*. 26 lypnia. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/graphs/2016/07/26/7113539> [in Ukrainian].
6. Saprykina, Maryna. Scho take korporatyvna social'na vidpovidal'nist' i navischo vona [What is corporate social responsibility and why it is for]. *lcci.com.ua*. Retrieved from <https://lcci.com.ua/shhto-take-korporatyvna-socialna-vidpovidalnist-i-chomu-vona-vazhlyva> [in Ukrainian].
7. Newman, Carol, Rand, John, Tarp, Finn & Trifkovic, Neda (2020). Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*. (Vol. 56), 8, 1455-1472. Retrieved from <https://academ.escpeurope.eu/pub/IP%202020-57-EN.pdf> [in English].
8. Kasturi, Rangan V., Chase, Lisa, & Karim, Sohel (2015). The Truth About CSR. *Harvard Business Review*. January-February. Retrieved from <https://hrb.org/2015/01/the-truth-about-csr> [in English].
9. Grycenko, Maryna (2018). KSV shozha na pidlitkovyi seks. Vsi govoriat', scho ce robliat'...ale malo hto naspravdi robyt' same ce! [CSR is like teen sex. Everyone says they do... but few actually do]. Retrieved from <https://happymonday.ua/ru/korporativna-soc-d1-96alna-v-d1-96dpov-d1-96daln-d1-96st> [in Ukrainian].
10. Savchuk, O. M., & Bugera O. M. (2011). Blagodi'na dial'nist' biznesovyh organizacij nf blagodijnyh fondiv [Charitable activities of business organizations and charitable foundations]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Pedagogichni, psykologichni nauky ta social'na robota – Pedagogical, psychological sciences and social work. Scientific notes of NaUKMA*. (Vol. 123). (pp. 61-69). Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAApp_2011_123_14 [in Ukrainian].
11. Grycenko, Maryna (2018). Navischo potrebna korporatyvna social'na vidpovidal'nist' [Why do we need corporate social responsibility]. 10. 07. Retrieved from <https://biz.nv.ua/ukr/amp/navishcho-potribna-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-2481226.html> [in Ukrainian].
12. Katalog dij kompanij dlia borot'by z COVID-19. *CSR Ukraine, ekspertna organizaciia Centr "Rozvytok KSV"* [Catalog of companies actions to control COVID-19. CSR Ukraine, expert organization CSR Development Center]. Retrieved from <https://csr-ukraine.org/covid-19> [in Ukrainian].