

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ  
ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ КОМПАНІЇ ДЛЯ  
СПОЖИВАЧІВ

Пояснювальна записка і розрахунки  
до дипломної роботи

МРЕ.300.01.14.05

Розробив студент групи 215-М-Д24  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
(роботу виконано самостійно,  
відповідно до принципів академічної  
добросовісності)

Сергій КУКСА

Керівник: доцент, канд. екон. наук  
Алла ДЕРГОУСОВА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук  
Олена СИВОЛОВСЬКА

## АНОТАЦІЯ

### **Актуальність роботи.**

В умовах цифровізації економіки та посилення конкуренції на ринку електронної комерції дедалі більшого значення набувають нематеріальні чинники формування конкурентних переваг компаній, зокрема довіра, репутація та лояльність споживачів. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у сучасних умовах розглядається не лише як етичний обов'язок бізнесу, а як стратегічний інструмент підвищення привабливості компанії для споживачів. Особливо актуальним це є для маркетплейсів, які функціонують у багатосторонньому середовищі взаємодії клієнтів, партнерів і суспільства. У зв'язку з цим обрана тема магістерської роботи є актуальною та має практичне значення.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, довіра споживачів, лояльність, привабливість компанії, маркетплейс, Rozetka.

**Мета роботи** – дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на привабливість компанії для споживачів та розроблення рекомендацій щодо вдосконалення політики КСВ з метою підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів.

**Об'єкт дослідження** – діяльність маркетплейсу Rozetka у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

**Предмет дослідження** – механізми та інструменти впливу корпоративної соціальної відповідальності на довіру, лояльність і привабливість компанії для споживачів.

**Структура та обсяг роботи становить:** 102 с., 6 рис., 8 табл., 2 додатки, 37 інформаційних джерел.

### **Розділи кваліфікаційної роботи:**

У першому розділі «Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності та її вплив на споживчу поведінку» розкрито сутність поняття корпоративної соціальної відповідальності, узагальнено основні концепції та

моделі КСВ, а також визначено її роль у формуванні нематеріальних конкурентних переваг компанії.

У другому розділі «Аналіз системи корпоративної соціальної відповідальності маркетплейсу Rozetka» здійснено аналіз діяльності компанії, досліджено напрями та інструменти реалізації КСВ, а також проведено модельне дослідження сприйняття корпоративної соціальної відповідальності споживачами.

У третьому розділі «Удосконалення політики корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення привабливості компанії для споживачів» розроблено стратегічні напрями та заходи з підвищення ефективності КСВ, сформовано систему показників оцінювання результатів КСВ та здійснено економічне обґрунтування очікуваного ефекту від впровадження запропонованих рекомендацій.

#### **Методи дослідження.**

У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: аналіз і синтез, узагальнення та порівняння, системний і структурний аналіз, метод анкетування, економіко-математичне моделювання, графічні методи та методи логічного узагальнення.

## ABSTRACT

### **Relevance of the research.**

In the context of digitalization of the economy and intensification of competition in the e-commerce market, intangible factors of competitiveness such as trust, reputation and customer loyalty are becoming increasingly important. Corporate Social Responsibility (CSR) is currently regarded not only as an ethical obligation of business, but also as a strategic tool for enhancing company attractiveness to consumers. This issue is particularly relevant for marketplaces that operate in a complex multi-stakeholder environment. Therefore, the topic of the master's thesis is relevant and of practical significance.

**Keywords:** corporate social responsibility, consumer trust, customer loyalty, company attractiveness, marketplace, Rozetka.

**Purpose of the research** is to analyze the impact of corporate social responsibility on company attractiveness for consumers and to develop recommendations for improving CSR policy in order to increase consumer trust and loyalty.

**Object of the research** is the activity of the Rozetka marketplace in the field of corporate social responsibility.

**Subject of the research** is the mechanisms and instruments of CSR influence on consumer trust, loyalty and company attractiveness.

**Structure and scope of the thesis:** 102 pages, 6 figures, 8 tables, 2 appendices, 37 references.

**Structure of the master's thesis:** The first chapter «Theoretical foundations of corporate social responsibility and its impact on consumer behavior» examines the essence of CSR, summarizes key concepts and models, and defines the role of CSR in forming intangible competitive advantages of companies.

The second chapter «Analysis of the corporate social responsibility system of the Rozetka marketplace» analyzes the company's activities, CSR directions and tools, and presents a model-based study of consumer perception of corporate social responsibility.

The third chapter «Improvement of corporate social responsibility policy to enhance company attractiveness for consumers» proposes strategic directions and measures to improve CSR effectiveness, develops a system of CSR performance indicators, and provides an economic justification of the expected effects of the proposed recommendations.

**Research methods.**

The study applies general scientific and special research methods, including analysis and synthesis, comparison and generalization, system and structural analysis, questionnaire survey, economic and mathematical modeling, graphical methods, and logical reasoning methods.

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

Освітній рівень: магістр, здобувач II курсу другого (магістерського) рівня  
вищої освіти денної або заочної здобуття освіти

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри,

професор, д-р екон. наук

\_\_\_\_\_ Олена ЗОРІНА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2026 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ**

Куксі Сергію Івановичу

1 Тема « Корпоративна соціальна відповідальність як стратегічний чинник підвищення привабливості компанії для споживачів

керівник Дергоусова Алла Олександрівна, канд. екон. наук, доцент

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від « 27 » лютого 2025 року № 67/25

2 Строк подання студентом закінченої роботи « 01 » січня 20 26 року

3 Вихідні дані у процесі виконання дипломної роботи використовувалися

матеріали періодичної літератури, державна статистика, матеріали

річної статистики маркетплейсу Rozetka 2020-2024 рр.,

дані спеціальних економічних і соціологічних досліджень, інформація з

інтернету.

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно

розробити) 1 Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності

та її впливу на привабливість компанії для споживачів

1.1 Сутність, еволюція та концепції корпоративної соціальної

відповідальності (КСВ)

1.2 Принципи, напрями та моделі реалізації КСВ у сучасному бізнес-

середовищі

1.3 Вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування

іміджу та репутації компанії

1.4 Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення

лояльності та привабливості компанії для споживачів

2 Аналіз впливу корпоративної соціальної відповідальності на привабливість компанії для споживачів (на прикладі маркетплейсу Rozetka)

2.1 Загальна характеристика діяльності компанії

2.2 Аналіз системи корпоративної соціальної відповідальності в компанії

2.3 Дослідження сприйняття КСВ споживачами

2.4 Оцінка взаємозв'язку між рівнем КСВ та лояльністю/привабливістю компанії

2.5 Виявлення проблем і резервів у реалізації політики КСВ

3 Удосконалення політики корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення привабливості компанії для споживачів

3.1 Стратегічні напрями вдосконалення КСВ у системі корпоративного управління

3.2 Розроблення заходів і програм підвищення ефективності комунікацій у сфері КСВ

3.3 Формування системи оцінювання результатів КСВ з позицій споживачів споживачів

3.4 Економічне обґрунтування запропонованих заходів та оцінка очікуваного впливу реалізації рекомендацій на привабливість компанії

5 Перелік графічного матеріалу

1 Мета та завдання магістерської роботи

2 Підходи до визначення КСВ

3 Принципи КСВ

4 Основні показники діяльності маркетплейсу Rozetka

6 Консультанти окремих розділів

Розділ	Прізвище, ініціали, посада та науковий ступінь консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання « 06 » 10 2025 року.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності та її впливу на привабливість компанії для споживачів	03.11-25.11.25	
2 Аналіз впливу корпоративної соціальної відповідальності на привабливість компанії для споживачів (на прикладі маркетплейсу Rozetka)	26.11-17.12.25	
3 Удосконалення політики корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення привабливості компанії для споживачів	18.12-30.12.25	
Ілюстративний матеріал до дипломної роботи	01.01-15.01.26	

Студент \_\_\_\_\_ Сергій КУКСА

Керівник \_\_\_\_\_ Алла ДЕРГОУСОВА

## Зміст

Вступ	6
1 Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності та її впливу на привабливість компанії для споживачів	9
1.1 Сутність, еволюція та концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)	9
1.2 Принципи, напрями та моделі реалізації КСВ у сучасному бізнес-середовищі	18
1.3 Вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування іміджу та репутації компанії	26
1.4 Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення лояльності та привабливості компанії для споживачів	34
2 Аналіз впливу корпоративної соціальної відповідальності на привабливість компанії для споживачів (на прикладі маркетплейсу Rozetka)	44
2.1 Загальна характеристика діяльності компанії	44
2.2 Аналіз системи корпоративної соціальної відповідальності в компанії	48
2.3 Дослідження сприйняття КСВ споживачами	55
2.4 Оцінка взаємозв'язку між рівнем КСВ та лояльністю/привабливістю компанії	60
3 Удосконалення політики корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення привабливості компанії для споживачів	66
3.1 Стратегічні напрями вдосконалення КСВ у системі корпоративного управління	66

					<i>МРЕ.300.01.14.05</i>					
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	Корпоративна соціальна відповідальність як стратегічний чинник підвищення привабливості компанії для споживачів			<i>Літ.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Розробив</i>		<i>Кукса С.І.</i>						4	102	
<i>Перевірів</i>		<i>Дергоусова А.О.</i>						УкрДУЗТ		
<i>Реценз.</i>		<i>Сиволовська О.В.</i>						Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії		
<i>Н. контр.</i>		<i>Мкртичян О.М.</i>								
<i>Затверд.</i>		<i>Зоріна О.І.</i>								

3.2 Розроблення заходів і програм підвищення ефективності комунікацій у сфері КСВ	68
3.3 Формування системи оцінювання результатів КСВ з позицій споживачів	72
3.4 Економічне обґрунтування запропонованих заходів та оцінка очікуваного впливу реалізації рекомендацій на привабливість компанії	79
Висновки	83
Список використаних джерел	86
Додаток А – Анкета сприйняття корпоративної соціальної відповідальності компанії Rozetka споживачами	90
Додаток А – Ілюстративний матеріал до дипломної роботи	92

						Арк.
						5
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

## Список використаних джерел

1. Корпоративна соціальна відповідальність / за заг. ред. Т.С. Смовженко, А.Я. Кузнєцової; вид. 2-е, виправл. і доп. Київ : УБС НБУ, 2010. 314 с.
2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М.А.(гл. 1-14), Ляшенко О. (гл.4, гл. 10), Саєнсус М.А. і Місько Г.А. (гл.1, гл.9), Зінченко А.Г. (гл.8), (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О.С.). – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480с.
3. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник / О. Гирик, О.Денис, О. Дубовик, І. Жеребило, А. Зінченко, Н. Реверчук, М. Саприкіна, Р. Семів, З. Скринник, К. Телюк; за заг.ред. дра екон.наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон.наук, проф.А.Я. Кузнєцової. — К.: УБС НБУ, 2009.
4. КСВ під час війни: Індекс 2023. URL: [https://docs.google.com/document/d/1QF12xDaVzoi07CXcK1J\\_\\_4DAvuvaP3ok5jtD\\_cIqaDjk/edit?tab=t.0](https://docs.google.com/document/d/1QF12xDaVzoi07CXcK1J__4DAvuvaP3ok5jtD_cIqaDjk/edit?tab=t.0)
5. Лиска, П. (2024). Корпоративна соціальна відповідальність: світовий та український досвід; шляхи глобальної імплементації. *Сталий розвиток економіки*, (1(48)), 331-338. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-45>
6. Матвийчук Л.А., Ткач Е.И. Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності/ *Економіка і суспільство*. Випуск 6 / 2016. – С. 332-226
7. Мединська, Т. (2023). Корпоративна соціальна відповідальність: актуальність у світі та особливості її впровадження в Україні. *European Science*, 4 (sge16-04), 38–52. <https://doi.org/10.30890/2709-2313.2023-16-04-001>
8. О.В. Григор'єва. Корпоративна соціальна відповідальність: навчально-методичний посібник для студентів напряму підготовки 6.030505

«Управління персоналом та економіка праці»галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво». – Полтава: ПолтНТУ, 2017. – 88 с.

9. Офіційний сайт компанії «Нова Пошта» URL: <https://novaposhta.ua>
10. Офіційний сайт компанії Luxoft URL: <https://www.luxoft.com/ukraine-updates>
11. Офіційний сайт компанії ТОВ «Фокстрот» URL: <https://www.foxtrot.com.ua/>
12. Офіційний сайт ПРАТ «Київстар» URL: <https://kyivstar.ua/>;
13. Офіційний сайт ПРАТ «МХП» URL: <https://mhp.com.ua/uk/glorytoUkraine>
14. Офіційний сайт ТОВ «Метро Кеш Енд Кері Україна». URL: <https://www.metro.ua/>
15. Офіційний сайт ТОВ «Розетка» URL: <https://rozetka.com.ua/> (дата звернення: 25.09.2025)
16. Приймак, І., & Онищук, С. (2025). Соціальне підприємництво та корпоративна соціальна відповідальність як інструменти вирішення суспільних проблем. *Економіка та суспільство*, (80). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-163>
17. Сардак С. Е., Гасленко К. С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти / С. Е. Сардак, К. С. Гасленко // *Економіка та суспільство*. — 2017. — Вип. 12. — С. 342–347. — Режим доступу: [https://economyandsociety.in.ua/journals/12\\_ukr/57.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/57.pdf)
18. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. Дія. Бізнес. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna>
19. Український бізнес і війна: унікальний каталог від CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/news/ukrainskiy-biznes-i-viyna-unikalni/>
20. Харчук, В. Ю., Чернобай, Л. І., & Рябічина, Ю. С. (2021). Корпоративна соціальна відповідальність вітчизняних компаній: особливості

імплементачії та розкриття інформації. *Підприємництво і торгівля*, (28), 103-110. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-16>

21. Частину коштів від проданих товарів власної марки rozetka – rztk передаватимуть на благодійність. URL:<https://marketer.ua/ua/part-of-the-proceeds-from-the-sold-goods-of-rozetka-s-own-brand-rztk-will-be-donated-to-charity/>

22. Череп, О. Г., Малтиз, В. В., Прокоф'єв, І. С., & Самойленко, В. О. (2024). Корпоративна соціальна відповідальність як елемент стратегії організацій. *Актуальні питання економічних наук*, (5). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14286240>

23. Що таке корпоративна соціальна відповідальність і для чого вона потрібна бізнесу. URL: <https://givingtuesday.ua/statti/shho-take-korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-i-dlya-chogo-vona-potribna-biznesu/> (дата звернення 20.11.2025)

24. Що таке корпоративна соціальна відповідальність та навіщо вона бізнесу? URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu>

25. Що таке цінність клієнта протягом життя (CLV)? URL: <https://payproglobal.com/uk/-clv>

26. Barlas, A. (2023). *The Effect of Corporate Social Responsibility on Consumer Trust and Loyalty*. *Sustainability*, 15(2), 1036. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/1036>

27. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct / A. B. Carroll // *Business and Society*. – 1999. – Vol. 38. – N 3. – P. 268–295.

28. Carroll A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders // *Business Horizons* № 34 (4), p. 39-48. – 1991.

29. Davis K. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? / K. Davis // *California Management Review*. – 1960. – Vol. 2. – N 3. – P. 70–76. – P. 70.

30. Freeman, R. E. *Stakeholder theory*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_theory)

31. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits // New York Times. September 13. 1970.

32. Lopashchuk I., Ravlyuk A., & Prysiazniuk O. (2025). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE CONTEXT OF FORMING PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP RELATIONS. *The Actual Problems of Regional Economy Development*, 2(21), 420–429. <https://doi.org/10.15330/apred.2.21.420-429>

33. McGuire J. *Business and Society* / J. McGuire – N. Y.: McGraw-Hill, 1963. – P. 144.

34. Nielsen. *The Sustainability Imperative: New Insights on Consumer Expectations*. – New York : Nielsen Global Survey, 2015. – 24 p. – URL: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2015/the-sustainability-imperative/>  
(дата звернення: 24.12.2025)

35. Rozetka to donate all profit from sales of Biosphere goods to reconstruction of destroyed warehouses. URL:<https://en.interfax.com.ua/news/economic/1063205.html>

36. Rozetka та Фундація друзів України в дії. URL:<https://uafriendsfoundation.org/humanitarna-lopomoha/rozetka-ta-fundatsiia-druziv-ukrainy-v-dii/>

37. Votaw D. *Genius Becomes Rare* / D. Votaw // *The Corporate Dilemma* / Eds. D. Votaw, P. Sethi. – Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1973. – P. 11.