

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ
УМОВАХ

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи

МРЕ.261.02.06 ПЗ

Розробив: студент 2 курсу, групи 213-ЕП-321
спеціальності 051 «Економіка»
(роботу виконано самостійно, відповідно до
принципів академічної доброчесності)

_____ Валерій КАРАСЬОВ
(підпис)

Керівник: доцент, канд. екон. наук

Тетяна СУХОРУКОВА

Рецензент: професор, д-р екон. наук

Вікторія КОМПАНИЄЦЬ

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

Рівень вищої освіти: магістр

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітня програма: «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук

_____ Володимир ДИКАНЬ

« ____ » _____ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**
Карасьову Валерію Олександровичу

1 Тема «Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах»

керівник Сухорукова Тетяна Геннадіївна, канд екон. наук, доцент

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від «03» жовтня 2022 року № 61/22з

2 Строк подання студентом закінченої роботи «07» грудня 2022 року

3 Вихідні дані Статут товариства ВАТ «Підсереднє»

Баланс (форма № 1)

– Звіт про фінансові результати (форма № 2)

– Звіт з праці

– Звіт про наявність та рух основних засобів

– Звіт про рух грошових коштів

– Звіт про наявність та рух трудових ресурсів, структура працівників підприємства

– Науково-методична література

Періодичні видання

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

1 Теоретико-методологічні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу

2 Аналіз виробничо-фінансової діяльності ВАТ «Підсереднє»

3 Стратегічні напрями розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні

5 Перелік графічного матеріалу

1 Основи та історія терміну «корпоративна соціальна відповідальність»

2 Піраміда Керолла

3 Основні характеристики та актуальні проблеми

4 Основні завдання економічного аналізу

5 Аналіз виконання плану

6 Продукція та сільськогосподарський матеріал

7 Аналіз врожайності

8 Аналіз показників використання основних фондів

9 Аналіз вартості запасів

10 Аналіз ефективності використання запасів

11 Аналіз чисельності працівників підприємства

12 Стратегічні напрями розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності

13 Концепція соціальної відповідальності бізнесу

14 Підходи підвищення лояльності співробітників за рахунок впровадження концепції соціальної відповідальності

6 Консультанти окремих розділів

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

7 Дата видачі завдання «12» вересня 2022 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Теоретико-методологічні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу	03.10.2022	викон.
2 Аналіз виробничо-фінансової діяльності ВАТ «Підсереднє»	31.10.2022	викон.
3 Стратегічні напрями розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні	21.11.2022	викон.
Висновки	28.11.2022	викон.
Графічна частина	05.12.2022	викон.

Студент _____ Валерій КАРАСЬОВ

Керівник _____ Тетяна СУХОРИКОВА

Зміст

Вступ	7
1 Теоретико-методологічні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу	9
1.1. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, рівні, типи, фактори розвитку	9
1.2 Значення соціальної відповідальності бізнесу для розвитку підприємства та бізнесу	16
1.3 Мотивація та мотиватори ведення соціально відповідальної діяльності малого бізнесу в умовах кризи	22
1.4 Критерії оцінки соціально відповідальної діяльності бізнесу	33
1.5 Правова регламентація розвитку соціально відповідальної діяльності бізнесу	44
Висновки до розділу 1	52
2 Аналіз виробничо-фінансової діяльності ВАТ «Підсереднє»	53
2.1 Загальна характеристика підприємства ВАТ «Підсереднє»	53
2.2 Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами та ефективність їх використання	54
2.3 Аналіз використання трудових ресурсів та фонду оплати праці	60
Висновки до розділу 2	68
3 Стратегічні напрями розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні	73
3.1. Внутрішні та зовнішні чинники соціальної відповідальності в Україні	73
3.2 Розвиток корпоративної діяльності для активізації соціально відповідального бізнесу	77

					МРЕ. 262. 02 .06 ПЗ						
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							
Розроб.		Карасьов			Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах			Літ.	Арк.	Аркушів	
Перевір.		Сухорукова								4	116
Реценз.								УкрДУЗТ			
Н. Контр.		Назаренко		23.12.22							
Затверд.		Дикань									

3.3 Напрямок державної політики на сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні	80
3.4 Цілі, завдання та завдання стратегії сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні під час воєнних дій та на період 2023 року	81
3.5 Практичні рекомендації щодо вдосконалення, оцінки і контролю концепції соціальної відповідальності бізнесу	84
3.6 Розвиток і підвищення лояльності співробітників за рахунок впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу	99
Висновки до розділу 3	107
Висновки	109
Список використаних джерел	111

					МРЕ. 262. 02 .06 ПЗ	Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		5

Вступ

Корпоративно-соціальна відповідальність (КСВ) за останній час проявила свою актуальність, як ніколи. Беручи це до уваги, ми вирішили присвятити даній темі, дослідження, яке було проведене та описане у даній кваліфікаційній роботі. Так як розробка стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для підприємства є однією з невід'ємних складових успішного функціонування підприємства, адже переносить на вищий рівень взаємозв'язки підприємства з суспільством та є одним з найбільш важливих чинників на шляху до економічного розвитку. Все вище описане буде розглянуто на різних рівнях та під різними точками зору. В кінці нашої роботи буде зроблений висновок на основі дослідження діючого підприємства.

Актуальність теми пов'язана з тим, що стратегії, які використовуються у корпоративно-соціальній відповідальності (КСВ), дозволяють не тільки активно розвивати підприємство, а й допомагати суспільству та навколишньому середовищу, привертаючи для допомоги не байдужих людей.

Зв'язок роботи з науковими програмами, темами. Кваліфікаційна робота виконувалася у рамках і за тематикою наукових досліджень, що проводяться на кафедрі «Економіка та управління виробничим і комерційним бізнесом» Українського державного університету залізничного транспорту.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретико-методологічних основ розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити теоретичні основи поняття «корпоративної соціальної відповідальності» та узагальнити основні проблеми системи управління на підприємстві;
- вивчити чинники, які впливають на даний аспект;
- окреслити основні підходи до управління на підприємстві;

сформувати модель процесу управління на підприємстві на базі представленого підходу;

- розробити механізм управління процесів за допомогою корпоративної соціальної відповідальності сучасного підприємства;
- запропонувати інструментарій реалізації механізму управління якістю;
- дослідити практичні проблеми реалізації системи управління корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес виконання принципів корпоративно соціальної відповідальності(КСВ) на підприємстві у сучасних умовах господарювання.

Предметом дослідження є формування стратегічних напрямів розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні.

Інформаційною основою роботи є дослідження вітчизняних та закордонних вчених в сфері корпоративної соціальної відповідальності(КСВ), статистична та довідкова інформація, періодичні видання та відомості з мережі Інтернет, які містяться у джерелах [1 – 75], наведених у списку використаних джерел, а також інформація, отримана в результаті консультування з керівником роботи, науковими, науково-педагогічними працівниками та іншими особами, яка є неопублікованими авторськими напрацюваннями (найсучасніша інформація дослідницького, інноваційного характеру), дозволена для використання автору роботи виключно при виконанні тільки цієї кваліфікаційної роботи.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення відповідних завдань у кваліфікаційній роботі використані такі загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, класифікації, порівняння, узагальнення та конкретизація визначень, а також статистичні.

Наукова новизна полягає в поглибленні теоретико-методологічних підходів до комплексного дослідження корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та формуванні стратегічних напрямів розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що наукові положення і висновки, сформульовані в роботі доведено до рівня теоретико-методологічних розробок і прикладних рекомендацій, що поглиблюють теоретичне осмислення взаємозалежності розвитку соціального капіталу та соціальної відповідальності бізнесу внаслідок процесів соціалізації економічних відносин в суспільстві.

Результатами роботи є формування стратегії розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні.

Апробація результатів роботи. Основні положення і результати кваліфікаційної роботи доповідалися на XVI Міжнародній конференції молодих вчених «Управління як чинник економічної рівноваги» Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія» (8 грудня 2022 р., м. Харків).

Публікації. За темою роботи опубліковано 1 статтю у збірнику наукових праць «Вісник економіки транспорту та промисловості» загальним обсягом 15 сторінок (у співавторстві).

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел.

У першому розділі розглянуті теоретичні аспекти даної теми, плюси та мінуси стратегії корпоративної соціальної відповідальності(КСВ). Історичні аспекти, що на нашу думку позитивно впливають на ведення бізнесу у наш час.

У другому розділі ми проводимо аналітичні дослідження на конкретному підприємстві, а саме ТОВ «Підсереднє». Також був проведений аналіз усього середовища підприємств та компаній, які вели свій бізнес на ринку РФ.

Третій розділ роботи, ми проводимо аналіз ситуації в країні, розглядаючи проблеми та засади корпоративної соціальної відповідальності(КСВ).

1 Теоретико-методологічні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу

1.1 Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, рівні, типи, фактори розвитку

Соціальна відповідальність – це концепція, яка пов'язує у собі мету досягнення фінансових цілей, а також виконання функцій, які здатні принести користь нашому з вами суспільству. Зі значенням терміну ознайомились, перейдемо до розглядання зародження даної концепції.

Свій початок соціальна відповідальність припадає на кінець 19 – початок 20 століття. Своїм поширенням зобов'язана американським інженерам, що у даному терміні бачили шлях підвищення поваги до своєї професії. Після проходження деякого часу, даний термін почали пов'язувати з бізнесом, а вже з 20-х років підприємств поширили нову концепцію, яка за своєю суттю полягала у служінні не тільки своєму гаманцю, а і ідеям та цілям, які не мають відношення до прибутку.

Дана концепція виявилась не довговічною, з причин не стабільного економічного становища у економіці та її ясності. Після по тихеньку вона зникла з ділових кіл. Через 20 років на заміну приходить ідея соціальної відповідальності, що насправді змінила теоретичний характер на більш практичний, після 1945 року. Остаточного виду концепція набула у 1953 році, з виходом роботи Г. Боуена, який в свою чергу був американським економістом. Книга вийшла під назвою Соціальна відповідальність бізнесу, в ній було сформовано основну ідею терміну соціальна відповідальність, як обов'язок підприємців проводити таку політику, яка буде корисна для суспільства.

Тепер розуміючи даний термін, ми зможемо провести аналіз таких понять, як соціальна відповідальність та КСВ.

Поняття КСВ набуло свого розвитку у середині 70-х років 20 століття. В той самий час, коли підприємств почали розуміти потребу об'єднання розрізнених поглядів на корпоративну політику, пов'язаних з взаємовідносинами підприємств, з окремими чинниками зовнішнього середовища і вироблення та введення цілих підходів для взаємодії з суспільством.

Актуальність ведення СВБ посилюють обставини:

- криза;
- зростання кількості екологічних проблем;
- перехід розвинення світової економіки.

Але остаточні принципи моделі не визнаються. Таким чином концепція повинна відрізнятися більшим ступенем відповідальності ніж попередня. Конкурентоспроможність має йти поряд з інтересами споживачами.

Комісією ЄС у 2000-х роках була прийнята концепція, що зараз визначає добровільну інтеграцію підприємств у соціальну та екологічну політику у свої бізнес-операції, їх взаємовідношення зі всіма компаніями, що співпрацюють з даним підприємством [4]. На даний момент даний підхід використовується більшістю компаніями у ЄС.

Також не слід упускати стандарт міжнародного зразка, а саме ISO 26 000 [33], який був прийнятий у кінці першого десятиліття 21 століття. Він визначає соціальну відповідальність як роботу підприємств за прийняття її рішень та вплив на суспільство з навколишнім середовищем методом етичної поведінки, що сприяє впливу, у тому числі на здоров'я та прихильність суспільства, враховуючи задоволеність сторін відносин. Не треба забувати, що їх відносини регулюються державними законами [8].

За думкою Всесвітньої ради сталого розвитку, Корпоративно Соціальна Відповідальність являє собою несення обов'язків підприємства проводити етичну політику та допомагати розвитку економіки тим самим покращувати життя працівників та суспільства [цит. за 6].

Розглянемо основні характеристики Соціально відповідального бізнесу:

- це вибір підприємств в умовах зростаючої конкуренції та зменшення показників довіри до бізнесу;
- вихід за рамки зобов'язань, таких, як сплата податків, створення робочих місць, створення капіталу;
- включення до членства колег з бізнесу, засобів масової інформації, місцеву владу, населення та інших.;
- спосіб розвивати середовище, в якому працює дане підприємство;
- метод, який базується на підході сталого розвитку довгостроковим) впливом на показники підприємств [11].

Дуже часто КСВ ототожнюють із доброчинністю або із покращенням ефективності застарілого обладнання. Найпоширенішим міфом є порівняння соціальної відповідальності з доброчинності, але це не так. Суть КСВ набагато більша. Одне діло продавати товар не переживаючи за способи утилізації упаковки або залишку продукту, а вже зовсім інше продумати цей момент заздалегідь. Також гарним прикладом виступають підприємств, які виготовляють програмне забезпечення, паралельно навчаючи студентів і не тільки навичкам програмування та взагалі знанням техніки. Дана стратегія зможе допомогти багатьом людям за для того, щоб підвищити рівень навченості різних верств населення.

Якщо узагальнити вище описане, то можна зробити висновок про те, що це добровільна допомога суспільству і не тільки.

Підхід зі сторони ринкових відносин, розглядається, так як у цьому підході немає втручання держави. Клієнт завжди знаходиться у більшому плюсі. Підхід має велику підтримку серед інших. Недоліком є не уважність до проблем екологічних забруднень.

Підхід зі сторони держави, розглядає українські структури, як наглядачів. На користь даного підходу свідчить аргумент де в першу чергу ставиться етичність даного підходу, хоча і не завжди правильні рішення для цього використовуються. Недоліком є складний спосіб управління та специфіка

управління. Не дивлячись на складність, дуже ефективно використання у деяких галузях.

Підхід зі сторони етичних норм, критерії які задаються компаніями та активно ними використовуються для підвищення репутації.

Підхід зі сторони особи, що зацікавлена, управлінська позиція, яка розглядає бізнес частиною суспільства, перед ким вона і несе відповідальність.

Цікавим підходом є висловлення погляду на проблему А. Кероллом, який трактував КСВ як піраміду, поглянемо на неї нижче (рисунок 1.1) [9].



Рисунок 1.1 – «Піраміда» КСВ

Основою даної піраміди А. Керролла є відповідальність, а саме економічна. Так як підприємств у той час, створювалися як виробники послуг та товарів, які могли задовольнити потреби учасників підприємств, отримуючи прибуток.

Юридична відповідальність означає потребу дотримуватись чинного законодавства, підпорядковувати свою господарську діяльність чинним правовим нормам. Етична відповідальність потребує від підприємств робити свої кроки у бізнесі відповідно до соціальних очікувань, що не встановлені стандартами правових питань, а створюють основу моральних стандартів, які вже використовуються, для роботи з зацікавленими сторонами. Стримана відповідальність означає, що компанія за доброю волею відповідає на очікування соціуму та спрямує свою роботу та розвиток програм, виступаючи таким же громадянином. Проаналізуйте досягнення підприємств за кожним видом

відповідальності. Керролл пропонує в контексті зацікавлених сторін, зазначаючи, що цей підхід дозволяє підприємств визначити певні види соціальної відповідальності на основі характеристик кожної групи (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1- Відповідальність згідно моделі Керолла

Вид відповідальності	Характеристика
Економічна відповідальність	Базова функція компанії, що дозволяє задовольняти потреби споживачів та отримувати прибуток
Правова відповідальність	Необхідність дотримання законів бізнесом в умовах ринкової економіки
Етична відповідальність	Діяльність підприємства має відповідати очікуванням суспільства за умов дотримання норм моралі
Філантропічна відповідальність	Діяльність підприємства, спрямована на підтримку і розвиток добробуту суспільства через добровільну участь у реалізації соціальних програм [64]

Дещо інші підходи до розвитку ідеї соціальної відповідальності висловили сучасні вітчизняні дослідники, особливо Ю.Благов, Ф. Хмель та інші.

Юрій Благов запропонував об'єднати існуючі підходи до соціально відповідального характеру діяльності підприємств у дві великі групи (таблиця 1.2):

Концепції «ядра» корпоративної соціальної відповідальності, які дають відповіді на запитання: навіщо підприємств бути соціально відповідальною і в чому полягає зміст цієї відповідальності, як саме компанія має реагувати на вимоги, очікування та побажання суспільство та які результати соціально відповідального бізнесу;

«Альтернативні» концепції, а саме: підходи з позиції менеджменту стейкхолдерів, корпоративного громадянства та корпоративної стійкості представлені в таблиці 1.2 [14]

Таблиця 1.2 - Альтернативні концепції [66]

Назва групи	Підходи	Характеристика підходу
Концепції «ядра»	«Корпоративна соціальна відповідальність»	Дає відповіді на запитання: чому підприємство має бути соціально відповідальним та який зміст цієї відповідальності?
	«Корпоративна соціальна чуттєвість»	Дає відповідь на запитання: як саме підприємство має реагувати на вимоги, очікування та побажання суспільства?
	«Корпоративна соціальна діяльність»	Дає відповідь на запитання: якими є результати соціально відповідальної діяльності підприємства?
«Альтернативні» концепції	«Управління зацікавленими сторонами»	Визнає легітимність інтересів зацікавлених сторін у різних аспектах діяльності підприємства та наявність у них власних внутрішніх цінностей
	«Корпоративне громадянство»	Фокусується не на проблемах, які породжуються внаслідок взаємодії підприємства з усіма зацікавленими сторонами, а на потребах конкретної місцевої громади та пов'язаній з нею благодійною діяльністю
	«Корпоративна сталість»	Модель управління підприємством, яка охоплює економічну, соціальну та екологічну діяльність підприємства як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі

Ф.І. Хміль розділив 4 групи думок щодо питань КСВ.

I група - полягає у керуванні власним сумлінням, у здійсненні добровільної благодійної діяльності у вигляді підтримки відповідних верств населення.

II група – полягає у визначенні соціальної відповідальності бізнесу яка принесе ефективність своїй діяльності та запобігання порушенням державного законодавства.

III група полягає у суспільному очікуванні рішучих дій підприємств, які мають великий капітал в свої сферах. Будь то захист навколишнього середовища або охорона здоров'я та інше.

III група поглядів полягає у тому, що країна є головним представником їх інтересів і відповідні нормативно-правові акти регулюють відповідальність бізнесу перед нею [35].

1.2 Значення соціальної відповідальності бізнесу для розвитку підприємства та бізнесу.

Важлива роль малих, середніх та великих підприємств в економіці різних країн викликає дослідницький інтерес до цієї теми. Економічний предмет малий бізнес трактується різними авторами по-різному. Таблиця 1.1 представляє деякі з відомих підходів до розуміння економіки сутність малого та середнього бізнесу. Так можна трактувати малі та середні підприємства як особливий вид підприємницької діяльності, забезпечення та виконання не тільки економічних, й соціально важливих функцій:

- забезпечення само зайнятості,
- виготовлення унікальних товарів,
- орієнтація на безпосереднього споживача.

Далі поглянемо на таблицю, яка покаже нам основні критерії для визначення розміру бізнесу (рисунок 1.2) .

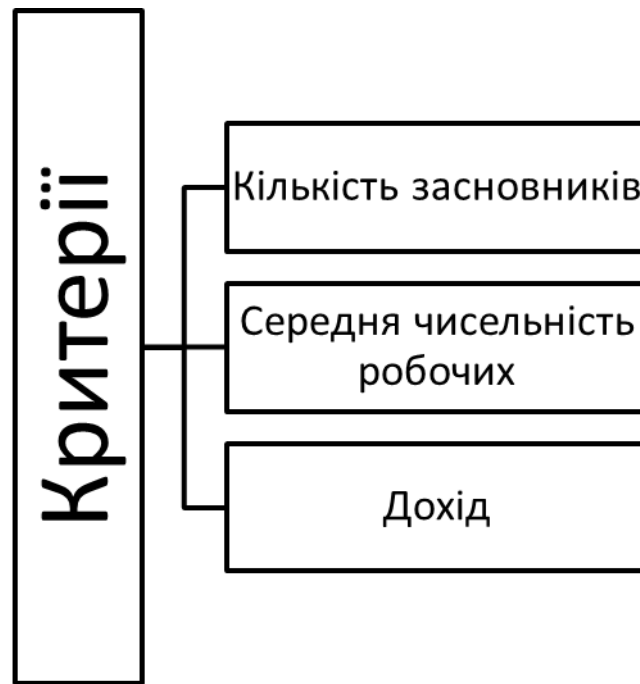


Рисунок 1.2 – Критерії віднесення підприємств визначеної категорії бізнесу. [11, с. 28]

Першим критерієм є склад засновників юридичних осіб. Кого для малого або середнього підприємства, державна участь власність, іноземні засновники чи громадські організації їх статутний капітал не повинен перевищувати 25% (без урахування активів інвестиційний фонд). Він не може володіти більше чверті акцій. юридичні особи, за винятком суб'єктів малого підприємництва [71].

Другий критерій — середньо списова чисельність працівників. До малого підприємництва відносяться підприємств з чисельністю працівників від 16 до 100 людей. Визнаються організації з менш ніж 15 співробітниками.

Мікропідприємства також класифікуються як малі. У середньому компанія налічує від 101 до 250 співробітників. Середній чисельність працівників на календарний рік визначається з урахуванням усіх його працівники, в тому числі ті, які працюють за цивільним або під на умовах неповного робочого часу з урахуванням фактично відпрацьованого часу, працівники представництв, філій та інших відокремлених підрозділів. Третій критерій – дохід від бізнесу попереднього року не повинні перевищувати такі граничні значення, які різняться у кожній країні.

На сучасному етапі розвитку суспільства все більше уваги привертає таке явище, як корпоративна соціальна відповідальність. Це зумовлено багатьма причинами, серед яких слід назвати широку лібералізацію економічних відносин, що, у свою чергу, вимагає від підприємця відповідальності перед людьми за будь-які рішення щодо його господарської діяльності. У цьому випадку виникає така категорія, як корпоративна соціальна відповідальність. Корпоративна соціальна відповідальність є складним, багатогранним поняттям. У загальному вигляді цю категорію можна визначити так: корпоративна соціальна відповідальність — це добровільний внесок у розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, прямо чи опосередковано пов'язаний з основною діяльністю підприємств та виходить за межі певного правового мінімуму.

Досить часто в науковій та публіцистичній літературі зустрічається поділ соціальної відповідальності бізнесу на внутрішню та зовнішню.

Внутрішня соціальна відповідальність стосується бізнесу практика щодо власного персоналу, все, що стосується розвитку людських ресурсів у підприємств чи підприємств:

- безпека праці;
- стабільна виплата заробітної плати;
- збереження соціально значущої заробітної плати;
- додаткове медичне та соціальне страхування працівників;
- розвиток людських ресурсів;
- допомога в критичних ситуаціях.

Зовнішня складова корпоративної соціальної відповідальності викликає більше суперечок, ніж внутрішніх. Багато в чому це пов'язано з тим, що слід віднести до місцевості. Крім того, ця складова не регулюється чинним законодавством, а працює на основі існуючих в країні традицій. Цей вид соціальної відповідальності включає в себе:

- спонсорство та корпоративна благодійність;
- екологію;

- взаємодію з місцевою громадою, державними органами. Розвиток місцевої громади;
- відповідальність перед споживачами товарів і послуг.

З огляду на вищезазначене слід зазначити, що системність зовнішньої складової корпоративної соціальної відповідальності зазвичай має місце тільки у великих компаніях [65]. У цій ситуації малий бізнес «за бортом». Це й не дивно. Для великих підприємств цей вид діяльності є чи не єдиним фактором конкурентоспроможності в умовах монополістичної конкуренції. Тоді як малий бізнес здебільшого намагається «звести кінці з кінцями». Таким чином, існує взаємозв'язок між соціальною діяльністю бізнесу та її сферою. Це означає, що роль малого бізнесу полягає у створенні гідно оплачуваних робочих місць, вчасній сплаті податків, виплаті заробітної плати та забезпеченні нових робочих місць. Середнє підприємство повинно брати активну участь у розвитку місця дислокації. Великий бізнес, у якому працюють сотні тисяч людей, у свою чергу відповідає за їх матеріальний добробут, умови для розвитку, а також за розвиток великих регіонів і країни в цілому.

Далі розглянемо проблеми які виникають у малому бізнесі, якщо ми хочемо користуватися корпоративно-соціальною програмою. А так як схожих проблем, з якими стикається малий бізнес і які заважають йому бути соціально відповідальними, досить багато. Тому наше завдання полягає у розгляданні їх сутності. Таким чином, нам необхідно визначити характерні ознаки моделі соціально відповідального бізнесу [68]. Крім того, ознаками соціально відповідальної поведінки малих підприємців ми вважаємо дотримання наступних принципів:

- етичного;
- правового;
- економічного;
- принципу добровільності.

Першою відмінною рисою моделі соціальної відповідальності в малому бізнесі, є поширена практика недотримання принципів соціально відповідальної

поведінки в переважній більшості малих підприємств. Слід зазначити, що в сучасних умовах переважна більшість малих підприємств в тій чи іншій мірі пов'язані з тіньовими аспектами бізнесу, що саме по собі суперечить ознакам соціально відповідальної підприємств. За експертними оцінками, «тіньова економіка охоплює від 31 до 46% обсягу продукції та послуг у сфері малого та великого бізнесу» [12].

Сьогоднішня реальність така, що виживання, а не зростання, є домінуючою стратегією більшості малих підприємств. Низький рівень рентабельності малих підприємств стає сильним стримуючим чинником становлення інституту соціальної відповідальності в малому бізнесі.

Натомість низька рентабельність малого бізнесу пояснюється не тільки нездатністю вітчизняних підприємців ефективно працювати, а й недосконалістю інституційного середовища, а також наявністю системних проблем у державі. політика підтримки малого бізнесу. Нині для великої кількості невеликих підприємств гостро стоять проблеми, пов'язані з нестачею кадрів, нестачею виробничих та офісних приміщень, нестачею фінансових ресурсів для розвитку бізнесу [6, с.29]. Знижують рівень рентабельності і високі витрати на ведення бізнесу: податки, орендна плата та інші платежі. Таким чином, малі та середні підприємці витрачають до 6% свого річного доходу на «подолання адміністративних перепон» (ліцензування або інші послуги), за даними зі незалежних джерел.

Другою особливістю моделі соціальної відповідальності у малому та середньому бізнесі є відсутність управлінського підходу до питань соціально відповідальної поведінки. У сучасних умовах багато великих вітчизняних підприємств поступово починають розглядати свою соціальну відповідальність як стратегічний напрямок діяльності. Приблизно шість з десяти великих російських підприємств (61%) вже мають формалізовану політику або стратегію в області соціально відповідальної поведінки. Тоді як малий бізнес навіть не думає про такі проблеми.

Третя особливість моделі КСВ для фірм полягає в тому, що малі фірми стикаються з меншим колом зацікавлених сторін, ніж великі фірми. Наприклад, для малого бізнесу роль природного середовища найменш значуща. Для великих підприємств природне середовище є ключовою зацікавленою стороною. Досить згадати екологічну аварію на заводі United Carbide в Індії, після якої були перенесені всі підприємства цієї підприємств в різних куточках світу.

Роль різноманітних громадських організацій, бізнес-асоціацій як зацікавлених сторін підприємств є незначною, що пояснюється функціонуванням малого бізнесу переважно на місцевому рівні та відсутністю налагодження контактів між малими підприємцями та неприбутковими організаціями.

Четверта характеристика. Відмінність економічних інтересів працівників і роботодавців. Характерною особливістю трудових відносин на підприємствах малого підприємництва є їх неформальний характер. За результатами дослідження, проведеного державними організаціями, майже 30% опитаних керівників малих підприємств визнали факт використання праці працівників без укладення відповідного договору. Серйозну соціальну небезпеку становить практика виплати заробітної плати «в конвертах», яка прижилася в малому бізнесі. За даними, 40% зарплат в країні залишаються сірими [13].

Характеристика п'ята. Малий бізнес відчуває більший тиск з боку регіональної та місцевої влади, ніж великий бізнес.

У такій ситуації, звичайно, можна вказувати на необхідність соціально відповідального бізнесу та стимулювати до цього малий бізнес. Переваги такої орієнтації очевидні. Загалом є сенс говорити про нормалізацію та стабілізацію соціально-економічної ситуації в регіоні. Щодо деталей, то необхідно відзначити такі позитивні наслідки, як зниження чутливості до споживчих цін, зменшення коливань фінансових потоків, зниження ризиків підприємства тощо, що безумовно призведе до зростання в ефективності діяльності підприємства, зміцненні його позицій на локальному рівні та можливості виходу на нові ринки збуту.

Проте, на нашу думку, стимулювати малий бізнес до соціальної відповідальності можна тільки за умови об'єднання зусиль трьох суб'єктів економіки:

- держави;
- громадянського суспільства;
- приклади малого, середнього та великого бізнесу.

Тільки так можна подолати перераховані вище перешкоди. При цьому державі має належати провідна роль у процесі створення інституту соціальної відповідальності бізнесу. Інакше ні держава, ні компанія не зможе вказати малому або середньому бізнесу на соціальну спрямованість його господарської діяльності.

Це один із найважливіших пріоритетів України на етапі євроінтеграції створення передумов для економічного зростання, інноваційного розвитку, підвищення якості людського розвитку [14]. Реалізація даних завдань в умовах обмеження традиційних джерел економічного зростання вимагає пошуку ефективних засобів активізації людського фактору, прогресивних зрушень у розвиток виробничих сил підприємств. Світова теорія і практика свідчать про те, що це потужний активатор для даного фактору - це праця людей, що далі переходить в мотивацію для віх співробітників [15, с. 7]. Без її грамотного і гнучкого додатку не варто сподіватися на швидкий вітчизняний реліз підприємств під час кризи, прискорення інноваційного розвитку, розширення конкурентні переваги підприємств і країни в цілому на світових ринках.

Мотивацією для ведення малого, середнього та великого бізнесу є отримання прибутку, підвищення своєї частки на ринку, підвищення іміджу в очах клієнтів з однією лиш різницею, кожному підприємству потрібна своя кількість вищеописаного. У слідуячому пункті кваліфікаційної роботи ми розберемо значення терміну та розглянемо цілі і мотиватори для даного терміну.

1.3 Мотивація та мотиватори ведення соціально відповідальної діяльності малого бізнесу в умовах кризи

Дану частину цієї кваліфікаційної роботи почнемо з постановка проблеми.

В умовах подолання кризових явищ в економіці нашої країни підвищується значення розвитку ведення бізнесу на новітніх принципах соціальної відповідальності. Підтримання вимог міжнародних і вітчизняних стандартів соціальної відповідальності формує нову соціальну політику бізнесу, також моніторинг ефективності соціальних інновацій за напрямками сталого розвитку.

Мотивацією для ведення малого та середнього бізнесу є отримання прибутку, підвищення своєї частки на ринку, підвищення іміджу в очах клієнтів.

Для більш детального розгляду цього терміну розглянемо, що таке мотивація.

Мотивація – це спонукання до якоїсь дії. Актуальне міждисциплінарне поняття, що відбиває внутрішній стан особи чи групи людей після виконання дій, прийняття рішень, збереження певних позицій у мінливому середовищі. Саме це дає нам змогу зрозуміти, чому малі та великі підприємства вибирають політику КСВ. Експерти виказують таку думку, що компанія, яка приходить на ринок та вибирає ведення соціальних відповідальності, залишається на довго та має більшу віддачу від своїх клієнтів [33]. Міждисциплінарний характер даного терміну «мотивація» це підтверджує. Він застосовується практично у всіх галузях знань. Хоча в основному використовується в психологічній практиці, ми можемо активно застосувати його і у економіці. «Мотивація» є безпосередній об'єкт конкретного наукового дослідження, спрямованого на акмеології, аксіології, праксеології, що базується на основі філософських знань. В даному випадку у ми діємо на стику психології, соціології та економіки.

Компанія виступає відкритою, але складною господарською системою, що формує свій організаційний та економічний механізм соціальної відповідальності. Робота цього механізму направлена на:

- досягнення стратегічних цілей підприємств;
- покращення відносин у трудовому;
- підприємство як господарську систему;
- підприємство як складову системи;
- підняття національної економіки.

В даному випадку на рівні держави встановлюють права та норми приведення соціальних відносин між усіма суб'єктами приведених вище відносин. Таким чином, компанія у багаторівневій моделі соціальної відповідальності у суспільстві, одночасно можна розглядати як підсистему, над систему та взаємодіючу система, яка визначає напрямки аналізу і оцінки.

Соціальна відповідальність підприємств буде розглядатися нами, як політична діяльність підприємства, що направлена на позитивний внесок у прогрес суспільства, а не тільки на отримання грошей з продажі товару. СВ - – це власна відповідальність керівника за суспільну корисність його бізнесу. В дослідженні СВ підприємництва виділяють різні сфери його праці: «підприємство – персонал» або «підприємство – інші суб'єкти ринку такі як інвестори , «підприємство – територіальна громада» та «підприємство – держава». Основною проблемою досліджень за теорією, методології СВ підприємства, що потребує вирішення за метою дичкою, серед них можна визначити такі: розробка комплексної системи оцінок та вирішення проблеми порівнянності різногалузевих критеріїв.

Аналіз наукових публікацій та у світової практики оцінювання СВ показує, що є кілька підходів до визначення соціальної відповідальності на макрорівні. А саме оцінювання відбувається на основі фінансових та соціальних звітностей. Також індексами, рейтингами та якісними методами. Підходи до визначення рівня Соціальної відповідальності(СВ) підприємств можна розрізнити за кількісним та якісним визначенням. У свою чергу методика кількісної оцінки поділяється на:

- оцінку рівня соціальних інвестицій;
- розрахунок показників соціальної відповідальності.

Дослідження параметрів передбачає складання соціальних рейтингів та звітів. За дослідження у даному напрямку відповідають такі вчені, як:

- О. Березіна [16];
- О. Буян [17];
- О. Ворона [18];
- В. Євтушенко [19];
- О. Затейщикова [20];
- О. Охріменко [21].

У Міжнародному стандарті ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» основними принципами соціальної відповідальності названо:

- підзвітність;
- прозорість;
- етичну поведінку;
- взаємодію;
- дотримання норм прав людини.

Реалізація даних принципів у бізнесі - передбачає визначення, як результату соціальної діяльності підприємства, та їх впливу на економічний результат діяльності, також оцінку інвестицій. Так як стандарт ISO 26000:2010 [33]. «Керівництво з соціальної відповідальності» введений в нашої економічній практиці, нам рекомендується почати визначення внутрішнього середовища з виділення семи напрямків, що представлені у даному стандарті:

- організаційне управління;
- права людини;
- трудові практики;
- навколишнє середовище;
- сумлінні ділові практики;
- проблеми, пов'язані із споживачами;
- участь в житті спільнот та їх розвиток.

Отже, дані напрями соціальних відносин потребують впровадження введення методів аналізу та оцінювання рівня ефективності чи результативності

[23]. З січня 2012 р., кожного місяця Центр «Розвиток КСВ» оцінює десять великих підприємств певного сектору за методом індексу прозорості.

Результати визначення на початок 2017 р.:

- найбільше розкривають питання: у сферах трудових відносин та розвитку, охорони довкілля, бізнес-профілю організацій;
- найменше висвітлюють: бонуси та політику заробітної плати, в ланцюг постачання, їх результати, політику відповідального маркетингу та результати [20].

Розроблені методи визначення внутрішнього середовища СВ підприємств побудовані з використанням експертних та статистичних даних. В роботі [25] описана методика розрахунку внутрішнього індексу СВ підприємств на основі оцінки експертів та модифікованої матриці SPACE-аналізу. Для розрахунку індексу СВ працівники підприємства використовують критерії як:

- винагорода та мотивація;
- професійна підготовка та розвиток;
- охорона праці;
- реалізовані соціальні програми;
- додаткові стимули для персоналу;
- задоволеність морально-психологічним кліматом.

В кожній групі сформовано перелік показників, що оцінюють за шкалою від 0 до 100. За принципом матриці SPACE [34] показники поділені на групи:

- фактори забезпечення стабільності;
- створення безпечних умов праці;
- фактори забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- фактори забезпечення фінансової привабливості.

Результати досліджень формуються у бальній оцінці з урахуванням абсолютної помилки, відносної похибки, надійності та коефіцієнта Стюдента [26].

Описана методика стосується оцінювання трудових відносин, хоча містить стратегічні оцінки, відображає тільки один з напрямків соціальних відносин на

підприємстві. Таким чином кількісні параметри визначення рівня СВ визначаються на основі показників у сфері трудових відносин. Рівень СВ підприємства на основі оцінок визначається послідовно:

Розрахунок соціально-трудових показників, у групі за 5 областями:

- загальні показники;
- показники зайнятості;
- оплати праці;
- охорони праці;
- навчання та охорони здоров'я працівників;

Складання рейтингу за областями та визначення рейтингового показника КСВ [27]. Аналіз описаних методик оцінювання СВ на мікрорівні дозволяє стверджувати, що більшість індикаторів стосуються відносин з персоналом і відображають складові КСВ, як:

- правову;
- економічну;
- етичну.

Але ці методики не відображають деяких сторін відповідальності підприємства, як:

- відносин з державою по трудовому законодавству;
- ефективність управління соціальною відповідальністю [18–21].

При постановці завдання нашою метою було теоретичне дослідження методів та об'єктів СВ підприємства та надання рекомендацій за метою дичкою, щодо удосконалення. Виклад основних матеріалів дослідження. Під час складання рейтингових оцінок, суб'єктів підприємництва зазвичай враховуються бізнес-процеси, які пов'язані з формуванням та реалізацією політики СВ, які здійснюють вплив на навколишнє середовище та суспільство. У міжнародній практиці використовуються індексні методи оцінки СВ підприємництва, що представлені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 - Індексні та часткові показники

Індексні показники	Часткові показники
Індекс Domsni Social Invest.(DSI400)	оцінюються, соціальні, екологічні й управлінські показники
Індекс Стійкості Доу Джонса	критерії оцінки виступають показники корпоративного управління та соціальна активність
Індекс FTSE4Good	Фінансові, соціальні, екологічні показники
Індекс корпоративної доброчесності	Благочесність, взаємини з партнерами
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу	Аналіз соціального підприємства

Дана таблиця відповідає індексній методиці оцінки соціальної відповідальності бізнесу.

Що стосується аналізу якісних параметрів визначення СВ підприємства, то нам треба звернутись до не фінансових звітів корпоративного сектору економіки. Нефінансова звітність підприємств готується і подається у різних форматах з чотирьох загальноприйнятих, а саме [12; 21]:

1.Звіт діяльності КСВ, що створюється за структурою конкретної підприємств, за показниками, що визначаються підприємством, та представляє перелік проектів, які пов'язані з компанією та не проходить аудит.

2. Звіт про реалізацію Глобального договору (Communication on Progress) [28]. Звіт з прогресу дорівнює виконання принципів, що розділяються за сферами:

- права людини;
- навколишнє середовище;
- охорона праці;
- антикорупційні заходи.

3.Звіт зі сталого розвитку подається за вимоги системи зі звітності Global Reporting initiative [29], а саме за стандартизованою системою звітування щодо:

- економічної;
- природоохоронної;
- соціальної діяльності.

Дане звітування має чіткі індикатори, за п'ятьма складовими: бачення та стратегія;

- профіль організації;
- управління;
- індекс GRI;
- показники діяльності.

4.Звіт за стандартом AA1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності [30].

Стандарт AA1000 AS с Manual of Social Reporting 1999, розроблений Інститутом соціальної та етичної відповідальності Великобританії. Як GRI, цей стандарт заснований на методології, яка включає в себе вимірювання, оцінювання та аудитування не фінансової діяльності корпорацій. Однак його відмінність від інших існуючих типів керівництва в цій галузі полягає в тому, що вони засновані на систематичному і безперервному діалозі з зацікавленими сторонами (більше конкретно, через ті, що серія стандартів AA 1000 включає вже згадувану AA 1000 SES – статті по взаємодії з зацікавленими сторонами). Згідно з цією директивою, організація повинна дотримуватися декількох принципів:

- відображати в своєму звіті погляди всіх зацікавлених сторін;
- надавати інформацію в найбільш відповідній спосіб, щоб дозволити її публікувати;
- публікації повинні мати практичне значення, тобто звіти повинні бути подані регулярно і на час;
- подані дані повинні бути високоякісними, тобто перевірені компетентною незалежною третьою стороною (наприклад, аудиторською фірмою або некомерційною організацією);
- процес соціального звітування і його аудит повинні бути інтегровані в щоденну практику компанії.

Дані звіти, не співставні для визначення оцінок та потребують додаткового визначення експертів. В нашій країні «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» визначає даний індекс прозорості та підзвітності, що показує критерії визначення підприємництва за їх веб-ресурсаим (таблиця 1.4).

Таблиця 1.4 - Показники звітності

Критерії оцінки	Показники звітності
Звітність	Наявність не фінансового звіту
Зміст	Рівень розкриття
Навігація	Зручність користування
Доступність	Мова, контактна інформація

Поєднання кількісних і якісних методів аналізу найкраще допомагає оцінити ефективність соціальної діяльності. Використання якісних методів дає можливість повноцінно оцінити інтереси та потреби представників соціальної групи, позиції всіх зацікавлених сторін та їх система пріоритети, допомагає зрозуміти економічний, політичний, соціальний контекст суспільного процесу відповідальності. Оцінка будь-якого об'єкта та напряду соціальної відповідальності підприємства будь-ким. Метод вимагає використання певної системи показників. Розрізняють часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники оцінки соціальної відповідальності підприємства.

Врахування міжнародного досвіду використання кількісних методів вимірювання ефективності соціальні інвестиції та необхідність їх доповнення показниками оцінки зовнішнього середовища, вважаємо за доцільне виділити такі можливі цілі оцінювання:

- оцінювання з метою визначення ефективності витрачання інтелектуальних і соціальних ресурсів підприємства;
- оцінка ефективності соціальних інвестицій; оцінка з метою визначення конкурентоспроможність;

- аналіз впливу соціальних інвестицій на результати діяльності.

Визначаючи рівень соціальної відповідальності певного підприємства, важливо враховувати наступних загальних критеріїв ефективності:

- ефективність вимірюється як відношення отриманого результату до поставленої мети, наприклад, зменшення заборгованості перед бюджетом, перед іншими суб'єктами економіки або персонал;

- економічність – це відношення результатів до витрат ресурсів та видів діяльності, які дозволяють отримати результат із меншими витратами витрати;

- доцільність – розглядається як відношення цілей до реальних соціальних проблем

- ефективність управління – розглядається як співвідношення результатів діяльності у формі дохід або чистий прибуток до витрат на адміністрування, збут і персонал згідно з фінансовими даними звітність.

Для експрес-аналізу соціальної відповідальності підприємства та порівняльного аналізу в межах галузі чи території пропонується використовувати кількісні методи на основі методів і процедури аналізу показників господарської діяльності підприємства [57]. Кількісних методів оцінки більше підходять для оцінки причинно-наслідкових зв'язків на основі показників ефективності.

При виборі показників для вимірювання рівня соціальної відповідальності підприємства рекомендуємо перелік, зазначені в таблиці 1.5. Вона наведена нижче.

Запропонована методика оцінки ефективності соціальної відповідальності діяльності передбачає послідовність таких дій: визначаються цілі оцінювання; об'єкти ідентифіковані обґрунтовано критерії оцінювання; визначено склад оціночних показників; обрано методи розрахунку показників; виконується розрахунок кількісного значення критеріїв, тобто показники, що відповідають певним критеріям.

Таблиця 1.5 - Показники вимірювання середовища

Показники вимірювання внутрішнього середовища	Показники вимірювання зовнішнього середовища
Індекс питомих соціальних інвестицій (IL) (в грошових одиницях): $IL = CI / LI$, де CI – осяг соціального інвестування; LI – середньо спискова чисельність працівників.	Комплексний індекс KI: $KI = (VP + CI + SB) / PV$, де VP – виплачені податки; CI – інвестиції в людський капітал; SB – соціальні видатки; PV – витрати виробничого призначення.
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів (IS), що вимірюється в відсотках: $IS = CI / S$, де S – обсяг продажу.	Індикатор перспективного розвитку: $IPR = (CI + SB) / PR$, де PR – чистий прибуток
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі прибутків (IP), що вимірюється в відсотках: $IP = CI / PR$	Індикатор соціальних видатків: $ICV = SB / PR$

Можна використовувати відповідні показники, які відображають соціально-трудові відносини. Визначення рейтингу корпоративної соціальної відповідальності з урахуванням зовнішніх умов. Середовище можна доповнити так: середньомісячна зарплата. Підприємницька та прожиткова заробітна плата; середньомісячна зарплата проти Прожиткового мінімуму для бізнесу та суміжних галузей; сукупність оплати праці та фінансування. Витрати на оплату праці та експлуатацію.

Аналіз ефективності корпоративної соціальної політики показує середні темпи та ефективність соціальних інвестицій. Ми вважаємо, що чіткі методології та корпоративна соціальна відповідальність дозволяють відстежувати динаміку змін результатів діяльності, що спостерігається з видатками на соціальні інвестиції.

Висновками проведеного дослідження, що було проведене. Методи, об'єкти та індикатори аналізу корпоративної соціальної відповідальності та їх інстальований експрес-метод для оцінки його рівня. Методологічні основи оцінки соціальної відповідальності до підприємства треба внести наступні зміни:

- додання критеріїв оцінки методики соціальної виплати;
- уточнено обов'язки;
- прийняття контрольних списків;
- розрахунок параметрів соціальних інвестицій з застосуванням витратного методу.

Запропонована методика дозволяє аналізувати динаміку внутрішніх і зовнішніх змін Вплив операційного середовища бізнесу та соціальних інвестицій на результати діяльності. Структурний аналіз та кілька комбінацій вибору об'єкта соціальної відповідальності. В нашому випадку аналіз ефективності соціальних інвестицій може бути досягнутий із зростаючою складністю та ефективністю управлінських рішень.

1.4. Критерії оцінки соціально відповідальної діяльності бізнесу.

Тематика оцінки корпоративної ефективності у КСВ на сьогодні є питанням, що потребує додаткових досліджень. Тому зараз з'являється все більша кількість досліджень із цього питання, і підтримується проект, у тому числі Європейською комісією, щодо створення системи показників для вимірювання корпоративної КСВ.

Міжнародна фінансова корпорація опитала 656 клієнтів і дійшла висновку, що компанії, які практикують позитивні соціальні та екологічні практики, перевершили своїх конкурентів на 210 базисних пунктів з рентабельності власного капіталу (ROE), що підтверджує позитивний вплив корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) на фінансові показники компанії [52].

Компанії з хорошим корпоративним управлінням також демонструють рентабельність власного капіталу, що у середньому втричі вище, ніж в інших компаній. Це свідчить, що ці компанії заслуговують на довіру та мають

збалансовану політику та бачення, свідомо відстежують свої ризики та мають чітке уявлення про те, у якому напрямку і як вони рухаються [17].

У зв'язку із збільшенням кількості соціально відповідальних компаній як у світі, так і в Україні виникає потреба оцінки рівня впровадження та ефективності корпоративної соціальної відповідальності(КСВ). У науковій літературі оцінка корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) розглядалася по-різному, відповідно до різних методологічних підходів. Серед українських учених, які вивчають питання оцінки корпоративної соціальної відповідальності(КСВ), простежуються два підходи: одні автори пишуть про оцінку корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) в цілому (В.А. Євтушенко, О.О. Затійщикова та ін.), деякі автори акцентують увагу на оцінці статі (О.О. Буян, Н.А.Кусік). , А. В. Ковалевська, С. В. Філіппова, М. І. Сухотерина, Т. Б. Хльовецька). Ми вважаємо, що ці два підходи не є ідентичними.

Оцінка корпоративної соціальної відповідальності(КСВ)включає дослідження масштабів корпоративної соціальної відповідальності(КСВ)-діяльності підприємства і методів реагування на поточні соціальні потреби. Використовується з метою оцінки впливу заходів корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) на фінансово-економічні показники компанії з погляду економічної ефективності. Для правильного вибору методів та інструментів оцінки необхідно враховувати такі фактори:

- інші подробиці діяльності об'єкта;
- знання правових аспектів управління;
- нормативно-правової бази.

Найбільш доступними є методи оцінки корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) на основі сайтів компаній та не фінансової звітності.

Нефінансовий звіт - це звіт компанії, в якому представлені не фінансові показники, тобто показники корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) або ESG (екологічні, соціальні або управлінські). Ці звіти часто називають звітами про стійкий розвиток або звітами про корпоративну соціальну відповідальність.

Нефінансова звітність є загальнодоступною та є інструментом для інформування різних груп впливу про те, як і в якому темпі розвивається компанія та як вона реалізує свої цілі, що були поставлені в стратегічному плані розвитку, щодо економічної стабільності, соціального благополуччя та екологічної стабільності.

На думку І. О. Ахновської, бажано запровадити обов'язкове подання не фінансової звітності суб'єктами господарювання [39, с. 42]. Без сумніву, не фінансова звітність є інструментом реалізації корпоративної соціальної відповідальності(КСВ). Фінансова звітність має використовуватися разом із системою управління соціальної відповідальності компанії. Як правило, не фінансовий або соціальний звіт компанії може бути поданий у таких форматах:

- звіти про діяльність корпоративної соціальної відповідальності(КСВ);
- звітність про хід реалізації принципів;
- глобального договору(повідомлення про прогрес);
- звіти про стійкий розвиток(підготовлюються відповідно до вимог GRI);
- звітність за стандартом AA1000(підзвітність);
- звіти відповідно до стандарту SA 8000 [36].

Згідно з опитуванням зі звітності в галузі сталого розвитку, проведеним KPMG, кількість звітів, випущених по всьому світу, у 2020 році збільшилася в 1,5 рази порівняно з 2019 роком.

Однією з найпоширеніших форм не фінансової звітності є звіт про сталий розвиток Глобальної ініціативи звітності (GRI). Сьогодні GRI є стандартом де-факто для підготовки не фінансової звітності та визначення рамкових умов для показників.

Сьогодні CSR було перетворено на ESG (Environmental, Social and Governance - Екологічна, соціальна та управлінська стійкість), тому у звіті міститься інформація про екологічні, соціальні та управлінські практики. На рисунку 1.3 нижче, узагальнено деталі факторів ESG, розкритих у не фінансовому звіті [37].



Рисунок 1.3 – Зміст чинників EGS.

А тепер розглянемо складнощі що виникають при дослідженнях ESG у контексті оцінювання корпоративної соціальної відповідальності(КСВ)..

Дані ESG є не фінансовими та економічними показниками, які формально розраховуються, оцінюються, порівнюються та коригуються. Більшість показників ESG мають якісний характер і не виражаються в кількісних фінансових показниках. Особливо складно судити про ефективність таких заходів, про рентабельність витрат на соціальні та природоохоронні заходи.

Ефекти ESG проявляються не відразу, а через певний проміжок часу. ESG позитивно впливає на такі важливі показники, як конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, вартість компанії та її бренду. Вони утворюються не відразу, а протягом тривалого часу.

Ризик необ'єктивної інформації щодо оцінки ESG. Компанії самостійно надають дані ESG. Довгий час ці дані не перевірялися, не існувало універсальних

правил чи стандартів щодо оцінки ESG. Міжнародна організація стандартизації (ISO) спробувала вирішити проблему суб'єктивності даних ESG, розробивши стандарти у багатьох галузях. Прийнятий у 2010 році міжнародний стандарт ISO 26000 роз'яснює природу соціальної відповідальності та надає підприємствам рекомендації з практики та принципів корпоративної соціальної відповідальності(КСВ).

Серед українських компаній, які вже випустили не фінансові звіти, "Метінвест", 1+1, BNP Paribas Group, "Фармак", "Континентал Фармерс Груп", "Енергоатом", ПУМБ, ДК та інші. Фокстрот», БДО, «Нова Пошта», ДПЕК, МХП. Друга група методів оцінки корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) – розрахунок кількісних та якісних показників. Враховуючи багатогранний характер корпоративної соціальної відповідальності(КСВ)., різні вчені пропонували конкретні показники для її оцінки, оскільки не існує вичерпного та певного переліку таких показників.

У 2008 році в Україні було створено центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності(КСВ).», метою якого є запровадження ініціатив корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) у діяльність суб'єктів [21]. Зокрема, з його ініціативи було підготовлено звіт «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності(КСВ). в Україні з 2010 до 2018 року» на основі вивчення діяльності 400 компаній [22]. У Центрі «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності(КСВ)» також проходив щорічний конкурс кейсів із впровадження КСВ-ініціатив у ділову практику [23]. В одному з липневих випусків журналу «Влада грошей» за 2020 рік представлено алфавітний рейтинг 25 найкращих компаній із найкращими програмами корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) в Україні серед них:

- Mary Kay;
- ПепсіКо Україна;
- АГРО РЕГІОН;
- Альфа-Банк;
- Біосфера;

- Інтерпайп;
- Київстар;
- Кока-Кола Беверіджиз Україна;
- Креді Агріколь Банк;
- Метінвест;
- МЕТРО;
- Нова Пошта;
- ОККО;
- ПУМБ;
- Розетка;
- Смарт-Холдинг;
- Укргазбанк;
- Фармак;
- Макдональдс [24].

Як тільки ви ознайомитеся з оцінкою, ви виявите, що вона включає широкий спектр компаній, залежно від розміру та форми їхньої організації та виду діяльності, яку вони здійснюють. На основі цієї оцінки можна виділити основні показники для оцінки рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) компанії:

- фінансування діяльності корпоративної соціальної відповідальності(КСВ)
- наявність менеджера з корпоративної соціальної відповідальності(КСВ);
- наявність стратегій реалізації корпоративної соціальної відповідальності(КСВ);
- наявність регулярних соціальних звітів
- наявність затверджених програм підтримки населення
- частота соціальних заходів.

Сьогодні корпоративно-соціальна відповідальність(КСВ) стала невід’ємною частиною діяльності бізнес-структур. У розвинених країнах численні дослідження довели позитивний вплив КСВ-активностей на діяльність компаній та їхні фінансові показники, натомість у країнах, що розвиваються, такі висновки ще

потребують обґрунтування. Оскільки для реалізації корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) потрібні фінансові витрати, тривають активні напрацювання методологічних підходів до оцінювання її ефективності. Ґрунтовна оцінка корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) забезпечується використанням комбінації якісних та кількісних показників, однак їх стандартизованого переліку не сформовано, оскільки перелік таких показників необхідно підбирати для кожної компанії індивідуально, залежно від сфери її діяльності, впливу на довкілля, кола стейкхолдерів та інших факторів. Кроком до формалізації оцінювання корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) є аналіз її за трьома складовими – екологічними, соціальними та управлінськими практиками, що, по суті, означає перехід до ESG-критеріїв. Саме стосовно ESG-показників компанії подають свою не фінансову звітність, визначення індексів та рейтингів також все більше орієнтується на ESG-показники компаній. Трансформація корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) у ESG дає можливість налагодити зв'язок між соціально відповідальними компаніями та фінансовим ринком, оскільки інвестори все більшу увагу звертають на ESG як чинник зменшення не фінансових ризиків. Українські компанії все активніше реалізують на практиці концепцію корпоративної соціальної відповідальності(КСВ), однак вироблення загальноприйнятої методики оцінювання корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) та її ефективності сприяло б активізації цього процесу.

Саме для цього було розроблено дану систему оцінки ступеня розвитку країни з погляду корпоративної соціальної відповідальності.(таблиця 1.6).

На додаток до таблиці 1.6 також було розроблено методи розрахунку відповідних показників. Поняття цього показника має право на існування, але потребує важливого доповнення, яке можна внести до таблиці за міжнародним стандартом ISO 26000 із соціальної відповідальності. Наприклад, не приділяється уваги захисту прав людини. Зверніться до Посібника ОЕСР для багатонаціональних підприємств та підрахуйте щорічну кількість скарг на порушення прав людини, поданих до контактного пункту кожної країни.

Таблиця 1.6 - Визначення показника корпоративної соціальної відповідальності(КСВ).

<i>1 Управління і політика (25 балів)</i>
Існування опублікованої національної стратегії з КСВ або сталого розвитку (7,5 балів)
Існування окремого урядового департаменту або іншої урядової інституції, відповідальної за КСВ (7.5 балів)
Існування спеціального законодавства, що просуває широке прийняття гарних КСВ практик (5 балів)
Відсоток «зелених закупівель» у загальній системі закупівель (5 балів)
<i>2 Залучення зацікавлених сторін і комунікація (15 балів)</i>
Відсоток активних членів національної мережі Глобального Договору (5 балів)
Відсоток бізнес-асоціацій, які реалізують секторальні КСВ активності або КСВ інструменти (5 балів)
Відсоток місцевих підприємств, які регулярно і структурована звітують з КСВ (топ 100 підприємств за рівнем обороту) (5 балів)
<i>3 Громадянське суспільство (15 балів)</i>
Відсоток ВНЗ, які пропонують спеціальні програми або курси з КСВ або сталого розвитку, або етики ведення бізнесу (7.5 балів)
Кількість згадувань КСВ концепцій у громадських медіа протягом року (7.5 балів)
<i>4 Навколишнє середовище (15 балів)</i>
Відсоток підприємств, які котируються на біржі і які використовують систему еко управління (5 балів)
Викиди парникових газів і використання джерел енергії (5 балів)
Урядові витрати на захист навколишнього середовища, на одиницю ВВП (5 балів)
<i>5 Трудові практики (15 балів)</i>
Відсоток підприємств, які котируються на біржі, і які використовують систему управління трудовими практиками (3 бали)
Відсоток співробітників, які залучені до переговорів щодо колективної угоди (3 бали)
Тендерна рівність у бізнесі і уряді (5 балів)
Нещасні випадки /100,000 робітників (4 бали)
<i>6 Прозорість і бізнес-середовище (15 балів)</i>
Рівень корупції (як зазначено Transparency International) (10 балів)
Існування активності щодо соціально відповідальних інвестицій (5 балів)

Іншими питаннями, що вимагають подальшого вивчення, є сумлінна діяльність та недобросовісна конкуренція, які не відображені у таблиці 1.6, у якій перераховано 18 показників. Партнерство з неурядовими та бізнес-організаціями, як правило, взагалі не згадується. Іншими словами, кількість партнерів також можна розглядати як показник оцінки розвитку вітчизняної корпоративної соціальної відповідальності.

Невирішеним питанням залишається розвиток корпоративної соціальної відповідальності у Міністерстві Соціальної Політики.

Тому, незважаючи на певні недоліки запропонованої системи оцінки ступеня розвитку країни з точки зору корпоративної соціальної відповідальності, було зроблено першу спробу узагальнити різні показники на рівні країни та компанії. Пропонований індикатор має вигляд зразка. Коли країни можуть порівнювати себе. Визначте своє положення та інші позиції на глобальній карті світу. На думку дослідників проектів, які підтримують ООН у Литві, базу індикаторів можна і потрібно розширювати з часом.

Оцінка рівня впровадження компаній КСВ. Крім перерахованих вище показників, існують і інші критерії, що використовуються в бізнес-середовищі. Хоча тема щодо нова, кілька авторитетних організацій опублікували рекомендації щодо оцінки впливу. Наприклад, Всесвітня рада підприємців зі сталого розвитку за підтримки Міжнародної фінансової корпорації випустила публікацію «Вимірювання соціального впливу» [42]. Це включає оцінку впливу бізнес-ініціатив на участь спільноти. Дослідники з Бостонського коледжу корпоративної громадянськості [67] розробили багаторівневу оцінку впливу при вимірі рентабельності інвестицій (ROI) ініціативи [34]. Безумовно, при вимірі корпоративної соціальної відповідальності, як і будь-якої іншої діяльності, слід враховувати такі факти:

- департамент корпоративної соціальної відповідальності повинен перетворитися на повноцінний бізнес-відділ підприємств.
- відділи КСВ мають більше зосередитись на тому, що отримує компанія на результатах, а не на програмі;

- необхідно перейти від оцінок КСВ до фактичних вимірів;
- звіти про результативність КСВ мають замінити звіти про відповідність.

Створення цінностей для бізнесу означає, що функція КСВ може забезпечити вимірні результати, які відповідають бізнес-цілям, таким як підвищення рівня задоволеності співробітників, поліпшення відносин з партнерами, підвищення репутації в суспільстві та здатність завойовувати нові ринки. Це означає, що він повинен показувати хороші результати. Це означає ефективність нашої програми КСВ. Сьогодні багато підприємств кажуть: але мало хто замислюється про те, як результати програми корпоративної соціальної відповідальності підприємства впливають на інші показники бізнесу. І це, мабуть, головне, що відрізняє корпоративну соціальну відповідальність від благодійності. Результати господарської діяльності різні, але головне, що компанія отримує нових клієнтів, нових талановитих співробітників, нових партнерів тощо.

Прикладом може слугувати кейс, пов'язаний з McDonald's та відомим фондом McDonald's Charity Fund, що підтримується компанією.¹¹¹ Ніхто не міг пояснити переваги, які корпоративна підтримка та корпоративні волонтери приносять самим компаніям. Пізніше виявилось, що користувачі, які знали про фонд, відвідували McDonald's у два-три рази частіше, ніж ті, хто не знав. Завдяки цим даним компанія збільшила фінансову підтримку в 7 разів.

Рейтинг не так важливий, як вимірювання. Оцінка завжди слідує за процесом, а вимірювання передують процесу, тому вам слід розробити показники для досягнення ваших цілей перед початком програми. Врахування цих характеристик допомагає виявити ефективність соціальної відповідальності. Тому перед початком або розробкою будь-якої програми ви повинні вирішити, чого хоче досягти ваша компанія. Це вимагає залучення зацікавлених сторін підприємств (керівників, співробітників, клієнтів, лідерів суспільства, партнерів) для отримання цінності результату. Вимірювання – це безперервний процес оцінки стратегій, заходів і програм взаємодії з громадськістю та їхнього впливу на компанію та залучені спільноти.

Цей процес включає наступні дії.

З першого дня, перш коли проект почне порівнюватися з іншими, ми розробляємо масштаб та ставимо стратегічні цілі. Час та ресурси для загальної оцінки програми.

Стратегічні та незліченні проблеми якості та події. Зберіть необхідні дані, виміряйте вхідні дані та оцініть результати програми.

Визначте методи, які можна систематично оцінювати для оцінки програм усередині програм у досягненні цілей програми.

Ми використовуємо ці індикатори для вимірювання прогресу та повідомляємо, що індикатори залежать від цілей та місії програми.

Ми вимірюємо нашу власну ефективність за допомогою зовнішніх аудиторів або нашої глобальної ініціативи звітування. Стратегії соціальної відповідальності повинні бути пов'язані зі стратегічним напрямом бізнесу через інтеграцію оцінок співробітників та розробку систем управління соціальною відповідальністю та показників корпоративної соціальної відповідальності для інтеграції в рамках підприємств. Ми говоримо про бізнес, його управління та людей, які там працюють.

Основні пункти наведені нижче.

Працюємо з окремими відділами, щоб визначити та покращити діяльність відповідно до встановлених показників ефективності.

Залучаємо різні зацікавлені сторони до допомоги у розробці та реалізації регіональних програм.

Проводимо постійну самооцінку КСВ із залученням ключових партнерів, які допомагають впроваджувати програму в підприємствах.

Аналізуйте індикатори та їх сприйняття, щоб оцінити сильні сторони та потенційні галузі перспектив.

Пріоритизуємо роботу для покращення умов та заходів.

Визначаємо ключові показники ефективності на основі даних пріоритетів та зв'яжемо їх за конкретними цільовими вимірюваннями та оцінками в окремих відділах.

Розглянемо результати зі своїми співробітниками та ключовими зацікавленими групами.

1.5 Правова регламентація розвитку соціально відповідальної діяльності бізнесу

Соціальна відповідальність визначається на глобальному, національному, регіональному та галузевому рівнях, незалежно від рівня чи масштабу розслідування. Інтеграція, конкретний сенс існування людських проблем та ситуацій та визнання соціальної відповідальності через пошук рішень, які роблять цей процес більш зрозумілим. Стійкий розвиток включає збалансований розвиток економічних, екологічних і соціальних систем та їх здатність до саморегулювання та відтворення.

Світовий досвід реалізації сталого розвитку сприяє дотриманню певних лімітів, подолання суттєвих перешкод та інструментів та ресурсів для впровадження нових стандартів та регламентів задля досягнення найбільших успіхів на цьому шляху вказує на те, чого ми досягли. Цим механізмом користувалися самі держави. Соціальна відповідальність стала найвпливовішим інструментом реалізації сталого розвитку.

Соціальна відповідальність – це прояв волі, що визначається конкретними діями щодо дотримання загальноприйнятих кордонів та соціальних норм, що гарантують безпеку та поступальний розвиток, захист та контроль суб'єкта суспільних відносин.

Соціальна відповідальність багатогранна та багаторівнева. Вона проявляється на індивідуальному рівні та лежить в основі інших рівнів залежно від громадянської зрілості особистості, прагнення змін у всіх сферах життя.

На рівні групи соціальна відповідальність визначається як корпоративна соціальна відповідальність. Соціальний рівень – визнання соціальної

відповідальності підприємства за гідний рівень життя нинішнього та майбутніх поколінь. На державному рівні він визначає, як найкраще досягти сталого соціального та людського розвитку. На глобальному рівні соціальна відповідальність визначає пріоритети глобального розвитку та людської цивілізації через Міжнародну конвенцію зі сталого розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.; Йоганнесбург, 2002 р.; Ріо-де-Жанейро, 2012 р.) та органи Організації Об'єднаних Націй [41].

Міжнародна спільнота розробила систему стандартів та рекомендацій щодо впровадження сталого розвитку ISO 14000 [40].

Стійкий розвиток визначено ООН як основний напрямок розвитку цивілізації в 21 столітті. Україна належить до країн, які віддані реалізації принципів сталого розвитку своєї економічної системи. «Стійкий розвиток промислових територій», особливості впровадження позитивних змін в Україні [26].

Далі пропонуємо переглянути таблицю 1.7, що приводить оцінки змін, які відбуваються при соціально від повільних дій при реалізації сталого розвитку.

Тому досягти реалізації національних принципів сталого розвитку та залучити націю можна шляхом модернізації системи управління та суспільних відносин на основі соціальної відповідальності види соціальної відповідальності

Соціальні норми виконують охоронну, регулюючу та виховну функції, визначають розумні межі свободи людини.

До соціальних норм відносяться:

- звичаї;
- традиції;
- моральні норми;
- релігійні норми;
- моральні норми;
- політичні норми;
- корпоративні норми;
- інституційні норми;

- технічні норми;
- культурні норми;
- правові норми та ін.

Таблиця 1.7 - Оцінка позитивних результатів соціально відповідальних дій щодо реалізації принципів сталого розвитку в Україні.

Які позитивні зміни відбудуться при соціально відповідальних діях у реалізації принципів сталого розвитку в Україні?	
Дбайливе ставлення до навколишнього середовища, раціональне споживання і використання природних ресурсів	65,8
Соціальна, економічна й екологічна рівновага та розвиток	57,0
Зміцнення здоров'я населення, збільшення тривалості життя і трудової активності	44,3
Активізація соціально відповідальної діяльності держави, суспільства, бізнесу, особистості у формуванні умов сталого	43,7
Становлення узгодженої системи цінностей та духовно - культурний розвиток людського суспільства	43,7
Використання у виробництві ресурсозберігаючих технологій	40,5
Модернізація соціальних відносин, консолідація зусиль суспільства та влади в забезпеченні сталого розвитку	39,2
Формування і реалізація моделі споживання згідно з принципами сталого розвитку	26,6
Високий рейтинг України щодо сталого розвитку в міжнародних порівняннях	12,0
Інше	3,2
Важко відповісти	1,9

Залежно від типу соціальних норм розрізняють такі види соціальної відповідальності:

- моральна;
- релігійна;

- дисциплінарні;
- політичні;
- правові.

Моральна відповідальність виникає порушення традицій, звичаїв, культурних і естетичних норм. Це знаходить відображення у виявленні та соціальному дистанціюванні тих, хто порушує чи ухиляється від дотримання наших кодексів поведінки.

Політична відповідальність виникає, коли суспільство порушує норми, які залежать від громадських політиків.

Корпоративна відповідальність виникає за корпоративні порушення безглуздох з юридичної точки зору корпоративних правил, прийнятих тим чи іншим органом державної влади.

Релігійна відповідальність ґрунтується на правилах, що регулюють поклоніння та віру в Бога.

Всі ці види соціальної відповідальності мають пасивний характер, оскільки на порушників норм чиниться тиск у разі виникнення негативних соціальних реакцій.

Порушення Закону про національні організації тягне за собою юридичну відповідальність. Аж до застосування примусової фізичної сили вона позитивна, оскільки має позитивний психологічний вплив на правопорушників.

Таким чином, соціальні та правові зобов'язання бувають як загальними, так і спеціальними.

Ці види відповідальності мають такі загальні характеристики:

- соціальна і юридична відповідальність є засобами забезпечення та захисту суспільних відносин;
- встановлювати конкретними об'єктами та доставляється певними засобами;
- мати засоби для забезпечення прав людини та суспільних інтересів.
- знаходити у певній місцевості та регулюється певними соціальними нормами;

- прагнути до досягнення конкретних цілей та наявність функціональної спрямованості;
- накладати певну відповідальність на правопорушників;
- поважати права і свободи людини.

Наявність виявлених загальних ознак не скасовує самостійного характеру юридичної відповідальності як основного виду соціальної відповідальності [51]. Відмінні ознаки правової та соціальної відповідальності наведені в таблиці 1.8

Таблиця 1.8 - Відмінні ознаки правової та соціальної відповідальності

Юридична відповідальність	Соціальна відповідальність
Призначається компетентними органами держави	Призначається недержавними структурами
Передбачається правовими нормами	Регламентується соціальними нормами
Передбачається правовими нормами	Регламентується соціальними нормами
Має примусовий характер	Не є засобом примусу
Застосовується відповідно до нормативного процесу	Регламентується у довільному порядку
Має визначений вид і форму	Має довільну форму
Пов'язана з державно-владною діяльністю	Пов'язана із засобами суспільного впливу
Настає незалежно від розуміння змісту норм суб'єктами та ставлення до них	Настає у результаті порушення норм у залежності від розуміння їх змісту і ставлення до них
Має правовий характер	Існує у різних видах

В основному існує дві ознаки соціальної відповідальності: позитивний та негативний.

Під позитивною соціальною відповідальністю слід розуміти добровільне та свідоме використання, реалізацію та дотримання суб'єктами соціальних відносин

приписів соціальних норм. Під негативною розуміємо не дотримання тих самих норм.

Ми розуміємо, що з соціальної відповідальності до порушників цих норм використовуються заходи, передбачені соціальними нормами.

Соціальна відповідальність проявляється у двох формах: добровільних обов'язки суб'єктів дотримуватися суспільного нормативного порядку за допомогою правомірних дій та реакцій, а примусові зобов'язують порушників соціальних норм виконувати різні зобов'язання. Офіційні та/або правоохоронні заходи.

Соціальна відповідальність держави є одним із механізмів забезпечення якості та ефективності державного управління [56]. Невичерпний перелік державних функцій певною мірою повторює його соціальні зобов'язання, виконання міжнародних зобов'язань, досягнення національних і стратегічних цілей розвитку, створення гідних умов життя, перспективи розвитку.

В умовах глобалізації особливого значення набувають зовнішні причини, що гарантують розвиток соціал-демократії держави, що здійснюють внутрішню та зовнішньоекономічну політику, використовують як адміністративні, правові, так і економічні засоби впливу для впливу на різні сторони економічного життя держави, несуть відповідальність у виконанні своїх зобов'язань, які з міжнародних договорів і угод. Як суб'єкт міжнародних відносин та, як суб'єкт міжнародного економічного права, він має повну правосуб'єктність. Організація Об'єднаних Націй просуває висококваліфіковану працю та відповідальну політику соціальної відповідальності для вирішення проблем, пов'язаних зі здоров'ям.

Несприятливий політичний, економічний і соціальний стан країни гальмує розвиток людського потенціалу, модернізацію суспільства і негативно впливає на ділову активність і діяльність. Немає чітких правових положень щодо соціальної відповідальності держави.

Просування принципу соціальної відповідальності в адміністративній системі тісно пов'язане із формуванням соціальної держави.

Соціальна держава заснована не лише на договорах про спільні інтереси, що гарантують рівні права та свободи, а й на соціальній відповідальності всіх членів суспільства за благополуччя та розвиток країни.

Спроби ухвалити концепцію української соціальної держави не дали переконливих результатів. Проект містить основні засади та функції соціальної держави, уточнює поняття соціальних норм, дає оцінку діяльності державних органів та структур у рамках функціонування механізмів соціальної відповідальності, визначає систему роботи показників.

Якість уряду та репутація тих, хто його обслуговує, визначаються позицією країни у міжнародних рейтингах. Враховуються багато факторів, включаючи корупцію, конкурентоспроможність, людський та сталий розвиток. Водночас рівень розвитку соціальної відповідальності часто фігурує у міжнародних порівняннях. Експерти оцінили рівень корупції (73,6%), конкурентоспроможність (52,5%), людський розвиток (61,4%), виконання міжнародних зобов'язань із сталого розвитку (59,5%), запровадження міжнародного стандарту ISO-26000 (55,7%), вимоги зовнішнього інвестора щодо розвитку корпоративної культури (48,1%). Держави несуть відповідальність за реалізацію негативних явищ на низькому рівні та їх інтеграцію до соціально-економічного розвитку на високому рівні.

Запитання виникає через виконання взятих на себе Україною міжнародних зобов'язань щодо впровадження принципів сталого розвитку у свою економічну систему. Експерти кажуть, що міжнародні зобов'язання щодо сталого розвитку не виконуються через погане управління.

Основними перешкодами на цьому шляху є недостатнє охоплення національних та регіональних систем управління сталим розвитком (65,2%) та відсутність формування національних, регіональних та громадських інститутів управління сталим розвитком. (43,7). %), недостатній розвиток законодавства України у сфері сталого розвитку (39,2%), недостатні економічні можливості для вирішення економічних та соціальних проблем (36,7%).

Соціальна відповідальність держави включає прийняття та виконання законів, збереження та ефективне використання людських і природних ресурсів, надання державних соціальних гарантій, правових норм, забезпечення дотримання державних соціальних стандартів на основі встановлених правил. Він призначений для дотримання та повної реалізації. та закон. Зобов'язання щодо документації. Створення умов та можливостей для формування та накопичення людського та соціального капіталу.

Соціальна відповідальність невід'ємною частиною діяльності державних менеджерів.

Етична поведінка державних службовців сильно впливає довіру суспільства до поведінки уряду та його соціальної відповідальності. Державні службовці завжди повинні виступати перед громадськістю як представники уряду та мати імідж, заснований на таких якостях, як професіоналізм, національний статус та інтереси, захист його суспільної значущості, організації роботи. Здатність керувати діяльністю уряду.

Державні службовці, які спілкуються з громадянами, повинні завжди відчувати себе представниками влади, створювати та підтримувати образ себе на основі таких якостей, як професіоналізм, державний статус та інтереси.

Особисті якості (темперамент, відповідальність, дисциплінованість), коло спілкування, біографія, комунікабельність, зовнішність, спосіб мислення - все це становить поняття іміджу.

Слід зазначити, що багато факторів сприяють розвитку соціальної відповідальності. Занепокоєння та очікування громадян, споживачів, державних службовців та інвесторів перед обличчям глобалізації та великомасштабних промислових змін.

Цілі національної соціально-економічної безпеки держав все більше впливають на інвестиційні рішення, особливо у контексті соціальної демократизації та державного управління [69]. Прозорість діяльності органів влади стала можливою завдяки засобам масової інформації та сучасним інформаційно-комунікаційним технологіям.

Соціальна відповідальність держави визначає зобов'язання держав та їх інститутів щодо прийняття та реалізації законів, положень та правових актів, спрямованих на забезпечення захисту та ефективного використання людських та природних ресурсів.

Дотримання та повне виконання державного соціального забезпечення та державних соціальних стандартів. Створення умов та можливостей для формування та накопичення людського та соціального капіталу.

Соціальну відповідальність державних службовців можна як вид діяльності, здійснюваної як конкретних дій та заходів, вкладених у підвищення добробуту і сталий розвиток нації загалом. Більш високий рівень розвитку державних службовців сприяє формуванню та підвищенню їхнього потенціалу, збереженню та створенню нових конкурентних переваг (наприклад, даного виду діяльності порівняно з іншими видами діяльності), якнайшвидшому вирішенню конфліктів та кризових ситуацій. сприяти усуненню та прогнозуванню явищ для забезпечення успішної реалізації обраних стратегій модернізації.

Висновки до розділу 1

Основним завданням корпоративної соціальної відповідальності промислово розвинених країн стало двоєдине завдання – допомога соціуму і не тільки з та отриманням прибутку. Вирішення цього завдання підпорядковане одержанню максимального схвалення при використанні стратегії та виживання у конкурентній боротьбі. Достатня праця над соціально значущими цілями є основним засобом досягнення стратегічної політики, оскільки тільки таким чином продукція на ринку буде успішно реалізована, оборот капіталу завершиться і повернеться до власника з перевищенням ціни над собівартістю, тобто повернеться із прибутком.

Корпоративної соціальної відповідальності відображає сукупність багатьох факторів, багатьох властивостей дій, які поєднуються і варіюються в різних комбінаціях. Робота над соціальними аспектами та ведення корпоративної соціального життя дає вагомий приріст, як до прибутку так і до сприйняття компанії на ринку. Такий стан речей активно стимулює роботу щодо підвищення рівня мотивації роботи та якості всіх видів продукції та послуг.

Новизна сучасного підходу до забезпечення корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому, що здійснюється інтеграція всіх раніше розроблених і використовуваних на практиці методів добре продуману і практично здійснювану систему. Забезпечення інформацією та роботою, пов'язаний з корпоративної соціальної відповідальності на всіх етапах виробничого процесу здійснює спеціальний підрозділ менеджерів, які працюють саме над цим.

Діяльність за якістю охоплює всю структуру організації, має багатосторонній характер, в ній бере участь весь персонал та всі підрозділи, і тому вона потребує скоординованих заходів, які необхідні також і для поглиблення взаємозв'язків та взаємовідносин щодо якості та користі між виробником та споживачем.

2 Аналіз виробничо-фінансової діяльності ВАТ «Підсередне»

2.1 Загальна характеристика підприємства ВАТ «Підсередне»

Для дослідження та аналізу підприємства нами було вибране відкрите акціонерне товариство (ВАТ) «Підсередне».

Вибране підприємство – зареєстровано, як юридична особа. Компанія здійснює свою діяльність з березня 2006 року.

Місце знаходження юридичної особи: Центральна вул. 10, Підсередне, Харківська, 62608, Харківська область.

У зв'язку зі станом в наш час більшість даних на разі не доступно, тож наш аналіз буде дещо неповним. Основні напрямки діяльності Класифікація видів економічної діяльності(КВЕД):

- вирощування рослин;
- вирощування зернових та технічних культур;
- скотарство;
- надання послуг у галузі сільського господарства та тваринництва.

Продукт компанії – зерно, квасоля, кукурудза.

Підприємство знаходиться у Харківській області. Тому давайте детальніше розглянемо природно-кліматичні особливості цього регіону [70].

Більшість Харківської області покрито змішаними ліси (58%). Мінеральні ресурси області представлені родовищами нафти, газу, торфу та будівельних матеріалів.

Сприятливі кліматичні умови, різноманітна флора та фауна, наявність 610 заповідників роблять район привабливим як для короткочасного, так і для тривалого відпочинку. У районі знаходяться бази відпочинку, дитячі табори, мисливські та рибальські бази, водні станції, пляжі та лісопарки.

За природними ознаками змішані ліси України фізично та географічно діляться на шість штатів. ПТК змішаних лісів було змінено внаслідок діяльності

людини (вирубання лісів, меліорація земель, розвідка, видобуток корисних копалин, будівництво доріг) та є районами інтенсивного сільськогосподарського та лісового господарства.

Екстенсивне використання земель, лісів, водних, мінеральних, біологічних та рекреаційних ресурсів потребує природоохоронних заходів.

2.2 Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами та ефективність їх використання

Основні засоби - це ті частини засобів виробництва, які беруть участь у процесі виробництва в часі, зберігаючи свою природну форму та характеристики, переводячи свою вартість частково у вартість кінцевого продукту [49]. Організації, що розвивається, або підприємству надаються необхідні виробничі фонди, які поповнюються і оновлюються в міру розвитку підприємства або організації.

До основних фондів невиробничого призначення відносяться також ті, які не беруть участь у виробничому процесі, але забезпечують нормальне функціонування та задоволення побутових та культурних потреб працівників. Це кошти, пов'язані з суспільними умовами виробництва. Всі ці установи, приміщення та житлові будинки є основними засобами невиробничого призначення лише в тому випадку, якщо вони знаходяться на балансі підприємства та підприємство несе відповідальність за їх утримання, експлуатацію та ремонт. До основних виробничих фондів належать активи, що у виробничому процесі. Вони становлять приблизно 95-98% від загальної вартості основних засобів компанії. Розподіл на активну та пасивну частини дуже важливий, оскільки елементи основних фондів грають різні ролі у виробничому процесі [50].

Метою економічного аналізу використання основних засобів підприємства є визначення забезпеченості підприємства інтенсивно використовуваними основними засобами та пошук резервів підвищення ефективності використання основних засобів з погляду норми прибутку. є. ресурси.

Аналіз середньорічної вартості основних засобів наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Аналіз вартості основних фондів

Показник	2018	2019	2020	2021
Первісна вартість, тис. грн.	1365,7	32309,5	65831	80228
- % до попереднього	-	у 23 рази	203,7	121,9
Залишкова вартість	628,0	31382	61770	71040,5
- % до попереднього	-	у 50 разів	196,8	115,0

Збільшення вартості основних засобів для компаній у 2019 році (майже у 50 разів) пов'язане із розширенням компаній при постановці на баланс додаткових земельних ділянок.

З позитивного боку, зростання первісної вартості основних засобів вище, ніж зростання залишкової вартості.

У процесі виробництва будівлі, машини та інші засоби праці поступово втрачають деякі необхідні параметри. Так вони зношуються. Він має два види амортизації основних засобів: матеріальну амортизацію та моральну амортизацію. Фізичний знос - це поступова втрата вартості основного засобу для споживачів у процесі експлуатації. Тобто чисто матеріальне зношування окремих елементів. Фізичний знос залежить від багатьох чинників, зокрема:

- особливості технологічного процесу;
- якість обслуговування основних засобів;
- кваліфікація працівників та ставлення до основних засобів у процесі використання, інтенсивність та умови використання;
- розрізняють повну та часткову амортизацію основних засобів.

Повна амортизація включає повну заміну амортизованих основних засобів шляхом створення нового капіталу або придбання нових основних засобів.

Частина амортизаційних відрахувань покривається капітальним ремонтом основних засобів.

Моральний знос - це зношування основних засобів за рахунок створення нових, більш досконалих та економічних машин та обладнання. Поява більш досконалих видів устаткування з підвищеною продуктивністю робить економічно доцільною заміну діючих основних фондів ще до їхнього фізичного зносу [51].

Передчасна заміна морально застарілих основних засобів призводить до того, що збільшуються витрати та знижується якість продукції порівняно з продукцією, що виробляється машинами та обладнанням.

Моральне зношування знижує вартість основних виробничих фондів за рахунок зниження суспільно необхідних витрат на відтворення. Сума нарахованої амортизації характеризує стан основних виробничих фондів. Залишкова вартість основних виробничих фондів визначається шляхом віднімання суми амортизації з первісної вартості основних виробничих фондів.

Необхідною умовою повернення засобів праці в натурі є відшкодування у вартісній формі через амортизацію. Проаналізуйте стан основних засобів та визначте їх коефіцієнти придатності за даними бухгалтерського балансу (рисунки 2.1). Як бачите, існує велика різниця у факторі терміну придатності. 2018 та 2019 роки були дуже хорошими, але у 2021 році коефіцієнт був критично низьким.

Ефективність у придбанні основних активів у важливих світах, що лежать у його структурі. Відповідно до нормативів бухгалтерського обліку становлять основні забили за характером участі у виробничому процесі суперечка, будок, передавальних споруд, машин та обладнання, транспортних засобів, інструментів та заїжджих дворів. Вибір основного фонду представлений показниками доходності фонду, ємності фонду та повернення фонду.

Ефективність придбання первинних коштів характеризує показники коштів, погашених як зобов'язань щодо випуску річкової продукції (на рівні підприємства) до середньої загальної величини первинних коштів.

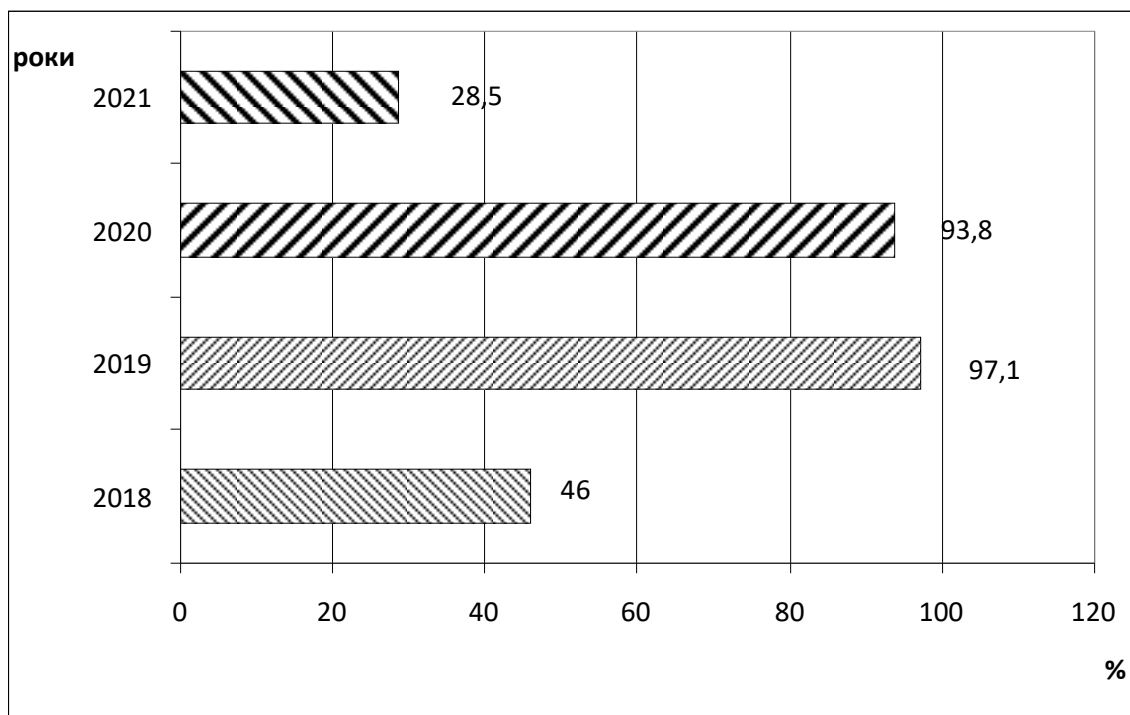


Рисунок 2.1 – Коефіцієнт придатності основних фондів, %

Фондомісткість зворотної цінності від фондovіддачі. Він характеризує відсоткове співвідношення основних виробничих засобів у гривні виробленої продукції.

Відновлення фонду сприяє збільшенню прибутковості та достатності капіталу фонду. Фінансування застосовується, характеризуючи рівень оснащення робітників. Індекс розрахуємо у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Аналіз показників використання основних фондів

Показники	2018	2019	2020	2021
Виручка від реалізації товарів (послуг), тис. грн.	4070	54422	143973	554067
Залишкова вартість основних фондів, тис. грн.	628,0	31382	61770	71040,5
Контингент, люд.	180	322	449	512
Фондовіддача, грн.	6,48	1,73	2,33	7,80
- абсолютна зміна, грн.	-	- 4,75	+ 0,6	+ 5,47
Фондоозброєність, тис. грн.	3,49	97,46	137,57	138,75
- абсолютна зміна, тис. грн.	-	+ 93,97	+ 40,11	+ 1,18
Фондоємність, коп.	15,4	57,7	42,90	12,82
- абсолютна зміна,	-	+ 42,3	- 14,8	- 30,08

Показники фондової віддачі за останні роки покращали. У період з 2020 по 2021 рік фондівіддача збільшилася на 34,7% у 2020 році і більш ніж потроїлася у 2021 році. Співвідношення капіталу та робочої сили також має тенденцію до зростання, хоча зростання у 2021 році було не таким великим, як у 2020 році.

Виробничий процес вимагає як основних засобів, а й оборотних коштів. На відміну від основних виробничих фондів, оборотні кошти споживаються в одному виробничому циклі та його вартість повністю переходить на собівартість продукції, що випускається. У той же час деякі з цих мовних форм інкорпорується в продукт і набувають товарної форми, використовуваної споживачем. Інші частини також повністю споживаються у процесі виробництва, але з входять у мовну форму продукту праці (палива), оскільки втрачають свою цінність споживача.

По-перше, оборотний капітал - це фінансові ресурси, вкладені в оборотні кошти та фонди для забезпечення безперервного виробництва та реалізації виробленої продукції [53].

По-друге, оборотний актив – це актив, який може бути перетворений на гроші протягом одного виробничого циклу або його одного календарного року.

Стан оборотного капіталу характеризується насамперед наявністю певну дату. Для якості ефективності використання оборотних засобів у підприємства використовуються різні показники, найважливішим у тому числі є швидкість розподілу. Він розраховується щодня і характеризується періодом, протягом якого оборотний капітал підприємства здійснює один оборот її, тобто періодом, протягом якого він проходить усі стадії циклу діяльності підприємства. Середня вартість оборотного капіталу то, можливо розрахована як середнє арифметичне чи середнє за часом. Дані для розрахунків використовуються за тимчасовим періодом (річному, піврічному, квартальному і т. д.), за який визначаються показники продажів [52]. Проведемо аналіз з балансу ліквідних активів, тобто запасів, які займають найбільшу частку у структурі оборотних засобів (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 Аналіз вартості запасів на перше січня, тис. грн.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Запаси, тис. грн.	1703,9	3738,2	6039	4432	5593
- % до попереднього року	x 100	219,3 219,3	161,5 354,4	73,4 260,1	126,2 328,2
- % до 2017 року					

За винятком 2020 року, вартість запасів збільшувалася щороку. Загалом вартість його інвентарю збільшилася більш ніж тричі за п'ять років його роботи. Зростання складських запасів відбулося насамперед за рахунок збільшення розподілу насіння та факторів ціноутворення. З фінансової погляду ефективність використання акцій характеризує показник періоду звернення акції.

Період циклічності коштів є синтетичний показник, здатний безпосередньо відбивати результати процесу матеріального відтворення, т. е. масштаби реалізації продукції і на послуг, вироблених цей період, і ефективність використання матеріальних ресурсів та коштів. Для якості ефективності використання оборотних засобів використовується коефіцієнт циклічності (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4 - Аналіз ефективності використання запасів

Показник	2018	2019	2020	2021
Виручка від реалізації товарів (послуг), тис. грн.	4070	54422	143973	554067
Запаси, тис. грн.	2721	4888,6	5535,5	5012,5
Коефіцієнт обігу запасів	1,5	11,1	26,0	110,5
Тривалість обігу запасів, діб	240	32,4	13,8	3,3

Коефіцієнт обігу запасів має дуже великий діапазон значень. У 2018 році він відповідав галузевим значенням. У 2019 році коефіцієнт обігу запасів мав дуже

добрі значення. У подальшому зростання коефіцієнту більш відповідає показникам харчової промисловості, ніж рослинництву. Таке зростання показників обігу запасів свідчить про розвиток іншої комерційної діяльності Товариства.

2.3 Аналіз використання трудових ресурсів та фонду оплати праці

Здійснення трудового планування та аналізу використання трудових ресурсів є одним із найважливіших розділів виробничо-господарської діяльності підприємств. Результати виробничо-господарської діяльності і, виконання, виробничих планів визначаються використанням трудових ресурсів. До основних показників планування праці відносяться умовна, окладна, середньомісячна заробітна плата та продуктивність праці [54].

З переходом до ринкової економіки аналіз трудових ресурсів стає дедалі важливішим, оскільки праця має вартісну оцінку і є конкурентоспроможним ринку праці. Людський ресурсний потенціал суб'єкта господарювання формується за рахунок трудових ресурсів, що надаються ринком праці.

Метою аналізу кадрового потенціалу підприємств є якісна оцінка трудових ресурсів, ефективність їх використання, виявлення виробничих внутрішніх резервів підвищення продуктивності праці, обґрунтованого зниження матеріаломісткості продукції та забезпечення соціального захисту працівників. .

Основними завданнями аналізу показників праці є:

- вивчення чисельності та структури працівників, раціональна організація праці;
- вивчення продуктивності, якості праці та основних факторів, що впливають на них;
- вивчення витрат праці залежно від продуктивності та якості праці. оцінка ефективності використання фонду оплати праці;

- оцінка рівня мотивації до праці;
- виявлення резервів оптимізації використання людських ресурсів та підвищення ефективності виробництва [55].

Статистичні звіти використовуються під час аналізу кадрових ресурсів, а також планових та нормативних документів:

- трудовий баланс;
- баланс робочого дня;
- план зниження трудомісткості.

Планування фонду оплати праці та матеріального стимулювання фонду. Він включає дані про потреби та джерела робочої сили, навчання, звільнення працівників, підвищення кваліфікації робітників, зростає продуктивність праці та інтенсивність праці. виробнича програма:

- стандарти праці та оплати праці;
- розмір фонду оплати праці за категоріями;
- оцінки значних стимулів;
- положення про преміювання працівників [56].

До звітності організації включаються фактичні показники: працю та її оплата, виконання планів щодо підвищення ефективності виробництва, трудомісткість виробництва, рух коштів із цільового фінансування, стимулюючий видатковий фонд.

Рівень кваліфікації та досвіду персоналу на підприємствах, стійкість економічних процесів дуже впливають на ефективність господарських структур, від якої багато в чому залежить рух і стійкість кадрів. Корпоративне керівництво має мати дані про поточну та перспективну кадрову забезпеченість виробництва, кадровий склад та дотримання кадрової потреби. Відповідність агента налаштованим завданням організації визначається безпосередньо обліковим записом. Для цього фактична наявність робітників відповідної кваліфікації зіставляється з плановою чисельністю робітників у кожному підрозділі та відхиленням робочого місця.

В рамках аналізу численності працюючих аналізуються кількісний склад, структура та показники руху робочої сили. Аналіз чисельності персоналу підприємства представлений у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 - Аналіз чисельності працівників підприємства

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
1 Чисельність працівників на початок року люд.	124	168	191	454	443
2 Прийнято працівників, люд.	51	45	404	275	329
3 Звільнено працівників, люд.	7	22	141	286	192
4 Чисельність працівників на кінець року, люд.	168	191	454	443	580
5 Середня чисельність працівників люд.	146	180	322	449	512
- відсоток до попереднього року люд.	x	123,3	178,9	139,4	114,0

Чисельність працівників підприємства щорічно збільшується. Середньорічні темпи приросту працівників складають майже 39 %. Максимальне збільшення чисельності працівників спостерігалось в 2019 році (приріст склав 78,9 %). Необхідно відмітити, що саме цього року спостерігалось максимальне збільшення реалізації продукції.

Структура робітників підприємства була досліджена за різними параметрами. Розглянемо структуру робітників за статевою ознакою(таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 - Структура працівників за статевою ознакою, %

Стать	2017	2018	2019	2020	2021
Людовіки	75,3	73,9	75,2	71,1	77,9
Жінки	24,7	26,1	24,8	28,9	22,1
Разом	100	100	100	100	100

Упродовж останніх п'яти років питома вага жінок в структурі працівників підприємства складала трохи більше 26 % (2018 р.). Проте в 2021 році питома вага жінок скоротилася до 22,1 %. Це обумовлено специфікою роботи підприємства і низьким рівнем механізації праці, яка вимагає важкої людської фізичної роботи.

Використовуючи ці таблиці 2.10 розрахуємо показники руху кадрів (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7 - Показники руху кадрів

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
1 Загальний обіг кадрів, %	39,7	37,2	169,2	124,9	101,7
2 Коефіцієнт обігу кадрів з прийому, %	34,9	25,0	125,4	61,2	64,2
3 Коефіцієнт обігу кадрів з звільнення, %	4,8	12,2	43,8	63,7	37,5
4 Коефіцієнт випередження, %	7,3	2,0	2,9	0,96	1,71

Підприємство має дуже високі показники руху кадрів. При нормативних значеннях 15 - 20 % загальний оборот кадрів в 2017 - 2018 роках складав майже 40 %, а в 2018 - 2021 роках перевищив 100 %. Це свідчить про значний рух кадрів. У 2017 - 2019 роках коефіцієнт обороту кадрів по прийому значно випереджав показники обороту кадрів по звільненню, тобто число працівників, прийнятих на роботу, було значно більше числа працівників, звільнених з роботи. У 2014 році ситуація трохи вирівнялася, а в 2021 році - знову коефіцієнт обороту кадрів по прийому перевищив коефіцієнт обороту кадрів по звільненню.

Важливим показником, який характеризує ефективність використання робочої сили, є коефіцієнт використання робочого часу(рисунок 2.2)..

На підприємстві зберігаються високі показники коефіцієнта використання робочого часу. Невідпрацьований час формують тільки дві категорії: відпустки і хвороба.

До трудових показників відноситься фонд заробітної плати. Фонд заробітної плати - це фонд підприємства, який включає плату праці робітників за відпрацьований період часу.

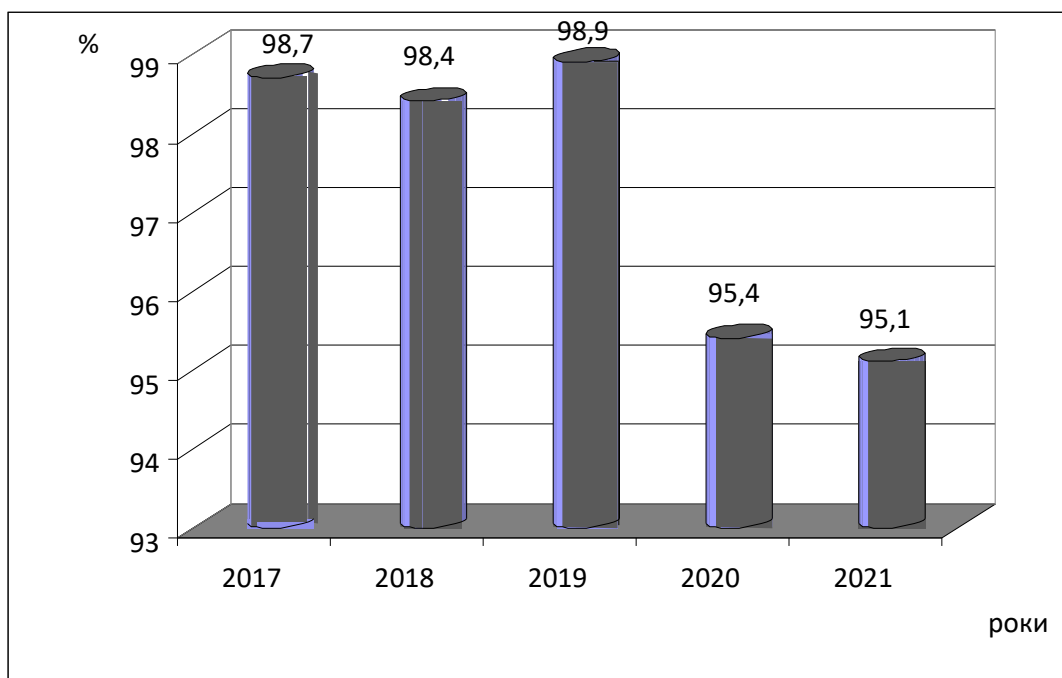


Рисунок 2.2 – Коефіцієнт використання робочого часу, %

Він утворюється шляхом підсумовування заробітної плати, доплат, компенсацій і премій. У нього також входить: оплата праці співробітників працюючих за сумісництвом, оплата праці пенсійного складу, оплата щорічних або додаткових відпусток, разові премії, матеріальна допомога, винагорода за вислугу років, вартість безкоштовних акцій і пільг, виплата на живлення, проживання, паливо, проїзд, продуктів [55].

Зміна фонду заробітної плати на аналізованому підприємстві відбита на рисунку 2.3.

Фонд заробітної плати формує основна і додаткова заробітні плати (таблиця 2.8).

Відмітна, що на підприємстві фонд оплати праці формується за рахунок основної заробітної плати. Проте питома вага основної заробітної плати щорічно зменшується. За увесь даний період питома вага основної заробітної плати в загальному фонді оплати праці скоротилася майже з 87 % до 60 %.

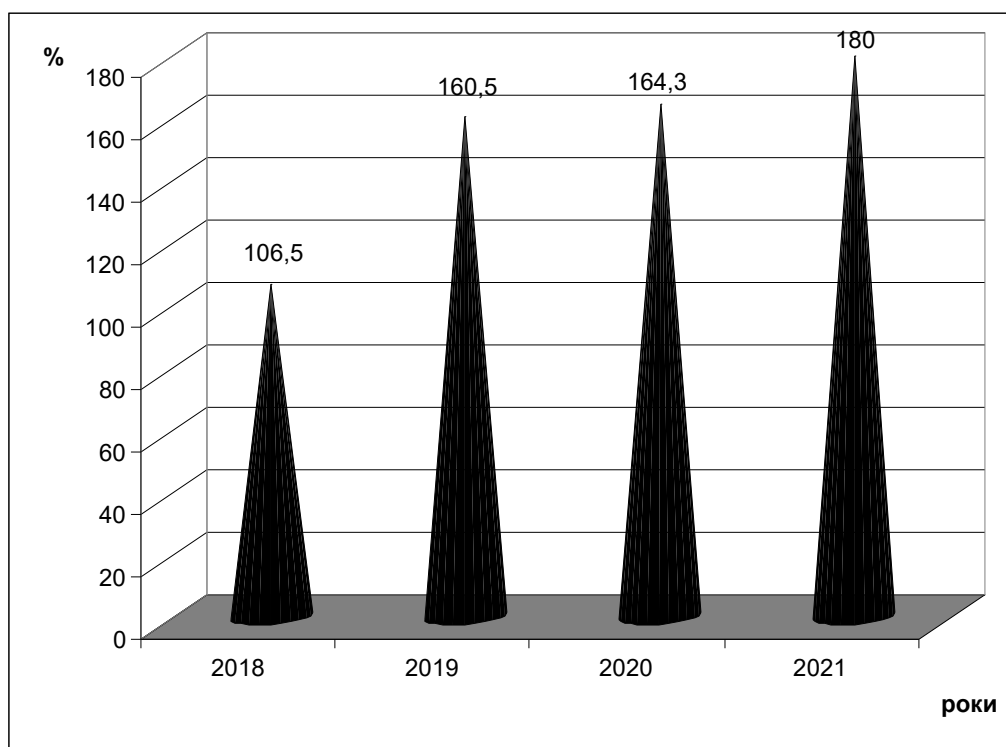


Рисунок 2.3- Динаміка фонду оплати праці, % до попереднього року

Таблиця 2.8 - Структура фонду оплати праці, %

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Основна заробітна плата	86,9	88,1	89,7	82,0	59,9
Додаткова заробітна плата	13,1	11,9	10,3	18,0	40,1
Разом	100	100	100	100	100

Найбільшу питому вагу у фонді оплати праці складає основна заробітна плата, тобто оплата за тарифними ставками, відрядними розцінками і посадовими окладами. Крім того, значну частину у фонді заробітної плати займає додаткова заробітна плата.

В додаткову заробітну плату входять доплати, які характеризують умови праці. Специфіка роботи пасажирської служби така, що в її витратах мають місце бути доплати за роботу в нічний час, у святкові дні, за роз'їзний характер роботи, оплата понаднормових годин роботи та інші види доплат.

Аналіз середньомісячної заробітної плати наведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 - Аналіз середньої заробітної плати

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Середня заробітна плата, грн.	8087	7805	8666	8893	9933
- абсолютна зміна заробітної плати, грн.	-	- 282	+ 1861	- 773	+ 1040
- темп росту, % до попереднього року	-	86,5	203,1	78,9	135,9

Середньомісячна заробітна плата щорічно збільшується. Винятком став лише 2019 рік. Соціальну захищеність працівників характеризує розподіл заробітної плати (таблиця 2.9).

На жаль, на підприємстві є робочі місця, на яких виплачується заробітна плата нижче встановленого прожиткового мінімуму. Щорічно питома вага таких працівників збільшується. Позитивним моментом в роботі підприємства є зростання питомої ваги працівників, одержуючих заробітну плату вище 8500 грн. Якщо в 2019 році питома вага працівників, одержуючих заробітну плату 8500 грн. і вище, складав 23,9 %, то в 2021 - 39 %.

Таблиця 2.10 - Розподіл працівників за рівнем заробітної плати, %

Рівень ЗП	2019	2020	2021
Менш МЗ*	5,5	5,1	6,2
МЗ - 6500	5,9	6,3	1,2
7500,01 - 8000	6,6	30,8	11,6
8000,01 - 8500	7,7	18,8	20,9
8500,01 - 9000	25,0	14,4	9,3
9000,01 - 9500	25,4	7,2	11,8
9500,01 – 10000	9,2	3,4	7,2
10000,01 - 11000	8,0	3,8	11,4
11000,01 - 120000	6,3	8,2	15,8
Понад 12000 грн.	0,4	2,0	4,6

*Мінімальна заробітна плата (МЗ): у 2019 - 2020 роках – 5000 грн.; у 2020 – 6500 грн.

З метою підвищення мотиваційної функції заробітної плати, темпи її зростання повинні відповідати темпам зростання продуктивності праці.

Висновки до розділу 2

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи стало Товариство з обмеженою відповідальністю ВАТ «Підсереднє». Свою діяльність товариство здійснює з березня 2006 року. Основними напрямками діяльності Товариства є: рослинництво; вирощування зернових та технічних культур; змішане сільське господарство; надання послуг у рослинництві і тваринництві; облаштування ландшафту; виробництво дерев'яних будівельних конструкцій та столярних виробів.

Особливі складнощі в управлінні Товариством пов'язані з тим, що виробничий процес здійснюється на значній території: спостерігається розкиданість виробничих об'єктів, земельних угідь, техніки, людей на значних територіях. Це впливає на структуру управління, міру централізації функцій керівництва і пред'являє підвищені вимоги до організації оперативного управління усім виробництвом.

Продукцією підприємства є зерно; зернобобові, кукурудза. Продукція сільськогосподарського виробництва - сирий продукт тваринницького або рослинницького походження, що не пройшов стадії первинної промислової обробки (переробки), вирощений для реалізації на сторону або для використання на потреби власного виробництва.

Основним показником виробництва продукції на розглянутому підприємстві є обсяг її реалізації. Підприємство працює стабільно, має значний виробничий потенціал. Про це свідчать щорічні темпи зростання планових значень об'ємів реалізації продукції. Так, в 2017 році підприємство запланувало збільшити об'єм реалізації продукції більш ніж в два рази. У 2019 році плани по

реалізації продукції збільшилися майже в п'ятнадцять разів. У 2020 році було заплановано збільшити об'єм реалізації майже в три рази, а в 2021 році - майже в чотири рази.

Об'єм реалізації продукції щорічно збільшується. Максимальні темпи зростання мали місце в 2019 році, коли в порівнянні з 2018 роком реалізація продукції збільшилася більше, ніж в тринадцять разів. У подальші роки темпи приросту були " скромніші".

План сівби Товариство майже виконує. Середні показники виконання плану коливатимуться в межах 95 %. Кращі показники з виконання плану сівби були у 2019 році. Якщо говорити про виконання плану сівби за видами продукції то найбільш позитивні результати за останні роки були у соняшника та кукурудзі.

В структурі продукції, що вирощується Товариством, домінують дві культури: соняшник та кукурудза, на які приходить 66 % обсягу готової продукції.

За всіма культурами фактична врожайність нижче ніж у передових компаній України и незначно нижче аналогічних середніх показників області. Слід відмітити, що товариство регулярно проводить агротехнічні заходи щодо підвищення врожайності.

В рослинництві головним і незамінним засобом виробництва і загальним предметом праці є земля. При раціональному використанні вона покращує свої якості, підвищує врожайність сільськогосподарських структур. Специфічним засобом виробництва в рослинництві є живі організми (рослини), що обумовлює особливості технології, організації і управління сільськогосподарським виробництвом. Усе це вимагає досконалішого технологічного керівництва, підвищення оперативності в прийнятті і реалізації управлінських рішень.

Вартість основних фондів Товариства щорічно збільшується. Збільшення вартості основних засобів підприємства в 2019 році (майже в 50 разів) пов'язане з укрупненням підприємства, коли були узяті на баланс додаткові земельні площі.

Позитивним моментом є більш високі темпи зростання первинної вартості основних засобів в порівнянні з темпами зростання залишкової вартості.

Коефіцієнт придатності має значні коливання: у 2017 та 2018 роках він мав дуже добрі значення, а у 2021 році цей коефіцієнт знизився до критичних значень. Це пов'язано зі змінами у структурі земель, що придбало Товариство.

Показники фондівдачі останні роки покращуються: у 2020 та 2021 роках фондівдача збільшилася у 2020 році на 34,7 % а у 2021 році більш ніж утричі. Фондоозброєність також має тенденцію до зростання, але у 2021 році збільшення було не таким значним, як у 2020 році.

За винятком 2020 року, вартість запасів щорічно збільшується. У цілому за п'ять років вартість запасів зросла більш ніж утричі. Зростання запасів пов'язано в основному зі збільшенням сівбо обігу та ціновими чинниками. З фінансової точки зору ефективність використання запасів характеризує показник тривалості обігу запасів. Коефіцієнт обігу запасів має дуже великий діапазон значень. У 2017 році він відповідав галузевим значенням. У 2019 році коефіцієнт обігу запасів мав дуже добрі значення. У подальшому зростання коефіцієнту більш відповідає показникам харчової промисловості, ніж рослинництву. Таке зростання показників обігу запасів свідчить про розвиток іншої комерційної діяльності Товариства.

Для сільського господарства характерне неспівпадання періоду виробництва і реалізації, що також визначає особливості в організації і управлінні. Попереду усе це обумовлює специфічне використання економічних і соціально-психологічних методів управління, особливо при організації матеріального стимулювання. У рослинництві продукція поступає, як правило, один раз в рік. Як наслідок, дуже важко, а іноді навіть неможливо врахувати щоденний вклад кожного працівника в урожай. Тому оплата праці здійснюється з урахуванням багатьох чинників: виконання норм вироблення, термінів і якості проведення робіт, а також отримання продукції. Таким чином, облік особливостей сільського господарства по організації системи управління - обов'язкова умова підвищення якості праці і ефективності виробництва.

Чисельність працівників підприємства щорічно збільшується. Середньорічні темпи приросту працівників складають майже 39 %. Максимальне збільшення

чисельності працівників спостерігалось в 2019 році (приріст склав 78,9 %). Необхідно відмітити, що саме цього року спостерігалось максимальне збільшення реалізації продукції.

Упродовж останніх п'яти років питома вага жінок в структурі працівників підприємства складала трохи більше 26 % (2017 р.). Проте в 2021 році питома вага жінок скоротилася до 22,1 %. Це обумовлено специфікою роботи підприємства і низьким рівнем механізації праці, яка вимагає важкої людської фізичної роботи.

Підприємство має дуже високі показники руху кадрів. При нормативних значеннях 15 - 20 % загальний оборот кадрів в 2017 - 2018 роках складав майже 40 %, а в 2019 - 2020 роках перевищив 100 %.

На підприємстві зберігаються високі показники коефіцієнта використання робочого часу. Невідпрацьований час формують тільки дві категорії: відпустка і хвороба.

Відмітна, що на підприємстві фонд оплати праці формується за рахунок основної заробітної плати. Проте питома вага основної заробітної плати щорічно зменшується. За увесь даний період питома вага основної заробітної плати в загальному фонді оплати праці скоротилася майже з 87 % до 60 %.

Середньомісячна заробітна плата щорічно збільшується. Винятком став лише 2020 рік. На жаль, на підприємстві є робочі місця, на яких виплачується заробітна плата нижче встановленого прожиткового мінімуму. Щорічно питома вага таких працівників збільшується. Позитивним моментом в роботі підприємства є зростання питомої ваги працівників, одержуючи заробітну плату вище 6500 грн. Якщо в 2019 році питома вага працівників, одержуючи заробітну плату 7500 грн. і вище, складав 23,9 %, то в 2021 - 39 %.

Важливим показником, який характеризує діяльність будь-якого підприємства є собівартість. Фактичні витрати Товариства майже відповідають фактичним обсягам реалізованої продукції. Товариство не має значних перевитрат, що позитивно характеризує його діяльність. Відхилення фактичних витрат від планових значень мають об'єктивну основу і у цілому залежать від

зовнішніх факторів, таких як ціни, природні умови, коливання кредитних ставок у фінансовому секторі та інші фактори.

Структуру витрат Товариства визначають витрати на оплату праці. Разом з нарахуваннями на заробітну плату вони складають майже 62 % від загальної суми витрат Товариства. Значну питому вагу займають також витрати на сировину та матеріали.

Витрати товариства (за реалізованою продукцією) щорічно збільшуються. Найбільш високі темпи зростання витрат були у 2021 році. У більшому ступені це пов'язано з ціновим фактором. У цілому за п'ять років собівартість реалізованої продукції зросла більш ніж у чотириста разів.

Фінансова діяльність підприємства здійснюється в рамках наявності статутного капіталу. Статутний капітал підприємства складає 41000 грн. За винятком 2017 року. Товариство працювало з прибутком. Починаючи з 2017 року темпи зростання прибутку збільшуються, але максимальний приріст прибутку був отриманий у 2017 році.

Товариство ліквідне. Але показники ліквідності не завжди відповідають галузевим значенням. Дуже часто показники ліквідності перевищують середні значення. Це свідчить про іммобілізацію коштів.

Слід відмітити, що у Товаристві зберігається велика дебіторська заборгованість. Темпи її зростання перевищують сто відсотків. Це негативно впливає на фінансову діяльність Товариства.

3 Стратегічні напрями розвитку бізнесу на принципах соціальної відповідальності під час кризової ситуації в Україні

3.1 Внутрішні та зовнішні чинники соціальної відповідальності в Україні

Як ми знаємо соціальна відповідальність бізнесу [61] лежить не тільки на компаніях у кожній країні, але й на міжнародних організаціях таких як ООН, Міжнародна організація праці, Дитячий фонд, ЮНІСЕФ, Рада Європи та інші. Також не будемо забувати про національні уряди таких країн, як Данія, Норвегія, Словаччина, Німеччина, Франція, Великобританія. У багатьох країнах корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) інтегрована в національну політику, тоді як в інших, корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) є виключно корпоративною прерогативою, до таких відносяться Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія. У Європейському союзі основна роль SSC полягає у підтримці сталого розвитку підприємств, що сприяє покращенню умов на ринку праці та підвищенню якості продукції та послуг сторін, а саме: країну власників та персонал.

Широке коло зацікавлених сторін, таких як спільноти, постачальники тощо, ще не є систематичною функцією. корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) в Україні. Це є добровільним внеском приватного сектору у суспільний розвиток через благодійність та механізми соціального інвестування. У сфері соціальних інвестицій в Україні помітні проблеми, пов'язані з інституційними вадами. Такий підхід значно підриває конкурентоспроможність країни на зовнішніх ринках.

Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямована насамперед на заходи з охорони трудових відносин та здоров'я та безпеки споживачів. Також менш поширеними є заходи щодо охорони природи та взаємодії з місцевими спільнотами. Тільки третина компаній робить інвестиції у розвиток співтовариств, а половина компаній не робить кроків із захисту природи.

Найбільш активні у цій сфері, передусім, представництва іноземних організацій, що передають та впроваджують сучасні світові практики, а також великі та середні вітчизняні компанії. керування.

З 2005 року, Український інститут якості розробив комплексну програму оцінення та визначення рівня досконалості підприємств та організацій країни. Участь у таких проектах дозволяє нам порівнювати компанії, розуміти та приймати європейські цінності, філософію та культуру бізнесу, орієнтуватися на встановлення вищих стандартів (SA8000 «Соціальна відповідальність»), Ви можете підвищувати обізнаність у розвинених країнах. Все це знижує витрати та підвищує ефективність бізнесу [73].

З 2006 року в Україні діє локальна мережа Глобальних договорів, яка налічує понад 150 учасників. В даний список входять великі міжнародні та українські компанії, малі та середні підприємства, академічні інститути та бізнес-асоціації. Глобальний договір заснований на десяти принципах у галузі прав людини, а також виробничих відносин, навколишнього середовища та боротьби з корупцією та є кодексом етичної ділової поведінки, якого учасники дотримуються. Участь є добровільною, але компанії зобов'язані подавати щорічний звіт про впровадження принципів Глобального договору у свою повсякденну діяльність.

Понад 8000 компаній та інших організацій із більш ніж 130 країн вже понад десять років беруть участь у цій ініціативі. З листопада 2007 року Україна бере участь у роботі міжнародної групи експертів із розробки проекту Міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівні принципи соціальної відповідальності». У 2010 році Україна, поряд з багатьма іншими країнами світу, підтримала ухвалення міжнародного стандарту ISO 26000 «Посібник із соціальної відповідальності».

На формування соціальної відповідальності в Україні впливає багато чинників серед них:

- неефективні системи соціального захисту;
- структура економіки, що переважає у нас в країні;
- іноземні інвестиції, що повинні приходити в нашу країну;

- підтримка охорони здоров'я з освітою;
- важке регулятивне навантаження, а саме приховування реальних доходів;
- відсутність інституційної підтримки (відсутність державних органів);
- порушення законодавства;
- характерно незахищений ринок праці;
- низька зайнятість жінок ринку праці.

Дані чинники значно впливали на ведення бізнесу у нашій країні і раніше, але під час кризи, що виникла з 24 лютого, ці чинники стали критичним фактором, що визнає не можливість вести хоча б яку бізнес діяльність у нашій країні. Виключень практично не існує. Порушено багато логістичних систем. Люди стали менше купувати. Їх основними покупками стала їжа та теплий одяг, речі особистої гігієни та предмети опалення або освітлення , якщо вистачає грошей.

В наш час, навіть окрім кризи, основними перешкодами на шляху реалізації корпоративної соціальної відповідальності в країні є багато чинників серед них:

- відсутність належного законодавства в Україні за цим питанням;
- відсутність фінансування для компаній, що вводять дану стратегію;
- діяльність соціально відповідального бізнесу не звільняється від органу управління;
- нема контролю у цільовому використанні коштів, що одержує особа;
- не достатня кількість часу для реалізації ідея та ініціатив;
- відсутність урядових та неурядових організацій підтримки;
- нестача досвіду для реалізації;
- відсутня можливість визначити продуктивність;
- нема необхідної інформації з соціальних питань;
- дуже погана розвиненість соціальної діяльності у державних та недержавних організаціях.

Все це дуже негативно впливає на бізнес, як у мирні часи так і у воєнний час, який є зараз. Насправді даних чинників набагато більше, але ми не будемо перелічувати їх всі.

За нашою думкою, необхідність розвитку в Україні корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) обумовлена багатьма факторами. З них можна виділити такі:

- правовий нігілізм та варіант правосвідомості, прагнення швидше обійти закон, ніж його дотримуватись;
- низький рівень поінформованості населення щодо ролі бізнесу у житті суспільства;
- нерозуміння бізнесом та суспільством ключових завдань та механізмів реалізації корпоративної соціальної відповідальності(КСВ);
- незбалансованість компонентів реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями;
- відсутність перспективи розвитку програм корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) в Україні;

Не дивлячись на дані чинники, не можна відкидати ідею введення корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) у нашої країні. Нами було знайдено перспективи, які здатні призвести до розвитку соціального бізнесу в Україні. Серед неї є такі: збільшити кількість організацій, які впроваджують власні стратегії соціальної відповідальності; збільшити підготовку не фінансових звітів та щорічно збільшувати кількість організацій, що їх публікують; покращення умов праці; захист та покращення соціально-трудова прав працівників; захист прав споживачів. дотримання нових стандартів охорони праці та розвитку; підвищити рівень зайнятості, у тому числі серед уразливих груп населення; формування державних механізмів, що сприяють планомірному підвищенню соціальної відповідальності юридичних осіб; покращення місцевого життя; розвиток соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві як загальноприйнята тенденція; забезпечити стійкий економічний та соціальний розвиток країни; зробити економіку більш конкурентоспроможною; скоротити безробіття та знизити соціальну напруженість; підвищити рівень життя населення та створити середній клас; скорочення відставання у регіональному розвитку;

більш раціональне використання природних ресурсів та зменшення забруднення; активізація інвестиційних та інноваційних процесів.

3.2 Розвиток корпоративної діяльності для активізації соціально відповідального бізнесу

Соціологічні дослідження виявили, що основними перешкодами на шляху формування та розвитку соціально відповідального бізнесу є:

- можливість участі бізнесу у соціальних програмах;
- формування соціально відповідальних професіоналів;
- формування ефективної незалежної громадянської оцінки результатів соціальних програм;
- підготовка бізнес-професіоналів;
- відсутність стандартів та якості;
- відсутність систем, що заохочують;
- відповідальних соціальних суб'єктів.

Нині понад третину українських комерційних організацій не беруть безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку.

В наш, під час бойових дій населення очікує на меценатську підтримку насамперед від комерційних установ, а вже потім тільки від держави та її органів соціального обслуговування. Це викликано тим, що державні органи не можуть покривати необхідність народу у необхідних речах для виживання у нинішніх реаліях. Також це знаменує собою певну переорієнтацію настроїв населення та відмову від очікувань щодо держави. З результатів соціологічного опитування, проведеного Центром соціальних фахівців Інституту соціології НАН України та благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», у ньому взяли участь більш ніж 800 компаній та підприємств, різного розміру, форм власності та масштабів. Залежно від діяльності, у якій вони беруть участь, корпоративна структура

позиціонує своє ставлення до аспектів соціальної відповідальності так: «Чверть респондентів вказали на нейтралітет. П'ять відсотків респондентів поставилися до цього негативно, оцінивши такі дії, як порожня трата часу та ресурсів».

Оцінюючи можливість участі у реалізації соціальних проектів 4% респондентів зазначили, що бізнес-структура немає можливості реалізовувати соціальні проекти інші вважають, що цей потенціал існує у всіх комерційних організаціях. Половина респондентів вважає, що такі можливості є, але обмежені окремими компаніями.

Визначення напрямків, які потребують соціальних проектів:

- підтримка дітей з інвалідністю – 69%
- допомога інвалідам – 60 %,
- охорона здоров'я – 58 %,
- освіта – 50 %,
- екологія – 39 %,
- наука – 30 %,

Третини комерційних організацій не беруть безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку, що означає, існує велика різниця між готовністю до різних форм соціального інвестування, бажанням бути соціально відповідальним та практичними діловими практиками.

Ця тенденція явно пов'язана з тим, що бізнес-сектор ще не дуже розвинений і тому потребує значної інституційної підтримки. Переважна більшість компаній та підприємців відчують правову незахищеність, відсуваючи соціальні та суспільні потреби на другий план для накопичення капіталу для свого розвитку.

Дослідження проекту AISEC [50] показало, що найнижча поінформованість про соціальну відповідальність у бізнесі була виявлена у транспортних компаніях та компаніях побутового та комунального обслуговування - 52,9% та 57,5% відповідно. Компанії фінансового сектора (94%), промислового виробництва (84,5%) та торгівлі (83,2%) найбільше знайомі з концепцією соціально відповідального бізнесу.

Існують суттєві відмінності на регіональному рівні. Якщо у Києві та області про свою соціальну відповідальність вказали 90,7% опитаних компаній, то у Львові та області – лише 62,9%, а у Донецьку та області – 61,5%.

Питання сприяння участі комерційних організацій у вирішенні пріоритетних соціальних проблем поселень комплексно не розглядалося ні на місцевому, інших рівнях. У зв'язку з цим проблема сприяння участі комерційних організацій та органів місцевого самоврядування у реалізації соціальної політики найчастіше вирішується цими органами хаотично та непослідовно, внаслідок чого недержавна участь суб'єкта гальмується. Крім того, чинна в Україні нормативно-правова база щодо стимулювання зазначених суб'єктів має багато недоліків:

- слабкий розвиток принципу конкуренції у наданні пільг
- низька технічна опрацьованість процедур розгляду та прийняття рішень для заохочення комерційних організацій до участі у соціальних проектах
- проблеми статті бюджету пов'язані з наданням пільг та інших видів стимулів

Найчастіше заходи заохочення лише оголошуються, а чи не санкціонуються.

Чинниками, що обмежують розвиток соціальної відповідальності у бізнесі, є:

- існування правових обмежень розміру та форми допомоги слабким верствам населення;
- відсутність місцевих законів направлених на благодійність;
- відсутність систем інформування населення про соціальні та благодійні проекти, систем оцінки суспільством результатів соціальних та бізнес-програм;
- відсутність інтересу до цього напряму бізнес-структури, пов'язаного з участю держави та питаннями законодавчого поля;
- відсутність досвіду соціального підприємництва та історій успіху;
- відсутність центрів розвитку соціального підприємництва та донорських організацій, які постійно працюють у цьому напрямку.

3.3. Напрямок державної політики на сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Виконання вищевказаних обов'язків забезпечується організаційно-розпорядчими заходами, спрямованими на:

- нормалізація механізмів впровадження політик соціальної відповідальності та стимулювання добровільної ініціативи суб'єктів, що реалізують соціально значущі програми;
- організація масових заходів з питань впровадження та ефективності;
- надання державної підтримки;
- широке залучення засобів масової інформації;
- проведення місцевими адміністраціями та муніципальними утвореннями просвітницької діяльності;
- обмін досвідом та позитивними практиками у різних сферах;
- організаційний супровід щорічного проведення бізнес-конкурсів на тему корпоративної соціальної відповідальності(КСВ);
- сприяння добровільній не фінансовій звітності українських суб'єктів, у тому числі через спеціалізовані портали та звітні бази даних;
- участь у розробці рекомендацій організаціям за типовою структурою та показниками не фінансової звітності;
- сприяння підготовці фахівців за кваліфікацією «Експерт із соціальної відповідальності бізнесу»;
- сприяння підготовці фахівців кваліфікаційної категорії за(ОК ДК 003:2010) [51];
- проведення освітніх семінарів, тренінгів для підприємців та місцевого самоврядування;
- залучення органів державної влади, органів місцевого самоврядування; та державних органів підприємців;

- проведення загальнонаціональних інформаційних кампаній, спрямованих на публікацію статей у державних ЗМІ та підготовку тематичних телепрограм з метою роз'яснення ролі корпоративної соціальної відповідальності у соціальному розвитку.

Таким чином виконуючи дані завдання, ми можемо допомогти розвитку у нашій державі соціально відповідального бізнесу, що у довгостроковій перспективі здатна значно покращити або навіть змінити життя в країні на краще. Впевнимся ми у цьому тільки тоді, коли спробуємо використати хочаб один з вище зазначених пунктів.

3.4 Цілі, завдання та завдання стратегії сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні під час воєнних дій та на період 2023 року

Через складні економічні умови які тривають вже довгий час дуже складно спрогнозувати стратегію розвитку на слідуючий 2023 рік. В довоєнні роки метою даної стратегії, яка використовувалась, є визначення напрямку сприяння розвитку бізнесу в Україні, а також організаційних механізмів та умов інтеграції корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) у діяльність підприємства, щоб сприяти сталому розвитку нашої держави. Дані дії призводять до зростання суспільного благополуччя та вирішення проблем, щоб потім забезпечити вирішення проблем, визначених у національних програмних документах.

Основними завданнями корпоративної соціальної відповідальності(КСВ) є:

- сприяти розвитку соціально відповідального бізнесу, як одного з чинників модернізації економіки, заявляти про соціальну відповідальність українського бізнесу на міжнародній арені та підвищувати його конкурентоспроможність з метою сприяння його інтеграції на зарубіжний ринок;
- впровадження єдиного підходу до розуміння соціальної відповідальності українського бізнесу;

- сприяти розвитку систем не фінансової звітності для підвищення обізнаності громадськості щодо реалізації заходів КСВ організаціями;
- удосконалення та розробка нових форм економічного, соціального та екологічного розвитку співтовариств у регіонах;
- створення передумов для забезпечення прав людини, етичного виховання;
- розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності;
- розробка процесів покращення бізнесу для компаній та організацій.

В наш час основні цілі вибраної стратегії не змінились та ,як і раніше поділяються на економічні, соціальні та екологічні.

Економічні цілі:

- розвиток внутрішнього ринку та підвищення ефективності його функцій;
- формування привабливої національної інноваційної інфраструктури за рахунок спрямування інвестицій у новітні технології;
- надання нових інструментів державного регулювання;
- підвищення конкурентоспроможності національної економіки;
- поширення Системи Менеджменту Якості (ISO 9000);
- Підвищення ділової культури [54].

Наші соціальні цілі:

- позитивне сприяння бізнесу;
- просувати права людини;
- подолати бідність;
- залучати представників середніх груп населення;
- сприяти розвитку інновацій у соціальній сфері шляхом створення відповідних умов праці;
- розвиток споживчої культури;
- підвищення рівня поінформованості споживачів товарів та послуг;
- корпоративна участь у реалізації соціальних проєктів.

Екологічна мета полягає у:

- раціональному використанні природних ресурсів;

- скороченні викидів;
- інвестиції в компанії;
- закупівля енерго ефективного обладнання;
- перехід на альтернативні джерела енергії;
- якісне забезпечення потреб споживачів;
- сумлінній конкуренції;
- дотримання загальноприйнятих етичних норм;
- протидія корупції;

Нижче представлені основні напрямки, які добровільно реалізуються суб'єктами господарювання, а саме в галузі охорони навколишнього середовища:

- впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій;
- запобігання несприятливому впливу на довкілля;
- використання екологічно безпечних та енергоефективних технологій;
- переробка та утилізація відходів;

У сфері забезпечення свого внеску у розвиток суспільства:

- розробка корпоративних стратегій спільних підприємств, що враховують інтереси суспільства;

- створення нових робочих місць;
- об'єктивне та своєчасне надання інформації про результати своєї діяльності;

- провадження благодійної діяльності, спрямованої на підтримку незахищених верств населення;

- участь у реалізації програм розвитку місцевої інфраструктури та житлово-комунального господарства;

- створення робочих місць для людей з інвалідністю;
- забезпечення початкових робочих місць для молодих спеціалістів;
- створення умов для проходження практики студентами освітніх установ;
- щорічна публікація не фінансових звітів про свою діяльність.

У сфері підприємницьких та виробничих відносин потрібно:

- налагодити діалог із профспілковими організаціями;

- сприяти укладенню колективних договорів;
- забезпечити об'єктивність оцінки професійної кваліфікації з розмір винагороди за сумлінну працю;
- створення безпечних та ергономічних умов праці;
- проведення культурно-масових заходів;
- надання матеріальної допомоги працівникам;
- забезпечення професійного розвитку співробітників;
- забезпечення наявності людських ресурсів;
- формування планів кар'єрного зростання;
- формування соціальних пакетів, медичного страхування для співробітників;
- допомога у працевлаштуванні співробітників, звільнених у результаті реструктуризації;
- формування корпоративної культури.

Як ми можемо бачити не дивлячись на важкі часи принципи ведення бізнесу з використанням корпоративної соціальної відповідальності(КСВ), практично не змінилися. Принципи залишилися тими же самими, змінилась лише обставини та час, коли треба користуватись правилами корпоративної соціальної відповідальності(КСВ).

3.5 Практичні рекомендації щодо вдосконалення, оцінки і контролю концепції соціальної відповідальності бізнесу

Соціальна відповідальність бізнесу – показник справжньої участі компанії у вирішенні соціальних та економічних проблем суспільства. Це поняття включає дотримання організацією вимог законодавства, етичних і виконання своїх зобов'язань перед широким колом зацікавлених сторін. Нині актуальною є проблема оцінки суспільної корисності результатів діяльності організації. Без

метрик, що характеризують прояв корпоративної соціальної відповідальності, неможливо аналізувати поточну ситуацію, прогнозувати, порівнювати компанії та керувати діяльністю із соціальної відповідальності. Відсутність єдиного підходу до оцінки, ускладнює планування, облік та управління заходами та заходами, пов'язаними із забезпеченням соціальної відповідальності.

Вивчення та вимір економічної ефективності соціально відповідального бізнесу є однією з найскладніших і маловивчених проблем економічної науки через особливості меценатства як особливого виду підприємницької діяльності. Тут поняття витрат та наслідків набуває своєрідного характеру, будучи питанням здійсненності та наукової обґрунтованості спірного поняття «філантропічна економічна ефективність».

У вітчизняному контексті складність розробки цього питання обумовлена тим, що в сучасному стані корпоративної соціальної відповідальності в Україні практично відсутні суб'єкти, які становлять інтерес для оцінки економічної ефективності корпоративної благодійності. Ця ситуація виникає значною мірою через те, що GSS є сумішшю окремих осіб і підприємств.

Корпоративна діяльність загалом та її зокрема, швидше за все, перебувають під сильним впливом особи, відповідальної за ухвалення управлінських рішень. Однак, оскільки в сучасній Україні формування індивідуальної соціальної відповідальності як самостійного соціального явища ще не відбулося, інститут корпоративних донорів є внутрішнім явищем двох різних якостей: особистої та корпоративної філантропії. Воно приховує діалектичну єдність.

Серед великих та середніх підприємств методики та критерії оцінки у тій чи іншій мірі вже сформувалися, і українські підприємства для розрахунку ефективності свого соціально відповідального бізнесу керуються національними методичними рекомендаціями. Часто використовують міжнародні методичні рекомендації. Це пов'язано з тим, що рушійною силою розвитку в Україні є великі компанії, а використання визнаних стандартів є підтвердженням свого іміджу. При цьому багато вітчизняних розробок можуть вважатися аналогами зарубіжних документів і, на відміну від останніх, уже багато років не оновлюються. Малий

бізнес «перестаріється» у цій ситуації. Для великих компаній цей вид діяльності є чи не єдиним фактором конкурентоспроможності за умов монополістичної конкуренції. Тоді більшість малих підприємств домінуючою формою поведінки була стратегія виживання, а чи не зростання. Таким чином, існує залежність між соціальною активністю компанії та її розміром.

Основною причиною такої ситуації в Україні є відсутність дрібних підприємців елементарних навичок ведення цивілізованого бізнесу. Багато команд управління малим бізнесом суб'єктивно погано підготовлені до соціальної відповідальності. Більшість підприємців бачать у цьому своєрідну благодійність, тому проєктують її на великі компанії. Крім того, реалізація соціально відповідальної політики становить серйозні труднощі за відсутності прямого виконавця в компаніях, яким доручено вирішення соціальних завдань за обмежених трудових ресурсів.

Загалом для малого та середнього бізнесу є досить складною галуззю, традиційно або через пряму допомогу тим, хто подає заявку на товари власного виробництва, або в рамках проєктів, «пропонованих» органами місцевого самоврядування. Справа у фінансовій підтримці. Водночас, на думку вітчизняних експертів, доречно говорити про людські ресурси на малих та середніх підприємствах. Тому що в Європі 70-80% компаній знаходяться у цьому секторі. У кризу використання на персоналі, як зберігає робочі місця, а й допомагає зберегти найбільш цінних співробітників є стратегією в бізнесі і включає, зокрема, стратегію розвитку компанії [51]. Переорієнтація сформованих методів оцінки концепції соціальної відповідальності в Міністерстві Соціальної Політики(МСП) у зв'язку з тим, що методи та критерії оцінки економічної ефективності концепції соціального бізнесу впроваджуються великими компаніями, було прийнято рішення удосконалити. Концепція соціальної відповідальності в МСП набуває дедалі більшого значення.

Удосконалення основних правил, процедур і показників, які забезпечують якість, однаковість і сумісність інформації, що розкривається, є першочерговим завданням звітності. Найбільш поширеним добровільним стандартом залишається

керівництво Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), призначене для використання організаціями незалежно від їх розміру, галузі чи розташування. За даними CorporateRegister, у таких країнах, як Південна Африка, Бразилія та Швеція, 90% компаній, які готують не фінансові звіти, використовують її GRI через її нормативні стандарти. Потім, у 2014 р., GRI повідомила, що понад 5000 компаній опублікували звіти із використанням її рекомендацій.

У травні 2013 року було опубліковано четверту версію стандарту (GRI G4). Як і раніше, документ заснований на обліку інтересів та діалозі з різними угрупованнями в армії та побудований за принципом «потрійного результату». Нова версія має зосередитися на ключових аспектах і надати докладні рекомендації щодо їх визначення, а також надати інформацію про ширший список впливів, включаючи ланцюжки поставок. Щоб показати, що звіт підготовлений відповідно до його GRI, автор вказує рівень/варіанти, до яких застосовується ця система. У версії G3.1 було три її рівні: C, B або A (зі знаком «+» для зовнішнього засвідчення). Оскільки деякі користувачі неправильно витлумачили концепцію рівнів і розглядали рівні як показник якості звіту або соціально відповідальної поведінки, G4 представила два варіанти застосування: базовий і розширений. (Перший варіант вимагає, щоб організація розкривала всі показники з усіх конкретних істотних аспектів).

GRI є довідником, що найактивніше використовується в нашій країні. У цьому дослідженні всі стандартизовані звіти у тому чи іншою мірою ґрунтувалися з його Керівництві GRI, передусім його четвертої версії.

Щоб детальніше проаналізувати зміст не фінансової звітності українських компаній, ми дослідили розкриття загальних стандартних елементів GRI (основних варіантів підготовки) за трьома напрямками. Визначення суттєвих аспектів (G4-18-21) та опис ланцюжка поставок (G4-12). Основні теми, пов'язані з переходом на G4 (таблиця В.1, додаток В).

Зверніть увагу, що аналіз якості розкриття інформації пов'язаний із суб'єктивними оцінками через відсутність чітких та докладних вимог, що залишає місце для інтерпретації укладачами звіту та зацікавленими сторонами. будь ласка.

У таблиці 3.1 відображено розкриття вітчизняними компаніями інформації про відповідальність перед персоналом як аспекту, якому приділяли найбільшу увагу.

Таблиця 3.1 – Розкриття показників внутрішніх компонентів СГД українськими компаніями [58].

Показники	% розкриття, 2020 р.	% розкриття, 2021.
1	2	3
Загальна чисельність персоналу, соціальна, гендерна та вікова структура	100	100
Кількість нещасних випадків	89	86
Середньомісячна заробітна плата в організації	78	86
Плинність кадрів	72	64
Загальна чисельність співробітників, що пройшли навчання, перенавчання та підвищення кваліфікації	67	79
Частка співробітників, охоплених колективними договорами	56	71
Мінімальний рівень оплати плати в організації	17	21

На основі проведеного аналізу існуючих підходів до оцінки, рекомендацій стандарту GRI G4 [60], а також вітчизняної практики розкриття не фінансової інформації нами розроблений комплекс показників для експрес-оцінки СВБ (таблиця 3.2).

Ми рекомендуємо умовно розділити метрики на три групи з пріоритетних областей розкриття інформації у звітності компанії: Взаємодія зі співробітниками (Я), Взаємодія зі спільнотою (Ми) та Захист навколишнього середовища (Світ).

Відповідно до вимог стандарту GRI звіти, підготовлені відповідно до зазначених рекомендацій, повинні містити так звані «індикатори змісту» (G4-32). відповідну їм інформацію.

Таблиця 3.2 – Набір показників експрес-оцінки СВБ

Me		We		World	
1 Зростання середньомісячної заробітної плати	G4-EC1 (G4-9)	6 Зростання витрат на підтримку місцевих громад	G4-EC1 (SO1)	8 Споживання енергії на одиницю продукції / діяльності (енергоємність)	G4-EN3 (G4-G9,EN5)
2 Рівень охоплення колективними договорами	G4-G11 (G4-9)	7 Вирішення соціальних питань за межами компанії	G4-EC1 (SO1)	9 Стан охорони праці на підприємстві	G4-EN8 (G4-9)
3 Коефіцієнт сталості складу	G4-LA1	G4-G_ - загальні стандартні елементи GRI G4 G4 Специфічні стандартні елементи GRI G4:		10 Коефіцієнт утворених відходів на одиницю продукції / діяльності	G4-EN23 (G4-9)
4 Сума виплат соціального характеру на 1 працівника	G4-LA6	G4-EC_ - категорія "Економічна"; G4-EN_ - категорія "Екологічна";		11 Зростання витрат і інвестицій в охорону навколишнього середовища	G4-EN31
5 Середня кількість годин навчання на 1 працівника	G4-LA9	G4-LA_ - категорія "Соціальна", категорія «Практика трудових відношень і гідна праця»; G4-SO_ - категорія "Соціальна", категорія "Товариство".		12 Коефіцієнт співвідношення витрат і інвестицій в охорону навколишнього середовища до прибутку	G4-EN31 (G4-EC1)

Кожному показнику явної оцінки ми надали відповідний показник GRI (табл. 3.2). У поєднанні з «показниками» це значно спрощує пошук потрібної інформації у звіті та робить процес оцінки менш обтяжливим.

Для швидкої оцінки пропонуємо розрахувати темп зростання за кожним із 12 показників (табл. 3.2) та присвоїти відповідну кількість балів (від 1 до 10) за такою шкалою (табл. 3.3). Компанії присвоюється значення 0 балів, якщо вона не має позитивної чи негативної динаміки і значення зростання менше 1%.

Таблиця 3.3 – Бальна шкала експрес-оцінки

Відсоток зростання (зниження)	1-10	11-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	91-...
	1 (-1)	2 (-2)	3 (-3)	4 (-4)	5(-5)	6 (-6)	7(-7)	8(-8)	9(-9)	10 (-10)

У рамках підходу комунікаційної складової соціальної відповідальності бізнесу, яка визнає важливість прозорості у цій сфері діяльності, відсутність інформації, необхідної для розрахунку не фінансової звітності, розглядається як нейтральний чи негативний сигнал. Відсутні дані за 2021 та 2022 роки або лише за 2021 р. оцінюються в 1 бал, якщо заявлено відповідний елемент GRI [59]. За відсутності інформації за попередній період (2022 р.) – лише час переходу на вимоги GRI 4 – і якщо відповідні елементи не заявлені до розкриття (тобто не визнані суттєвими), оцінюється звітний рік. як 0 балів.

Вибране значення (від 0 до -1 бала з 10 можливих), присвоєне за відсутності необхідних даних, засноване насамперед на рекомендованому характері стандартів звітності (включаючи GRI) і в багатьох випадках, коли воно не містить конкретних вимог до розрахунку. Типи показників та формат подання результатів обмежені загальними рекомендаціями та залишені на вибір самої компанії. Тому, коли компанія використовує у своєму звіті показники для характеристики того чи

іншого елемента звіту, відмінності від встановлених у методиці не повинні розглядатися як умови для присвоєння суттєвого негативного рейтингу.

Запропонована методика була апробована на малому підприємстві, що аналізується, ВАТ «Підсереднє». Розрахунки темпів зростання по кожному з 12 показників (таблиця 3.2) представлені у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Темп приросту за 12 розробленими показниками для експрес-оцінки СВБ на підприємстві ВАТ «Підсереднє» за 2021-2022 рр.

Показник діяльності	Шифр	Базисний період – 2021 р	Досліджуваний період – 2022 р	Темп приросту (Д/Б) * 100%
1	2	3	4	5
1 Зростання середньомісячної заробітної плати, грн.	G4-EC1 (G4-9)	5 750	8 000	1,4
2 Рівень охоплення колективними договорами, %	G4-G11 (G4-9)	70	100	1,4
3 Коефіцієнт сталості складу, %	G4-LA1	0	0,12	0
4 Сума виплат соціального характеру на 1 працівника, грн.	G4-LA6	1000	2 240	2,2
5 Середня кількість годин навчання на 1 працівника в місяць, год.	G4-LA9	56	112	2
6 Зростання витрат на підтримку місцевих громад, грн.	G4-EC1 (SO1)	6 650	15 000	2,3
7 Витрати на вирішення соціальних питань за межами компанії, грн.	G4-EC1 (SO1)	1 000	5 550	5,5

Продовження таблиці 3.4

1	2	3	4	5
8 Споживання енергії на одиницю продукції / діяльності (енергоємність) , кВт	G4-EN3 (G4- G9,EN5	672	768	1
9 Стан охорони праці на підприємстві,%	G4-EN8 (G4-9)	0,15	0,46	3,1
10 Коефіцієнт утворених відходів на одиницю продукції / діяльності,%	G4-EN23 (G4-9)	0,57	0,5	0,9
11 Сума витрат і інвестицій в охорону навколишнього середовища, грн.	G4-EN31	4 000	6 850	1,7
12 Коефіцієнт співвідношення витрат і інвестицій в охорону навколишнього середовища до прибутку від реалізації	G4- EN31(G4- EC1)	0,07	0,137	2

Споживання енергії на одиницю продукції / діяльності (енергоємність), було розраховано за формулою:

$$C1_{кВт} = n \times t \times P \times Дн \quad (3.1)$$

де n – кількість необхідного обладнання для виготовлення одиниці продукції (в даному випадку 1 токарний верстат), шт.;

t – час роботи обладнання, год.;

P – споживана потужність одного верстата, кВт.

$Дн$ – необхідний час для виготовлення одиниці продукції, дн.

$$C1\kappa Bm_{2014} = 1 \times 8 \times 6 \times 14 = 672 \kappa Bm ;$$

$$C1\kappa Bm_{2015} = 1 \times 8 \times 6 \times 16 = 768 \kappa Bm .$$

Стан охорони праці на підприємстві розраховується за формулою:

$$C_{оп} = \frac{(CBCX + BПМГ + BBCП)}{B \times 100\%}, \%, \quad (3.2)$$

де $C_{оп}$ – стан охорони праці на підприємстві;

$CBCX$ – сума виплат соціального характеру на 1 працівника, грн;

$BПМГ$ – зростання витрат на підтримку місцевих громад, грн;

$BBCП$ – витрати на вирішення соціальних питань за межами компанії, грн;

B – виручка від реалізації продукції, тис.грн.

$$C_{оп2020} = \frac{(1000 + 6650 + 1000)}{57497 \times 100\%} = 0,15\% ;$$

$$C_{оп2021} = \frac{(2240 + 15000 + 5550)}{50000 \times 100\%} = 0,46\% .$$

Маса утворених відходів на одиницю продукції / діяльності розраховано за формулою:

$$N = \frac{n \times T}{Tp} \times 100\% , \quad (3.3)$$

де N – Коефіцієнт утворених відходів на одиницю продукції / діяльності, %;

n – кількість працюючих верстатів даного типу, шт.

$$N_{2014} = \frac{1 \times 8}{14} \times 100\% = 0,57\% ;$$

$$N_{2015} = \frac{1 \times 8}{16} \times 100\% = 0,5\%.$$

Присвоєння відповідної кількості балів (від 1 до 10) за шкалою експрес-оцінки (таблиця 3.3) приведено у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Бальна шкала експрес-оцінки соціальної відповідальності бізнесу по підприємству ВАТ «Підсереднє».

Показник діяльності	Шифр	Бальна оцінка
1 Зростання середньомісячної заробітної плати, грн.	G4-EC1 (G4-9)	1
2 Рівень охоплення колективними договорами, %	G4-G11 (G4-9)	1
3 Коефіцієнт сталості складу	G4-LA1	0
4 Сума виплат соціального характеру на 1 працівника, грн.	G4-LA6	2
5 Середня кількість годин навчання на 1 працівника в місяць, год.	G4-LA9	2
6 Зростання витрат на підтримку місцевих громад, грн.	G4-EC1 (SO1)	2
7 Витрати на вирішення соціальних питань за межами компанії, грн.	G4-EC1 (SO1)	5
8 Споживання енергії на одиницю продукції / діяльності (енергоємність) , кВт	G4-EN3 (G4-G9,EN5)	1
9 Стан охорони праці на підприємстві,%	G4-EN8 (G4-9)	3
10 Коефіцієнт утворених відходів на одиницю продукції / діяльності,%	G4-EN23 (G4-9)	1
11 Сума витрат і інвестицій в охорону навколишнього середовища, грн.	G4-EN31	1
12 Коефіцієнт співвідношення витрат і інвестицій в охорону навколишнього середовища до прибутку від реалізації	G4-EN31(G4-EC1)	2

При розрахунку рейтингу враховувався вектор впливу використовуваних показників оцінки. Розрахунок підсумкової суми балів здійснювався наступним чином:

$$R = (X1+X2+X5+X6+X7+X11+X12) - (X3+X4+X8+X9+X10) \quad (3.4)$$

де R – підсумкова сума балів;

Xn – кількість нарахованих балів;

n - порядковий номер показника.

$$R = (1 + 1 + 2 + 2 + 5 + 1 + 2) - (0 + 2 + 1 + 3 + 1) = 7$$

Значення отриманого показника порівнюється зі шкалою, представленою в таблиці 3.6. Залежно від отриманого результату можна говорити про рівень реалізації соціальної діяльності того чи іншого підприємства.

Таблиця 3.6 – Шкала оцінювання імплементації принципів соціальної відповідальності на підприємствах.

Значення інтегрального показника соціальної відповідальності підприємства	Оцінка
12,0 – 7,6	відмінно
7,5 – 5,1	добре
5,0 – 2,6	задовільно

Негативний сумарний бал свідчить про зниження соціально орієнтованих практик підприємства міста і може бути сигналом для додаткового контролю лише на рівні підприємства. Позитивний - характеризує прагнення компанії зберегти і зміцнити свою позицію у сфері соціальної відповідальності, перевищивши сумарне значення 12 балів ($R > 12$), з погляду, лідируючу позицію у цій галузі. Відображає мету отримання.

Аналізоване підприємство ВАТ «Підсереднє» має значення інтегрального показника в 7 балів, що свідчить про те, що політика соціальної відповідальності

бізнесу в організації знаходиться на середньому рівні (за оцінною шкалою «добре» таблиці 3.6).

Показники, що визначають соціальні інвестиції та соціальне партнерство, характеризують конкурентну перевагу. Індикатор інтегрується у залежності від двох факторів.

По-перше, це залежить від напряму відповідних витрат (внутрішніх та зовнішніх).

По-друге, це залежить від того, чиї інтереси та кого оцінюється ефективність бізнесу чи самого суспільства. У цьому можна виділити чотири основні групи показників, демонструють ефективність соціальних інвестицій та соціального партнерства:

- "турбота" - внутрішні соціальні інвестиції, що оцінюються за соціальним статусом: соціальний внесок у людський капітал, включаючи витрати на підвищення кваліфікації працівників, захист робочої сили та здоров'я, розвиток корпоративної культури; інвестиції.

- «Чесність» - внутрішні інвестиції, що оцінюються з погляду самого бізнесу: соціальні інвестиції у розвиток відносин із споживачами, партнерами, інвесторами, кредиторами та конкурентами.

- «залучення» - зовнішні соціальні інвестиції, що оцінюються з погляду зовнішнього соціального середовища: розвитку матеріального середовища (екологія, рекультивація, житлово-комунальне господарство) та соціально-гуманітарного розвитку (охорона здоров'я). інвестиції. , культура та мистецтво, освіта, покаяння, спорт, здоровий спосіб життя);

- «Успіх» - зовнішні соціальні інвестиції та соціальне партнерство, що оцінюються з точки зору бізнесу: зростання їх популярності, визнання та повага, стабільність та розвиток кінцевих економічних показників.

Для наочної інтерпретації результатів явної оцінки у цих регіонах побудуємо пелюсткову діаграму по радіусу, яку нанесено значення темпів зростання використовуваних показників (рисунок 3.1).

Створення діаграми є методом графічного аналізу прогресу аналізованого компанії ВАТ «Підсереднє» у сфері.



Рисунок 3.1 – Значення темпів приросту використовуваних показників

Аналізуючи кожен з індикаторів наведених на рисунку 3.1, можна зробити висновок, що організації ВАТ «Підсереднє» необхідно звернути увагу на вирішення питань ефективності соціальних інвестицій та соціального партнерства за групою «Турбота», а саме проблем пов'язаних з лояльністю співробітників до підприємства.

3.6 Розвиток і підвищення лояльності співробітників за рахунок впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Лояльність персоналу в умовах економічної кризи є важливим і, мабуть, головним критерієм кадрової стабільності, проявом поваги, акуратності та доброзичливого ставлення до роботодавця, особистої зацікавленості у його успішному розвитку. Більшість керівників уже переконані у важливості питань

кадрової політики. Правильна організація управління людськими ресурсами може дати компаніям значну конкурентну перевагу над ринком. Ретельно підібрана робоча сила, команда однодумців та партнерів, здатних реалізувати та виконати поставлені перед компанією завдання, є найважливішими умовами виживання та подальшого успіху у бізнесі у несприятливих економічних умовах. І тут головна проблема, яка постає перед сучасними українськими компаніями та організаціями, полягає у підвищенні економічної ефективності їхньої діяльності. Однією з варіантів вирішення цієї проблеми є формування та збільшення лояльності персоналу.

Для виявлення питань лояльності співробітників до компанії ВАТ «Підсереднє» було використано форми опитування типу анкетування, найпоширеніший соціологічний метод, здатний отримати дані, максимально наближені до реальних думок, анонімність опитування та виявлення важливості окремих факторів респондентам може скоротити кількість респондентів.

Метою цих анкет є виявлення тенденцій бажаного ставлення до роботи та факторів заробітної плати для співробітників, а також зміни у деяких аспектах діяльності співробітників у фірмах [28].

На рисунку 3.2 представлені результати опрацювання анкети співробітників ВАТ «Підсереднє».

За даними рисунку 3.2 видно, що ідеальним місцем роботи, згідно з даними дослідження, є відома організація з позитивним іміджем на ринку, яка здатна йти врозріз з існуючими правилами, але при цьому відрізняється послідовним і професійним підходом до вирішення завдань. Також згідно з опитування можна зробити висновок, що на підприємстві гостро стоїть питання, пов'язане з оплатою праці, адже 23 % опитуваних під поняттям "лояльність" розуміють - "можливість заробити".

У зв'язку з цим було проведено ще одне опитування працівників підприємства щодо ступеня задоволеності рівнем заробітної плати і розподілом премій.

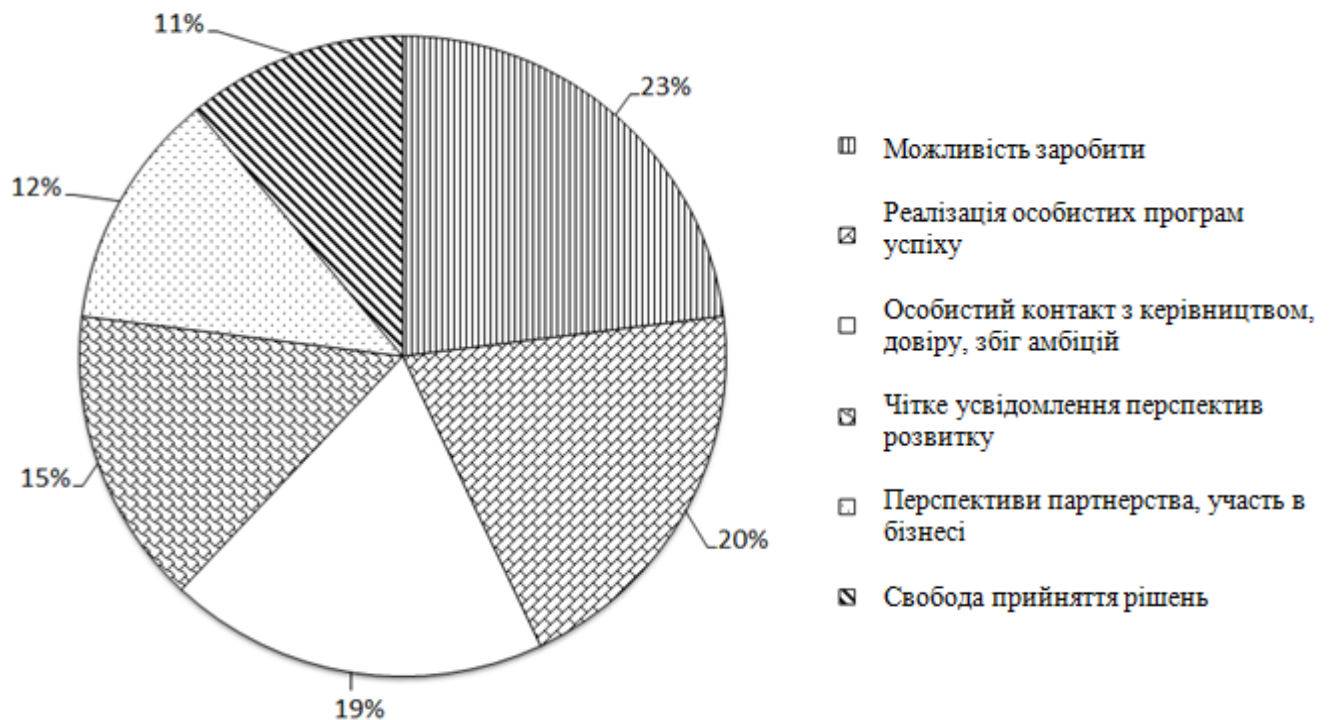


Рисунок 3.2 – Що викликає лояльність до підприємства на думку працівників.

Як свідчать дані, задоволені заробітною платою 55,6 % фахівці відділу кадрів, найбільш висока задоволеність рівнем заробітної плати спостерігається у відділі бухгалтерії, планово-економічному відділі та у співробітників відділу збуту і постачання - 80,6 %, 62,2 % і 77,8 % відповідно.

Причому самі низькі показники справедливості оплати праці спостерігаються в виробничому відділі, всього 35,5 % і 40 % співробітників транспортного відділу, так як більшість співробітників даних відділів відносяться до робочого персоналу (електрики, водії, вантажники, токарі і т.д.).

В цілому проведений аналіз показав, що праця більшості персоналу компанії ВАТ «Підсереднє» суттєво недооцінена, особливо це стосується працівників виробничого та транспортного відділів. У реальності в компанії оплата праці в цілому знаходиться на рівні середнього показника зарплатного моніторингу.

Аналіз діяльності підприємства показує, що в організації приділяється незначна увага матеріальній стимуляції праці, яка гасить зацікавленість

підвищення ефективності виробництва. Низька ефективність внутрішньовиробничих відносин зумовлена також тим, що:

1) ініціатива і підприємливість не заохочуються, а часто, навпаки, присікаються;

2) фонд економічного стимулювання не утворюється, а виділяється ними з централізованих джерел;

3) відділ не несе економічну відповідальність за ефективність використання виробничих фондів, трудових і матеріальних ресурсів.

На плинність кадрів впливає не стільки розмір заробітної плати, скільки почуття соціальної справедливості, пов'язане з організацією оплати праці. Тому, максимальна плинність кадрів спостерігається там, де застосовується надіндивідуальний підхід до оплати праці, аж до того, що співробітники одного рівня і одного відділу отримують різну заробітну плату, а також там, де система оплати праці «непрозора», тобто від працівників ховається схема оплати праці, що породжує нездорові настрої в колективі.

Постійна плинність кадрів відбувається в основному в «робочому» класі в зв'язку з важкою формою праці і низькою заробітною платою. Робітникам доводиться поєднувати кілька професій для того щоб мати нормальний достаток в сім'ї. Таким чином, проблема полягає в тому, щоб ефективним чином і з мінімальним обсягом витрат вмотивувати персонал для переробки в період різкого підвищення попиту [51].

Вплив матеріальних і нематеріальних чинників на мотивацію людини представлено в двухфакторній моделі, яка показує задоволеність роботою персоналу ВАТ «Підсереднє», результати відображено в таблиці 3.7.

Відзначається невелика відсутність соціально-психологічних методів мотивації і стимулювання праці. Це може привести до серйозних конфліктів між групами працівників, і, як наслідок, повної демотивації працівників, і можливості збільшення плинності кадрів. В організації немає психолога для реабілітації персоналу і врегулювання конфліктів. Також працівники не беруть участі в

управлінні фірмою, не є її співвласниками. Простий робітник не зацікавлений у процвітанні фірми - йому на це байдуже.

Таблиця 3.7 - Фактори, що впливають на задоволеність в роботі персоналу ВАТ «Підсереднє».

Гігієнічні фактори	Мотивації
1 Політика фірми і адміністрації	1 Успіх
2 Умови роботи	2 Просування по службі
3 Заробіток	3 Визнання і схвалення результатів роботи
4 Міжособистісні стосунки	5 Високий ступінь відповідальності
5 Ступінь безпосереднього контролю за роботою	6 Можливість творчого і ділового зростання

Для того, щоб своєчасно вносити зміни в систему управління персоналом підприємства, необхідно розробити комплекс заходів з дослідження лояльності персоналу. Проведений аналіз діяльності підприємства показує необхідність розробки індивідуальних заходів щодо формування програми лояльності персоналу. Основними заходами стосовно до даного підприємства повинні стати наступні.

1 Аналіз системи корпоративної культури підприємства:

1.1 Формулювання проблеми.

1.2 Проведення соціологічного опитування.

1.3 Аналіз корпоративної культури.

1.4. Дослідження позиціонування співробітників.

2 Оцінка факторів, що впливають на лояльність персоналу:

2.1 Дослідження внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на поведінку співробітників.

2.2 Виявлення результативних показників діяльності підприємства.

3 Розробка плану заходів щодо вдосконалення системи корпоративної культури підприємства.

У даній організації крім професійних ролей існують ще й ролі мотиваційні. Мотиваційними чинниками повинні стати:

- прихильність;
- залученість;
- благонадійність.

А також рівень адекватності ролей в команді дозволяє говорити про рівень командної згуртованості в цілому, коли ініціатива зустрічається з мінімальним опором і підтримується в розвиток.

Для реалізації приведених вище заходів необхідно провести соціологічне опитування серед працівників підприємства, для того, щоб зрозуміти, чи потрібні кардинальні зміни в системі персоналу даного підприємства. В результаті керівник отримує інформацію, на підставі якої може вибудовувати усвідомлене формування лояльності персоналу за допомогою впливу на діяльність.

Соціально-економічна ефективність заходів щодо формування лояльності персоналу підприємства дозволить забезпечити зниження рівня плинності кадрів, призведе до зростання продуктивності праці в результаті відсутності простоїв виробничого обладнання з причини неповного завантаження виробничих потужностей і, як наслідок, персонал стане одним з факторів конкурентної переваги соціально відповідального підприємства.

Нами був складений бюджет програми лояльності персоналу на перспективу (1 місяць), результати розрахунку представлені в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8 – Бюджет програми лояльності персоналу на 1 місяць

Захід	Сума, тис. грн.
1 Грошові виплати за виконання поставлених цілей	15% від окладу
2 Участь в прибутку	3% від окладу
3 Внутрішнього навчання працівників	10,0
4 Підвищення кваліфікації за рахунок компанії	20,0
5 Корпоративні свята	5,0
6 Змагання між відділами	2,0
7 Винагорода керівника за результатами атестації співробітника	20,0
Разом	47,0
Окупність, років.	За умови використання 5% від прибутку-1 рік

Порівняння рівнів продуктивності праці до і після вдосконалення організаційної культури підприємства проілюстровано на рисунку 3.5.

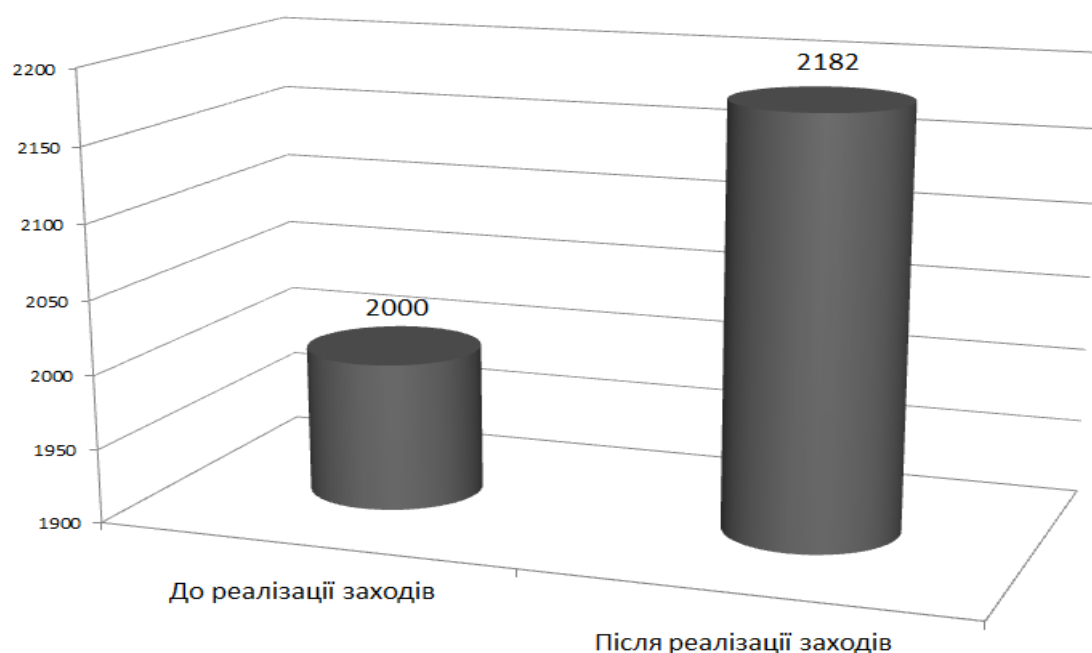


Рисунок 3.5 – Рівень продуктивності праці на ВАТ «Підсереднє» до і після реалізації проектних пропозицій

Таким чином, в результаті вдосконалення корпоративної культури планується підвищення продуктивності праці на 4%.

Протягом декількох місяців компанія повинна активно впроваджує систему мотивації персоналу на основі розроблених рекомендацій. Далі доцільно уявити приблизні результати впровадження даної програми, результати представлено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9 – Порівняльний аналіз лояльності співробітників ВАТ «Підсереднє» до і після впровадження заходів

Фактори лояльності	Середній рівень лояльності до впровадження програми, %	Середній рівень лояльності співробітників після впровадження програми, %
1 Життєзабезпечення	19,4	19,6
2 Ділова активність	18,4	24,8
3 Комфорт	19,6	21,2
4 Соціальна корисність	10,4	13,2
5 Соціальний інститут	9,0	11,2

Таким чином, зниження плинності кадрів і підвищення в результаті цього продуктивності праці дозволить збільшити рівень виручки від реалізації продукції на 7,28 тис. грн.

Підводячи підсумок необхідно зазначити, що для того, щоб система лояльності персоналу на ВАТ «Підсереднє» стала ефективною, повинні виконуватися наступні умови.

1 Застосування системи стимулювання має носити неминучий характер. Стимулювання повинно проводитися кожного разу при виникненні відповідних підстав стимулювання.

2 Безпосередньо з минулим досвідом пов'язаний такий фактор, як система особистих цінностей. Сформовані з плином часу в безпосередній взаємодії, в конкретних життєвих ситуаціях переконання тепер визначають відносини людини і характер його взаємин.

Надання уваги працівника з боку компанії – важливий фактор для формування лояльності співробітника. Відчуття своєї значущості для компанії сприяє не тільки сприятливому відношенню до неї, але і прагненню «відплатити» їй довірою, відзначимо, що в умовах обмеження підприємства у використанні коштів матеріального стимулювання співробітників підвищення рівня корпоративної культури в межах концепції соціальної відповідальності бізнесу вкрай важливо розглядати як фактор скорочення плинності кадрів, а отже, фактор підвищення ефективності управління персоналом, а тим самим підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. В даний час все наполегливіше звучить питання про необхідність оцінки внеску персоналу і підрозділів з управління їм у виробництво доданої вартості, вартості компаній. Тут ще раз варто підкреслити думку про те, що інвестиції в персонал будуть обґрунтованими, якщо персонал буде перетворюватися в конкурентну перевагу організації.

Узагальнення отриманих даних дозволяє зробити висновок про пріоритетність освоєння бізнесом відповідних векторів соціальних інвестицій і соціального партнерства: від вкладень в людський капітал до вибудовування ефективного соціального партнерства в ринковому середовищі з виходом за його

межі, що є реальним шляхом до остаточного успіху, що виражається в кінцевих показниках ділової активності.

Висновки до розділу 3

Практика управління показує, що регулювання соціально відповідальних відносин в Україні ініціюється державою та недержавними некомерційними організаціями. Ці відносини розвиваються і з багатьох причин ще не стали реальними ринковими майданчиками для соціальних проектів. Теорія управління представляє безліч механізмів демонстрації поведінки у сфері відносин соціальної відповідальності, але позитивних результатів поки що не спостерігається. Це свідчить про проблематичність управлінської практики у цій сфері у зв'язку з відсутністю методичного забезпечення реалізації заходів соціальної відповідальності та процесу міжвідомчої взаємодії організацій для вирішення питань соціальної відповідальності. збільшувати.

Помилкове уявлення про використання соціальних технологій викликає негативні зміни в установках організаційного персоналу, посилює консерватизм у їхньому способі мислення, закріплює стереотипи поведінки та управління, протистоїть новим ідеям. Соціальна технологія представлена не як жорсткого регулювання організацією розвитку суспільних відносин, бо як стимулювання саморозвитку організації у бік прогресу.

Механізм економічної оцінки соціально відповідальної діяльності підприємства одна із вирішальних чинників, які забезпечують стійке становище організації та загалом підвищують її конкурентоспроможність та розвитку. Існуючі підходи до оцінки, стандартні рекомендації GRI G4 та вітчизняна практика розкриття інформації Для не фінансової інформації було запропоновано набір показників для явної оцінки КСВ, які розбиті на три групи. рисове поле. суспільство та охорона навколишнього середовища.

Після чіткої оцінки КСВ було виявлено основну проблему у сфері соціально відповідального бізнесу ВАТ «Підсереднє» - це взаємодія з персоналом, відсутність лояльності співробітників до компанії.

Ми провели серію опитувань співробітників, щоб з'ясувати, чому персонал байдужий до компанії та чому висока плинність кадрів. В результаті загалом праця співробітників сильно недооцінюється більшістю персоналу компанії ВАТ «Підсереднє», особливо це стосується співробітників виробничих та транспортних підрозділів. Адже більшість співробітників компанії не влаштовує рівень оплати праці та система преміювання у компанії. Це призводить до плинності кадрів, яка відбувається здебільшого у «робочому» класі через важкі форми роботи та низьку заробітну плату.

Компаніям пропонувалися способи мінімізації матеріальних витрат та підвищення лояльності працівників. Впровадження системи мотивації та лояльності співробітників підвищить продуктивність праці компанії на 4%, що призведе до збільшення товарообігу, що, у свою чергу, підвищить рівень конкурентоспроможності.

Висновки

Дотримання принципів КСВ створює стійкий позитивний імідж компанії і все частіше враховується при укладанні контрактів, отримання кредитів, страхування, при взаємодії з органами влади різного рівня. В результаті постійних пошуків і реалізації можливостей покращення впливу бізнесу на його комунікативні групи корпоративна соціальна відповідальність призводить до збільшення вартості нематеріальних активів та бізнесу в цілому. В систему КСВ залучені всі внутрішні процеси бізнесу. Гарна репутація та відповідальність бізнесу в свою чергу забезпечує збереження клієнтської бази, збільшує темпи та час росту компанії і її прибутковості. Лояльність клієнтів досягається завдяки хорошему іміджу компанії та її продукції у споживачів. За рахунок збільшення якості роботи і надання послуг, розкриттю інформації, її прозорості і доступності, виконання вимог в сфері соціальної відповідальності полегшує доступ національного виробника до капіталу інвесторів. Впровадження КСВ також має вплив на розвиток і збереження інтелектуального капіталу. Все це приносить зрозумілий економічний результат – підвищення репутації, покращення фінансових показників, ріст продаж, покращення продуктивної праці і як наслідок підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Даний висновок має теоретичну та практичну значущість, як для подальших наукових розробок так і для практичного використання в процесі господарської діяльності підприємств.

Дослідивши матеріали стосовно соціально орієнтованого управління, ми можемо зазначити, що діяльність соціально відповідальних компаній в забезпеченні конкурентоспроможності їх господарської діяльності повинна розвиватися за такими напрямками [31-34]:

- підтримка влади у розвитку території, де розміщена організація;
- формування доброзичливих взаємин з місцевими співтовариствами і сприяння їх розвитку, підтримка будь-яких ініціатив в цьому напрямку;

- надання місцевій молоді і власному трудовому колективу широких можливостей для навчання і підвищення кваліфікації відповідно до вимог світового ринку і національної економіки;

- добросовісна сплата податків;

- дотримання загальноприйнятих законодавчих та етичних норм ведення бізнесу;

- виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств;

- добровільна екологічна діяльність: підтримка і заохочення зусиль, пов'язаних з охороною довкілля;

- виробництво в достатніх кількостях продукції і послуг, якість яких відповідає всім обов'язковим нормам, при дотриманні всіх законодавчих вимог ведення бізнесу;

- реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників;

- реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу;

- реалізація благодійних та спонсорських проектів;

- захист культурної спадщини;

- участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

Оскільки КСВ потребує взаємодії з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами, вона дозволяє підприємствам краще прогнозувати і скористатися швидко мінливими суспільними очікуваннями і робочими умовами. Тому вона може стимулювати розвиток нових ринків і створити можливості для зростання та підвищення конкурентоспроможності підприємств. У вирішенні питань соціальної відповідальності підприємства можуть будувати довгострокову довіру між працівником, споживачем і громадянином як основу підприємства. Через КСВ, підприємства можуть внести значний внесок у цілі сталого розвитку, закладені у Договорі ЄС, та у високо конкурентну соціальну ринкову економіку. КСВ пропонує перелік цінностей, на основі яких можна побудувати більш згуртоване суспільство і здійснити перехід до стійкої економічної системи [46].

Список використаних джерел

- 1 Питання Міністерства економіки : [Електронний ресурс] Постанова, Положення, Перелік // Кабінет Міністрів України. – 20.08.2014. – № № 459. – Ст. 459-2014-п.
- 2 Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : [Електронний ресурс] Розпорядження, Концепція // Кабінет Міністрів України. – 24.01.2020. – № № 66-р. – Ст. 66-2020-р.
- 3 Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : [Електронний ресурс] Указ // Президент України. – 30.09.2019. – № № 722/2019. – Ст. 722/2019.
- 4 About SA8000 // a-intl.org : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://sa-intl.org/programs/sa8000/> (дата звернення: 01.12.2022)
- 5 Aiesec : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://blog.aiesec.org/aiesec-at-the-un-general-assembly-week-2022/> (дата звернення: 01.12.2022)
- 6 Buhoblik.org.ua : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.buhoblik.org.ua/kadry-zarplata/trudoustrojstvo/3978-klasifikator-profesij.html> (дата звернення: 01.12.2022)
- 7 Call for Business Activism now Extends to Geopolitics // edelman.com : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer/special-report-geopolitical-business> (дата звернення: 01.12.2022)
- 8 Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A. B. Carroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38 (3). – P. 268–295.
- 9 Carroll A.B. Three Pyramids of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. [Текст] "Business and Horizons" Vol.34, №4, 1991, p.39-48.

10 Стандарт ISO 26000:2010. Керівництво з соціальної відповідальності. [Електронний ресурс] URL: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf (дата звернення: 11.11.2022).

11 Dykan V. Formation of the Institutional Model of Public Administration of Post-Industrial Transformation of the Ukrainian Industrial Complex [Електронний ресурс]/ Dykan V., Tokmakova I., Kalicheva N., Korin M., Kozlova A. // International Journal Of Engineering & Technology. – Vol. 7 No 4.3 (2018): Special Issue 3. – P. 438-444. Pages – 7. - Режим доступу: www.sciencepubco.com/index.php/IJET

12 Frans Paul van der Putten A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility, NRG working paper series November 2005 no. 05-09 [Electronic resource]. - Access mode:URL: <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>

13 Global Reporting Initiative : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.globalreporting.org/standards/> (дата звернення: 27.11.2022)

14 globalreporting :[Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.globalreporting.org/> (дата звернення: 09.12.2022)

15 ISO 14000 i 14001 // techtarget.com : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/ISO-14000-and-14001#:~:text=ISO 14000 is a series,improve their environmental management efforts.> (дата звернення: 01.12.2022)

16 ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.iso.org/ru/standard/42546.html> (дата звернення: 27.11.2022)

17 КСВ — це ознака того, що бізнес прийшов надовго // AgroPortal.ua : [Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://agroportal.ua/blogs/kso-eto-priznak-togo-chto-biznes-prishel-nadolgo> (дата звернення: 28.11.2022)

18 Matten D. Corporate Citizenship: [Електронний ресурс] Towards an Extended Theoretical Conceptualization / D. Matten, A. Crane // ICCSR Research Paper. – № 04. – Nottingham, 2003.

19 Mirvis Ph. Stages of Corporate Citizenship: [Электронный ресурс] A Developmental Framework / Ph. Mirvis, B. K. Googins. – Centre for Corporate Citizenship at Boston College, 2006.

20 Moon J. Can Corporations Be Citizens? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society (2nd ed.) [Текст] / Moon J., Crane A., Matten D. – ICCSR Research Paper №13. – Nottingham, 2003.

21 MSCI KLD 400 Social Index [Электронный ресурс] // MSCI. Режим доступа: http://www.msci.com/resources/factsheets/index_fact_sheet/msci-kld-400-social-index.pdf.

22 Over 750 Companies Have Curtailed Operations in Russia—But Some Remain [Электронный ресурс] Yale school of management /, 2022. – Режим доступа: <https://som.yale.edu/story/2022/over-750-companies-have-curtailed-operations-russia-someremain?fbclid=IwAR0Oxb8LxjJIEfNyKii1FFHqLtyPOd8ocqFhP3zxOM7gU7Y5m68m4SiVplQ>

23 Return on Investment (ROI): [Электронный ресурс] How to Calculate It and What It Means // investopedia : Электронный ресурс сайт. – URL: <https://www.investopedia.com/terms/r/returnoninvestment.asp> (дата звернения: 27.11.2022)

24 Ronald McDonald House Charities® // <https://corporate.mcdonalds.com> : [Электронный ресурс] сайт. – URL: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-purpose-and-impact/community-connection/rmhc.html#:~:text=RMHC is a nonprofit,501,RMHC families around the world.> (дата звернения: 27.11.2022)

25 SPACE Matrix Strategic Management Method // maxi-pedia.com : [Электронный ресурс] сайт. – URL: <http://www.maxi-pedia.com/space+matrix+model+strategic+management+method#:~:text=The SPACE matrix is a,strategy a company should undertake.> (дата звернения: 28.11.2022)

26 Sustainabledevelopment.un.org [Электронный ресурс]: сайт. – URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=122> (дата звернения: 01.12.2022)

27 Timeline - EU restrictive measures against Russia over Ukraine [Електронний ресурс] / European Council, 2022. – URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/sanctions/restrictive-measures-againstrussia-over-ukraine/history-restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/>

28 Unglobal [Електронний ресурс]: сайт. – URL: <https://www.unglobalcompact.org/sdgs> (дата звернення: 27.11.2022)

29 What Is Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing? // investopedia :[Електронний ресурс] сайт. – URL: <https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp> (дата звернення: 01.12.2022)

30 Амоша О. Соціальна відповідальність в контексті розвитку людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство, С. 122–27. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pubupr/2011-1/doc/3/01.pdf

31 Ахновська І О., Лепіхова О. Ю. (2016). Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. Економіка і організація управління, [Текст] № 1 (21), С. 36–44/

32 Барбашин И.В. Аналитический вестник «Корпоративная социальная ответственность: теория и практика» [Текст] / И.В. Барбашин, Т.А. Федотовская, С.Н. Титов. – М., 2005. – № 26. – 75 с.

33 Будьонна Л. Шляхи та напрями формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні. [Текст] / Л. Будьонна // Соціальна політика. – 2008. №8 – С. 9–10.

34 Буян О.А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». [Текст] 2012. Випуск 6 (2). С. 159-165.

35 Важность нормы ISO 26000 «Руководство по вопросам социальной ответственности» для потребителей :[Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/csr/1088/11718/. – Загол. с экрана.

36 Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки [Електронний ресурс] / Н. Ю. Волосковець // Наук. праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 125–131. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html.

37 Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс]/ В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес-Студія. – 2005. – №10. - Режим доступу: www.Management.com.ua/com/cm037 - Назва з екрану.

38 Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності: [Текст] Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 127-133.

39 Голик Н.И. О состоянии и перспективах развития малого предпринимательства: [Текст] / Н.И. Голик, В.С. Кирсанов // Известия высших учебных заведений. – 2006. – №4. – С. 55–61.

40 Деркач С. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stepanderkach.com.ua/socialnavidpovidalnist-biznesu>

41 Дикань В. Л. Економіка підприємства [Текст]: конспект лекцій. Ч. 2 / В. Л. Дикань, І. В. Воловельська, Н. Є. Каличева. - Харків : УкрДУЗТ, 2021. - 45 с.

42 Дикань В. Л., Обруч Г. В. Дослідження теоретичних аспектів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств [Текст]/ В.Л. Дикань, Г.В. Обруч// Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (26 жовтня 2016 р., м. Харків). - Харків: ХНАДУ, 2016. - С. 357–360.

43 Дикань В.Л. Економічна безпека підприємства [Текст]: навч. посібник / В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, О.В. Маковоз. – Х.: УкрГАЗТ, 2011. – 243 с.

44 Дикань В.Л. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств [Текст]: Підручник / В.Л. Дикань, Ю.Т. Боровик, О.М. Полякова, Ю.М. Уткіна. – Харків: УкрДАЗТ, 2012. – 415 с.

45 Дикань, В. Л. Економіка підприємства [Текст]: конспект лекцій. Ч. 4 / В. Л. Дикань, І. В. Воловельська, Н. Є. Каличева. – Харків : УкрДУЗТ, 2022. – 50 с.

46 Дикань, В.Л. Механізм державного регулювання відтворення та розвитку економіки України в ринкових умовах [Текст] / В. Л. Дикань, А. В. Толстова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2021/2022. – № 76-77. – С. 5-12.

47 Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія [Електронний ресурс]/ О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.

48 Дослідження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. [Електронний ресурс] URL: www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf (дата звернення: 17.11.2022).

49 Еваленко М.Л. Региональное преломление общих проблем развития малого предпринимательства [Текст]/ М.Л. Еваленко // Российский экономический журнал. – 2003. – № 9. – С. 30–51.

50 Елисеев А.Н. Тенденции развития малого предпринимательства [Текст]/ А.Н. Елисеев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2009. – № 9(77). – С. 56–61.

51 Затейщикова О.О. Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу. [Електронний ресурс] URL: irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe (дата звернення: 15.11.2022).

52 Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. Вісник Української академії банківської справи. [Текст]\ Березіна О.Ю. справи. 2012. № 1(32). С. 97-101.

53 Кондрачук В.В. Государственное влияние на развитие малого бизнеса: во зло или во благо? [Текст]/ В.В. Кондрачук // Полис: Политические исследования. – 2005. – № 3. – С. 131–136.

54 Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: Підр. для студентів вищих навчальних закладів / 3-тє вид., доповн. і переробл. – К. [Текст] : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – С. 480-485

55 Кухарчук Д.В. КСО как инструмент повышения конкурентоспособности российского бизнеса [Текст] / Д.В. Кухарчук // Российский экономический вестник. – 2015. – № 7. – С. 72–80.

56 Охріменко О.О. Соціальна Відповідальність / О.О. Охріменко. – Київ: «Київський політехнічний інститут», 2015. – 173 с. –[Електронний ресурс] URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf> (дата звернення: 27.11.2022)

57 Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Київ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», [Текст] 2015. 180 с.

58 Прокопів Ю.В. Міжнародні стандарти якості в Україні та їх важливість в управлінні організацією [Текст] / Ю.В. Прокопів // Молодий вчений. - 2015. - № 11. - С. 81-85.

59 Сіренко Н. М Бухгалтерський облік в управлінні підприємством[Текст] / Н. М Сіренко. – Миколаїв : Миколаївський Національний Аграрний Університет, 2016. – 130 С.

60 Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану [Електронний ресурс] / European Business Association, 2022. – URL: <https://eba.com.ua/sotsialnavidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>

61 Соціальна відповідальність бізнесу: монографія [Текст] / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко, 2011. – 175 с

62 Стандарти GRI: звітність у зрозумілому для інвесторів вигляді // ligazakon :[Електронний ресурс] сайт. – URL: https://msfz.ligazakon.ua/magazine_article/FZ001041 (дата звернення: 09.12.2022)

63 Стародубская М. Стратегія, милосердя, мода чи PR? [Електронний ресурс] / М. Стародубская. – Режим доступу: <http://mm.com.ua/articles/page/113>.

64 Супрун Н.А. Інститут корпоративної соціальної відповідальності: принципи, завдання та пріоритети розвитку [Текст] / Н. А. Супрун // Наук. праці Донец. нац. техн. ун-ту. Сер.: економічна. – Донецьк : ДонНТУ, 2011. – Вип. 40-2. – С. 190– 196.

65 Тема 3. Відповідальність За Порушення Фінансового Законодавства // Національна Академія Внутрішніх Справ Кафедра Фінансового Права Та Фіскального Адміністрування Мультимедійний Навчальний Посібник : [Електронний ресурс] Сайт. – Url: https://Arm.Naiau.Kiev.Ua/Books/Finance_Law_20/Nm/Them3.Html (Дата звернення: 08.12.2022)

66 Три стовпи корпоративної соціальної звітності як нове регулювання управління: розкриття інформації, діалог і розвиток[Електронний ресурс] // esearchgate : сайт. – URL: https://www.researchgate.net/publication/281078862_The_Three_Pillars_of_Corporate_Social_Reporting_as_New_Governance_Regulation_Disclosure_Dialogue_and_Development (дата звернення: 27.11.2022)

67 Фещенко Е. Живучая КСО [Електронний ресурс] / Е. Фещенко. – Режим доступу: // <http://www.csrjournal.com/akcent/3061-zhivuchaya-kso.html>.

68 Харчишина О. В. Теоретико-методологічні засади розробки корпоративного кодексу підприємств харчової промисловості [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 2. – С. 152 – 156.

69 Хміль Ф.І. Соціальна відповідальність підприємництва в Україні [Текст] / Ф.І. Хміль // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2004. – № 1. – С. 24-30.

70 Швиданенко, Г.О. Управління капіталом підприємства [Текст]: навч. посіб. / Г.О. Швиданенко, Н.В. Шевчук. – К.: КНЕУ, 2007. – 436 с.

71 Що таке соціальний вплив і як його виміряти? [Електронний ресурс] // socialbusiness.in.ua : сайт. – URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/shcho-take-sotsial-nyy-vplyv-i-iak-yoho-vymiryaty/#:~:text=Вимірювання соціального впливу - це%2 (дата звернення: 01.12.2022)

72 Юріцин Р. Сучасні моделі економіки та пошук ринкової моделі України [Текст] / Р. Юріцин // Регіональні перспективи. – 2002. – №5. – С. 57-61.

73 Яценко О.В. Аналіз окремих підходів до класифікації взаємовідносин з клієнтами [Текст] / О.В. Яценко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. - 2015. – № 11. – С. 275-278.

74 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи рівня вищої освіти "другий (магістерський) рівень" усіх форм навчання [Текст] / каф. "Економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом". В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, І. В. Токмакова, І.Л. Назаренко. - Харків: УкрДУЗТ, 2019. - 60 с.

75 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення [Текст]: Методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності /Козар Л.М. [та ін.]; за заг. ред. Л.М. Козара. - Х.: УкрДАЗТ, 2014. – 54 с.

АКТ

перевірки кваліфікаційної роботи магістра на наявність ознак
академічного плагіату

Відповідно до даних сервісу UNICHECK (Advego, etc) кваліфікаційна
робота «Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах»,
автора: Карасьов Валерій Олександрович

(ПІБ автора повністю)

містить 6,03 % запозичень. Ознаки академічного плагіату – відсутні.

Перевірку виконала
доцент кафедри економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом



(підпис)

Ганна ОБРУЧ

29.11.2022 р.