

Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему:

**« Корпоративна соціальна відповідальність
у системі управління підприємством
(на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»)»**

Виконав: здобувач першого рівня вищої
освіти, групи 401-ЕП

Спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля
та біржова діяльність»

Кас'ян С.В.

Керівник: Григор'єва О.В.

Рецензент: Свистун Л.А.

Полтава – 2021 р.

Консультант:

з кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
(охорона праці)

08.06. 2021 р.  В.В. Биба

Здобувач 18.06. 2021 р.  С.В. Кас'ян

Керівник роботи 22.06. 2021 р.  О.В. Григор'єва

Нормоконтроль 22.06. 2021 р.  О.В. Григор'єва

Допустити до захисту:

Завідувачка кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

22.06. 2021 р.  В.Я. Чевганова

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ступінь вищої освіти «бакалавр»

Напрямок підготовки _____

(шифр і назва)

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки, підприємництва
та маркетингу

В.Я. Чевганова

“ 3 ” _____ 03 2021 року

ЗАВДАННЯ НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Кас'ян Станіслав Вадимович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Корпоративна соціальна відповідальність у системі управління підприємством (на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»)

керівник роботи Григор'єва О.В., к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ 03 ” 03 2021 року № 158 фз

2. Строк подання здобувачем роботи 14.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавство України, навчальна, наукова, довідкова та методична література, фахові періодичні видання, інформаційні ресурси, установчі документи підприємства, фінансова, оперативна та статистична звітність підприємства

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи бакалавра (перелік питань, які потрібно розробити) РІ. Становлення та розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні. Р.ІІ. Характеристика та аналіз діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» Ф.ІІІ. Формування секторних управлінь підприємства на основі корпоративної соціальної відповідальності

5. Перелік графічного матеріалу:

Ілюстративний матеріал у кількості 18 аркушів представлений у

Додатку Т кваліфікаційної роботи

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці	Биба В.В., к.т.н., доцент	<i>21.05.21</i> <i>Биба</i>	<i>01.06.21</i> <i>Биба</i>

7. Дата видачі завдання 30.03.2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретична частина	26.04 – 09.05	30%
2	Аналітична частина	10.05 – 23.05	60%
3	Проектна частина	24.05 – 06.06	88%
4	Виготовлення ілюстративного матеріалу	07.06 – 13.06	95%
5	Рецензування, перевірка на плагіат та підготовка до захисту	14.06 – 20.06	100%
6	Захист роботи	22.06–27.06	+

Студент

Кас'ян
(підпис)Кас'ян С.В.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

Григор'єва
(підпис)Григор'єва О.В.
(прізвище та ініціали)

Примітки:

1. Форму призначено для видачі завдання студенту на виконання дипломного проекту (роботи) і контролю за ходом роботи з боку кафедри (циклової комісії) і декана факультету (завідувача відділення).
2. Розробляється керівником дипломного проекту (роботи). Видається кафедрою (цикловою комісією).
3. Формат бланка А4 (210 × 297 мм), 2 сторінки.

РЕФЕРАТ

Кас'ян С. В. «Корпоративна соціальна відповідальність у системі управління підприємством (на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»)». Машинопис. Кваліфікаційна робота бакалавра на здобуття першого рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2021.

Робота містить 215 сторінок, 14 таблиць, 29 рисунків, 6 формул, список використаної літератури – 88 найменувань, 4 додатка.

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є діяльність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», предметом дослідження виступає корпоративна соціальна відповідальність.

Мета роботи полягає у дослідженні сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність», визначення практичних рекомендацій щодо розробки механізму формування корпоративної соціальної відповідальності та його впровадження в управління підприємством.

У роботі досліджено сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність», розглянуто принципи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в системі управління підприємством, визначено стан, проблеми та перспективи розвитку пивоварної галузі України, проведено аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», охарактеризовано стан охорони праці підприємства, надано рекомендації щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності Товариства.

Одержані результати можуть бути використані для підвищення системи управління підприємством на основі корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, етика бізнесу, соціальна складова, економічна складова, екологічна складова.

ABSTRACT

Kasian S.V. "Corporate social responsibility in the enterprise management system" (on the materials of PJSC "Firm "Poltavpivo"). Manuscript. Qualifying work of a bachelor for obtaining the first level of higher education in specialty 076 "Enterprise, trade and exchange activity". – Poltava: National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", 2021.

Work contains 215 pages, 14 tables, 29 figures, 88 references to the literature used, 4 additions.

The object of study of the final qualification work is the activity of PJSC "Firm "Poltavpivo", the subject of the study is corporate social responsibility.

The purpose of the work is to study the essence of the concept of "corporate social responsibility", to determine practical recommendations for developing a mechanism for the formation of corporate social responsibility and its implementation in enterprise management.

The essence of the concept of "corporate social responsibility" is investigated, the principles of introduction of corporate social responsibility in the enterprise management system are considered, the state, problems and prospects of development of the brewing industry of Ukraine are determined, the main economic and financial indicators of PJSC "Firm "Poltavpivo" are analyzed, the state of labor protection of the enterprise are characterized, recommendations for improving the corporate social responsibility of the Company were provided.

The obtained results can be used to improve the management system of the enterprise on the basis of corporate social responsibility.

Key words: corporate social responsibility, sustainable development, business ethics, social component, economic component, ecological component.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Становлення та розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні	9
1.1. Сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність» .9	
1.2. Інструменти, складові елементи та напрями формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства	21
1.3. Принципи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством	35
Розділ 2. Характеристика та аналіз діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».....	43
2.1. Стан, проблеми та перспективи розвитку пивоварної галузі в України.....	43
2.2. Характеристика та організаційно-правові основи діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	50
2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності підприємства.....	60
2.4. Аналіз стану охорони праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	72
Розділ 3. Формування системи управління підприємством на основі корпоративної соціальної відповідальності	86
3.1. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності в системі управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	86
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності Товариства	100
Висновки	105
Глосарій.....	107
Список використаних джерел.....	114
Додаток А. Звітність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017 р.....	123
Додаток Б. Звітність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2018 р.	157

Додаток В. Звітність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2019 р.	176
Додаток Г. Ілюстративний матеріал кваліфікаційної роботи	197

ВСТУП

Поряд з економічними факторами, соціально відповідальні функції підприємства починають відігравати все більшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності, досягненні високої продуктивності та рентабельності виробництва. Це можливо лише завдяки використанню прогресивного світового досвіду ефективного діалогу між бізнесом, владою та громадянським суспільством для вирішення соціальних проблем. Корпоративна соціальна відповідальність, або більш сучасне визначення – соціальна відповідальність бізнесу – є одним із дієвих інструментів застосування такого досвіду. Дотримання основних принципів та напрямів реалізації корпоративної соціальної відповідальності передбачає імплементацію ідеї соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління. Така діяльність, відображена в системі економічних, екологічних та соціальних показників сталого розвитку, здійснюється через регулярний діалог із владою та суспільством.

Сутність поняття корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому, що будь-які виробничі та економічні рішення приймаються з урахуванням їх соціальних та екологічних наслідків та впливів як для підприємств, так і для суспільства. При такій побудові корпоративна соціальна відповідальність перетворюється на потужний фактор стратегічного розвитку, зміцнення ділової репутації та конкурентоспроможності, а також зростання ринкової капіталізації підприємств. Фактично корпоративна соціальна відповідальність – це політика підприємства по реалізації стратегії сталого розвитку.

Засновниками та провідними дослідникам корпоративної соціальної відповідальності вважаються такі вчені як Ф. Котлер, Г. Боуен, Р. Уаттс, Н.

Фіцджеральд, Дж. Райлі та інші. В останні роки, враховуючи зростаючу роль корпоративної соціальної відповідальності для підприємств України, питанням впровадження та реалізації КСВ присвячені праці багатьох вітчизняних вчених, зокрема Колот А.М., Мельник С.В., Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнєцова та інших. Це підкреслює актуальність теми дослідження бакалаврської роботи.

Метою даної бакалаврської роботи є дослідження сутності категорії «корпоративна соціальна відповідальність», визначення практичних рекомендацій щодо розроблення механізму формування корпоративної соціальної відповідальності та його впровадження в систему управління підприємством.

Для вирішення поставленої мети, в роботі необхідно вирішити наступні завдання.

По-перше, дослідити сутність категорії «корпоративна соціальна відповідальність», а саме: поняття та її складові; принципи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством, сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності.

По-друге, охарактеризувати й проаналізувати діяльність підприємства з метою визначення його загального економічного та фінансового стану, стану охорони праці та інших супутніх оцінок, які дозволять повною мірою охарактеризувати діяльність підприємства, визначити основні тенденції його розвитку.

По-третє, оцінити рівень корпоративної соціальної відповідальності в системі управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»; розробити рекомендації щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження виступає господарська діяльність підприємства, предметом дослідження є корпоративна соціальна відповідальність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Вихідною базою дослідження виступають: міжнародне та українське законодавство з питань формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності, локальні нормативні акти підприємства, бухгалтерська, статистична, оперативна звітність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 роки.

РОЗДІЛ 1.

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

1.1 Сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність»

Наслідком багатоаспектності та складності прояву корпоративної соціальної відповідальності є те, що не існує єдиного трактування категорії та визначення сутності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу ні у вітчизняній, ні в зарубіжній літературі.

Уже в 1970-х роках у міжнародній практиці поняття корпоративна соціальна відповідальність дещо розширюється і починає використовуватися для визначення добровільних зобов'язань, які компанія бере на себе для підвищення якості роботи та життя не тільки своїх співробітників, а також суспільства та навколишнього середовища.

На сучасному етапі КСВ допомагає підприємствам поліпшити свою ділову репутацію, встановити збалансовані та гармонійні відносини з державою та суспільством. Але часто в діловому середовищі тема корпоративної соціальної відповідальності викликає суперечки та розбіжності: деякі вважають, що це лише маска для компаній, які безумовно хочуть виглядати якимось добре [33].

На сьогодні у світовій науковій і діловій літературі, присвяченій проблемам відносин бізнесу і суспільства, використовується безліч концепцій, асоційованих з КСВ. Серед них найбільшу популярність одержали: власне «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість» і «корпоративна соціальна сумлінність», «етика бізнесу» і

«корпоративна філантропія», «соціальні проблеми», «корпоративна соціальна діяльність» і «процес корпоративної соціальної політики», «менеджмент зацікавлених сторін» і «корпоративне громадянство», «стійкий розвиток» і «корпоративна стійкість», «корпоративна репутація» і «соціально відповідальне інвестування», «соціальне підприємництво», «потрійна звітність» і «корпоративна соціальна звітність» [19].

Відповідно до класифікації Ф. Котлера соціально-відповідальну діяльність організації можна звести до шести основних ініціатив [45]:

1) благодійні справи – привернення уваги громадськості до певних соціальних потреби або нагальних потреб суспільства, допомога у зборі коштів, залучення учасників та волонтерів;

2) благодійний маркетинг – обов'язок робити внески або відраховувати відсотки від продажів на благочинність;

3) корпоративний соціальний маркетинг – підтримка громадських кампаній та акцій з охорони здоров'я та безпеки, сприяння захисту довкілля;

4) корпоративна філантропія – пожертвування безпосередньо на благодійній цілі, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та / або товарів і послуг;

5) волонтерська робота в інтересах суспільства – підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадам, громадським організаціям та соціальним ініціативам різного напрямку;

6) соціально-етичні підходи до ведення бізнесу – запровадження ділової практики та інвестицій, що сприяють зростанню соціального добробуту та збереженню довкілля.

7) волонтерська робота в інтересах суспільства - підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;

8) соціально-етичні підходи до ведення бізнесу - впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

Проаналізувавши розуміння багатьох вітчизняних підприємств та компаній, дослідники Центру «Розвиток КСВ» у 2010 році дійшли висновку, що більшість українських компаній на той час мала викривлене, тобто не зовсім вірне уявлення про корпоративну соціальну відповідальність і розуміли її суто як благодійну допомогу. Водночас близько 23% компаній взагалі були не знайомі з даним поняттям, а 49% українських компаній на той час були впевнені у тому, що «рішення соціальних проблем – це виключна функція державних структур, а бізнес та підприємництво повинні тільки забезпечувати власникам (акціонерам) одержання прибутку та сплачувати податки державі» [2]. На той час таке сприйняття корпоративної соціальної відповідальності, на думку дослідників, могло бути викликане тим, що саме поняття з'явилося в Україні відносно нещодавно (науковці вважають, що це почалося десь з 2005 року, хоча це поняття було імплементовано в економічну діяльність країни ще у 2003 році), а тому повністю усвідомити, а також знайти правильний напрямок реалізації КСВ дуже важко. На сьогодні вже можна констатувати, що переважна більшість підприємств України усвідомлюють розуміння соціальної відповідальності бізнесу. Цьому сприяли важливі події, які відбулися в країні та викликали переосмислення як громадської позиції громадян країни, так й бізнесових структур: революція, війна на Сході та пов'язані з нею соціальні потрясіння суспільства, світова пандемія COVID 19, світові кліматичні проблеми – все це вплинуло на розуміння сферою підприємництва соціальної відповідальності бізнеса та розширення його участі у вирішенні нагальних проблем країни, суспільства, власних працівників.

З а сучасних умов вченими, практиками, міжнародними організаціями розроблено достатньо велика кількість визначення та розуміння сутності

поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Деякі з них систематизовано та наведено у таблиці 1.1.

Наведені визначення окреслюють поняття корпоративна соціальна відповідальність досить фрагментарно і не висвітлюють всієї суті поняття. Найбільш узагальнене поняття корпоративної соціальної відповідальності таке: корпоративна соціальна відповідальність – це добровільна або передбачена законодавством соціально орієнтована діяльність підприємств, установ, організації, спрямована на довгострокову перспективу, яка у разі належного, продуманого здійснення забезпечує поліпшення іміджу компанії, її фінансових результатів та сприяє сталому розвитку суспільства.

Таблиця 1.1. – Визначення корпоративної соціальної відповідальності у різних джерелах

№	Автор	Корпоративна соціальна відповідальність це:
1	2	3
1	Форум соціально відповідального бізнесу (Україна) [82]	відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого товару або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
2	Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності [76]	концепція залучення економічних, соціальних і екологічних напрямків у підприємницьку діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма стейкхолдерами
3	Міжнародна організація праці [60]	добровільна ініціатива бізнес-спільноти, яка стосується діяльності, що виходить за рамки простої вимоги дотримання букви закону
4	Асоціація роботодавців України [19]	добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації щодо розробки та реалізації певної соціально орієнтованої, неприбуткової діяльності, спрямованої на якісне поліпшення зовнішнього середовища для компанії чи організації

5	Декларація тисячоліття ООН [29]	постійне зобов'язання бізнесу вести підприємницьку діяльність на основі етики та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя своїх працівників та їх сімей, суспільства та країни в цілому
6	Зелена книга ЄС [36]	концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та забезпечують взаємодію із всіма заінтересованими сторонами на добровільній основі
7	Акімова І. [1]	зобов'язання для бізнесу переслідувати довгострокові цілі, які корисні для суспільства
8	Колот А. [44]	концепція, за якою організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та навколишнє середовище

За визначенням ISO 26000 – Настанови з корпоративної соціальної відповідальності – яке узагальнює різні точки зору, корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність компанії за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, що сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинним законодавство та міжнародні норми поведінки, інтегровані в діяльність організації та практикуються у відносинах з іншими [37].

В західних компаніях корпоративну соціальну відповідальність розуміють, як концепцію, орієнтовану на досягнення успіху у бізнесі. Західні компанії акцентують свою увагу на можливій вигоді соціально відповідальної поведінки для підприємництва. Підхід українських компаній до розуміння сутності КСВ відрізняється від підходу західних країн, що наочно представлено на рисунку 1.1.

В Україні корпоративна соціальна відповідальність й досі в першу чергу асоціюється з благодійністю, яка спрямована здебільшого на допомогу та підтримку соціально незахищених груп населення чи конкретних осіб, що потребують допомоги, та розвитком власного персоналу. Такі відмінності у розумінні поняття КСВ між західними країнами і Україною викликані різним ступенем соціально-економічного розвитку країн та рівнем життя населення [47].

На рисунку 1.2 представлено відповіді респондентів на запитання «Які чинники спонукають Вашу компанію здійснити соціально відповідальні заходи»; рисунок 1.3. наочно демонструє позицію підприємців щодо запитання «Які основні чинники заважають здійсненню соціально відповідальних заходів». Опитування проходило на Форумі соціально відповідального бізнесу в Україні.

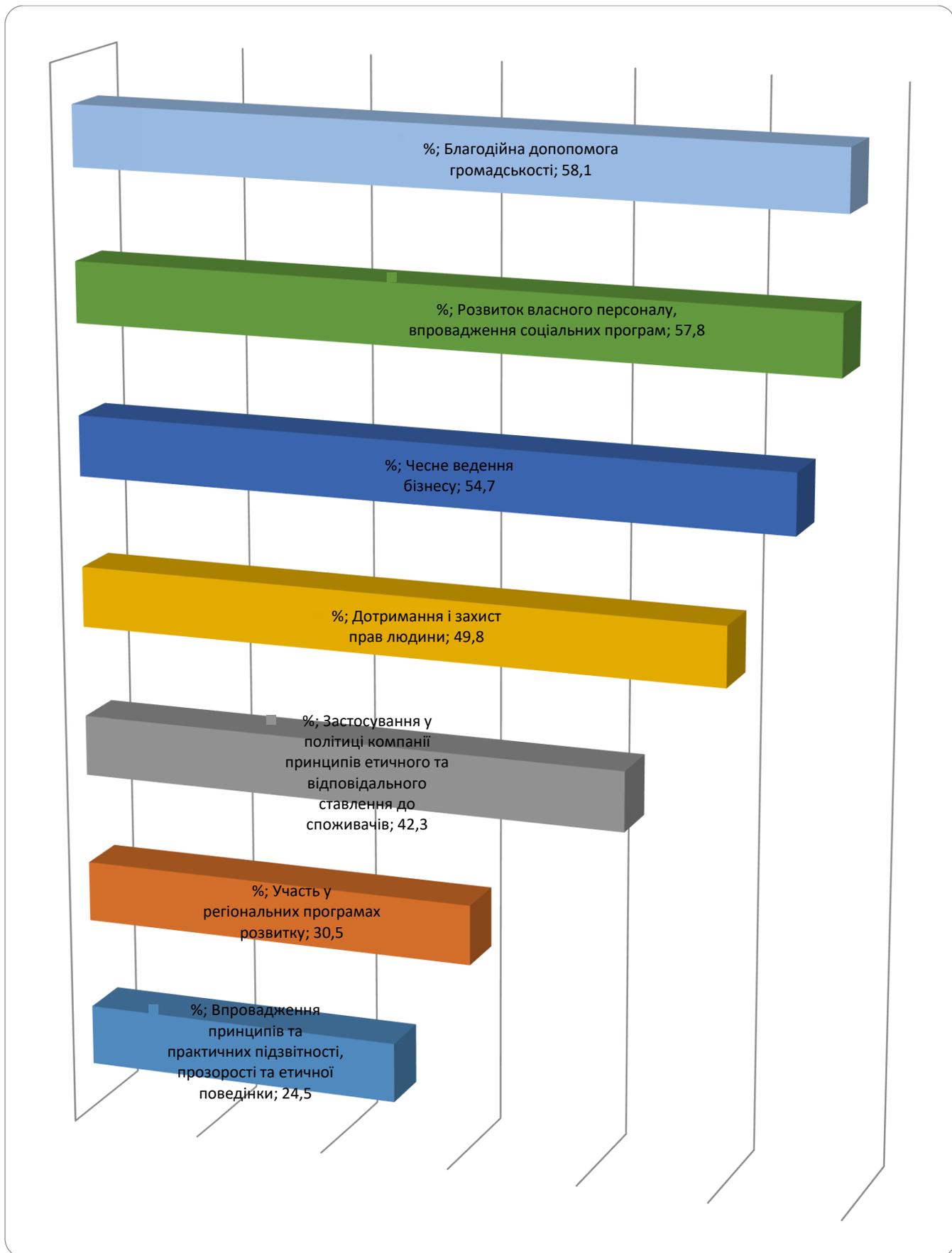


Рисунок 1.1 – Розуміння українськими компаніями корпоративної соціальної відповідальності (на основі даних з Форуму соціально відповідального бізнесу [82])

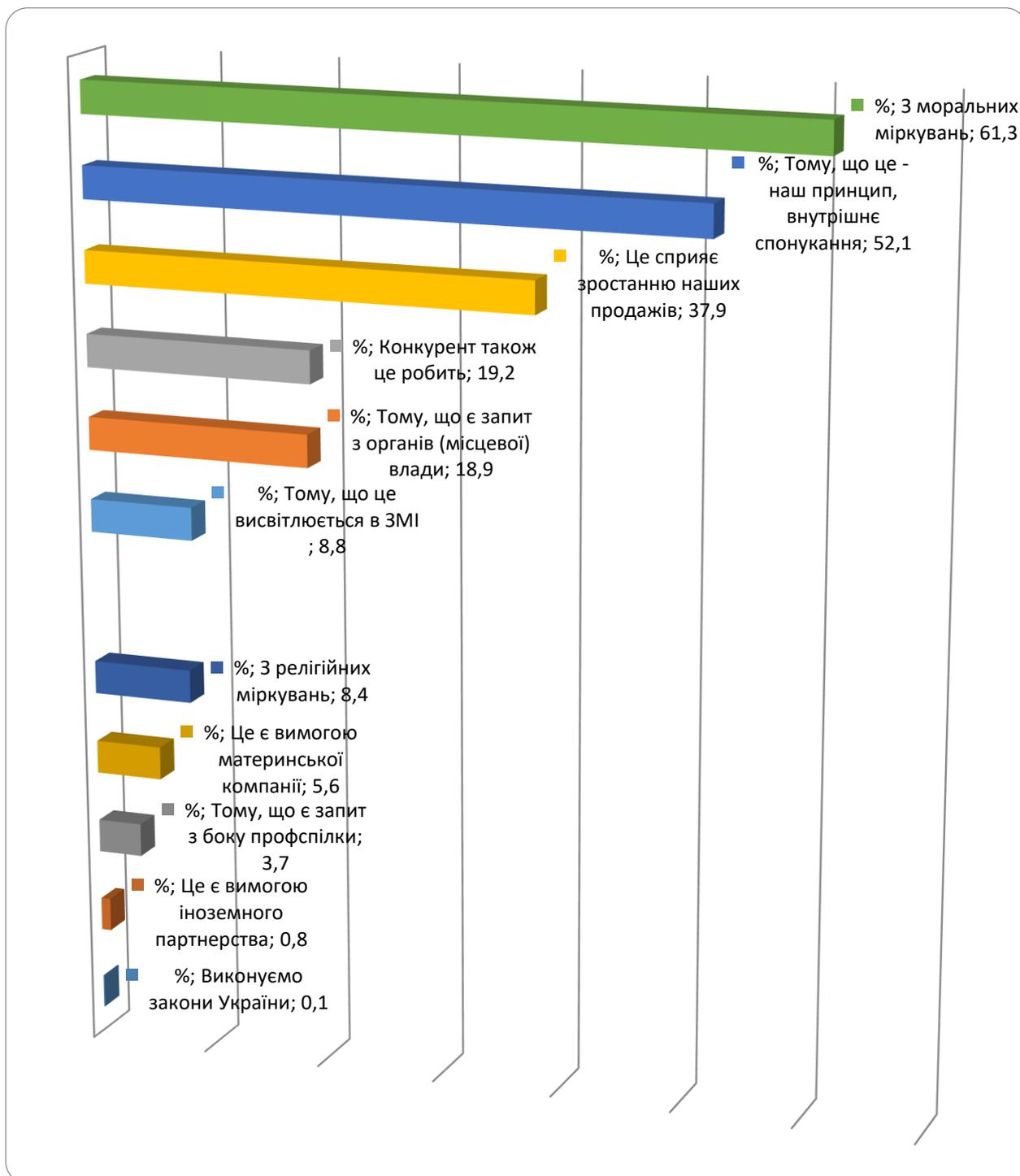


Рисунок 1.2 – Відповіді респондентів на запитання «Які чинники спонукають Вашу компанію здійснити соціально відповідальні заходи»

(на основі даних з Форуму соціально відповідального бізнесу [82])

Корпоративна соціальна відповідальність в Україні й досі не набула всеохоплюючого значення. Як й раніше, найбільш активними у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять в український діловий простір сучасні світові практики, принципи і стандарти, найбільші українські підприємства, що мають міжнародні зв'язки та виготовляють продукцію, виконують роботу або надають послуги на експорт. Серед чинників, що спонукають компанії здійснювати соціально відповідальні заходи, на першому плані стоять моральні міркування (61,3%) і внутрішнє спонукання (52,1%). Досить вагомою є частка таких чинників, як: зростання продажів компанії, копіювання дій конкурентів та запит з боку органів місцевої влади. Останнім часом більше, ніж вдвічі зросла частка компаній, для яких конкурентний чинник став досить вагомим [82].

Основною причиною, яка, за результатами опитування, стримує розвиток соціальної відповідальності малого і середнього бізнесу в Україні, є дефіцит коштів.

Отже, корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати у контексті національних особливостей країн, що дозволяє сформулювати принципи соціального партнерства.

Вітчизняними науковцями сформовано такі основні принципи корпоративної соціальної відповідальності [1]:

1) встановлення тісних і довгострокових та доброзесних відносин зі споживачами, працівниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;

- 2) здобуття репутації надійного підприємства, яке піклується про вирішення соціальних та екологічних проблем;
- 3) орієнтація на клієнта, лідерство у якості, сервісі та надійності;
- 4) прискорення розвитку високоякісних товарів та послуг та скорочення часу їх просування на світовий ринок;
- 5) впровадження інновацій, безперервне удосконалення;
- 6) сприяння у формуванні висококваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили.

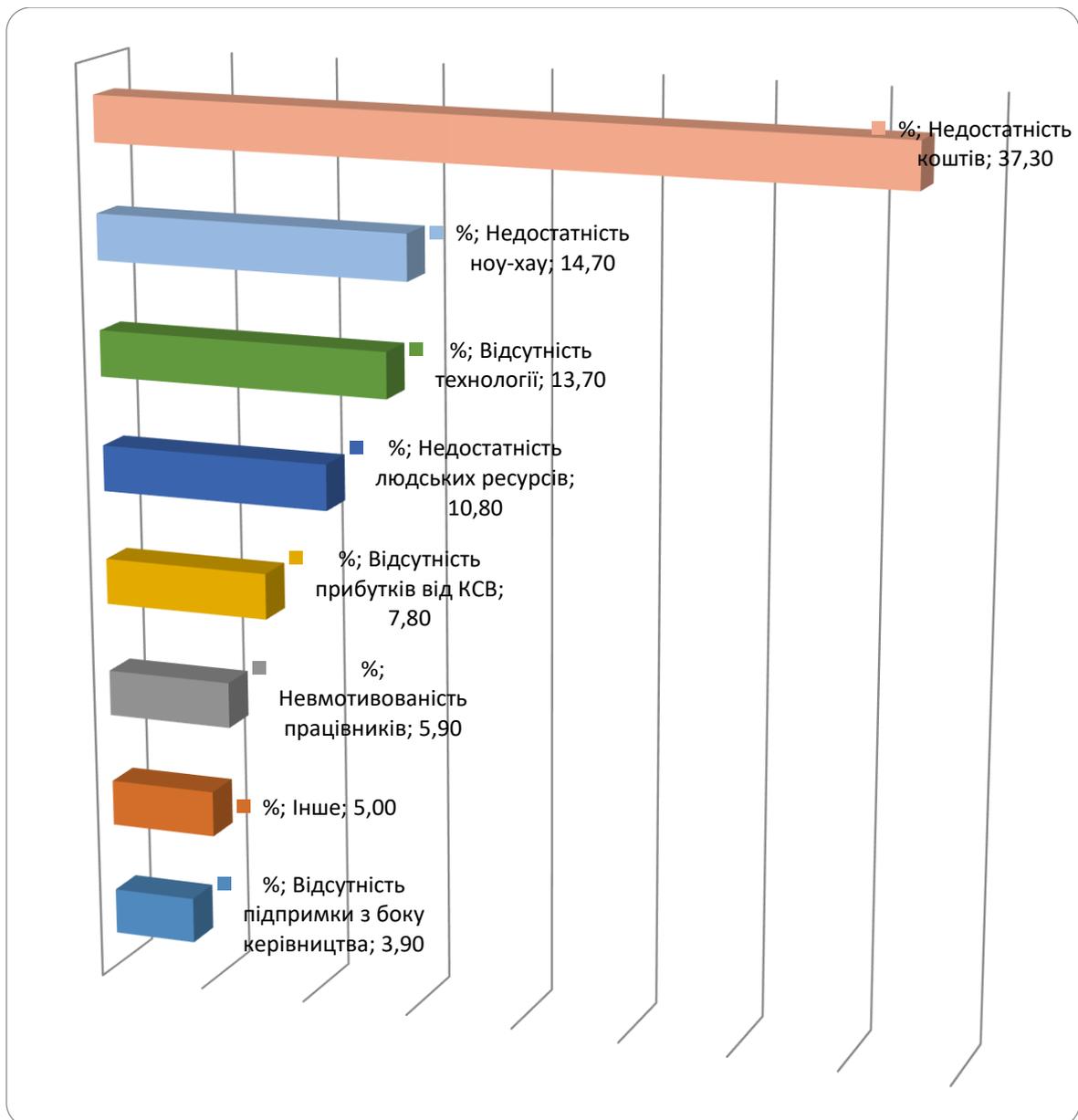


Рисунок 1.3 – Відповіді респондентів на запитання «Які основні чинники заважають здійсненню соціально відповідальних заходів»
(на основі даних з Форуму соціально відповідального бізнесу [82])

Визначення поняття корпоративна соціальна відповідальність формується залежно від галузі, в якій працює підприємство, від місцезнаходження, а особливо від цілей діяльності організації. Наприклад, у США корпоративна соціальна відповідальність досить часто асоціюється із волонтерством компаній та благодичністю. Організації ж Європи розуміють під поняттям «корпоративна соціальна відповідальність» саме ведення бізнесу в соціально-відповідальний спосіб [62].

У широкому розумінні КСВ розуміють як ведення бізнесу з урахуванням потреб власного персоналу, місцевих громад і навколишнього природного середовища.

Іншими трактуваннями корпоративної соціальної відповідальності, орієнтуючись на їх основні ознаки, є:

- «інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі» (Визначення із Зеленої книги Європейського Союзу, 2001 рік);
- «досягнення комерційного успіху в спосіб, що передбачає дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища»;
- «сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу» (Міжнародний форум лідерів бізнесу, IBLF);

– «зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя» (Всесвітня ділова рада за сталий розвиток, WBCSD);

– «добровільна стратегія, що цілеспрямовано враховує в господарській діяльності суспільні та морально-етичні аспекти у взаємовідносинах з усіма зацікавленими сторонами);

– «ведення бізнесу з дотриманням морально-етичних засад, повага до прав людини, прав працівників та суспільного оточення, а також збереження навколишнього середовища»;

– відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка: відповідає сталому розвитку, охороні здоров'я та добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки, а також поширена в усій організації (ISO 260000- Керівництво з соціальної відповідальності) [1].

Отже, узагальнене трактування цього поняття включає:

– корпоративну етику;

– корпоративну соціальну політику стосовно суспільства;

– корпоративну політику у сфері охорони навколишнього середовища;

– принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки;

– питання дотримання прав людини (включаючи рівні можливості для жінок і чоловіків, осіб, які мають особливі соціальні потреби, для різних вікових груп) у відносинах з постачальниками, споживачами, персоналом.

На сьогодні єдиної інтерпретації корпоративної соціальної відповідальності немає ні у вітчизняній, ні в зарубіжній літературі. Можливо, цього й не може бути, оскільки насправді соціальна відповідальність бізнесу

не є регульованим переліком норм і правил. Корпоративна соціальна відповідальність – це концепція або навіть філософія ведення бізнесу, яка має на меті позитивно впливати на певні соціальні групи та сфери.

У світовій практиці накопичено певного досвіду у галузі корпоративної соціальної відповідальності. В останні роки поняття «корпоративна соціальна відповідальність» набуло значного поширення в найбільш економічно розвинених країнах світу, розуміючись його як те, що компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільних засадах. В Європі становлення КСВ відбулося пізніше ніж США, та Канаді – лише у 1995 р. була сформована мережа європейського бізнесу, яка розповсюджувала та популяризувала принципи корпоративної соціальної відповідальності. Вона офіційно була рекомендованою для впровадження у 2000 р. на Лісабонському європейському саміті [62].

Основна роль КСВ в Європейському Союзі полягає в підтримці сталого розвитку компаній, що покращить ситуацію на ринку праці, а також якість продукції та послуг, що надаються компаніями.

Основні відмінності у ставленні до концепції корпоративної соціальної відповідальності в США та європейських країнах формуються під впливом особливостей різних менталітетів і визначаються на рівні розподілу сфер впливу та відповідальності між державою, суспільством та бізнесом. Хоча діяльність американських корпорацій загалом значною мірою визначається їх власниками та менеджерами, європейські компанії відчують значний вплив державних органів та професійних асоціацій, які суворо визначають мінімальні вимоги до їх діяльності. Європейський бізнес розглядає державу як інституцію, яка виконує загальноприйняті правила поведінки. Тоді як у США таке втручання держави трактується як порушення свободи бізнесу.

В даний час питання конкурентних переваг соціально відповідальних компаній активно обговорюється в Європі. Досить цікавим прикладом є

порівняння конкурентоспроможності США та Данії. Обидві країни вважаються конкурентоспроможними країнами світу. Однак це інший тип конкурентоспроможності: датські компанії вважаються набагато більш соціально відповідальними, ніж американські, вони працюють у більш жорсткому регуляторному середовищі, в країні, яка активно сприяє сталому розвитку.

Данія приділяє багато уваги підтримці корпоративної соціальної відповідальності, її досвід цікавить міжнародних партнерів, оскільки 96,8% датських компаній є малими або середніми, і, незважаючи на це, рівень соціальної відповідальності підприємств дуже високий. У країні є спеціальний урядовий орган з корпоративної соціальної відповідальності, урядова програма, саме Данія ініціювала розробку та тестування міжнародного стандарту з КСВ - ISO 26 000 [63].

Консалтингова компанія Reputation Institute склала рейтинг найбільш соціально відповідальних компаній 2018 року. Лідером рейтингу стала американська компанія Microsoft. На думку експертів Reputation Institute вона має кращу репутацію в області корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в світі згідно даним 2012 року. Саме ця компанія отримала кращий результат у категоріях Громадянство, Робоче місце і Управління [30].

Отже, підводячи підсумок розгляду питання щодо розуміння сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність», запозичення досвіду розвинутих країни у просуванні соціальної відповідальності бізнесу, можна зазначити, що питання поширення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності є надзвичайно актуальним для господарюючих суб'єктів України тому, що вітчизняна система господарювання, в силу певних особливостей свого існування, не пройшла у своєму історичному розвитку необхідних етапів, які в західному суспільстві призвели до усвідомлення важливості соціальної відповідальності та результатів її запровадження.

1.2 Інструменти, складові елементи та напрями формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Кількість компаній, які усвідомлюють важливість формування та впровадження корпоративної соціальної відповідальності, постійно зростає. Жорстка конкуренція на ринку, зростаючі потреби споживачів, збільшення інвестиційного потенціалу спонукають компанії впроваджувати практики корпоративної соціальної відповідальності, що є запорукою сталого розвитку регіону, середовища, в якому він працює, поліпшення стандартів управління та якості продукції.

Корпоративна соціальна відповідальність формується за допомогою набору цінностей, програм, заходів, важелів та противаг, спрямованих на задоволення вимог усіх груп стейкхолдерів (споживачів, робітників, навколишнього середовища, власників, місцевих громад, постачальників, партнерів, уряду, громадських організацій) з метою досягнення ефективних результати в довгостроковій перспективі (винагорода, мінімізація витрат та ризиків), збільшення ринкової вартості та гудвілів, а також корпоративної репутації. Серед елементів механізму можна виділити наступні складові: мета та завдання, принципи, забезпечення, напрями, методи, інструменти, органи управління та результати, що наочно представлено на рисунку 1.4.

Розгляд корпоративної соціальної відповідальності в контексті загальної системи управління дозволяє визначити її місце, яке визначається принципом підпорядкування від часткового до загальному. Це основні цілі та завдання підприємства (забезпечення максимальної прибутковості та мінімізація ділових ризиків; забезпечення постійної платоспроможності підприємства; формування достатнього обсягу та необхідних ресурсів для забезпечення заданих темпів соціально-економічного розвитку), які іноді є протилежні за напрямком основним цілям корпоративної соціальної відповідальності, проте

останнє має стати пріоритетом та визначальним фактором, вважають науковці [23, 64, 77].

Саме тому, основні завдання, що покладені в основу механізму формування КСВ, є наступними [7]:

- покращення відносин із всіма заінтересованими сторонами та розвиток соціального діалогу;

- забезпечення ефективності природоохоронної діяльності;

- розвиток територій присутності підприємства;

- якісний розвиток персоналу підприємства;

- організаційно-технічний та фінансово-економічний розвиток підприємства;

- співпраця з урядом та неурядовими організаціями та розвиток партнерства.



Рис.1.4 – Зв'язок елементів механізму формування корпоративної соціальної

відповідальності підприємства

Напрямами корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві є дотримання етики у бізнес відносинах, охорона навколишнього середовища, вдосконалення системи поставок, турбота про співробітників та громадська підтримка.

Для забезпечення ділової етики пропонується запровадити етичні практики у ділових відносинах, добровільну діяльність з відновлення для всіх груп зацікавлених сторін, контроль за дотриманням етичних стандартів поведінки підприємств. Забезпечення бізнесу лише за допомогою чесних та законних операцій, забезпечує контроль за «прозорими закупівлями» та «прозорими продажами», боротьбою з хабарництвом, розповсюдженням корупції, демпінгом та формуванням монополії за допомогою гармонійного бізнес середовища.

Компанія повинна формувати корпоративну соціальну відповідальність, включаючи всі її елементи. Управлінську роботу з формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві проводять спеціалізовані підрозділи корпоративної соціальної відповідальності, які відповідають за розвиток певної галузі: за державну підтримку або будь-яку іншу сферу діяльності. Формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві повинно здійснюватися комплексно, шляхом впровадження заходів, інструментів та методів, а також шляхом залучення до цього процесу різних груп заінтересованих сторін [7].

Важливою умовою формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві є розроблення ефективної системи управління, яка реалізується через процес прийняття управлінських рішень. Відповідно, термін «управлінські рішення» означає процес розробки та прийняття найкращого варіанту (альтернативи) для вирішення існуючої проблеми або завдання, що досягається дотриманням таких вимог:

- вчасність розроблення, прийняття та реалізації рішення;
- наявність механізму реалізації;

- забезпечення максимальної віддачі від потенційних можливостей у процесі реалізації рішення;
- можливість зміни, корекції рішення у разі зміни умов;
- можливість верифікації та контролю результатів;
- обґрунтованість та зрозумілість рішення [7].

Об'єктом управлінських рішень є види діяльності підприємства, що здійснюють виробничу діяльність: технічний розвиток; організація основного та допоміжного виробництва; управлінська діяльність; маркетингова діяльність; економічний та фінансовий розвиток; організація заробітної плати та премій; соціальний розвиток; бухгалтерська діяльність; кадрове забезпечення тощо.

Можна запропонувати наступне визначення корпоративної соціальної відповідальності з точки зору її впровадження у систему управління підприємством – це система рішень та заходів підприємства щодо інтеграції соціальних та екологічних проблем у свої бізнес-процеси і процеси взаємодії із заінтересованими сторонами, спрямовані на досягнення цілей розвитку безпосередньо підприємства, забезпечення сталого розвитку суспільства та збереження довкілля.

Як система управлінських рішень в рамках корпоративного управління підприємством КСВ має три етапи:

1. Підготовчий етап, де усвідомлюється важливість та доцільність інтегрування механізму корпоративної соціальної відповідальності, визначаються окремі проекти і напрями, прогнозуються та оцінюються наслідки запровадження корпоративної соціальної відповідальності.

2. Етап прийняття та реалізації рішення, де розробляється та затверджується стратегічний план корпоративної соціальної відповідальності, створюється кодекс корпоративного управління, соціально-відповідальні програми.

3. Етап оперативного керівництва реалізацією, на якому створюється система моніторингу виконання запланованих соціально-відповідальних програм, розробляється та затверджується нефінансова (соціальна) звітність на базі міжнародних стандартів та проводяться внутрішній та зовнішній аудит [8].

Приймаючи управлінське рішення про впровадження корпоративної соціальної відповідальності, керівництво, по суті, переводить підприємство на наступний рівень ведення бізнесу, на якому вирішуються такі завдання:

- збільшення обсягу продажу та частки ринку;
- формування високої репутації (підвищується ціна бренду та лояльність клієнтів, налагоджуються партнерські зв'язки);
- вдосконалення процесу управління, насамперед, завдяки запобіганню ризикам різних видів;
- налагодження дієвих відносин з державними органами та органами контролю;
- економія на залученні і утриманні висококваліфікованих спеціалістів;
- стандартизація (відповідно до міжнародних стандартів), яка дає змогу вийти на нові ринки;
- своєчасний доступ до актуальної інформації з компетентних джерел для забезпечення швидкості реакції на критичні проблеми в регіоні та більш ефективне управління ризиками, а також отримання засобі із фондів, що створюються соціально-орієнтованими підприємствами під соціально-орієнтовані програми [7].

Об'єктами корпоративної соціальної відповідальності є: екологія, демографія, безпека, здоров'я, освіта, культура, наука, інформація, відпочинок. Ці області розвитку людини і суспільства потребують підтримки з боку бізнесу, перш за все економічної та організаційної підтримки. З цього випливає, що до об'єктів корпоративної соціальної відповідальності підприємства відносять об'єкти ближнього та дальнього кола, які можуть

відрізняються для підприємств різного розміру та видів економічної діяльності. Наочно це представлено на рисунку 1.5.

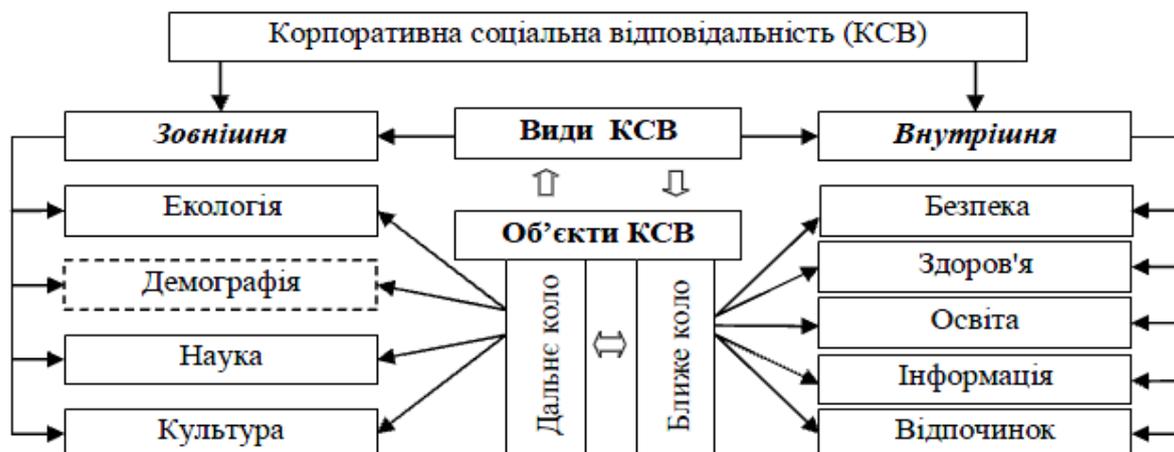


Рисунок 1.5 – Об'єкти корпоративної соціальної відповідальності

В даний час не існує єдиного підходу до рівня деталізації процесу прийняття управлінських рішень, що визначає кількість та сутність його етапів, але ми можемо виділити основні етапи, реалізація яких дозволяє досягти конкретних результатів – забезпечити формування корпоративної соціальної відповідальності через наступні стадії:

1) діагностика проблеми – оцінюється існуюча ситуація, аналізуються симптоми, визначається існуюча проблема, досліджуються причини її виникнення, ступінь актуальності та необхідність її вирішення. Успішне виявлення проблеми дозволяє визначити цілі подальшої діяльності та створює умови для досягнення позитивних кінцевих результатів;

2) визначення критеріїв прийняття рішень, що дозволяє оцінити ефективність варіантів вирішення існуючої проблеми, та обмежень (з точки зору реалізації рішень, необхідних ресурсів, часових рамок тощо), що сприяє більш чіткому визначенню можливих управлінських рішень ;

3) розроблення декількох варіантів управлінських рішень. Реалізація даної стадії спрямована на виявлення всіх можливих альтернативних

варіантів, які відповідають заданим критеріям та обмеженням, які були визначені на попередніх етапах;

4) оцінка розроблених варіантів вирішення проблеми, досліджуються переваги та недоліки рішень, результати їх виконання, оцінюється ступінь досягнення поставленої мети, аналізується вплив додаткових факторів;

5) вибір найкращої альтернативи серед розроблених управлінських рішень, що базуються на об'єктивних даних (прогнозуванні результатів рішення, можливих ризиків, витратах ресурсів тощо) та суб'єктивних оцінках (особисті переваги, досвід, інтуїція тощо). У процесі відбору отримані результати порівнюються із визначеними цілями, у разі розбіжностей між ними проводиться подальший аналіз можливості досягнення поставлених цілей або обґрунтовується необхідність їх перегляду [7].

У своєму формуванні та розвитку корпоративна соціальна відповідальність майже в кожному регіоні, як і на континенті, має свої відмінності. Різниця помітна навіть на рівні країни. Це свідчить про те, що практика впровадження корпоративної соціальної відповідальності в одній країні може бути не актуальною в будь-якій іншій: в одній – вона ще не настільки сформована, в іншій – навпаки, вже надзвичайно розвинена. Відносини між компанією та її постачальниками на етичній основі в 2010 році вважаються пріоритетом у скандинавських країнах, де здійснюється діяльність організацій з етичної торгівлі. Однак ця практика ще не стала актуальною для України, оскільки питання соціальної відповідальності самих корпорацій залишається важливим. Враховуючи існуючу різницю в розвитку, важливо розуміти різні моделі та характеристики соціальної відповідальності, властиві країні чи регіону в цілому [62].

Для того, щоб визначити модель розвитку соціальної відповідальності, важливо оцінити такі аспекти відмінностей (їх називають горизонтальними), як: історичне підґрунтя, національно-культурні особливості, економічний та соціальний розвиток країни, практики та розвиток державної політики,

пріоритети щодо КСВ. Традиційно виділяють три моделі соціальної відповідальності, які сформувалися з урахуванням чинників, про які йшлося вище:

- американська;
- європейська, до якої входять британська, скандинавська, південно європейська та континентальна моделі;
- японська або азіатська.

Особливістю американської моделі корпоративної соціальної відповідальності є те, що рішення про соціальний внесок компанії приймають повністю самостійно, самі визначають межі, в яких здійснюється діяльність, пов'язана з КСВ. Однак держава все ще не залишається осторонь і заохочує таку діяльність за допомогою податкових пільг. Американське підприємництво спочатку базувалося на максимальній свободі економічних агентів, тому їх відносини в більшості випадків досі залишаються саморегулюючими [63].

Саме в Америці з'явилися і активно розвиваються різні механізми соціальної підтримки суспільства з боку бізнесу, такі як, наприклад, корпоративні фонди, які акумулюють і використовують кошти компаній для вирішення низки соціальних проблем. Так, американська професійна освіта фінансується приватним сектором. Бізнес-середовище є не просто благодійним, а й інвестує в соціальну сферу, що також є дуже вигідним. Таким чином, у США регулярно стимулюється фінансування некомерційних проектів без серйозного втручання держави в приватний сектор [76].

Європейська модель корпоративної соціальної відповідальності характеризується більш жорстким державним регулюванням. Європейські корпорації обмежують свою відповідальність перед зацікавленими сторонами більше, ніж американські. Європейська модель досить закрита. Це впливає з того факту, що практики КСВ, що проводяться в США за ініціативою бізнесу

в Європі, зазвичай регулюються нормами, стандартами та законами штату [63].

Більшість науковців виділяють наступні відмінності європейської моделі від американської:

- економічна відповідальність включає в себе такі аспекти, як прибутковість бізнесу і відповідальність компанії перед її акціонерами (суто американський підхід). Європейці в дану групу відносять також відповідальність перед працівниками підприємства та перед місцевими громадами;

- юридична відповідальність є основою для будь-якої форми соціальної відповідальності в Європі. При цьому бізнес розглядає державу як інституцію, що приводить у виконання прийняті правила поведінки. В США подібний рівень державного регулювання сприймається як втручання в питання особистої свободи;

- більшість соціальних проблем європейські компанії відносять до сфери етичної відповідальності. Європейці часто не довіряють приватному сектору, чим й пояснюється більш високий рівень уваги до бізнесу з боку європейської спільноти;

- благодійність в Європі менш популярна, ніж у США. Основна причина в високому податковому навантаженні, що істотно перевищує американський. В результаті європейські компанії беруть участь у благодійних акціях в основному через юридично закріплені механізми [63].

Ґрунтуючись на наведених даних є можливим провести порівняльну характеристику європейської та американської моделей КСВ, що представлено у таблиці 1.2.

Проміжним ланкою між розглянутими моделями є практика корпоративної соціальної відповідальності Великобританії, яка характеризується значним рівнем втручання держави та громадських інституцій до процесу гармонізації суспільних інтересів, а також сприяння та

пропаганди найкращих практик у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Спільною рисою інших європейських країн є активна підтримка бізнесу державою. Великобританія також має якісну систему соціального забезпечення [62].

В той же час приватний сектор у Великобританії незалежний від ініціатив щодо корпоративної соціальної відповідальності, що підтверджує добровільність проектів та схожість з американською моделлю. Важливість корпоративної соціальної відповідальності у Великобританії підтверджується наявністю підрозділів корпоративної соціальної відповідальності у більшості національних компаній, а також високим рівнем свідомої соціальної відповідальності. Роль уряду полягає у забезпеченні законодавчої підтримки, зокрема, у сфері оподаткування для компаній, які ведуть свій бізнес соціально відповідально та з позицій ділової етики, особливо у питаннях використання енергії, переробки промислових відходів [63].

Таблиця 1.2 – Порівняння моделей корпоративної соціальної відповідальності в США і Європі

Чинник порівняння	США	Країни Європи
Законодавство	Прецедентне право	Кодифіковане законодавство
Спосіб проведення соціальних програм	Через благодійні фонди	Адресні соціальні програми і бізнес-проекти
Ставлення в сфері праці	Принципи індивідуалізму	Принципи колективної солідарності
Інформаційний супровід КСВ	Різноманітність методів	Менша різноманітність, проте в загалом більше інформації
Економічна відповідальність	Перед акціонерами. Спрямованість на відповідність	Перед акціонерами, працівниками, місцевими

	передовим принципам корпоративного управління, гідні винагороди та захист споживача	громадами. Законодавчо встановлені рамки поведінки
Формалізація поведінки	Невисокий рівень законодавчо закріплених правил поведінки корпорацій	Глибоко опрацьоване законодавство щодо правил ведення бізнесу
Етична відповідальність	Тенденції переважання підтримки місцевого співтовариства	Високі податки і високий рівень державного соціального захисту
Благодійність (філантропія)	Спонсорство мистецтва, культури, університетської освіти	Податкове навантаження перекладає на державу відповідальність за фінансування культури, освіти

Британська модель корпоративної соціальної відповідальності поєднує елементи моделей США та Європи, але з істотним залученням держави і громадських інституцій до процесів узгодження громадських інтересів, врахування інтересів всіх сторін), а також просування та заохочення кращих практик.

Окремо потрібно розглядати модель корпоративної соціальної відповідальності у країнах, які нещодавно увійшли до ЄС. Ці країни мають певні особливості, а саме:

- значно менший вплив урядів на формування національної політики соціальної відповідальності;
- посилена роль міжнародних інституцій у розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності;
- регуляторні механізми (закони, урядові постанови та програми) є найбільшим стимулом соціальної відповідальності, бо всі інші механізми ще недостатньо впливають;

– менша активність академічних та неурядових інституцій, засобів масової інформації у формування та розвитку культури соціальної відповідальності [62].

Американській моделі властива передусім максимальна свобода, бо й сама модель підприємництва базується на цілковитій свободі. Інші характерні риси американської моделі корпоративної соціальної відповідальності:

- мінімальний вплив держави на сферу приватного бізнесу;
- систематична участь бізнесу у фінансуванні різних некомерційних проектів через корпоративні фонди – це обумовлює переважно благодійний підхід щодо корпоративної соціальної відповідальності;
- інформування з корпоративної соціальної відповідальності, бо інвестори та громада приділяють увагу саме цьому компонентові,;
- фінансування бізнесом професійної освіти;
- законодавчо визначені податкові пільги за ведення соціально відповідального бізнесу [63].

Соціальна відповідальність корпорацій у Японії підтримується культурними традиціями країни. Саме поняття «підприємницька діяльність» у Японії передбачає складову корпоративної соціальної відповідальності. Найпоширеніший вияв цього твердження – корпоративні зобов'язання в Японії щодо добробуту співробітників. З огляду на це азіатську модель у певних аспектах можна навіть порівняти з європейською моделлю.

В Японії та Південній Кореї широко використовуються певні елементи підходу, коли «бізнес відповідає за все», тобто бізнес забезпечує житло, заохочує сімейні династії, забезпечує навчання за рахунок корпорацій, надає фінансову допомогу при народженні, а потім і в освіті, виплачує вихідну допомогу та корпоративні пенсії тощо. Азіатська модель корпоративної відповідальності характеризується значною роллю держави і передбачає соціальну згуртованість на рівні компаній та згуртованість бізнесу на рівні

промислової групи. Для цієї моделі характерним є сприйняття підприємства як «виробничої сім'ї», а працівник, це відповідно, член сім'ї.

Особливості розуміння соціальної відповідальності в рамках азіатської моделі проявляються в конкретних інститутах «довічної зайнятості», «принципу старшого» в оплаті праці та просуванні по службі. Крім того, КСВ просувається в країні через державні установи, бізнес-асоціації (наприклад, Японську асоціацію топ-менеджерів) та університети [22].

Однак, незважаючи на модель, яка використовується країною для побудови концепції корпоративної соціальної відповідальності, ця практика має свої значні переваги. Сюди входять ефект репутації, інновації, підвищення лояльності персоналу, підвищення ефективності управління та нефінансові ризики, економія коштів, інвестиції та доступ до світових ринків. Усі ці впливи, безсумнівно, підвищують конкурентоспроможність компанії з корпоративною соціальною відповідальністю. Таким чином, зростання іміджу компанії сприяє зростанню нематеріальних активів соціально відповідальних компаній, збільшує вартість їх торгової марки і формує кредит довіри, що в кінцевому випадку позитивно впливає на обсяги реалізації, зростання доходів тощо. Корпоративна соціальна відповідальність часто передбачає застосування інновацій, у тому числі шляхом підтримки досліджень, розробки соціально значущих продуктів та послуг, що зазвичай підвищує конкурентоспроможність та ефективність підприємства. Ця діяльність з корпоративною соціальною відповідальністю також сприяє зменшенню витрат завдяки впровадженню більш ефективних технологій.

Так зростання іміджу компанії сприяє зростанню нематеріальних активів соціально відповідальних компаній, підвищує цінність їх бренду і формує кредит довіри, що в кінцевому рахунку здійснює позитивний вплив на рівень продажів та ін. Часто у корпоративну соціальну відповідальність включають й застосування інновацій, у тому числі через підтримку наукових досліджень, розробку соціально значущих продуктів і послуг, що звичайно підвищує

конкурентоспроможність та ефективність підприємства. Дана активність в сфері корпоративної соціальної відповідальності також сприяє і зменшенню витрат через впровадження більш ефективних технологій. Що стосується інвестування, то тут часто беруть до уваги не лише фінансові показники, а й діяльність компанії у сфері корпоративної соціальної відповідальності [9].

Все це свідчить про те, що, незважаючи на відсутність чітко вимірюваного ефекту та швидкий вплив на фінансові показники, використання корпоративної соціальної відповідальності має значний вплив на діяльність компанії та формування її конкурентних переваг.

У сучасному світі компанії стикаються з жорсткішою конкуренцією на ринку. Щоб перемогти конкурента, отримати конкурентну перевагу, корпоративна соціальна відповідальність стає основою майбутньої стратегії конкурентоспроможності, яка пов'язана з важливими питаннями корпоративного виживання. Таким чином, форма корпоративної соціальної відповідальності за підвищення конкурентоспроможності компанії має велике значення для забезпечення сталого розвитку підприємств [12].

Висока конкурентоспроможність фірми є запорукою високого прибутку в ринкових умовах. У той же час фірма прагне досягти рівня конкурентоспроможності, який би допоміг їй вижити протягом досить тривалого періоду часу. У зв'язку з цим будь-яка організація стикається з проблемою стратегічного і тактичного управління здатністю підприємства виживати в умовах ринкових змін.

Управління конкурентоспроможністю передбачає комплекс заходів щодо систематичного вдосконалення товару, постійного пошуку нових каналів збуту, нових груп споживачів, поліпшення обслуговування, реклами.

Таким чином, можна виділити переваги корпоративної соціальної відповідальності у розвитку бізнесу. Збільшення темпів зростання та прибутку. Компанії мають відкритий доступ до інвестицій, розподілених для захисту та очищення навколишнього середовища. Репутація компанії зростає,

і це дає можливість розвивати співпрацю та розширювати сферу бізнесу. Довіра клієнтів зростає, і зараз багато людей погоджуються платити більше, але купують якісний та безпечний товар. Підвищуючи рівень виробничої безпеки для навколишнього середовища, можна наймати людей з високими моральними принципами та надійністю. Все це та багато іншого забезпечує високу конкурентоспроможність.

1.3 Принципи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством

Принципи корпоративної соціальної відповідальності визначають основні положення, що виражають характер і суть організації та діяльності щодо реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. Якщо вважати, що принцип є головним правилом, що відображає сутність корпоративної соціальної відповідальності, можна зробити висновок, що недотримання вимог одного принципу соціальної відповідальності підприємств спотворює суть цієї концепції.

Принципи соціальної відповідальності реалізуються за рахунок суспільних очікувань. Нещодавно суспільні очікування, спрямовані на бізнес, суттєво змінилися, тепер суспільству не байдуже, як працює компанія, як нею управляють та як управляють доходами. Таким чином, існує потреба у розробці принципів діяльності компаній в рамках корпоративної соціальної відповідальності [7].

Щоб компанія працювала таким чином, аби відповідати очікуванням громадськості, вона повинна розробити програму дій, пов'язану з дотриманням етичних, правових, благодійних, екологічних, комерційних та громадських принципів. Іншими словами, мова йде про те, щоб стати гідним корпоративним членом громадянського суспільства. При цьому увагу

потрібно зосередити на наступному при впровадженні принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Перша групу принципів – принципи відкритості, які допускають, що підприємство працює публічно, чітко і доступно, надаючи лише достовірну інформацію та забезпечуючи зворотний зв'язок з усіма зацікавленими сторонами. Соціальні програми повинні мати регулярний характер, згідно з другою групою принципів є систематичним, що означає спрямованість соціальних програм у необхідних сферах послідовно і регулярно.

Особливо важливо, щоб соціальні програми реалізовувались у тих сферах, де суспільство на даний момент відчуває потребу, тому існує така група принципів, як значимість, яка визначає актуальність реалізованих програм, їх ефективність та масштаб. Принципи корпоративної соціальної відповідальності повинні базуватися на підпорядкуванні компанії релігії, політиці, спорту та музиці. Виходячи з цих принципів, компанії включають у свою стратегію завдання захисту прав людини та, оцінюючи вплив діяльності своєї компанії на конфлікт, розробляють та вживають заходів для запобігання чи врегулювання конфлікту. Тож остання, четверта група принципів – запобігання конфліктам [48].

Складовими вищезазначених груп принципів корпоративної соціальної відповідальності науковці виступають:

1. Відкритість, де потрібно зазначити такі принципи як: прозорість або транспарентність, що означає, що принципи ведення соціальної політики, соціальні програми та механізми їх реалізації повинні бути чіткими і зрозумілими; публічність, яка означає, що будь-яка інформація про корпоративну соціальну відповідальність, за винятком конфіденційної, повинна бути доступна громадськості; достовірність, що означає неприпустимість приховування або фальсифікації даних про корпоративну соціальну відповідальність; діалог, якій передбачає, що соціальна політика

будується на основі ведення діалогу з усіма зацікавленими сторонами, обов'язкова наявність зворотного зв'язку з адресатами соціальних програм.

2. Системність. До цієї групи входять принципи: спрямованості, які означають наявність пріоритетних напрямків реалізації соціальних програм; єдності у часі (послідовності), в які включають відповідальність за поточну і минулу діяльність, а також за майбутній вплив діяльності підприємства на зовнішнє оточення; єдність у просторі, якій можна віднести до універсального принципу корпоративної соціальної відповідальності для всіх підприємств, установ, організацій; регулярність, якій означає відмову від одиничних і фрагментарних акцій на користь планованих програм і проектів у рамках у зафіксованих пріоритетних напрямків корпоративної соціальної відповідальності; інтегрованість або розповсюдження принципів корпоративної соціальної відповідальності у всі бізнес-процеси та процес прийняття рішень на всіх ієрархічних рівнях.

3. Значущість. До цієї групи слід віднести принципи: актуальності, якій означає, що реалізовані програми корпоративної соціальної відповідальності повинні бути своєчасними і затребувані; масштабності – програми корпоративної соціальної відповідальності повинні охоплювати значну аудиторію і бути помітні для суспільства в цілому; ефективності – витрачені на реалізацію програм кошти повинні відчутно допомагати у вирішенні проблем, при цьому результати програм підлягають регулярній оцінці та обліку.

4. Недопущення конфліктів. У цій групі слід виділити принципи: політичної неупередженості, якій означає заборону на участь у передвиборчих перегонах, підтримці політичних партій або окремих політичних діячів; відмежування від церкви, тобто відмова від підтримки духовенства, церкви, окремих конфесій чи релігійних течій; відмова від підтримки націоналістичних рухів; відмова від підтримки фан-клубів, у тому числі

спортивних, музичних чи інших молодіжних течій, що протиставляють себе іншим [48].

Підприємство має право називати себе соціально відповідальною, а це означає, що воно діє за принципами соціальної відповідальності та здійснює комплекс соціальних програм у пріоритетних для неї напрямках. Соціальна спрямованість підприємства виражається у реалізації різноманітних соціальних програм, як внутрішніх, так і зовнішніх. Відмінними рисами програм соціальної діяльності є їх добровільне впровадження, системний характер та зв'язок з місією та стратегією розвитку підприємства.

Основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності є наступні:

- власна корпоративна політика бізнес-структури;
- добросовісна сплата податків, виконання діючого законодавства;
- соціальні стандарти і нормативи;
- безпечне середовище діяльності та розвитку підприємства;
- соціальний захист вразливих категорій населення;
- інвестування суспільних сфер і галузей людського капіталу;
- партнерські відносини між бізнесом, владою і громадянськістю;
- виробництво якісної продукції;
- корпоративні програми підвищення кваліфікації персоналу підприємства;
- корпоративні програми з охорони здоров'я співробітників;
- корпоративні програми морального заохочення персоналу;
- благодійні та спонсорські проекти [86].

Всі зазначенні напрями реалізації КСВ базуються на принципах, представлених у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Принципи реалізації корпоративної соціальної відповідальності

Складові корпоративної соціальної відповідальності	Принципи
Гуманістична	<ul style="list-style-type: none"> - рівноправ'я індивідуумів; - ініціативності; - взаємної відповідальності; - взаємного впливу учасників; - взаємного контролю учасників; - реальності прийнятих зобов'язань працівників; - добровільності прийнятих зобов'язань індивідуумів.
Інформаційна	<ul style="list-style-type: none"> - транспарентності інформаційних потоків; - повного доступу до інформації; - відкритості інформаційних каналів; - забезпечення порівнянності (стандартизованості) інформації; - розповсюдження інформації про результати функціонування механізму.
Економічна	<ul style="list-style-type: none"> - мінімуму витрат на функціонування механізму; - інноваційності механізму і процедур взаємодії; - моніторингу ефективності взаємодії складників механізму і учасників відносин; - максимуму віддачі від здійснення відносин.
Правова	<ul style="list-style-type: none"> - повноти правового забезпечення; - легітимності створеного механізму забезпечення.
Організаційна	<ul style="list-style-type: none"> - структурованості механізму; - адаптивності складових механізму; - наявності спільних цілей; - системності функціонування складових; - комплексності; - індивідуального підходу при формуванні механізмів; - множинності форм побудови механізму; - розподілу функцій між складовими.

Комунікаційна	<ul style="list-style-type: none"> - застосування сучасних комунікаційних технологій; - досконалості зворотного зв'язку між складовими; - інституціоналізації механізмів забезпечення; - досягнення узгодженості інтересів суб'єктів відповідальності.
Екологічна	<ul style="list-style-type: none"> - модернізації виробництва з приведенням технологій до сучасних екологічних стандартів; - впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; - охорони праці та виробничої санітарії; - управління кризовими та надзвичайними ситуаціями.

Рівень корпоративної соціальної відповідальності підприємства у значній мірі залежить від повноти реалізації його загальних принципів, які у свою чергу співпадають з принципами корпоративного управління.

Сьогодні набуває популярності підхід до корпоративного управління, заснований на принципах (відкритість, публічність та розподіл власності), які, у свою чергу, відповідають принципам корпоративної соціальної відповідальності та складають місток між корпоративною соціальною відповідальністю та корпоративним управлінням. Отже, процес впровадження корпоративної соціальної відповідальності повинен базуватися на принципах корпоративного управління [7].

Визначенні принципи групуються відповідно до тих складових корпоративної соціальної відповідальності, які необхідно врахувати у процесі її впровадження.

Особливе значення у процесах механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності мають дії із узгодження інтересів учасників підприємства і його заінтересованих сторін, що означає вчасне урахування цього аспекту та одночасний розподіл обов'язків відповідно до тих інтересів, які переслідує стейкхолдер.

Поліпшення соціального розвитку підприємства, формування соціальної політики підприємства вважається можливим завдяки впровадженню соціальної відповідальності в діяльність підприємства, що, у свою чергу, повинно сприяти соціальному розвитку суспільства в цілому. Враховуючи це, доцільним є створення механізму сприяння розвитку соціальної відповідальності на підприємстві, що зображено на рисунку 1.6.

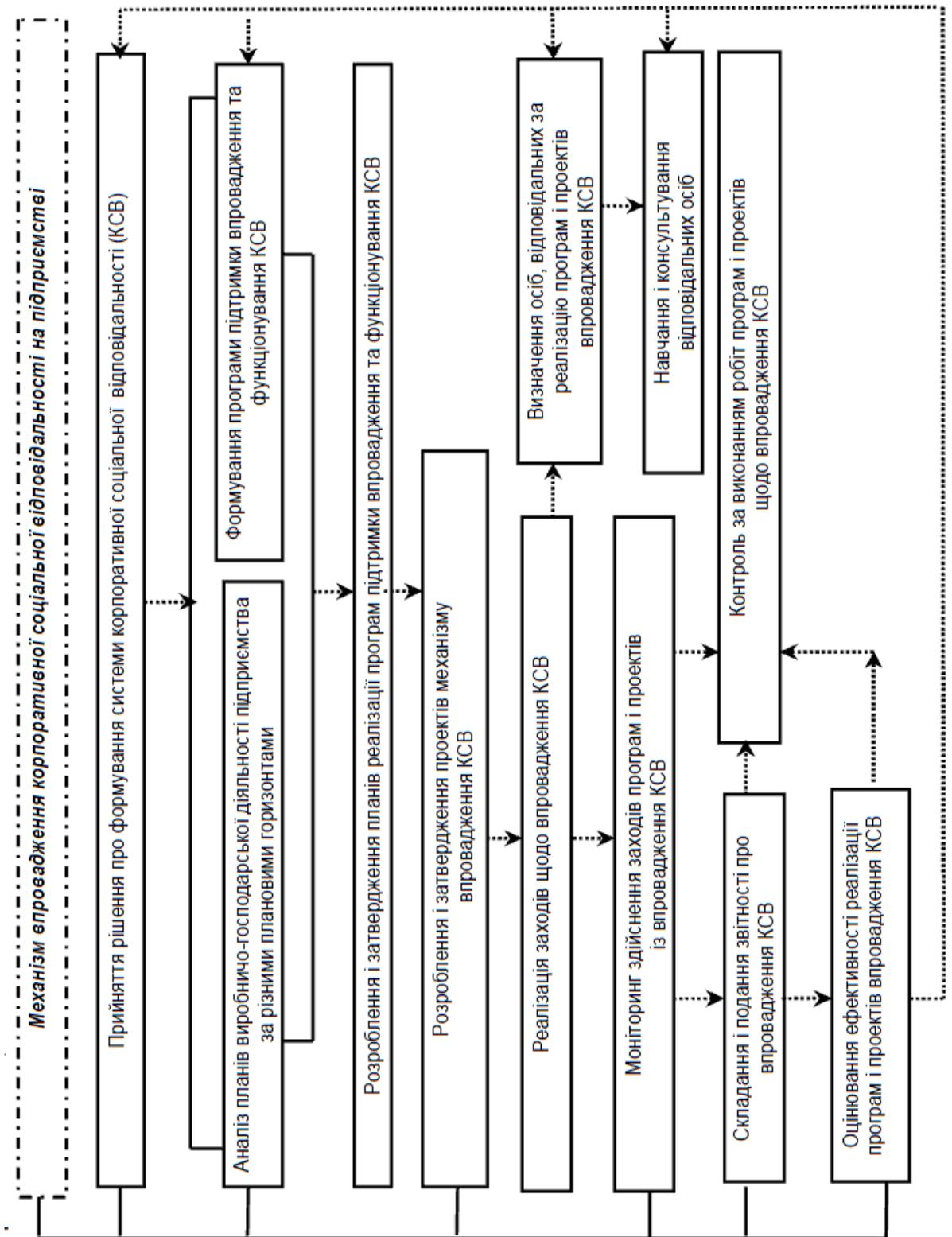


Рисунок 1.6 – Алгоритм дії механізму впровадження КСВ на підприємстві

Важливість запровадження соціальної відповідальності на підприємствах у сучасних умовах сприймається по-різному. Визначення критеріїв соціальної

відповідальності є проблематичним. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств при реалізації соціальної політики не завжди адекватно сприймається як інструмент поліпшення соціального статусу.

Таким чином, як підприємство, так й держава в цілому, для яких найвищою цінністю повинна бути людина та розвиток людського потенціалу, повинні створювати умови для забезпечення високого рівня якості трудового життя працівників. Реалізація цих умов можлива через соціальну політику, її розвиток на рівні соціальної відповідальності, створення ефективної системи партнерських відносин сторін соціального діалогу. Це означає, що механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством є необхідним інструментом в його діяльності, який закладе основи діяльності підприємства на принципах корпоративної соціальної відповідальності.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО»

2.1. Стан, проблеми та перспективи розвитку пивоварної галузі в Україні

Однією з найбільш важливих галузей промисловості є харчова, яка гарантує продовольчу безпеку всієї держави. Харчова промисловість включає у себе сукупність великої кількості галузей народного господарства: пивоварну, кондитерську, молочну, консервну, макаронну, м'ясну, цукрову та багато інших. Загалом до харчової промисловості відносять 40 галузей, які виробляють продукти харчування. Одне з центральних місць в світі та Україні займає пивоварна промисловість.

Пивоварна галузь насамперед передбачає виробництво, маркетинг та продаж декількох сортів пива. Цей процес спричиняє занурення у воду джерела крохмалю, такого як ячмінь чи рис, який потім бродить із дріжджами, і зазвичай ароматизованим та консервованим хмелем. Альтернативні джерела крохмалю включають, але не обмежуються ними – кукурудзу, цукор, картоплю, агаву та пшоно. Але пивоварна галузь також не обмежується *лише* пивом. Іноді до портфолію продуктів пивоварів належать солодові напої, такі як твердий сидр або твердий лимонад.

Слід зазначити, що найбільший ринок пива існує в США та Німеччині. В Німеччині навіть існує найбільший у світі фестиваль пива – Октоберфест, який відомий ще з 1810 р. Він проводиться щорічно в Німеччині до свята пива. У 2019 році він був відмінений через поширення пандемії коронавірусу. Україна не є лідером серед виробників пива та не може конкурувати з такими

гігантам пивної індустрії як США, Німеччина та інші країни. Незважаючи на це пивоварна промисловість України розвивається та нараховує велику кількість підприємств зайнятих у цій сфері [69].

Особливістю пивоварної галузі України є те, що ринок виробництва пива є досить концентрованим. Відповідно на 4 найбільших виробника пива припадає до 90 % всієї частки ринку. Примітно, що головні лідери пивоварної галузі є міжнародними компаніями: Carlsberg Ukraine, об'єднані САН ІнБев Україна і Efes Ukraine, Оболонь, Oasis CIS (відома в Україні як «Перша приватна броварня»). На рисунку 2.1 представлено частку ринку пивоварних гравців України.

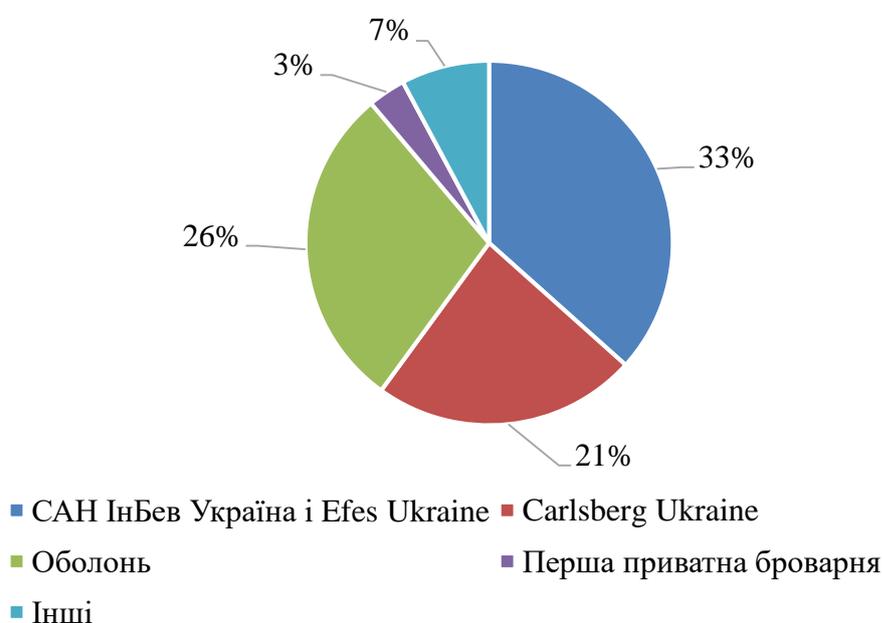


Рисунок 2.1 – Частка ринку пивоварних гравців України, % [50]

Треба зазначити, що основними лідерами вітчизняного ринку пива є міжнародні компанії. Зокрема, на Сан ІнБев і Ефес припадає 33 % ринку України ще 31 % належить компанії Карлсберг. На третьому місці розташувалася вітчизняна компанія «Оболонь». На четвертому місці з часткою 3 % розташувалася «Перша приватна броварня», яка належить міжнародному холдингу Oasis CIS. На інші компанії припадає 7 %. З цього можна зробити висновок, що більшість вітчизняних компаній пивоварної галузі є малими та

значного впливу на ринок не здійснюють. Так, за попередніми оцінками в Україні функціонують сотні малих пивоварних компаній, але відомими лише є декілька.

Щоб дослідити стан вітчизняної пивоварної промисловості на рисунку 2.2 відобразимо динаміку обсягів виробництва пива в Україні за 2015-2018 рр.

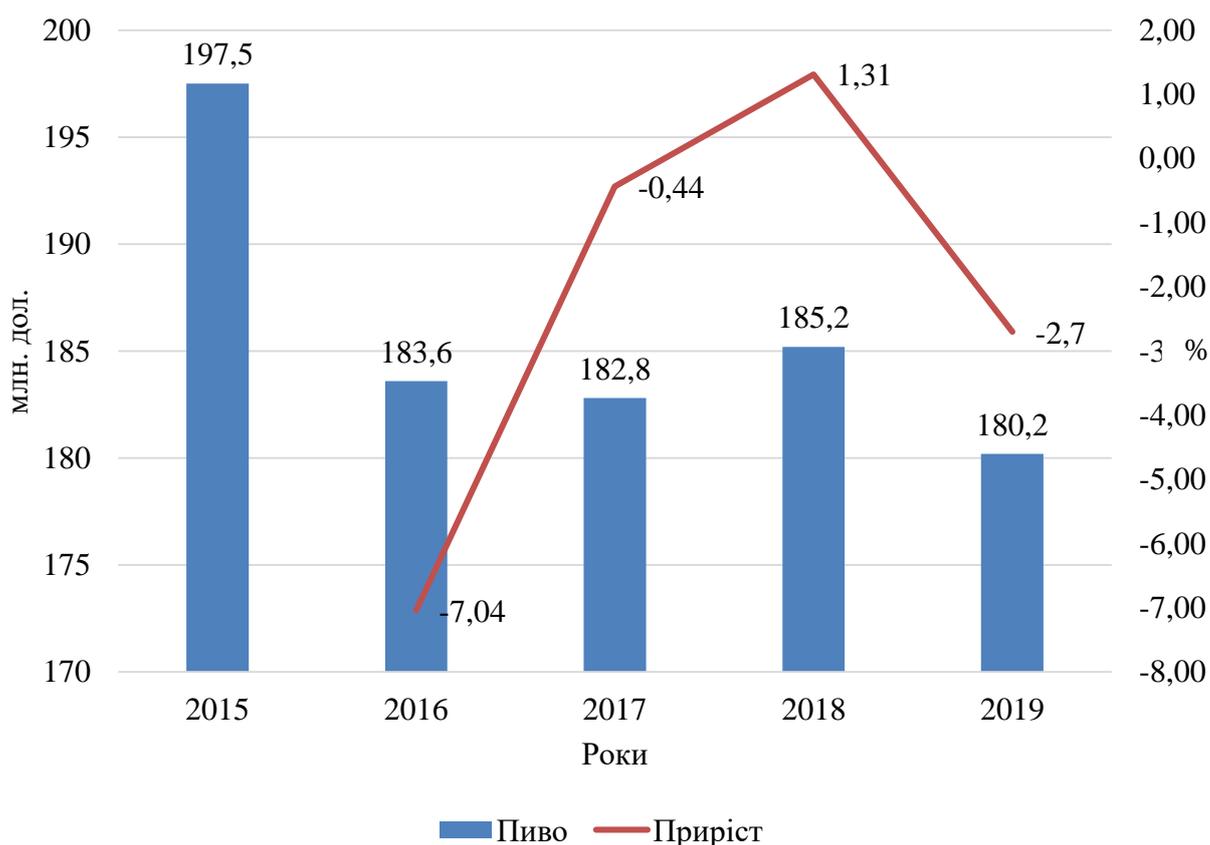


Рисунок 2.2 – Обсяги виробництва пива в Україні у 2015-2018 рр., млн. дол.

Проведений аналіз свідчить про негативні зміни в обсягах виробництва пива, що супроводжуються його загальним зменшенням. За аналізований період обсяги виробництва максимальними були в 2015 р. і склали 197,5 млн. дол., у 2016 р. відбулося його різке зменшення на цілих 7,04 %, в 2017 р. падіння продовжилося, але сповільнилося і склало 0,44 %. У 2018 р. ситуація трохи покращилася і обсяги виробництва пива зросло на 1,31 % і

склало 185,2 млн. дол. За останніми даними в 2019 р. обсяги виробництва знову зменшилися і склали 180,2 млн. дол., що на 2,7 % менше від попереднього року та є рекордно низьким значенням за останні 5 років.

Причини цієї ситуації є демографічні зміни, поява альтернативних категорій напоїв, таких як вино, сидр та напої, орієнтовані на здоров'я. Посилення регуляторних та податкових заходів, а також постійне уповільнення розвитку економіки. До того ж ведення військових дій на східній території України негативно впливають на розвиток пивоварної галузі в Україні.

Важливе значення має аналіз експорту та імпорту пива в Україні, на рисунку 2.3 представлено його динаміку за 2015-2019 рр.

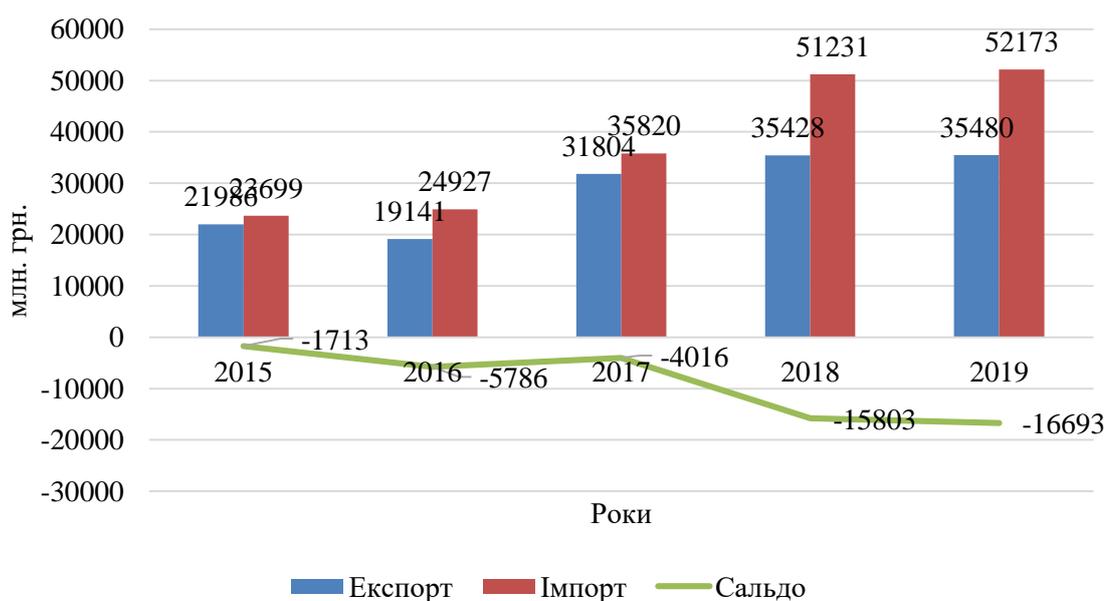


Рисунок 2.3 – Динаміка експорту та імпорту пива із солоду в Україні у 2015-2019 рр., млн. грн.

Спостерігається тенденція щодо перевищення темпів збільшення імпорту пива над його експортом. Внаслідок чого сформувалося від'ємне сальдо, яке на кінець 2019 р. склало 16693 млн. грн. Такі негативні зміни зумовлені слабким розвитком підприємств пивної галузі. Так, в Україні існує

офіційно близько 160 підприємств, які займаються виробництвом пива. Однак лише близько 10 % з них є потужними компаніями, які мають можливість експортувати продукцію. У той час як 90 % відноситься до малих пивоварень. В Україні в значній кількості імпортується пиво з інших держав. На полицях магазинів, гіпермаркетів можна легко знайти пиво іноземного виробництва.

Слід відмітити, що всього українські виробники пропонують близько 400 різних видів пива, яке експортується до 40 держав. Частка експорту українського пива за країнами наведена на рисунку 2.4

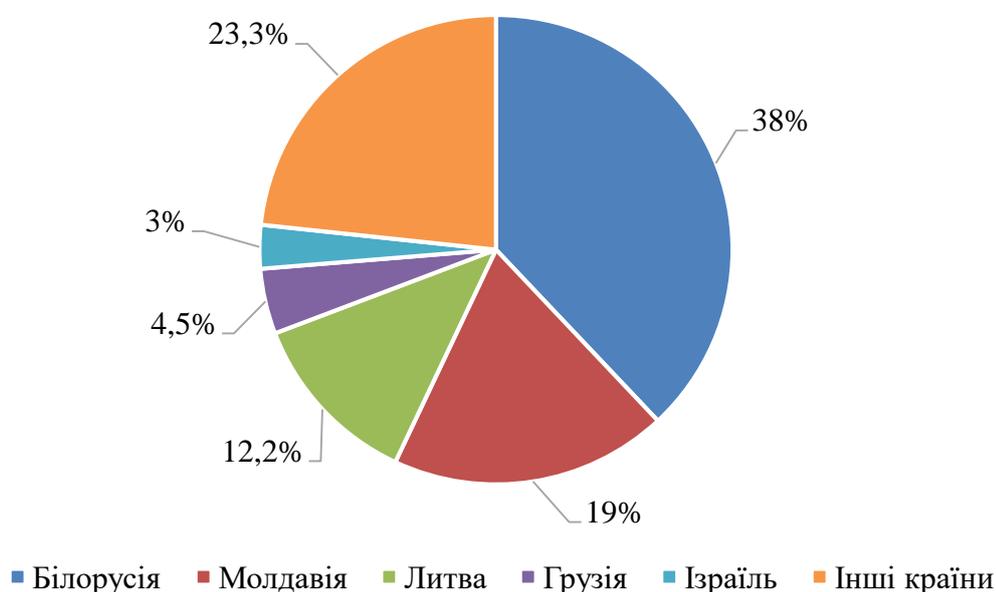


Рисунок 2.4 – Частка експорту українського пива за країнами, % [41]

Найбільші обсяги експорту українсько пива направляється до сусідньої держави – Білорусії, на неї припадає майже половина, а точніше 38 %, всього експорту пива. На другому місці з часткою 19 % знаходиться Молдавія, а на третьому Литва з 12,2 %. Експорт пива має чітку направленість до країн колишніх членів СНД. Перспективним для України є ринок ЄС у світлі поступової євроінтеграції нашої держави до європейського простору. Водночас цьому перешкоджають декілька факторів, які пов'язані насамперед

з низьким рівнем конкурентоспроможності пивних компаній порівняно з світовими лідерами, а також недостатня якість вітчизняного пива. Лише вітчизняна компанія «Оболонь» має високу конкурентоспроможність на світовому ринку пива.

Слід додати, що існує низка факторів, які гальмують повноцінний розвиток пивної галузі України, зокрема [69]:

- втрата виробничих потужностей частини пивоварень, які знаходилися на сході України та Криму;
- скорочення торгівлі з Росією внаслідок її агресії проти України, яка тривалий час була головним споживачем вітчизняного пива;
- загальне зниження платоспроможного попиту, що зумовлено реальних доходів населення України;
- високі митні збори, податки, ліцензії, акцизні миту на виробництво та торгівлю пива, яке прирівняно до міцного алкоголю відповідно до рішення керівництва країни.

Усі зазначені фактори негативно впливають на діяльність вітчизняних виробників пива та не дозволяють їм повноцінно розвиватися. Подальший розвиток пивоварної галузі прямо пов'язаний із станом економічної ситуації в країні, зростанням доходів населення тощо. З останніх негативних факторів, який вплинув особливо гостро на пивоварну галузь є карантин у зв'язку з поширенням коронавірусу. Внаслідок цього обсяги реалізації пива по прогнозам за 2020 р. уже скоротилися на 30-40 %, а ще невідомо, коли точно ситуація зміниться та громадяни зможуть повернутися до звичайного режиму життя.

Слід відмітити, що в основному пиво споживають молоді чоловіки. Кожен двадцятий споживач пива вживає його щодня. За частотою вживання пива Україна знаходиться на одному з останніх місць. Більше 40% продажів припадає на пиво низького цінового сегмента. Практично половина всього виробленого пива в Україні розливається в ПЕТ-тару. У минулому році

українці в основному віддавали перевагу пиву «Перша приватна броварня», а серед імпортного пива воліли «Leffe». Все частіше споживачі стали вживати пиво преміум-сегмента, тому в імпорті частка даного пива збільшується з кожним роком.

Враховуючи проблеми, які існують на ринку пива, виробникам необхідно компетентно вдосконалювати свою маркетингову політику, поступово насичувати вітчизняний ринок пива різноманітними сортами пива і торговими марками.

Крім того, українським виробникам пива слід вживати такі заходи для підвищення своєї ефективності [69]:

- створення позитивного образу продукції і формування інтересу до неї з боку покупців;
- досягнення економії витрат через оптимізацію виробничого процесу;
- активну рекламну політику;
- вихід на нові зарубіжні ринки;
- збільшення обсягів виробництва сидру;
- нові місця продажу;
- розвиток міні-пивоварень;
- розширення портфелю пивних брендів.

Отже, на даному етапі пивна індустрія знаходиться в тяжкому стані через значне скорочення обсягів споживання продукції на вітчизняному ринку. Насамперед, це пов'язано із погіршенням соціально-економічної ситуації в країні, зниженням купівельної спроможності населення, нестабільною політичною ситуацією, яка впливає на розвиток пивоварного бізнесу. Негативний вплив робить і постійне підвищення акцизу на пиво. Перспективи українського ринку пива залежать від рівня платоспроможності населення, впровадження новітніх енергозберігаючих технологій на виробництві, які забезпечать зниження собівартості готового продукту, а

також розширення асортименту за рахунок створення та виробництво оригінальних сортів пива.

Підсумовуючи зазначене можемо констатувати, що пивоварна промисловість України має сьогодні значні перешкоди щодо розвитку. У першу чергу це зумовлено макроекономічними факторами, які пов'язані із загальним зниженням доходів у населення, веденням військових дій на території України, анексією Криму, а також постійним тиском на виробників пива. Незважаючи на це існують й перспективи щодо подальшого розвитку пивоварної промисловості в Україні. Вітчизняним компаніям необхідно аналізувати та прогнозувати можливі зміни в середовищі функціонування й на основі цього вибудовувати стратегію подальшого розвитку. У наступному підрозділі даної роботи проведемо аналіз одного з виробників пива в Україні.

2.2. Характеристика та організаційно-правові основи діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»

Об'єктом для дослідження виступає приватне акціонерне товариство «Фірма Полтавпиво» (ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»), яке знаходить за адресою: 36008, м. Полтава, вул. Європейська, 160. Здійснює свою діяльність об'єкт дослідження на території України дотримуючись чинного вітчизняного законодавства та своєчасно сплачуючи податкові збори до бюджету країни. Засноване ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» ще у далекому 1965 р. і за 55 років існування перетворилося з малого підприємства, де починали працювати декілька працівників у одного з найбільш потужних гравців на ринку пива [43].

За формою власності товариство відноситься до приватних підприємств. Керівником ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є Лавріченко Василь Микитович, а головним бухгалтером Заславець Алла Захарівна. Для забезпечення поточної діяльності створений статутний капітал, який становить 67 416 310,5 грн.

Згідно КВЕД основним видом діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є 11.05 Виробництво пива, а також інші, допоміжні види діяльності:

- 11.03 Виробництво сидру та інших фруктових вин;
- 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод в пляшках;
- 43.99 Інші спеціалізовані будівельні роботи, не включені в інші категорії.

Відповідно до своєї діяльності основним видом продукції, яку ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» виробляє та реалізує є пиво, квас та напої. Пивна продукція товариства представлена таким асортиментом: Диканські вечори, Жигулівське, Ай-Нікола, Полтавське класік, Діжка розливного, Бочкове, Ячмінний колос, Rigas, Нефільтроване світле та Діжка свіжого. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» пропонує квас хлібний «Полтавський хлібний».

Також ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» має досить розвинений асортиментний склад газованих (безалкогольних) напоїв, а саме продукцію під такими назвами: Тьотья Груша, Мохіто, Полтава Буратіно, Полтава Байкал, Лимонадово «Лимонад», Лимонадово «Тархун», Лимонадово «Апельсин», Лимонадово «Вишня», Лимонадово «Груша», Екстра-Сітро, Тархун, Лимонадний Джо. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» постійно працює над покращенням товарного складу та виробництво нової продукції з метою завоювання прихильності нових споживачів. Саме з метою завоювання нових груп споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» активно почало виробляти та просувати на ринок безалкогольні напої.

Проведемо аналіз обсягу реалізованої продукції досліджуваного товариства за 2017-2019 рр., користуючись офіційною фінансовою звітністю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Результати представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Аналіз обсягу реалізованої продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» за 2017-2019 рр.

Види економічної діяльності	Обсяг реалізованої продукції						Відхилення			
	2017 рік		2018 рік		2019 рік		2019 до 2017		2019 до 2018	
	Тис.грн.	Питома вага, %	Тис.грн.	Питома вага, %	Тис.грн.	Питома вага, %	У сумі	У стр-рі	У сумі	У стр-рі
Пиво	233457	91,03	247654	88,59	260302	87,12	26845	-3,91	12648	-1,47
Безалкогольні напої	18575	7,24	25464	9,11	30416	10,18	11841	2,94	4952	1,07
Квас	4435	1,73	6434	2,3	8067	2,7	3632	0,97	1633	0,4
Разом	256467	100	279552	100	298786	100	42319	х	19234	х

З наведених даних видно, що основна частка реалізованої продукції припадає на пиво. У 2019 р. товариством було реалізовано пива на суму в 298786 тис. грн., що складає 87,12 % від усього обсягу реалізованої продукції. В абсолютному значенні показник 2019 р. вище за попередні роки на 26845 тис. грн. та на 12648 тис. грн. від 2017-2018 рр. відповідно. Що стосується питомої ваги, то частка реалізованої продукції пива у 2019 р. є на 3,91 % меншою від 2017 р. та на 1,47 % менше за 2018 р.

Як видно з вищенаведених даних обсяги реалізації квасу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» постійно зростають. В звітному році його обсяги реалізації склали 8067 тис. грн., що на 3632 тис. грн. більше від 2017 р. У питомій вазі в 2018 р. на квас припадало 2,7 %, що на 0,97 % більше від 2017 р. У зв'язку із спекотним літом, яке щороку спостерігається в Україні попит на квас товариства зростає.

Що стосується безалкогольних напоїв, то їх питома вага коливається у межах 7-10 % У 2019 р. вони були реалізовані на суму в 30416 тис. грн., що на 11841 тис. грн. більше за 2017 р. та на 4952 тис. грн. більше від 2018 р. У структурі частка безалкогольних напоїв складає 10,18 %, що на 2,94 % більше за 2017 р. та на 1,07 % більше від 2018 р.

У абсолютних значеннях спостерігається зростання по усім асортиментним групам товарів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»». В питомій вазі відбувається коливання показників. На рисунку 2.5 наведемо структуру реалізованої продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»».

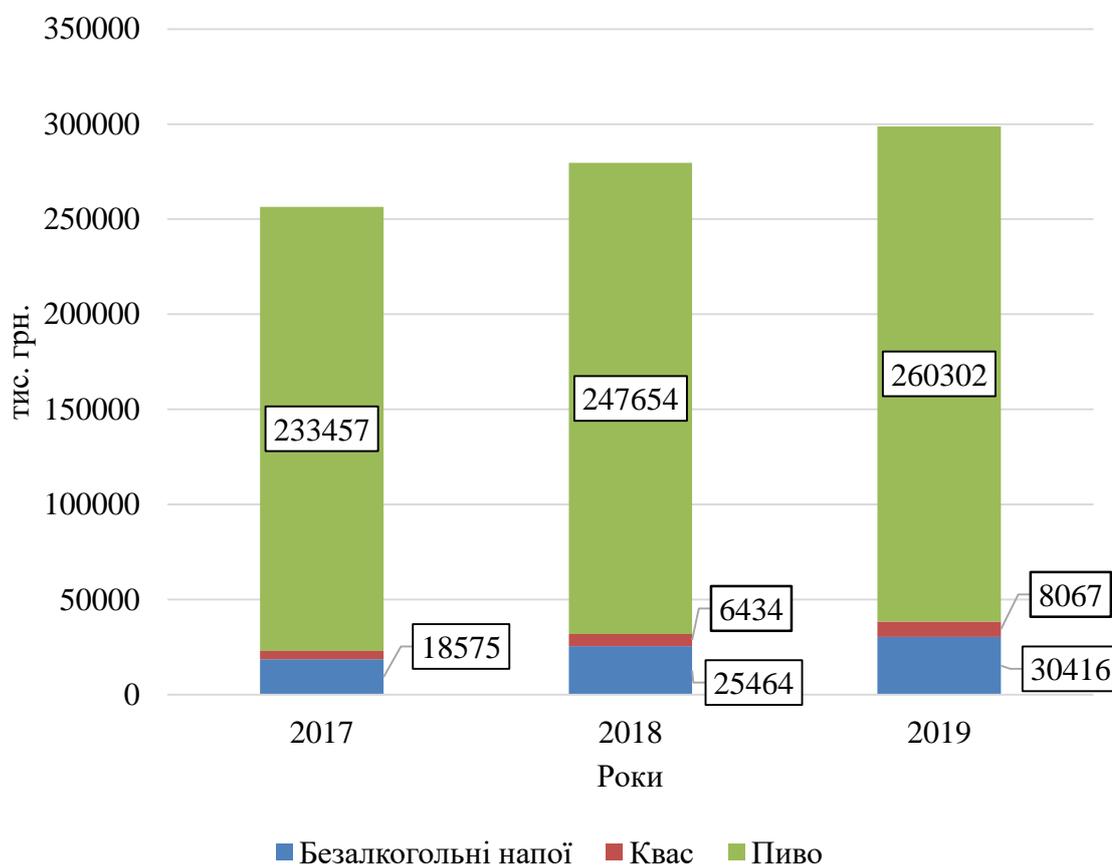


Рисунок 2.5 – Структура реалізованої продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2017-2019 рр.

У подальшому керівництво ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» планує нарощувати обсяги виробництва та реалізації продукції. У першу чергу подальша стратегія розвитку товариства передбачає розширення асортименту, зокрема безалкогольних напоїв. Це пов'язано з тим, що сучасним трендом є ведення активного образу здоров'я, тому цим товариство зможе сформувати позитивний імідж, а також завоювати нових споживачів.

У таблиці 2.2 проведемо аналіз обсягів виробництва продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у вартісних показниках.

Таблиця 2.2 – Обсяги виробництва продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2017-2019 рр., тис. грн.

Види економічної діяльності	Обсяг виробленої продукції						Відхилення			
	2017 рік		2018 рік		2019 рік		2019 до 2017		2019 до 2018	
	Тис.грн.	Питома вага, %	Тис.грн.	Питома вага, %	Тис.грн.	Питома вага, %	У сумі	У стр-рі	У сумі	У стр-рі
Пиво	241071,4	89,7	256378,2	86,1	269479	83,6	28407,6	-6,1	13100,8	-2,5
Безалкогольні напої	22037,75	8,2	33350,02	11,2	43516	13,5	21478,25	5,3	10165,98	2,3
Квас	5643,813	2,1	8039,736	2,7	9348	2,9	3704,187	0,8	1308,264	0,2
Разом	268753	100	297768	100	322343	100	53590	х	24575	х

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» виробляє досить вузький асортимент продукції. У його асортименті представлено лише три види продукції: пиво, безалкогольні напої та квас. У майбутньому розширення виробництва нових видів продуктів керівництвом товариства не розглядається. Планується розвиток продуктової політики у межах наявних асортиментних груп.

Спостерігається значне переважання у питомій вазі виробництва пива. Зокрема, у 2019 р. його частка склала 83,6 %, що на 6,1 % менше за 2017 р. та на 2,5 % менше від 2018 р. Зменшення у питомій вазі виробництва пива зумовлено початком виробництва у 2017-2019 рр. квасу, частка якого у звітному році склала 2,9 %, що на 0,2 % більше від попереднього року.

Також помітно зростає питома вага безалкогольних напоїв, яка складає у 2019 р. 13,5 %, що на 5,3 % більше від 2017 р. та на 2,3 % більше за 2018 р. Що стосується абсолютних значень, то відбувається зростання по усім видам продукції.

Структура виробництва продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» за 2017-2019 рр. наведено на рисунку 2.6-2.8.

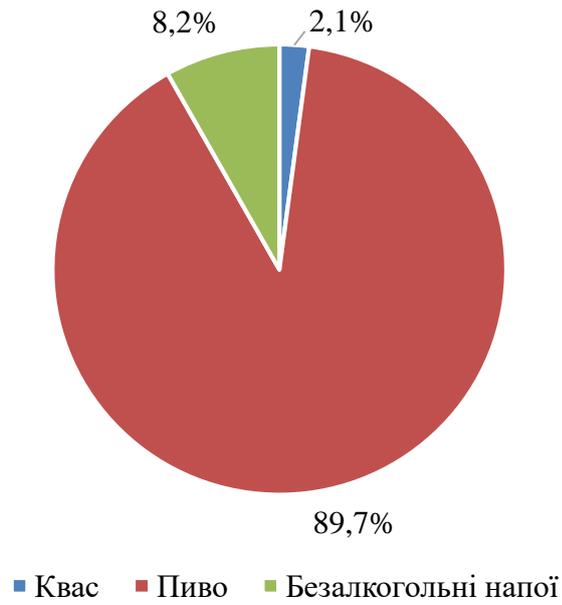


Рисунок 2.6 – Структура виробництва ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2017 р.

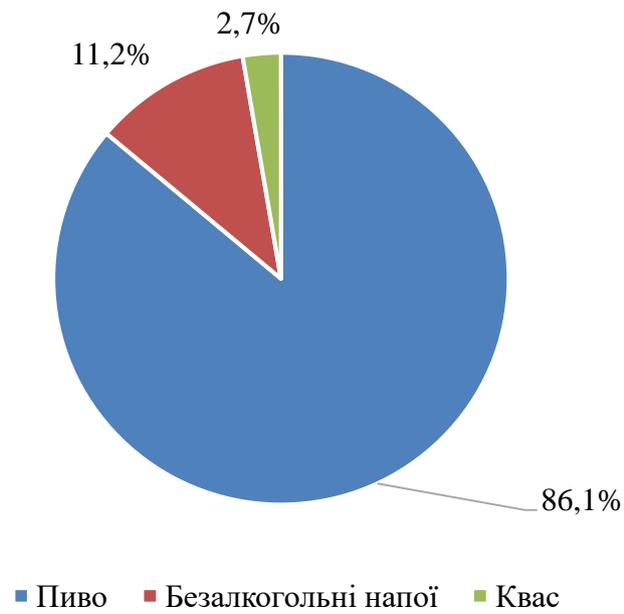


Рисунок 2.7 – Структура виробництва ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2018 р.

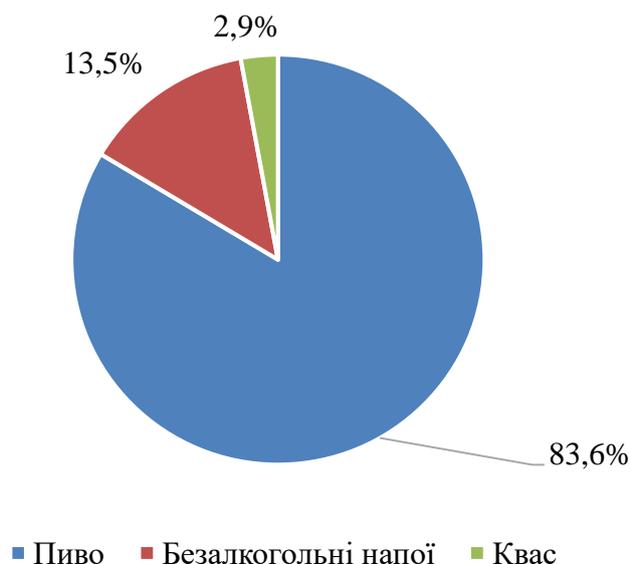


Рисунок 2.9 – Структура виробництва ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2018 р.

Як і при аналізі структури реалізації продукції виявлено значне переважання пива як основного ядра товарної політики товариства. При цьому помітна тенденція щодо зростання у питомій вазі виробленої продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» квасу та безалкогольних напоїв.

Продукція ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є досить популярною та поширеною по території всієї країни. Зокрема, продукція товариства представлена у таких супермаркетах як: Сільпо, АТБ, Маркетопт, Фуршет, Еко-маркет та інших продуктових магазинах. Постачає та просуває власну продукцію ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» на ринок в основному через дистриб'юторську мережу. Треба зазначити, що усі області України поділені на 8 регіонів, за кожним з них закріплений менеджер з питань регіонального розвитку, який відповідає за просування на ньому продукції товариства.

Зазначимо, що для стабільної роботи ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» велике значення має персонал та керівництво ним. Для цього на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» створена лінійно-функціональна організаційна структура управління, яка представлена на рисунку 2.9.

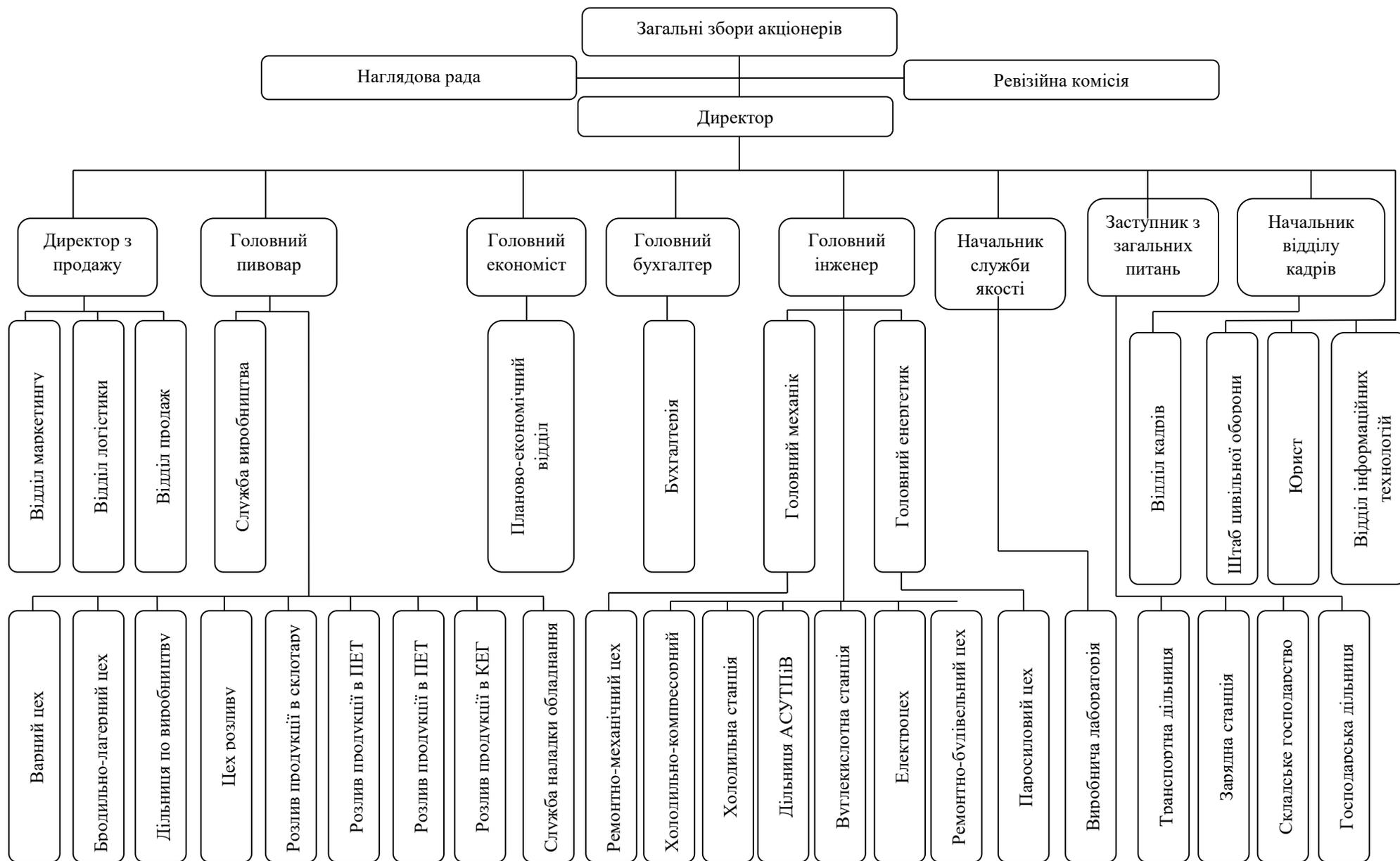


Рисунок 2.9 – Організаційна структура управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Згідно даної організаційної структури управління вищим органом управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є загальні збори акціонерів. Вони приймають усі основні стратегічні рішення, що стосується діяльності товариства. Для ведення поточної діяльності товариства ними призначається виконавчий орган управління в особі директора. Він має право здійснювати представляти товариство, діяти від його імені, а також приймати усі рішення пов'язано з його фінансово-господарською діяльністю.

Контроль за діяльністю виконавчого органу управління здійснює наглядова рада та ревізійна комісія. Ці органи контролюють діяльність виконавчого органу управління, перевіряють використання ресурсів товариства тощо. про результати перевірок звітують загальним зборам акціонерів та надають рекомендації про усунення виявлених недоліків.

Штат ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» повністю укомплектований кваліфікованими кадрами. Для кожної посадової одиниці розроблено та впроваджено у дію посадові інструкції. Відповідно до яких вони виконують свої обов'язки.

Виробнича структура на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» представлена основними цехами, допоміжними цехами, а також обслуговуючим господарством.

Найбільш важлива роль відводиться основним цехам, саме в них відбувається безпосередньо виробництво продукції. Допоміжні цехи також відіграють важливу роль для забезпечення безперебійної роботи основних цехів. Допоміжні цехи забезпечують справність обладнання та своєчасне постачання сировини та ресурсів для подальшої її обробки та виробництва з неї продукції. Обслуговуючі цехи забезпечують нормальну роботу основних та допоміжних цехів.

Схематично зображення виробничої структури ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» наведено на рисунку 2.10.

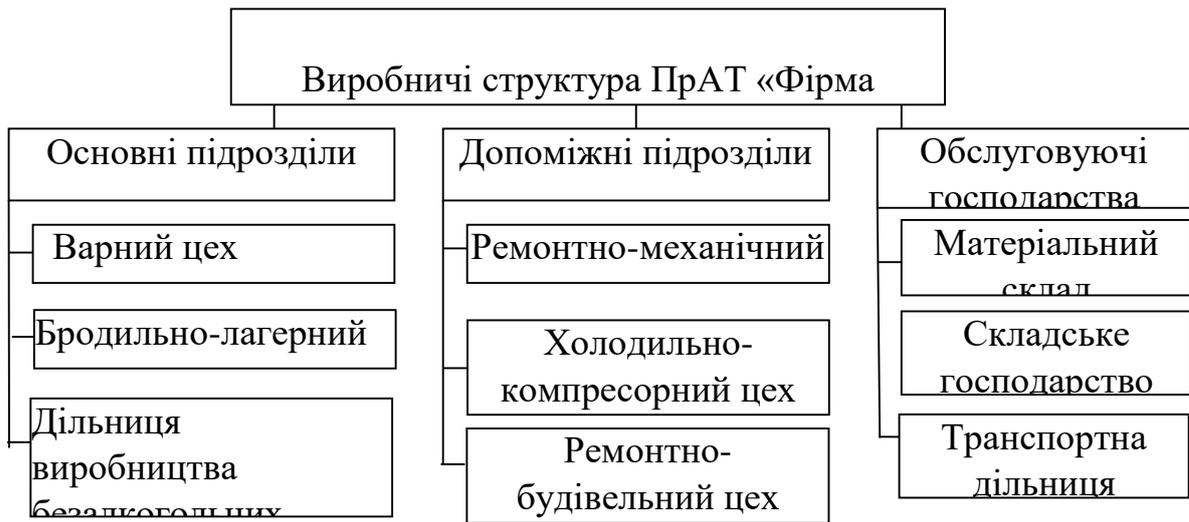


Рисунок 2.10 – Виробнича структура ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»

Ефективність своєї діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» може підвищити за рахунок оптимізації виробничої структури. Правильно розподілені задачі між складовими моделі дозволить раціонально використовувати наявний ресурсний потенціал. Застосування перспективного планування на рівні сільськогосподарського підприємства визначає цілі розвитку виробництва, якими повинен керуватися виробничий підрозділ. Дотримання такого напрямку діяльності дозволить підвищити економічну ефективність виробництва, при якій підприємство за рахунок грошової виручки від реалізації продукції повністю відшкодує витрати на виробництво.

Таким чином, основним видом господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є виробництво пива. За результатами 2016-2018 рр. обсяги реалізації продукції товариства щорічно зростали з 241902 тис. грн. до 279552 тис. грн., що свідчить про зростаючий попит на продукцію ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»». Продукція товариства представлена в усіх регіонах України: великих супермаркетах та малих приватних магазинах. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» має велику дистриб'юторську мережу, через яку реалізовується продукція. Продукція ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» представлена в усіх великих супермаркетах та продуктових магазинах. Про ефективність функціонування

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» та успішність його розвитку найкраще свідчать основні економічні та фінансові показники. Тому далі проведемо їх аналіз.

2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності Товариства

Основні економічні та фінансові показники діяльності підприємства формуються за рахунок здійснення основної (операційної) діяльності підприємства. Основними видами такої діяльності на досліджуваному підприємстві ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» виступають:

- виробництво пива;
- виробництво безалкогольних напоїв, мінеральних та інших вод, розлитих у пляшки;
- надання в оренду та експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- оптова торгівля відходами та брухтом;
- виробництво сидру та інших плодово-ягідних вин.

Більш детально характеризує тенденції у зміні показників діяльності представлений у таблиці 2.11 зведений аналіз економічних та фінансових показників, розроблений на основі звітності досліджуваного підприємства за період 2017-2019 років, а саме:

- форма №1 – «Баланс» (Звіт про фінансовий стан);
- форма №2 – «Звіт про фінансові результати» (звіт про сукупний дохід);
- форма №3 – «Звіт про рух грошових коштів» (за прямим методом);
- форма №4 – «Звіт про власний капітал»;
- форма №5 – «Примітки до річної фінансової звітності»;
- форма №1-підприємство «Структурне обстеження підприємства»;
- форма 1-ПВ «Звіт із праці».

Проаналізуємо тенденції зміни деяких показників діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Середня вартість капіталу у 2019 році зазнала позитивних змін. А саме середня вартість сукупного капіталу у 2019 році становить 182210,00 тис. грн., що на 19483,50 тис. грн., або на 11,97 % більше, ніж у 2017 році. Середня вартість власного капіталу у 2019 році дорівнює 91647,00 тис. грн., що на 30608,00 тис. грн., або на 13,40 % більше, ніж у 2017 році та на 23,43 % більше, ніж в 2018 році. Динаміка капіталу підприємства представлена на рисунку 2.11.

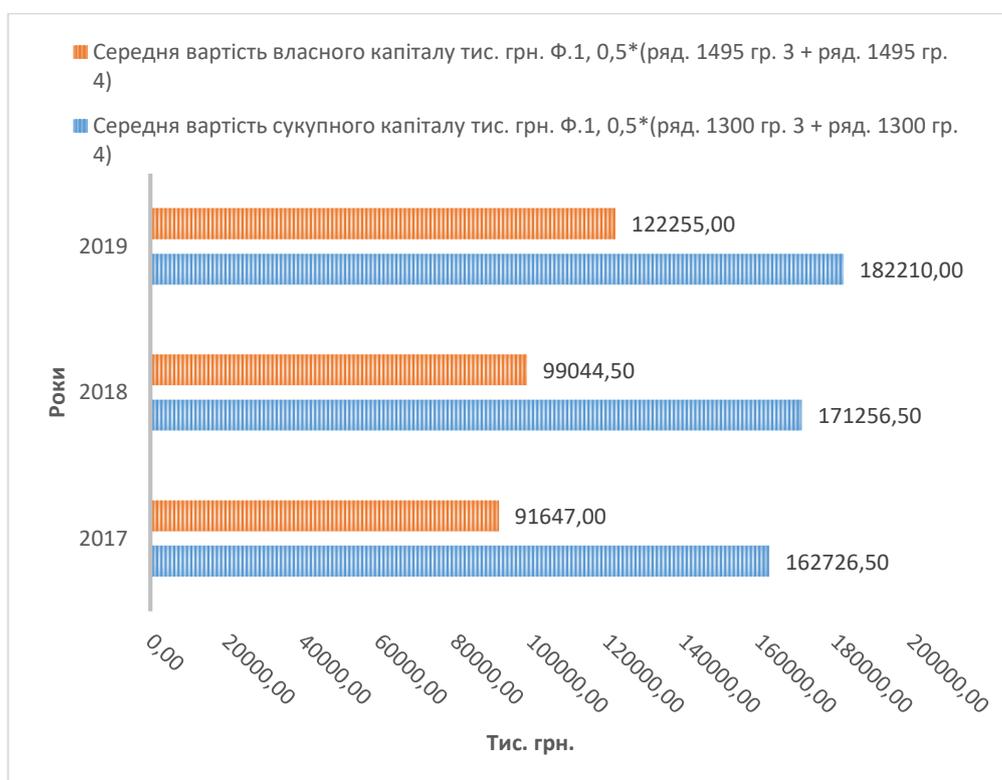


Рисунок 2.11 – Динаміка вартості сукупного та власного капіталу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Середньорічна вартість основних засобів, представлена на рисунку 2.8 у 2017 році складала 204163,00 тис. грн., у 2018 році їх вартість зросла на 10413,50 тис. грн., після чого вона стала дорівнювати сумі у розмірі 214576,50 тис. грн. У 2019 році середньорічна вартість основних засобів зберегла тенденцію збільшення, а саме їх вартість підвищилася на 9,45% у порівнянні з 2017 роком, і становила 223456,50 тис. грн.

Середньорічна вартість нематеріальних активів у 2019 році складає 2863,50 тис. грн., що на 99,00 тис. грн. більше, ніж у 2017 році, та на 51,50 тис. грн., більше за 2018 рік. Темп приросту у 2019 році відносно 2017 року становить 103,58 %, тобто вартість на 3,58% у 2019 році. Наочно це представлено на рисунку 2.12.

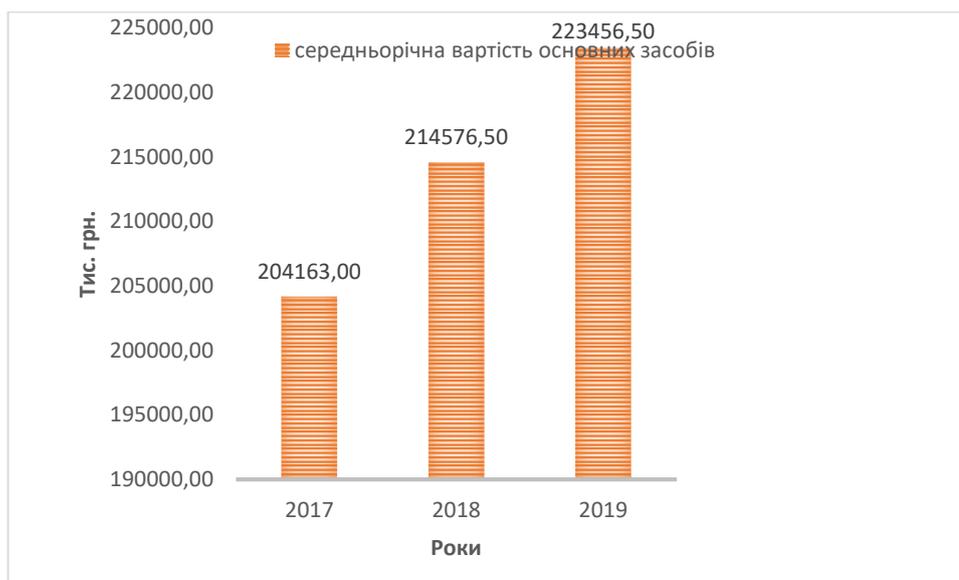


Рисунок 2.12. – Динаміка середньорічної вартості основних засобів
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.



Рисунок 2.13 – Динаміка середньорічної вартості нематеріальних активів
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 роки

Вартість оборотних активів на кінець 2017 року складала 93706,00 тис. грн., у 2018 році вона зросла на 6824,00 тис. грн., а у 2019 році на 18753,00 тис. грн. або на 27,29% порівняно з 2017 роком. На це явище вплинуло зростання у 2019 році дебіторської заборгованості та зменшення запасів на кінець року (рисунок 2.14).

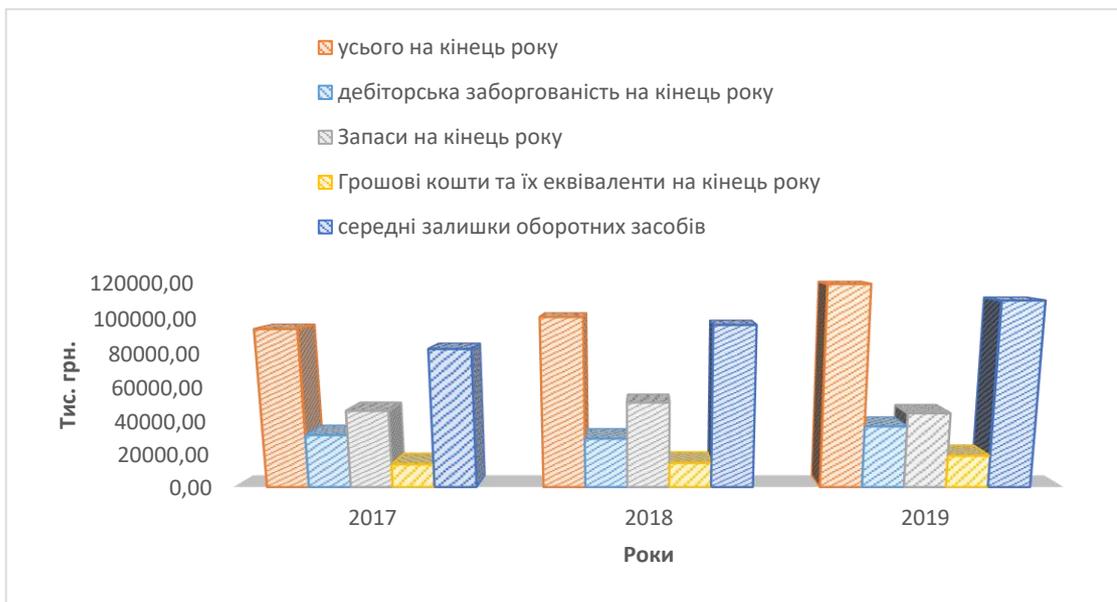


Рисунок 2.14 – Динаміка вартості оборотних активів ПрАТ «Фірма
«Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Динаміка показників формування та використання персоналу підприємства характеризується наступними значеннями. У 2019 році відбулося збільшення кількості працівників у порівнянні з 2017 роком на +12 чол., з 2018 роком на +7 чол. В загальному за досліджуваний період середньооблікова чисельність працівників збільшилась на 7,04 %. Динаміка середньооблікової чисельності працівників та робітників ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 роки представлена на рисунку 2.15.

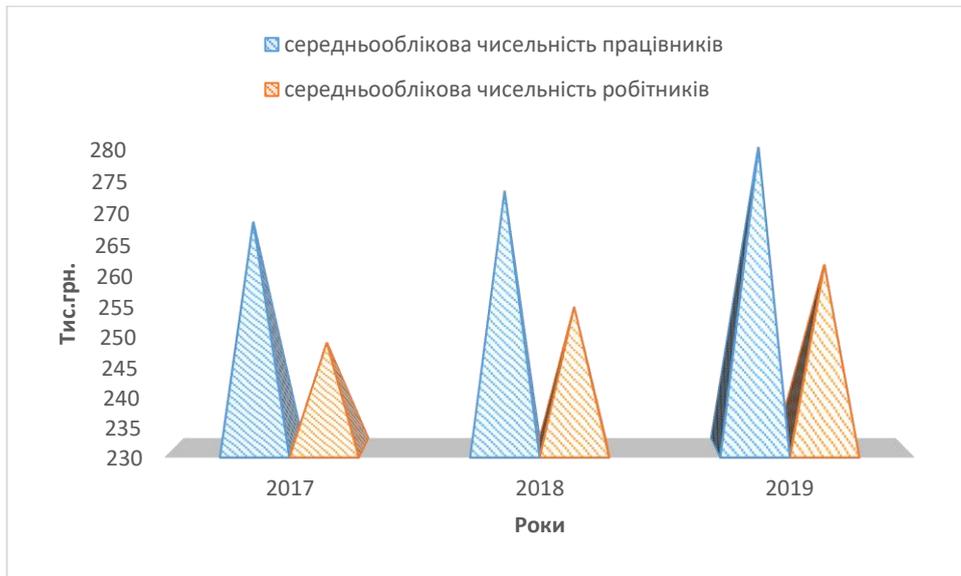


Рисунок 2.15 – Динаміка середньооблікової чисельності працівників та робітників ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Динаміка прибутків підприємства за період, що аналізується, представлена на рисунку 2.16 відповідно за видами прибутків: валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, чистий прибуток, що у вказаній послідовності представлено на рисунку. Одразу необхідно виокремити 2017 рік, коли величина валового прибутку досить суттєво відрізнялася від усіх інших видів прибутку. Так, валовий прибуток у цьому році становив 57,7 млн. грн, в той час як чистий прибуток – лише 1,6 млн. грн. У 2018-2019 роках такої тенденції не відстежується. Крім того, слід зазначити позитивну тенденцію зростання прибутку у 2018-2019 роках. Отже, чистий прибуток у 2019 році становить 28123 тис. грн., що на 28123,00 тис. грн. більше, ніж 2017 року, коли він дорівнював сумі 1595,00 тис. грн., що на 15033 тис. грн. більше, ніж у 2018 році.

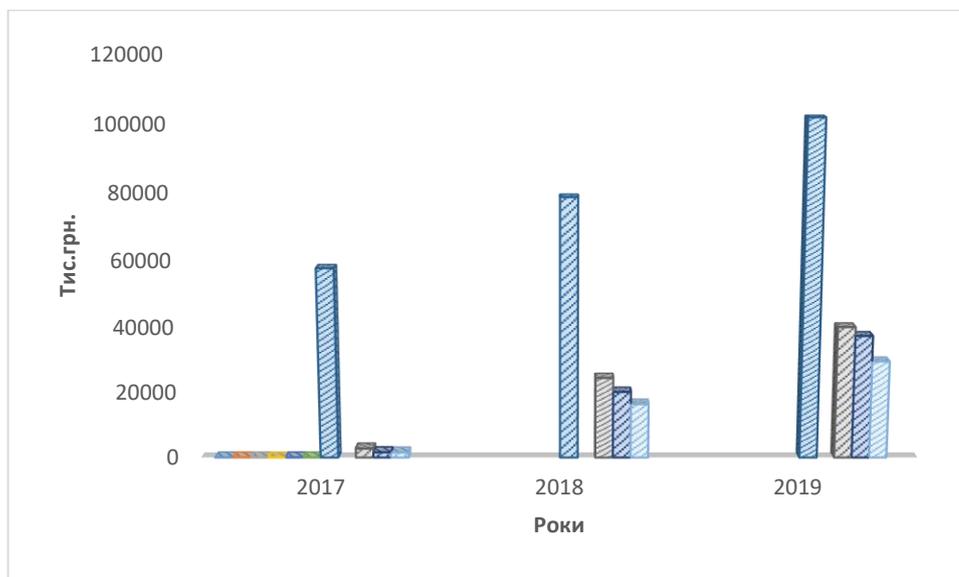


Рисунок 2.16 – Динаміка прибутків ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

На рисунку 2.17 представлено динаміку показників ефективності використання робочої сили на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Слід зазначити, що продуктивність праці одного працівника за 2017-2019рр. зросла до 1442,25 тис. грн./особу, або на 54,42 %. Внаслідок раніше зазначеного, продуктивність праці одного робітника у 2019 році також збільшилась на 155,56 тис. грн./особу, або на 11,18 % порівняно з 2017 роком. Середньомісячна заробітна плата одного працівника за період, що аналізується зросла на 1 тис. грн., тобто на 48,05%, тобто на підприємстві зберігається співвідношення ефективності, коли темп зростання продуктивності праці випереджає темпи зростання заробітної плати.

Загалом ефективність діяльності підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» зазнала зростання. А саме, за період, що досліджується, збільшилась рентабельність продаж на 814,12 процентних пункти, активів на - 165,78 процентних пункти та рентабельність власного капіталу на 396,72 відсоткових пунктів. Проте необхідно зауважити, що у порівнянні з 2017 роком у 2019 році показники рентабельності значно зросли, що наочно демонструє рисунок 2.18.



Рисунок 2.17 – Динаміка продуктивності праці одного працівника та робітника ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

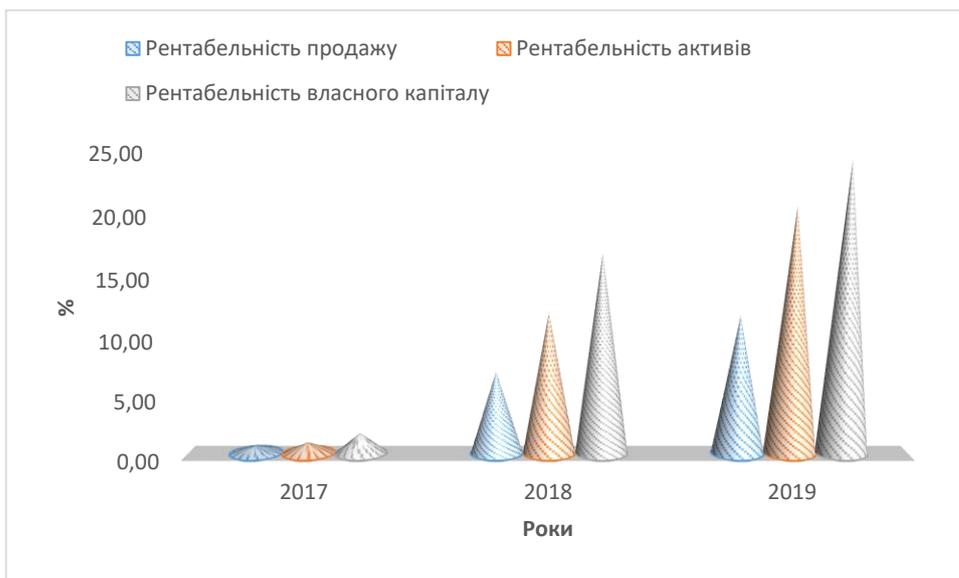


Рисунок 2.18 – Динаміка показників рентабельності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 роки

Провівши аналіз економічних та фінансових показників господарської діяльності підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», можна зробити висновок, що в цілому підприємство працює ефективно. Середня вартість капіталу у 2019 році зазнала позитивних змін. А саме середня вартість сукупного капіталу у 2019

році становить 182210,00 тис. грн., що на 19483,50 тис. грн., або на 11,97 % більше, ніж у 2017 році. Середня вартість власного капіталу у 2019 році дорівнює 91647,00 тис. грн., що на 30608,00 тис. грн., або на 13,40 % більше, ніж у 2017 році та на 23,43 % більше, ніж в 2018 році. Середньорічна вартість основних фондів також мала позитивну динаміку. У 2019 році вона складала 989740 тис. грн, що на 108,8% більше, ніж у 2017 році та на 45,8% більше, ніж у 2018 році.

Чистий дохід отриманий від реалізації продукції у 2017 році становив – 535567,00 тис. грн, у 2018 році – 545233 тис. грн, у 2019 році – 556178,00 тис. грн.

У 2019 році порівняно з 2017 роком відбулося збільшення продуктивності праці одного працівника на 11,99 %, а порівняно з 2018 роком продуктивність праці збільшилася на 3,49 % і склала 1442,25 тис. грн/особу. Така ж ситуація спостерігалася при розрахунку продуктивності праці одного робітника, у 2019 році продуктивність праці одного робітника становила 1547,24 тис. грн/особу, що на 155,56 тис. грн/особу більше, ніж у 2017 році та на 49,39 тис. грн/особу більше, ніж 2018 року.

Середньомісячна заробітна плата працівників зростала протягом років, якщо у 2017 році вона становила 2,08 тис. грн. , то у 2019 році вона становила – 3,08 тис. грн.

Узагальнивши результати аналізу економічних та фінансових показників, можна зробити висновок, що підприємство, незважаючи на дестабілізуючі фактори зовнішнього середовища, працює в цілому достатньо ефективно, збільшуючи практично всі економічні та фінансові показники, у тому числі показники доходу, прибутку та рентабельності, які найбільш показово свідчать про результативність діяльності підприємства.

Така ж сама тенденція простежується й у відносинах з персоналом підприємства, продуктивність праці якого зростає кожного року періоду, що аналізується. В той же час спостерігається й зростання оплати праці всіх співробітників підприємства, як робітників, так й інших категорій персоналу Товариства, але при цьому темпи зростання продуктивності праці випереджають

темпи зростання заробітної плати, що також є свідченням того, що діяльність
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є достатньо ефективною.

Таблиця 2.11 – Економічні та фінансові показники діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

№	Показники	Одиниці виміру	Джерела інформації, розрахунок	Рік			Відхилення			
				2017	2018	2019	2019 до 2017		2019 до 2018	
							Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
1	2	3	5	6	7	8	9=8-6	10=8/6*100	11=8-7	12=8/7*100
	1. КАПІТАЛ ТА РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА									
1.1	Середня вартість сукупного капіталу	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1300 гр. 3 + ряд. 1300 гр. 4)	162726,50	171256,50	182210,00	19483,50	111,97	10953,50	106,40
1.2	Середня вартість власного капіталу	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1495 гр. 3 + ряд. 1495 гр. 4)	91647,00	99044,50	122255,00	30608,00	133,40	23210,50	123,43
1.3	Основні засоби									
1.3.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1011 гр. 4	205269,00	217997,00	228916,00	23647,00	111,52	10919,00	105,01
1.3.2	знос на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1012 гр. 4	131103,00	146308,00	157446,00	26343,00	120,09	11138,00	107,61
1.3.3	середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1011 гр. 3 + ряд. 1011 гр. 4)	204163,00	214576,50	223456,50	19293,50	109,45	8880,00	104,14
1.4	Нематеріальні активи									
1.4.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд.1001 гр. 4	2796,00	2828,00	2899,00	103,00	103,68	71,00	102,51
1.4.2	знос (накопичена амортизація) на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд.1002 гр. 4	1334,00	1872,00	2418,00	1084,00	181,26	546,00	129,17
1.4.3	середня вартість нематеріальних активів	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1001 гр. 3 + ряд. 1001 гр. 4)	2764,50	2812,00	2863,50	99,00	103,58	51,50	101,83
1.5	Оборотні активи									
1.5.1	усього на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1195 гр. 4	93706,00	100530,00	119283,00	25577,00	127,29	18753,00	118,65
1.5.2	дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн.	Ф.1, (ряд. 1125 гр.4+ ряд. 1130 гр. 4 + ряд. 1135 гр. 4 + ряд. 1140 гр. 4+ ряд. 1145 гр. 4+ ряд. 1150 гр. 4+ ряд. 1155 гр. 4)	31542,00	29358,00	36716,00	5174,00	116,40	7358,00	125,06

1.5.3	Запаси на кінець року	тис. грн.	Ф.1, (ряд. 1100 гр. 4 + ряд. 1110 гр. 4)	45925,00	50889,00	44504,00	-1421,00	96,91	-6385,00	87,45
-------	-----------------------	-----------	--	----------	----------	----------	----------	-------	----------	-------

1.5.4	Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	тис. грн.	Ф.1, ряд. 1165	13829,00	14691,00	19035,00	5206,00	137,65	4344,00	129,57
1.5.5	середні залишки оборотних засобів	тис. грн.	Ф.1, 0,5*(ряд. 1195 гр. 3 + ряд. 1195 гр. 4)	82180,50	96016,50	109906,50	27726,00	133,74	13890,00	114,47
1.6	Середньооблікова чисельність									
1.6.1	середньооблікова чисельність працівників	чол.	Ф.1-підприємство р.3, ряд 300 гр. 1	268	273	280	12,00	104,48	7,00	102,56
1.6.2	середньооблікова чисельність робітників	чол.	Оперативні данні	248	254	261	13,00	105,24	7,00	102,76

2. ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

2.1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	Ф.2, ряд.2000, гр3	535567,00	545233,00	556178,00	20611,00	103,85	10945,00	102,01
2.2	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	Ф.1-підприємство р.3, ряд 300 гр. 2	345137,40	380455,40	403829,90	58692,50	117,01	23374,50	106,14
2.3	Обсяг виробництва продукції	тис. грн.	статистична звітність ф №1-П-НПП	345137,40	380455,40	403829,90	58692,50	117,01	23374,50	106,14
2.4	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	Ф.2, ряд 2050, гр. 3	196562,00	214639,00	221304,00	24742,00	112,59	6665,00	103,11
2.5	Валовий прибуток (збиток)	тис. грн.	Ф.2, ряд 2090, гр. 3 (ряд 2095 гр. 3)	57739,00	78639,00	101709,00	43970,00	176,15	23070,00	129,34
2.6	Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	Ф.2,ряд 2190, гр. 3 (ряд 2195, гр. 3)	2800,00	24637,00	40178,00	37378,00	1434,93	15541,00	163,08
2.7	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	тис. грн.	Ф.2, ряд 2290, гр.3 (ряд 2295, гр. 3)	1628,00	20328,00	37514,00	35886,00	2304,30	17186,00	184,54
2.8	Чистий прибуток (збиток)	тис. грн.	Ф.2, ряд 2350, гр. 3 (ряд 2355), гр. 3	1595,00	16628,00	29718,00	28123,00	1863,20	13090,00	178,72
2.9	Фонд оплати праці усіх працівників	тис. грн.	Ф.1-ПВ, ряд.5010, гр. 1	6696,30	8988,90	10358,00	3661,70	154,68	1369,10	115,23
2.10	Фонд робочого часу	люд-години	Ф.1-ПВ, ряд.4010, гр. 1	535567,00	545233,00	556178,00	20611,00	103,85	10945,00	102,01

1	2	3	5	6	7	8	9	10	11	12
3. ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ										
3.1	Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	2.3 / 1.6.1	1287,83	1393,61	1442,25	154,42	111,99	48,64	103,49
3.2	Продуктивність праці одного робітника	тис. грн. / особа	2.3 / 1.6.2	1391,68	1497,86	1547,24	155,56	111,18	49,39	103,30
3.3	Рівень оплати праці за Ілюдино-годину	тис. грн. / люд-год	2.9 / 2.10	0,01	0,02	0,02	0,01	148,95	0,002	112,96
3.4	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	тис. грн..	2.9 / (1.6.1*12 міс.)	2,08	2,74	3,08	1,00	148,05	0,34	112,35
3.5	Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року		Ф.1, ряд. 1012 / ряд. 1011 гр. 4	0,64	0,67	0,69	0,05	107,69	0,02	102,48
3.6	Коефіцієнт оновлення основних засобів		Ф.5, ряд. 260 гр.5 / ф.1 ряд. 1011 гр. 4	0,03	0,04	0,04	0,01	135,11	0,001	102,52
3.7	Коефіцієнт вибуття основних засобів		Ф.5, ряд. 260 гр. 8 / ф.1 ряд. 1011 гр. 3	0,02	0,005	0,004	-0,02	17,26	-0,001	77,29
3.8	Фондовіддача	грн./ грн.	2.3 / 1.1.3	1,69	1,77	1,81	0,12	106,90	0,034	101,93
3.9	Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./ чол.	1.3.3 / 1.6.1	761,80	785,99	798,06	36,26	104,76	12,06	101,53
3.10	Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	обороти	2.1. / 1.5.5	3,09	3,05	2,94	-0,16	94,98	-0,12	96,22
3.11	Середній період обороту оборотних засобів	дні	360 дн. / 3.10	0,47	0,46	0,45	-0,02	95,46	-0,01	98,49
3.12	Коефіцієнт обіговості активів	грн./ грн.	2.1 / 1.1	1,56	1,71	1,77	0,21	113,44	0,06	103,52
3.13	Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	обороти	2.1 / Ф.1, 0,5*(ряд. 1125 гр. 3 + ряд. 1125 гр. 4)	26435,00	27641,00	30530,00	4095,00	115,49	2889,00	110,45
3.14	Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	360 дн. / 3.13	0,01	0,01	0,01	-0,002	86,59	-0,001	90,54
3.15	Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	2.1 / Ф.1, 0,5*(ряд. 1100 гр. 3 +гр. 4 ряд 1100)	36388,50	47305,50	47696,50	11308,00	131,08	391,00	100,83

1	2	3	5	6	7	8	9	10	11	12
3.16	Середній період зберігання запасів	дні	360 дн. / п.3.15	0,01	0,01	0,01	-0,002	76,29	-0,0001	99,18
3.17	Тривалість операційного циклу	дні	3.14 + 3.16	0,02	0,02	0,02	-0,004	82,25	-0,0013	93,72
4. ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ										
4.1	Рентабельність продажу	%	$2.7 / 2.1 * 100$	0,64	6,93	11,61	10,97	1814,12	4,68	167,56
4.2	Рентабельність активів	%	$2.7 / 1.1 * 100$	0,95	11,87	20,59	19,64	2165,78	8,72	173,45
4.3	Рентабельність власного капіталу	%	$2.8 / 1.2 * 100$	1,74	16,79	24,31	22,57	1396,72	7,52	144,79

2.4. Аналіз стану охорони праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»

Відповідно до чинного вітчизняного законодавства обов'язком кожного підприємства є формування належної системи охорони праці. Зазначимо, що охорона праці – це чинна (що діє на підставі відповідних законодавчих та інших нормативних актів) система соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, які забезпечують збереження здоров'я і працездатність людини під час праці.

В Україні охорона праці регулюється Законом України «Про охорону праці», Кодексом законів про працю та іншими розробленими інструкціями, положеннями та іншими нормативно-правовими актами у сфері охорони праці.

Головним же завданням кожного підприємства є розроблення та вжиття правил і заходів, які забезпечують безпечну роботу на даному підприємстві.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» здійснює свою діяльність у відповідності до чинного вітчизняного законодавства і має створену систему управління охороною праці. Зазначимо, що система управління охороною праці підприємства – це частина загальної системи управління підприємства, яку використовують, щоб розробити та запровадити політику підприємства у сфері охорони праці, підвищувати рівень безпечності виконання робіт на підприємстві, зменшувати, запобігати чи усувати вплив небезпечних чинників і керувати ризиками, пов'язаними з небезпеками

Від так, невід'ємною складовою системи управління виробництвом на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є система управління охороною праці. Вона базується на сукупності взаємозв'язаних соціально-економічних, науково-технічних, організаційно-правових заходів, спрямованих на забезпечення безпеки, збереження здоров'я і працездатності працюючих в процесі їх праці. Основними принципами функціонування системи управління охороною праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є нерозривний зв'язок процесу виробництва з

засобами та заходами щодо поліпшення безпеки, гігієни праці та виробничого середовища.

Основною метою функціонування системи управління охорони праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є реалізація конституційних прав працівників та забезпечення вимог нормативно-правових актів щодо збереження здоров'я і працездатності людини в процесі праці, створення безпечних та нешкідливих умов праці, покращення виробничого середовища, запобігання травматизму, профзахворювань, пожеж та аварій.

Планування працезохоронних заходів. Планування робіт з охорони праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» здійснюється у таких напрямках:

- розробка довгострокових програм поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища;
- розробка перспективних планів підприємства;
- розробка поточних річних планів-заходів з охорони праці;
- розробка оперативних (квартальних, місячних) планів робіт для керівників підрозділів.

Поточні плани передбачають реалізацію заходів із покращення умов праці, створення кращих побутових і соціальних умов на виробництві. Ці плани обов'язково забезпечуються фінансуванням згідно з розробленими кошторисами.

Для підприємств, незалежно від форм власності, або фізичних осіб, які використовують найману працю, витрати на охорону праці становлять не менше 0,5% від суми фонду оплати праці на підприємстві.

Для підприємств, що утримуються за рахунок бюджету, витрати на охорону праці передбачаються в державному або місцевих бюджетах і становлять не менше 0,2% від фонду оплати праці.

Суми витрат з охорони праці, що належать до валових витрат юридичної чи фізичної особи, яка відповідно до законодавства використовує найману працю, визначаються згідно з переліком заходів та засобів з охорони праці, затвердженим Кабінетом Міністрів України.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» щорічно на охорону праці виділяє 0,5% від суми фонду оплати праці. Розрахунок виділених коштів товариства на поліпшення умов праці наведено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз коштів, які виділялися на поліпшення умов праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2017-2019 рр.

Плановий рік	Фонд оплати праці, тис. грн.	Виділені кошти на поліпшення умов праці, тис. грн.
2017	25433	127,165
2018	29532	147,66
2019	39243	196,215

Виходячи з вищенаведених даних видно, що витрати на поліпшення умов праці найвищими були у 2019 р. Знайдемо зростання/зменшення витрат на охорону ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»».

Витрати на охорону праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у період 2017-2018 рік зменшились на:

$$\frac{147,66-127,165}{127,165} * 100 = +16,7412 \%$$

Витрати на охорону праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» в період 2018-2019 рік збільшились на:

$$\frac{196,215-147,66}{147,66} * 100 = +32,88 \%$$

У 2019 р. зростання витрат на охорону праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» збільшились на 32,88 %. Динаміка виділених коштів на охорону праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2017-2019 рр. наведено на рисунку 2.17.

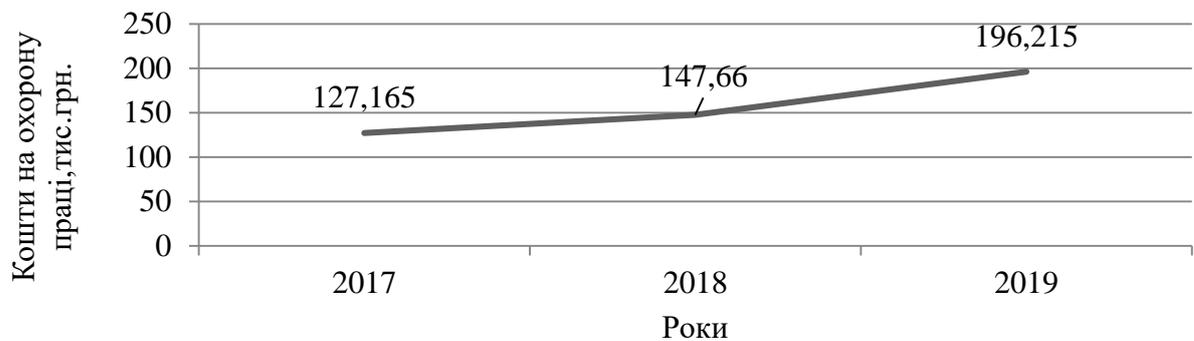


Рисунок 2.17 – Динаміка виділених коштів на охорону праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у 2017-2019 рр.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» щорічно виділяє кошти на охорону праці. Дані кошти спрямовуються на покращення умов праці працюючого персоналу. В 2019 р. відрахування на охорону праці склали 196,215 тис. грн.

Слід зазначити, що для забезпечення належної охорони праці відповідно до чинного вітчизняного законодавства на підприємствах усіх форм господарювання повинна бути створена служба охорони праці. Зокрема, створення служби охорони праці на підприємствах будь-якої форми власності передбачено ст. 15 Закону України «Про охорону праці» і є обов'язком роботодавця, якщо кількість найманих працівників складає 50 і більше осіб. На підприємствах виробничої сфери при кількості працюючих до 50 осіб (невиробничої сфери – до 100 чоловіків) функції служби охорони праці можуть виконувати особи з відповідною професійною підготовкою за сумісництвом.

З урахуванням того, що на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» працює більше 50 осіб і дане підприємство належить до виробничої сфери, створення служби охорони праці є обов'язковим.

На ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» створена служба охорони праці, яка підпорядковується безпосередньо директору товариства. Основними завданнями служби охорони праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є такі:

- розробка необхідних документів з охорони праці для підприємства;
- забезпечення дотримання співробітниками правил і вимог охорони праці, нормативних актів, умов колективного договору;

- контроль умов праці, дотримання санітарно-гігієнічних норм трудового законодавства;
- попередження виробничого травматизму, пропаганда позитивних рішень, що підвищують безпеку виробничих процесів;
- інформування працівників про правила безпечної роботи.

Основні завдання служби охорони праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» включають в себе впровадження спеціальних процесів в різноманітні аспекти діяльності підприємства і його персоналу, що впливають на безпеку виробництва, збереження життя і здоров'я людей.

З урахуванням того, що середньооблікова чисельність працівників протягом 2017-2019 рр. не перевищувала 280 осіб, то служба охорони праці товариства складається лише з одного працівника – інженера з охорони праці.

Облік і аналіз виробничого травматизму та професійної захворюваності на підприємстві.

Протягом останніх трьох років на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» не було випадків виробничого травматизму та професійного захворювань. Цього ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» домоглось завдяки ефективному функціонуванню служби охорони праці.

Працівники, під час прийняття на роботу та періодично, повинні проходити на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» інструктажі з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних випадків, а також з правил поведінки та дій при виникненні аварійних ситуацій, пожеж і стихійних лих. Трудова дисципліна ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» ґрунтується на свідомому і сумлінному виконанні правил.

На ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» службою охорони праці ведеться робота по навчанню та проведенню інструктажів працівників з питань охорони праці. Згідно наказу №15 від 26.01.2005р. «Положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці» навчання та інструктажі працівників з питань охорони праці є складовою частиною системи управління охороною праці і проводиться з працівниками в процесі їх трудової діяльності.

Навчання по охороні праці передбачено для того, щоб забезпечити себе та інших від нещасних випадків і захворювань. В обсязі програма навчання з охорони праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є не менше 10 годин, а для робіт з підвищеною небезпекою не менше 30 годин. При виконанні робіт з підвищеною безпекою підготовка робітників проводиться в учбових закладах. Робітники, які мають перерву в роботі по професії більше 1 року, проходять навчання по питаннях охорони праці до початку самостійної роботи.

Посадові особи перед початком виконання своїх обов'язків і періодично 1 раз у 3 роки згідно наказу керівника ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» проходять навчання по питаннях охорони праці в учбових закладах.

Порядок і види навчання, інструктажів та перевірки знань з питань охорони праці робітників, посадових осіб, спеціалістів, учнів, студентів, що залучаються до роботи на підприємстві, визначається у нормативному акті. Своєчасне проведення навчання з безпеки праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» контролює інженер з охорони праці.

З працівниками при прийомі на роботу і в процесі роботи проводять ввідний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий інструктажі, що фіксуються у відповідних документах.

Працівники, що займаються працею з підвищеною небезпекою або де потрібний професіональний відбір повинні проходити попереднє спеціальне навчання і перевірку знань з охорони праці. Перевірку знань потрібно проводити комісією через відповідні проміжки часу (від 6 місяців до 2-х років або за необхідністю). Результати перевірки слід оформляти протоколом.

При вирішенні проблемних питань з охорони праці на філії керуються Законом України «Про охорону праці». Відповідальність за організацією охорони праці несе керівник товариства

Служба охорони праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» розробляє плани з охорони праці і контролює їх виконання, перевіряє стан охорони праці в господарстві і забезпеченість працівників спецвзуттям, спецодягом, милом, захисними засобами, спец харчуванням відповідно до нормативів та вимог,

додержання законодавства, інструкцій з охорони праці службовими особами, стежити за своєчасністю фінансування заходів, пов'язаних з охороною праці, проведення інструктажів та навчань, організувати обладнання Кабінету з охорони праці, стежити за своєчасністю проведення технічних оглядів та випробувань машин та обладнання.

Інженер з охорони праці має право в будь-який час перевіряти стан охорони праці в господарстві, робити зауваження і давати зобов'язання щодо ліквідації виявлених недоліків спеціалістами і керівниками виробничих дільниць забороняти експлуатацію несправних машин та обладнання, а також виконання робіт, які загрожують життю чи здоров'ю працюючих і доводити це до керівника господарства для прийняття відповідних заходів.

Однією з ефективних форм контролю за охороною праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» є трьохступінчатий оперативний контроль.

Перша ступінь контролю здійснюється керівником відділу з уповноваженим трудового колективу з питань охорони праці, щоденно до початку роботи. Даний контроль здійснюється не щоденно і не в повній формі.

Друга ступінь контролю здійснюється інженером з охорони праці раз в 7-10 днів.

Третя ступінь контролю – комплексна перевірка стану охорони праці комісією на чолі з керівником підприємства, проводиться на товаристві дуже рідко, приблизно один раз на рік, хоча потрібно проводити раз в три місяці.

Основні вимоги до обладнання робочих місць і умов праці. Робоче місце є одним із важливих елементів роботи на підприємстві. З робочим місцем пов'язані стомлюваність, напруга і безпека працівника. Адже людина проводить третину свого життя на роботі, тому правильна організація його робочого місця відіграє дуже важливу роль. Тому велике значення має проведення аналізу якості організації та безпеки робочого місця відділу бухгалтерії ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»».

Відділ бухгалтерії знаходиться на 1 поверсі 5 поверхової цегляної будівлі. Що стосується параметрів приміщення, то загальна площа складає 28 м², при

цьому довжина приміщення 7 м², ширина – 4 м², висота – 3 м². Відповідно об'єм приміщення становить 84 м².

Загальна кількість працівників, що працюють у відділі бухгалтерії становить 3 особи:

- головний бухгалтер;
- старший бухгалтер;
- бухгалтер.

На кожного із вищенаведених працівників відводиться наступна площа приміщення 9,3 м² та об'єм приміщення 28 м². Зазначені цифри повністю відповідають державним нормам та стандартам.

На ефективність праці суттєво впливає колір приміщення, оскільки колірне сприйняття навколишнього середовища визначає емоційний стан і працездатність людини. Нераціональний колірний клімат збільшує зорову та загальну стомлюваність працівників.

У приміщенні відділу бухгалтерії стіни фарбовані в жовтий колір, який створює ілюзію освітлення й ніби «зігріває» приміщення. Як зазначають самі працівники жовтий колір в них викликає відчуття легкості, свободи, піднесення тощо. Що стосується стелі, то вона повинна бути вирівняною та обіленою, підлога вкрита плиткою сірого кольору.

Робочий стіл головного бухгалтера розміщений зліва від вікна, це створює хорошу освітленість на робочому місці. Приміщення відділу бухгалтерії обладнані засобами зв'язку, а також необхідною кількістю шаф для зберігання потокового архіву і довідкових матеріалів, особистих речей працівників. Робоче місце працівників відділу бухгалтерії обладнане: конторським столом, стільцем, письмовим приладдям, електронно-обчислювальними машинами.

Конторські столи є досить великими та зручними для розміщення обладнання, книг, реєстрів, відомостей та інших документів, з якими працюють бухгалтера. Варто зазначити, що всі працівники відділу бухгалтерії працюють за новими сучасними комп'ютерами із рідкокристалевим екраном.

Адже, в умовах комп'ютеризації головним функціональним елементом робочого місця бухгалтера є комп'ютер, який призначений, залежно від виконуваних функцій, для ручного введення бухгалтерської інформації, її автоматичної обробки, з метою отримання зведених звітів, а також для забезпечення працівників інформаційно-довідковою інформацією з питань бухгалтерського обліку і оподаткування.

Одним із недоліків організації робочого місця відділу бухгалтерії є те, що вони мають лише один принтер, яким ще й користується планово-економічний відділ. Нестача принтерів значно гальмує виконання своїх основних функцій працівниками.

У приміщенні в теплий період року температура повітря складає десь 25°C (у відповідності до нормативів оптимальна температура знаходиться в діапазоні $23\text{-}25^{\circ}\text{C}$), а в холодний період року – 20°C (оптимальна температура $20\text{-}22^{\circ}\text{C}$). Відносна вологість повітря – 50% (оптимальне значення даного параметра для теплого і холодного періоду року має становити 40–60%), а швидкість руху повітря становить 0,2 м/с (оптимальне значення даного параметра для теплого і холодного періоду року повинно бути не більше 0,2 м/с).

Опалення приміщення централізоване. Представлена біметалевими радіаторами, що мають підвищену міцність і хімічну стійкість до теплоносія, високий показник тепловіддачі. Природна вентиляція забезпечується за рахунок провітрювання приміщень.

Що стосується освітлення, то воно як штучне, так і природне. Природне освітлення має важливе фізіолого-гігієнічне значення для працюючих. Воно позитивно впливає на органи зору, стимулює фізіологічні процеси, підвищує обмін речовин та покращує розвиток організму в цілому. Сонячне випромінювання зігріває та знезаражує повітря, очищуючи його від збудників багатьох хвороб (наприклад, вірусу грипу). Окрім того, природне світло має і психологічну дію, створюючи в приміщенні для працівників відчуття безпосереднього зв'язку з довкіллям.

Для потрапляння сонячного випромінювання у приміщенні є два вікна, довжина яких 2 м, ширина складає 1,5 м. Відповідно площа вінок становить 3 м². Штучне освітлення представлено 2 світильниками, що містять 2 лампочки кожна. Також біля кожного столу бухгалтера розміщені настільні світильники, якими вони можуть користуватися при недостатній освітленості.

У відділі бухгалтерії раціональне освітлення робочих місць. Раціональне освітлювання робочих місць створює сприятливі умови для забезпечення безпечної праці і підвищення продуктивності праці, впливає психологічно на людину, створює добрий настрій у працюючих.

Вимоги із пожежної безпеки на підприємстві. Враховуючи, що однією з найважливіших складових загальної безпеки будь-якого сучасного об'єкта є його надійний захист від пожеж, то і система управління пожежною безпекою має посісти відповідне місце у сфері загального управління.

Забезпечення пожежної безпеки на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» здійснюється наступними основними компонентами виробництва:

- технічною системою, яка передбачає надійність обладнання, використання безпечних технологій, визначає обсяг вибухо- та пожежонебезпечних речовин, проектні рішення, впровадження систем виявлення та гасіння пожеж тощо;

- персоналом, його підготовкою, забезпеченням регламентами і правилами роботи;

- системою управління.

Пожежна безпека на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» забезпечується шляхом проведення організаційних, технічних та інших заходів, спрямованих на попередження пожеж, забезпечення безпеки людей, зниження можливих майнових втрат і зменшення негативних екологічних наслідків у разі їх виникнення, створення умов для швидкого виклику пожежних підрозділів та успішного гасіння пожеж.

Працівники підприємства ознайомлені з цими вимогами на інструктажах, під час проходження пожежно-технічного мінімуму, витяги з наказу (інструкції) з основними положеннями вивішуються на видних місцях.

Приміщення ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» у повному обсязі оснащено вогнегасниками та іншими засобами протидії пожежам. Також на кожному поверсі будівлі розташована пожежна сигналізація.

Всі приміщення, споруди будівлі ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» забезпечені згідно з нормами належності первинними засобами пожежогасіння та обладнані установками пожежної сигналізації та автоматичних установок пожежогасіння. Шляхи евакуації відповідають вимогам будівельних норм і нічим не заважаються. Електрогосподарство підприємства утримується в справному стані.

Оцінка економічної ефективності СУОП.

Визначення соціальної ефективності заходів для охорони праці на підприємстві із загальною (середньообліковою) кількістю працюючих 280 чоловік на підставі:

- кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм, до проведення заходів 8, після проведення заходів 5;
- чисельність працівників, які працюють в умовах, що не відповідають вимогам санітарних норм до проведення норм 7, після 4;
- кількість випадків травматизму до проведення заходів 5, після 2;
- кількість днів непрацездатності через травматизм до проведення заходів 36, після 28;
- кількість працівників, що звільнилися до проведення заходів 4, після 3;

Розв'язання:

Визначимо скорочення кількості робочих місць, що не відповідають вимогам нормативних актів щодо безпеки виробництва:

$$\Delta K = \frac{P_1 - P_2}{K_3} \times 100, \% \quad (2.1)$$

$$\Delta K = \frac{8-5}{340} \times 100 = 0,88 \%$$

де P_1, P_2 – кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм до і після проведення заходів;

K_3 – загальна кількість робочих місць.

Визначаємо скорочення чисельності працівників, які працюють в умовах, які не відповідають вимогам санітарних норм:

$$\Delta Ч = \frac{N_1 - N_2}{N} \times 100, \%$$

$$\Delta Ч = \frac{7-4}{280} \times 100 = 1,07 \%$$

де N_1, N_2 – чисельність працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарним нормам до і після здійснення заходу, чол.;

N – річна середньооблікова чисельність працівників, чол.

Зменшення коефіцієнта частоти травматизму

$$\Delta Kч = \frac{T_1 - T_2}{N} \times 100$$

$$\Delta Kч = \frac{5-2}{280} \times 100 = 1,07 \%$$

де T_1, T_2 – кількість випадків травматизму відповідно до і після проведення заходу.

Визначимо скорочення плинності кадрів через незадовільні умови праці.

$$\Delta Чп = \frac{3_1 - 3_2}{N} \times 100$$

$$\Delta Чп = \frac{4-3}{280} \times 100 = 0,36 \%$$

Проведені розрахунки дозволяють зробити висновок про те, що впроваджені заходи забезпечать ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» значний соціальний ефект. Соціальний ефект полягатиме в скороченні плинності кадрів через незадовільні умови праці та зменшення частоти травматизму на 1,07 %. Крім того, завдяки поліпшенню умов праці на 1,07 % зменшиться кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних вимог. Завдяки

поліпшенню умов праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» зможе значно підвищити рівень свого іміджу в очах працівників.

Розрахунок річної економії від зменшення рівня захворюваності на підставі наступних даних:

- кількість днів непрацездатності через хвороби на 100 працівників до проведення заходів 2734, після 2658;
- річна середньооблікова чисельність робітників 280, чоловік;
- вартість виробленої товарної продукції за зміну на одного працівника промислово-виробничого персоналу 104, грн.;
- вартість річної товарної продукції підприємства 230, тис. грн.;
- середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу 199, чол.;
- середньорічна заробітна плата одного працівника $Z_p=11679$ грн.;
- середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності $Z=130$ грн.

Розв'язання:

– Скорочення витрат робочого часу за рахунок зменшення рівня захворюваності (аналогічно травматизму) за певний час:

$$\Delta D = \frac{D_1 - D_2}{100} \times C_s, \text{ люд.-днів.}$$

$$\Delta D = \frac{2734 - 2658}{100} \times 280 = 212,8 \text{ люд.-днів}$$

де D_1, D_2 – кількість днів непрацездатності через хвороби чи травматизм на 100 працюючих відповідно до і після проведення заходів.

– Зростання продуктивності праці:

$$\Delta W = \frac{\Delta D \times Z_v}{P_n} \times 100\%,$$

$$\Delta W = \frac{212,8 \times 104}{230000} \times 100 = 9,62$$

де Z_v – вартість виробленої продукції за зміну на одного працівника промислово – виробничого персоналу;

$P_{п}$ – вартість річної товарної продукції підприємства.

– Річна економія зарплати за рахунок зростання продуктивності праці при зменшенні рівня захворюваності і травматизму:

$$E_3 = \frac{\Delta W \times Z_p}{100} \times \mathcal{C}_{cp}, \text{ грн.}$$

$$E_3 = \frac{9,62 \times 11679}{100} \times 199 = 223580,4 \text{ грн.}$$

де \mathcal{C}_{cp} – середньорічна чисельність промислово – виробничого персоналу;

Z_p – заробітна плата одного працівника.

– Економія за рахунок зменшення коштів на виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності:

$$E_{cc} = \Delta D \times P_d, \text{ грн.}$$

$$E_{cc} = 212,8 \times 130 = 27664 \text{ грн}$$

де P_d – середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності

– Річна економія за рахунок зменшення рівня захворюваності (травматизму):

$$E_{pz(t)} = E_3 + E_c + E_{cc}, \text{ грн.}$$

$$E_{pz(t)} = 223580,4 + 27664 = 251244,4 \text{ грн}$$

Таким чином, заходи спрямовані на зменшення травматизму мають і економічний ефект. Проведені розрахунки вказують, що завдяки поліпшенню умов праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» зможе отримати економію грошових коштів у розмірі 251244,4 грн. Тому керівництву ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» варто приділяти увагу питанню поліпшенню умов праці на підприємстві.

В цілому можемо зазначити, що на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» створені належні умови праці для усіх категорій персоналу. Протягом 2017-2019 рр. не було жодного випадку травматизму чи професійного захворювання. За охорону праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» відповідає служба охорони праці, в яку

входить інженер з ОП. Саме на даного працівника покладаються основні завдання щодо забезпечення належної охорони праці. Керівництвом ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» щорічно виділяються кошти на поліпшення умов праці працівників, що є позитивним.

На сам кінець зазначимо, що ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»» здійснює свою діяльність у сфері виробництва пива. Свою продукцію досліджуване товариство реалізовує у Дніпропетровській, Запорізькій, Миколаївській, Одеській та Полтавській області. Дії досліджуване товариство на досить конкурентному ринку.

РОЗДІЛ 3

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

3.1. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності в системі управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Сучасні вимоги до корпоративної соціальної відповідальності полягають у забезпеченні сталого розвитку підприємства, що передбачає взаємну обумовленість та урахування трьох основних параметрів: економічних, соціальних та екологічних.

Економічна складова передбачає, що економічний розвиток, прибуток здійснюється не за будь-яку ціну, а за рахунок задоволення розумних матеріальних і духовних потреб споживачів, робітників і суспільства в цілому.

Соціальна складова орієнтована на встановлення соціальної гармонії, розвиток людського та соціального капіталу шляхом запровадження соціальної відповідальності держави, бізнесу та громадянського суспільства

Екологічна складова передбачає охорону навколишнього природного середовища, запобігання його забрудненню, організацію екологічно безпечного виробництва.

Проте, якщо говорити про систему управління підприємства та корпоративну соціальну відповідальність, то у першу чергу соціальна відповідальність підприємства має свій прояв через відносини з працівниками підприємства, що власне, забезпечує соціальну складову сталого розвитку підприємства. Тому для оцінки рівня продуктивності праці проведемо оцінку стану використання персоналу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Найбільш вагомим показником в оцінці стану використання персоналу підприємства виступає показник продуктивності праці, якій на підприємстві

може вимірюватися або у натуральних одиницях виміру у перерахунку на одного робітника, або у вартісних показниках в перерахунку на одного працюючого, або через обернений показник трудомісткості, який характеризує час, який потрібен робітникові або працівникові для виконання запланованого обсягу продукції, робіт або надання послуг.

Для визначення рівня продуктивності праці працівників підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» проаналізуємо динаміку продуктивності праці на підприємстві за 2017-2018 роки та визначимо чинники, які найбільш суттєво вплинули на зміну цього показника.

Таблиця 3.1 – Аналіз продуктивності праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2017-2019рр.

Показник	Роки			Відхилення			
	2017	2018	2019	2019 до 2017		2018 до 2017	
				Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Обсяг випуску продукції, тис. грн	345137,4	380455,4	403829,9	58692,5	117,01	23374,5	106,14
2. Середньоспискова чисельність працюючих, осіб	268	273	280	12	104,48	7	102,56
2.1 У тому числі робітників, осіб	248	254	261	13	105,24	7	102,76
3. Питома вага робітників у складі працівників, %	92,5	93,0	93,2	0,7	100,7	0,5	100,5
4. Середня тривалість робочого дня, годин	8	8	8	0	100	0	100
5. Фонд робочого часу, люд./год	535567	545233	556178	20611	103,85	10945	115,23
6. Середня кількість відпрацьованих днів одним робітником зарік, днів	253	252	250	-3	98,99	-2	99,36
7. Середня вартість основних виробничих фондів, тис. грн	204163	214576,5	223456,5	19293,5	109,45	8880	104,14

8. Фондовіддача, грн./грн	1,69	1,77	1,81	0,12	106,9	0,034	101,93
9. Фондоозброєність, грн./особу	761,8	785,99	798,06	36,26	104,76	12,06	101,53
10. Середня продуктивність праці одного робітника	1391,68	1497,86	1547,24	155,56	111,18	49,39	103,3
11. Середня продуктивність праці одного працівника	1287,83	1393,61	1442,25	154,42	111,99	48,64	103,49

Як видно з представлених даних, за період, якій підпадає під аналіз, досліджуване підприємство постійно нарощувало показники обсягу виробництва продукції, а відтак, відбувалося постійне збільшення як загальної чисельності персоналу підприємства, так й категорії робітників. Зростає також й показник фондоозброєності праці та продуктивності праці як всіх працівників, так й за показником продуктивність праці одного робітника.

Як економічна категорія продуктивність праці характеризує ефективність використання робочої сили і в загальному випадку відображає виробіток або витрати робочого часу на виробництво одиниці продукції. На продуктивність праці, а й отже на виробіток впливає позитивний психологічний клімат в колективі, який створюється за допомогою корпоративної культури.

Середня продуктивність праці одного робітника за 2014-2016 роки зображена на рисунку 3.1.

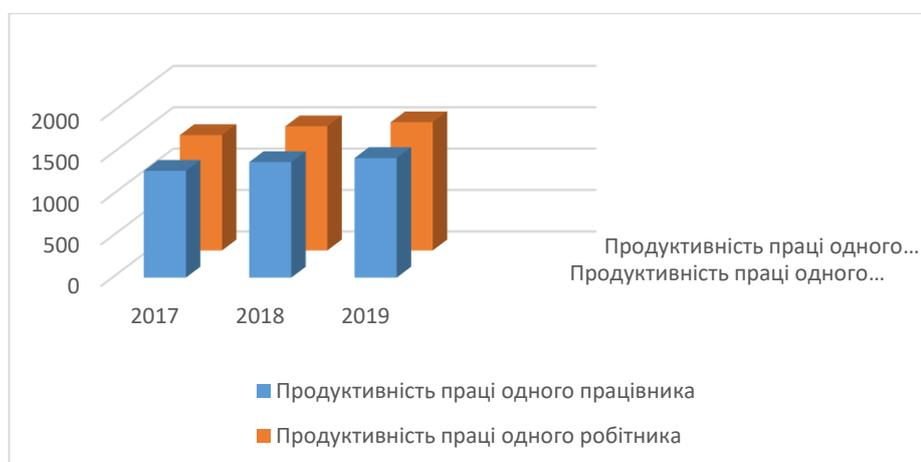


Рисунок 3.1 – Продуктивність праці одного працівника та одного робітника на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 роки

З метою удосконалення знань, умінь та навичок працівників за фахом, підприємством, розроблено план підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу. В цілому навчанням у 2017 році було охоплено 105 осіб, тобто 39,2% персоналу, у 2018 році було охоплено 125 осіб, тобто 45,8%, а у 2019 році 129 осіб або 49% всіх працюючих на підприємстві. Це свідчить про розвиток трудового потенціалу підприємства, зацікавленість керівництва у наявності високо кваліфікованих кадрах.

Підприємство прагне забезпечити всіх співробітників можливістю для реалізації їх потенціалу в процесі трудової діяльності, в тому числі і неупереджену оцінку результатів їх роботи. На підприємствах корпорації результативність персоналу оцінюється атестаційними комісіями системи ISO на основі експертних оцінок керівників, оцінки ефективності та результатів роботи. При перевірці працівників оцінюються їх знання, вміння, навички, якість і ефективність роботи, особисті і управлінські якості (для керівників). За результатами оцінки комісія приймає рішення про відповідність займаній посаді, підвищення окладу, переведення на вищу посаду, зарахування до кадрового резерву.

Рух робочої сили на досліджуваному підприємстві характеризується наступними значення показників, представлених у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Аналіз руху робочої сили підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017- 2019 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2017	2018	2019	2019 до 2017	2018 до 2017
1. Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	268	273	280	12	5
2. Прийнято штатних працівників, осіб	13	10	8	-3	-2
3. Вибуло штатних працівників, осіб	13	17	13	+4	-4
у тому числі з причин: а) змін в організації виробництва і праці реорганізація, скорочення чисельності або штату працівників)	0	0	0	0	0

б) плинності кадрів (за власним бажанням, за угодою сторін, порушення трудової дисципліни, ін.)	13	17	13	+4	-4
4. Кількість штатних працівників, які знаходяться в обліковому складі постійно, осіб	285	291	295	+6	-1
5. Коефіцієнт обороту працівників по прийому	0,048	0,036	0,029	-0,011	-0,007
6. Коефіцієнт обороту працівників по вибуттю	0,048	0,062	0,047	0,014	-0,015
7. Коефіцієнт загального обороту працівників	0,096	0,099	0,077	0,003	-0,022
8. Коефіцієнт плинності працівників	0,048	0,062	0,047	0,014	-0,015
9. Коефіцієнт змінюваності працівників	0,904	0,901	0,923	-0,003	0,022
10. Коефіцієнт постійності працівників	0,096	0,099	0,076	0,003	-0,023

Як видно з представлених у таблиці даних, кількість працівників, що вибули з підприємства незначним чином перевищує значення показників прийнятих на роботу, це означає, що на підприємстві спостерігається досить жвавий рух робочої сили із перевищенням значення коефіцієнту обороту з вибуття над коефіцієнтом обороту з прийняття. Проте, найбільш суттєвим чином відношення працівників до підприємства та навпаки характеризує коефіцієнт плинності кадрів якій має наступні значення за період, що аналізується: 4,8% – у 2017 році; 6,2% – у 2018 році й 4,7% – у 2019 році, тобто найбільше значення цього коефіцієнту спостерігається у 2018 році. У розрахунок цього коефіцієнта враховується чисельність звільнених за власним бажанням, за угодою сторін чи порушення трудової дисципліни.

Наочно демонструють рух робочої сили на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» рисунки 3.2 та 3.3.

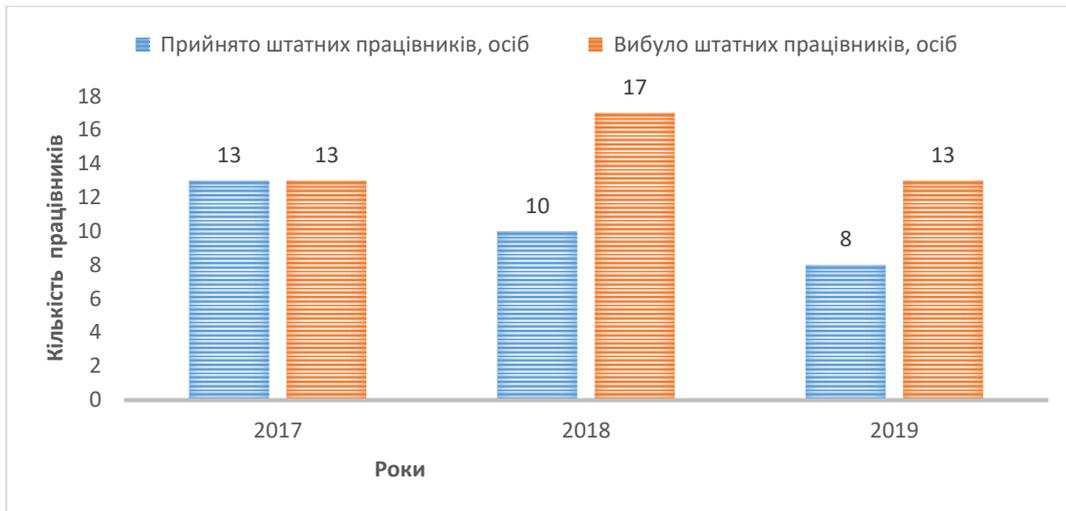


Рисунок 3.2 – Кількість прийнятих та вібулих працівників на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

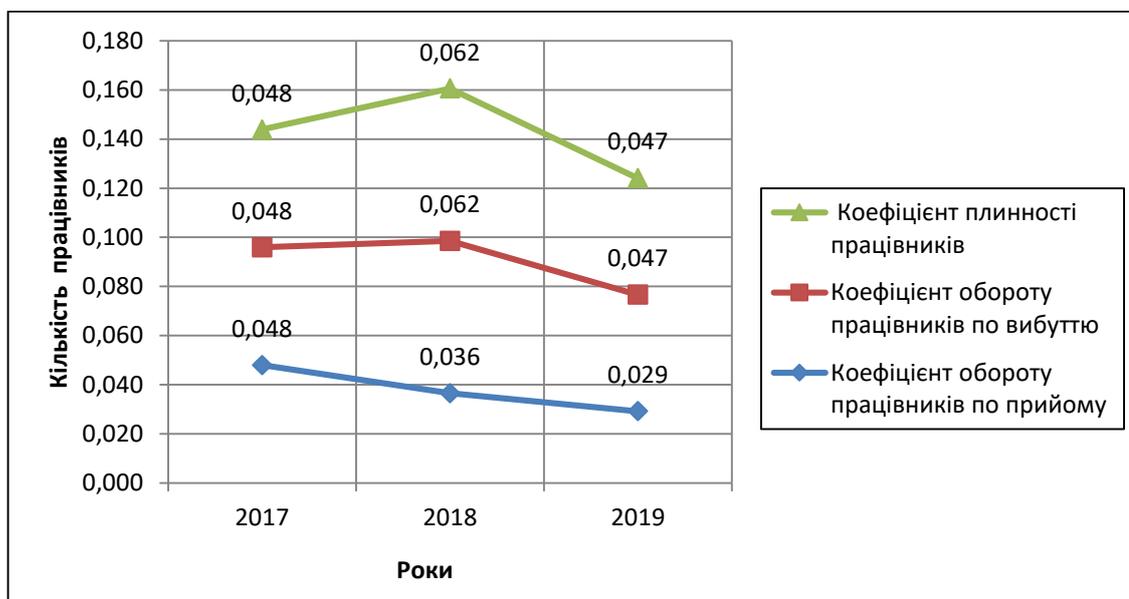


Рисунок 3.3 – Показники руху робочої сили на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Відношення кількості звільнених чоловіків і жінок у 2017 році складає у відсотковому співвідношенні 78,2% до 21,2% відповідно чоловіків та жінок; 2018 рік – 80,5% до 19,5%; 2017 рік – 77,9% до 22,1%. Як бачимо, спостерігається тенденція щодо перевищення чисельності звільнених чоловіків над жінками.

Важливим моментом організації праці персоналу на підприємстві є оплата праці, тому що заробітна плата, виконуючи соціально-економічні функції, у

тому числі підвищує зацікавленість працівника у результатах своєї роботи, є показником, що мотивує працівника, вирішує проблеми відчуження працівника від підприємства, сприяє формуванню та дотриманню всіх аспектів корпоративної культури підприємства.

На досліджуваному підприємстві оплата праці характеризується наступними показниками складу та структури за період 2017-2019 рр. (таблиця 3.3; таблиця 3.4).

Таблиця 3.3– Аналіз складу фонду оплати праці персоналу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Показники	Роки			Темп зростання, %	
	2017	2018	2019	2017/2018	2018/2019
1.Фонд оплати праці штатних працівників, тис. грн.	6696,30	8988,90	10358,00	132,89	115,23
2.Фонд основної заробітної плати, тис. грн.	4044,10	4887,50	5293,30	120,85	108,30
3.Фонд додаткової заробітної плати, тис. грн.	2270,30	3048,80	3474,20	134,29	113,95
3.1. надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів, тис. грн.	561,00	773,40	1192,90	137,86	154,24
3.2. премії за винагороди, що носять систематичний характер, тис. грн.	986,00	1301,60	1335,40	132,00	102,60
4.Заохочувальні та компенсаційні виплати, тис. грн.	381,90	1052,60	1590,50	275,62	151,10
5. Оплата за невідпрацьований час, тис. грн.	614,20	522,70	706,50	85,1	135,16

Проаналізувавши дані, представлені у таблиці 3.4, можна зазначити, що в абсолютному вираженні за період 2017-2019 років фонд оплати праці співробітників постійно зростає: майже на 33% у 2018 році в порівнянні з 2017 роком, та на 15% у 2019 році в порівнянні з 2018 роком. Якщо порівняти між собою зростання заробітної плати у 2019 році в порівнянні з 2017, то можна зазначити, що зростання становило понад 55%, що свідчить про піклування керівництва щодо зростання добробуту та рівня доходів своїх співробітників в

достатньо складних умовах господарювання, особливо у 2019 році на тлі світової пандемії COVID-19. Проте, робота підприємства буде лише тоді ефективною, коли темпи зростання продуктивності праці будуть випереджати темпи зростання заробітної плати. В таблиці 3.1 представлено інформацію щодо темпів зростання продуктивності праці одного працівника. Треба зазначити, що темп зростання продуктивності праці у 2018 році по відношенню до 2017 року становив 108%, а у 2019 році по відношенню до 2018 – лише 103%. Тобто можна зробити висновок, що темпи зростання заробітної плати випереджають темпи зростання продуктивності праці, що з одного боку, негативно може позначитися на показниках ефективності та результативності роботи досліджуваного підприємства, а з іншого боку, характеризує соціальний аспект діяльності підприємства як такий, що піклується про зростання добробуту своїх працівників.

Таблиця 3.4 – Аналіз структури фонду оплати праці штатних працівників ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Показники	Роки			Відхилення, п.п	
	2017	2018	2019	2019-2017	2019-2018
Фонд оплати праці штатних працівників, %:	100,00	100,00	100,00	-	-
Фонд основної заробітної плати, %	60,39	54,37	51,10	-9,29	-3,27
Фонд додаткової заробітної плати, %	33,90	33,92	33,54	-0,36	-0,38
Заохочувальні та компенсаційні виплати, %	5,70	11,71	15,36	9,65	3,65

Структура фонду оплати праці у 2017-2019 роках представлена на рисунках 3.4 - 3.6.



Рисунок 3.4 – Структура фонду заробітної плати персоналу
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2017р.



Рисунок 3.5 – Структура фонду заробітної плати персоналу
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2018 р.



Рисунок 3.6 – Структура фонду заробітної плати персоналу
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2019 р.

Проведений аналіз структури фонду оплати праці свідчить, що за період 2017-2019 років не відбулося суттєвих змін у співвідношення фонду основної заробітної плати, фонду додаткової заробітної плати та заохочувальних та компенсаційних виплат. За всі роки трохи більше за половину загального фонду оплати праці становив фонд основної заробітної плати; третину – фонд додаткової заробітної плати й порядку 11-15% – заохочувальні та компенсаційні виплати. Невеличке коливання у структурі фонду оплати праці персоналу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» спостерігається у 2017 році, коли частка фонду основної заробітної плати становила понад 60%, а частка компенсаційних та заохочувальних виплат лише 5,7%.

У таблиці 3.5. представлено значення узагальнюючих показників розвитку досліджуваного підприємства за 2017-2019 роки.

Таблиця 3.5 – Узагальнюючі трудові показники ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Темп приросту, %	
				2019 р. до 2017 р.	2019 р. до 2018 р.
1. Обсяг виробництва продукції, тис. грн.	345137,40	380455,40	403829,90	17,01	6,14
2. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	535567,00	545233,00	556178,00	3,85	2,01
3. Середньооблікова чисельність працівників, осіб.	268,00	273,00	280,00	4,48	2,56
4. Фонд оплати праці, тис. грн.	6696,30	8988,90	10358,00	54,68	15,23
5. Чистий прибуток, тис. грн.	1595,00	16628,00	29718,00	1763,20	78,72
6. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	96,78	163,84	187,19	93,42	14,25
7. Середньорічний виробіток (продуктивність праці) одного працівника, тис. грн. /особу.	1287,83	1393,61	1442,25	11,99	3,49
8. Зарплатовіддача, грн./грн.	51,54	42,33	38,99	-24,36	-7,89
9. Рентабельність витрат на заробітну плату працівників, грн./грн.	0,24	1,85	2,87	104,53	55,10

Аналізуючи наведені дані, знов таки можна констатувати, що підприємство надає перевагу підтримці своїх працівників в порівнянні з досягненням економічних результатів. Це спостерігається за такими показниками, як фонд оплати праці, якій постійно зростає, зменшення показника зарплатовіддачі, що за аналізованій період має тенденцію до зменшення, а також через зростання показника рентабельності витрат на заробітну плату працівників, якій також зростає за період 2017-2019 років. Тож можна зробити загальний висновок, про те, що система управління підприємством є соціально орієнтованою.

Подальшу оцінку рівня корпоративної соціальної відповідальності проведемо за показниками культурного, соціального та екологічного розвитку, для чого можна необхідно застосувати методи:

- ✓ опитування працівників підприємства чи колег – студентів;
- ✓ середньозважених оцінок (-3, -2, -1, +1, +2, +3, +4, +5) за формулою:

$$E_{c3} = \sum_{j=1}^m \left[\frac{\sum_{i=1}^n K_i \times O_i}{n} \times K_j \right], \quad (3.1)$$

де m – кількість складових соціокультурного партнерства, наприклад, $m = 3$;

n – кількість показників у j -й складовій, наприклад, відповідно $n = 8, 10, 4$;

K_i – ваговий коефіцієнт показника в межах j -ї складової партнерства;

O_i – оцінка i -го показника;

K_j – ваговий коефіцієнт складових соціокультурного партнерства.

Результати представлено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Оцінка оцінку рівня корпоративної соціальної відповідальності за показниками культурного, соціального та екологічного розвитку ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»

№	Показники	Ваговий коефіцієнт, Кі	Оцінка, Оі	Кі x Оі	Показники оцінки ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»
1	2	3	4	5	6
А. Духовно-моральний розвиток трудового колективу					
1	Частка духовно моральних членів трудового колективу: 1-5% – +1, 6-10% – +2, 11-30% – +3, 31-60% – +4, 61-100% – +5;	0,2	+1	+0,2	+1
2	Ступінь дотримання культурно-професійного кодексу трудового колективу (оцінку див. п. 1);	0,3	+3	+0,9	+4
3	Рівень законодавчо-нормативних актів щодо духовно-моральної культури життєдіяльності та господарювання;	0,1	+1	+0,1	+1
4	Рівень довіри працівників до керівника (оцінку див. п.1);	0,1	+2	+0,2	+3
5	Ступінь гармонізації (єдності, безконфліктності) трудового колективу (оцінку див. п. 1);	0,1	+2	+0,2	+3
6	Рівень довіри керівників підприємства до партнерів господарської діяльності;	0,1	+4	+0,4	+4
7	Рівень довіри керівників підприємства до діяльності споріднених суб'єктів господарювання;	0,1	-1	-0,1	-1
8	Рівень довіри керівників підприємства до органів державної влади;	0,1	+4	+0,4	+3
Усього, середньозважений коефіцієнт (оцінка рівня духовно-морального розвитку трудового колективу) $O_{сзA} = \sum(K_i \times O_i) : n$, n = 8		1,0	$O_{сзA} = 2,3:8 = 0,29$		$O_{сзA} = 0,33$
Б. Соціальний розвиток підприємства					
1	Можливість професійного навчання, підвищення кваліфікації (оцінку див. п. 1);	0,1	+5	+0,5	+5
2	Частка колективу, яка бере участь у самоврядуванні (оцінку див. п. 1А);	0,05	+3	+0,15	+2
3	Рівень зайнятості у шкідливих умовах праці: 1-10% – -1; 11-30% – -2; 31-100 – -3;	0,2	-1	-0,2	-1

Продовження таблиці 3.6

4	Рівень виробничого травматизму: ≤1% – -1; 2-3% – -2; ≥4% – -3;	0,1	-1	-0,1	-1
5	Рівень пільг, компенсацій та субсидій за місцем роботи(оцінку див. п. 2А);	0,05	+3	+0,15	+3
6	Ефективність діяльності культурно-професійних спілок (ступінь виконання соціальних планів): ≥30% – +1; ≥40% – +2; ≥60% – +3; ≥70% – +4; ≥80% – +5;	0,2	+2	+0,2	+3
7	Рівень відповідності оплати праці її мінімальному розмірі, якості, кількості, умовам труда, чисельності непрацевдатних членів родини, забезпеченню потреб сім'ї працівника;	0,3	+3	+0,6	+3
8	Своєчасність виплати місячної зарплати: затримка ≥1 місяця – -3; ≥15 днів – -2; ≥6 днів – -1;	0,05	-1	-0,05	-1
9	Соціальний рівень житлових умов працівників та членів їхніх родин: здійснено кап. ремонт житла – +5; косметичний ремонт – +4; без ремонту, але розмір житлової площі на одну особу за нормативами – +3; розмір площі не відповідає нормативу – +2; старе житло за нормативами – +1; старе житло не відповідає нормативам – -1; дуже старе житло не відповідає нормативам – -2; відсутність житла – -3;	0,04	+3	+0,12	+3
10	Рівень задоволення працівників своїм соціальним станом: за опитуванням;	0,1	+3	+0,3	+4
Усього, середньозважена оцінка рівня соціального розвитку $ОсзБ = \sum(K_i \times O_i):n$, $n = 10$		1,0	$ОсзБ=1,4:10=$ 0,14		$ОсзБ =$ =0,24
В. Екологічний розвиток підприємства					
1	Частка екологічно чистої продукції: 0% – -3; ≤5% – -2; ≤10% – -1; >10% – +1; ≥20% – +2; ≥40% – +3; ≥60% – +4; ≥80% – +5;	0,3	+1,2	+0,8	-3

1	2	3	4	5	6
2	Ефективність витрат на природоохоронні заходи: 1-29% – -3, ≥30% – -2, ≥40% – -1, ≥50% – +1, ≥55% – +2, ≥60% – +3, ≥70% – +4, ≥80% – +5;	0,3	+2	+0,6	+2
3	Ступінь задоволеності споживачів (позитивної суспільної думки);	0,3	+3	+0,9	+3
4	Ступінь взаємодії з державними органами влади (дотримання чинного законодавства, участь у державних проектах, консультації, пропозиції).	0,1	+1	+0,1	+1
Усього, середньозважена оцінка рівня економічного розвитку $O_{сзВ} = \sum(K_i \times O_i) : \pi, \pi = 4$		1,0	$O_{сзВ} = 2,4 : 4 = 0,6$		$O_{сзВ} = 0,2$

Розрахунок оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за визначеними елементами:

✓ духовно-моральний розвиток трудового колективу:

$$O_{сзА} = \frac{\sum(K_i * O_i)}{\pi} \quad (3.2)$$

$$O_{сзА} = \frac{(0,2 * 1 + 0,3 * 4 + 0,1 * 1 + 0,1 * 3 + 0,1 * 3 + 0,1 * 4 + 0,1 * (-1) + 0,1 * 3)}{8} = 0,33$$

✓ соціальний розвиток підприємства:

$$O_{сзБ} = \frac{\sum(K_i * O_i)}{\pi} \quad (3.3)$$

$O_{сзБ}$

$$= \frac{(0,1 * 5 + 0,05 * 2 + 0,2 * (-1) + 0,1 * (-1) + 0,05 * 3 + 0,2 * 3 + 0,3 * 3 + 0,05 * (-1))}{10}$$

+

$$+ \frac{(0,04 * 3 + 0,1 * 4)}{10} = 0,24$$

✓ екологічний розвиток підприємства:

$$O_{сзВ} = \frac{\sum(K_i * O_i)}{\pi} \quad (3.4)$$

$$O_{сзВ} = \frac{(0,3 * (-3) + 0,3 * 2 + 0,3 * 3 + 0,1 * 1)}{4} = 0,2$$

Отже, провівши аналіз та оцінку стану корпоративної соціальної відповідальності в системі управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» слід зазначити, що підприємство займає досить відповідальну позицію щодо відносин зі своїми працівниками, що, крім проведеного аналізу стану використання робочої сили, підтверджується ще й показниками духовно-морального розвитку колективу та соціального, представленого у таблиці 3.6. – серед показників саме цей має найбільше інтегральне значення. Звернути увагу підприємству потрібно на екологічну складову, значення інтегрального коефіцієнта якого найменше, а це означає, що в системі управління підприємству слід звернути більше уваги на екологічну відповідальність та постійно вдосконалювати в системі корпоративної соціальної відповідальності підприємства економічну відповідальність та соціальну складову.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності Товариства

Стан та розвиток корпоративної соціальної відповідальності щодо персоналу підприємства відображається через внутрішній (в межах організації) та зовнішній (між організацією та зовнішнім оточенням) рух персоналу. Стандарти внутрішньої соціальної відповідальності, які існують на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», свідчать про те, яку внутрішню політику стосовно власного персоналу проводить підприємство, наскільки працівники задоволені умовами праці, наскільки є можливість навчатись та будувати кар'єру в межах організації, відображають стан соціально-трудових відносин, управління персоналом на рівні організації, нормування і організацію праці, управління продуктивністю праці, системи планування та оплати праці, програми навчання та розвитку персоналу, програми планування кар'єри.

Напрямки корпоративної соціальної відповідальності у сфері трудових відносин, стосуються різних сфер життя і діяльності працівників одночасно, допомагаючи досягти балансу між ними.

Ініціативи і практики стосовно відносин з працівниками, які слід впровадити на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можна згрупувати за наступними напрямками:

- навчання та розвиток,
- оплата праці та заохочення.
- врахування думки працівників,
- здоров'я та безпека,
- баланс між роботою та сім'єю,

За напрямком розвитку персоналу підприємству потрібно реалізувати наступні ініціативи із підтримки і заохочення працівників до навчання:

1. Узгодження індивідуальних планів розвитку працівників, навчальних схем, консультування.
2. Консультування і організаційна допомога у працевлаштуванні при реорганізації, а також при звільненні.
3. Розробка програм розвитку лідерських якостей та кар'єрного зростання.
4. Виділення часу і коштів для навчання.

Заходи в сфері «Оплата праці та заохочення» певною мірою перетинаються з іншими ініціативами корпоративної соціальної відповідальності, що підтверджує необхідність стратегічного підходу при впровадженні подібних програм. Крім того такі програми дозволяють утримувати найкращих працівників та зміцнювати лояльність до працедавця.

Завдяки налагодженим внутрішнім комунікаціям підприємство реалізує систему участі персоналу в управлінні. Зокрема, співробітники можуть бути впевнені, що подані ними безпосередньо пропозиції з удосконалення виробництва або скорочення витрат, будуть розглянуті і оцінені.

Різноманітні заходи і програми із заохочення здорового способу життя включають наступні напрямки: власні спортивні центри, підтримка

корпоративних спортивних команд, проведення медичних обстежень та попередження захворювань через вакцинацію працівників, що набуває особливої актуальності в умовах сьогодення, впровадження програми запобігання стресам, фінансування організацій, що допомагають співробітникам з особливими потребами.

Програми балансу між роботою та сім'єю реалізуються шляхом впровадження гнучких графіків роботи, можливості працювати вдома, підтримки працівників у догляді за дітьми, організації харчування дітей співробітників під час канікул, наданні перерви у кар'єрі (від 6 місяців до 5 років).

Для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» доцільно запровадити наступні заходи по вдосконаленню корпоративної соціальної відповідальності в системі його управління:

1. Провести заходи, направлені на підвищення рівня екологічної відповідальності підприємства:

- запровадити лінію по переробленню використаних ПЕТ пляшок;
- поступово скорочувати використання ПЕТ пляшок, замінюючи їх на більш екологічні скляні;
- поширювати використання у технології виготовлення пива та безалкогольних напоїв органічних компонентів.

2. Розширити соціальну програму підприємства шляхом надання певних пільг своїм працівникам, зокрема:

- путівки для дітей працівників до дитячого оздоровчого табору;

- новорічні вистави для дітей співробітників підприємства;
- надавати одноразову допомогу працівникам, які вступають до шлюбу;
- виплачувати вагітним жінкам компенсацію у розмірі 50% вартості споживчого кошика;
- надавати одноразову матеріальну допомогу працівникам, які призвані на військову службу по мобілізації.

3. Посилити соціальну відповідальність підприємства у відносинах з територіальною громадою та місцевою владою шляхом участі у соціальних програмах та проектах міста; вирішення нагальних проблем розвитку міста та територіальної громади.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має розуміти, що його бізнес впливає на співробітників, на споживачів продукції і постачальників, на місцеве населення, муніципальне та регіональне, а також на джерела фінансування (акціонерів, кредиторів, банки) та інші пов'язані з його діяльністю сторони.

У ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має бути налагоджений зворотній зв'язок зі стейкхолдерами: підприємство має прислухатися до їхніх пропозицій і зважувати, яким чином можна поліпшити свою роботу. Цей принцип є базовим для збільшення вартості бізнесу, поліпшення репутації, зміцнення довгострокових перспектив розвитку.

Проте, впровадження корпоративної соціальної відповідальності пов'язано з певними складнощами. Воно вимагає від менеджменту підприємства багато часу і сил, змушує відволікатися від вирішення поточних, термінових питань. Швидкого і очевидного результату від впровадження корпоративної соціальної відповідальності не буває, і потрібно докласти значних зусиль, щоб зосередитися на довгостроковій перспективі, коли навколо тебе гарячі «живі» проблеми.

Економічний ефект від впровадження корпоративної соціальної відповідальності може відбиватися у підвищенні продуктивності праці, поліпшенні якості продукції. Особливо слід відзначити вирішення кадрових питань. Соціально відповідальна компанія має більш широкі можливості, щоб залучити й утримати талановитих і енергійних фахівців. Також серед переваг, що

забезпечують комерційні вигоди, це довіра інвесторів і, відповідно, поліпшення доступу до капіталу та отримання довгострокових інвестицій.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумок проведеному в роботі дослідженню, можна зробити наступні висновки.

З першого, теоретичного розділу – корпоративна соціальна відповідальність сприймається як повноцінний, структурний елемент розвитку підприємства, що впливає на його імідж, інвестиційну привабливість, маркетингову ефективність, побудову ефективних взаємовідносин з різними цільовими групами і на інші важливі параметри, які складають основу успішності діяльності підприємства.

Активна гуманізація соціальних формувань на підприємстві, адекватно до реалізації механізмів корпоративних соціально відповідальних відносин, призводить до інтелектуалізації діяльності осіб, які беруть участь у таких відносинах. Це призводить до:

- удосконалювання продуктивних процесів;
- формування нової репутації підприємства;
- стабільності людських ресурсів;
- доступу до нових ринків;
- ефективного управління ризиками;
- до підвищення якості і кількості нематеріальних ресурсів на підприємстві і адекватному зростанню вартості його нематеріальних активів.

Таким чином, механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності є необхідним інструментом в діяльності підприємства, який закладе основи діяльності підприємства на принципах соціально відповідальної поведінки.

З другого, аналітичного розділу – на сьогодні у пивоварній галузі, до якої відноситься досліджуване підприємство, існує низька проблем, серед яких основними є загальне зниження платоспроможного попиту, що зумовлено реальних доходів населення України; високі митні збори, податки, ліцензії, акцизні миту на виробництво та торгівлю пива, яке прирівняно до міцного алкоголю відповідно до рішення керівництва країни. Ці проблеми повної мірою

стосуються й підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Проте, проведений аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності підприємства засвідчив, що незважаючи на труднощі сьогодення, посилені світовою пандемією та її наслідками, підприємство працює в цілому достатньо ефективно, збільшуючи практично всі економічні та фінансові показники, у тому числі показники доходу, прибутку та рентабельності, які найбільш показово свідчать про результативність діяльності підприємства. Така сама тенденція простежується й за показниками соціально-економічного розвитку підприємства, детальний аналіз яких було здійснено у третьому розділі роботи.

Загалом з проведеного дослідження можна зробити висновок, що в системі управління підприємством корпоративна соціальна відповідальність має свій прояв у відносинах із працівниками, через економічну відповідальність – підприємство щороку нарощує свій прибуток, який є показником результативності та мірилом ефективності діяльності й одночасно характеризує економічну відповідальність підприємства; дещо меншим, за проведеною оцінкою є рівень екологічної відповідальності підприємства. Тож, у третьому розділі роботи було розроблені пропозиції щодо вдосконалення системи корпоративної соціальної відповідальності в системі управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», а саме: провести заходи, направлені на підвищення рівня екологічної відповідальності підприємства; розширити соціальну програму підприємства шляхом надання певних пільг своїм працівникам; посилити соціальну відповідальність підприємства у відносинах з територіальною громадою та місцевою владою шляхом участі у соціальних програмах та проектах міста; вирішення нагальних проблем розвитку міста та територіальної громади.

ГЛОСАРІЙ

Аналіз господарської діяльності – комплексне вивчення результатів практичної роботи підприємств за певний період, оцінка ефективності діяльності з метою виявлення резервів та визначення шляхів діяльності й надання необхідної інформації для оперативного керівництва різними ланками діяльності, одержання передбачених планом показників

Благодійний маркетинг – зобов'язання роботи внески чи переказувати певні відсотки від обсягів продажу на добродійні потреби

Виробіток – це прямий показник рівня продуктивності праці, що визначається кількістю продукції (робіт, послуг), вробленою одним працівником за одиницю робочого часу

Виробничий травматизм – це явище, що характеризується сукупністю виробничих травм і нещасних випадків на виробництві

Виробнича структура підприємства – це склад, кількісне відношення і розміри внутрішніх підрозділів, форми їх побудови та взаємозв'язку

Відокремлений підрозділ – це підрозділ, що знаходиться поза місцезнаходженням юридичної особи та виробляє продукцію, виконує роботи або операції, надає послуги від імені юридичної особи, або здійснює представництво і захист інтересів юридичної особи

Гідна праця – наявність зайнятості в умовах свободи, рівності, безпеки та людської гідності

Господарська діяльність – це діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямовану на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність

Державні соціальні гарантії – це встановлені законами мінімальні розміри оплати праці, доходів громадян, пенсійного забезпечення, соціальної допомоги, розміри інших видів соціальних виплат, встановлені законами та

іншими нормативно-правовими актами, які забезпечують рівень життя, не нижче від прожиткового мінімуму

Допоміжні цехи – це цехи, які сприяють випуску основної продукції, створюючи умови для нормальної роботи основних цехів: оснащують їх інструментом і пристосуванням, забезпечують запасними частинами для ремонту устаткування і проводять планові ремонти, забезпечують енергетичними ресурсами

Загальнообов'язкове державне соціальне страхування – система прав, обов'язків і гарантій, яка передбачає надання соціального захисту за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати страхових внесків власником або уповноваженим ним органом, громадянами, а також бюджетних та інших джерел, передбачених законом

Ефективна зайнятість – це зайнятість, що здійснюється відповідно до вимог інтенсивного типу відтворення та критеріїв економічної доцільності й соціальної результативності, зорієнтована на скорочення ручної, непрестижної, важкої праці

Економічна ефективність – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки)

Європейський Союз – економічний та політичний 28 держав-членів, що розташовані здебільшого у Європі

Європейська інтеграція – це процес політичної, юридичної, економічної (а в деяких випадках і соціальної та культурної) інтеграції європейських держав, у тому числі й частково розташованих в Європі

Європейська соціальна хартія – міжнародний договір, що захищає та встановлює окремі соціальні та економічні права громадян країн, що приєдналися до Хартії

Кадри – це штатні кваліфіковані працівники з певною професійною підготовкою, які мають спеціальні знання, трудові навички чи досвід роботи у вибраній сфері діяльності

Корпоративна етика – це культура поведінки співробітників компаній, їх переконання, традиції, рівень взаємовідносин між керівниками середньої ланки (менеджерами) та робітниками, між компанією, її клієнтами (споживачами) і партнерами, державою та суспільством

Корпоративне управління – система взаємодії між акціонерами і керівництвом компанії (акціонерного товариства, корпорації), включаючи її рада директорів, а також з іншими зацікавленими особами, з допомогою якої реалізуються права акціонерів; комплекс механізмів, що дозволяють акціонерам (інвесторам) контролювати діяльність керівників компанії і вирішувати виникаючі проблеми з іншими групами впливу

Корпоративна філантропія – цільові пожертвування безпосередньо добродійній організації чи на здійснення акції і/або проекту, найчастіше у формі грошових Грантів, подарунків і/або товарів і послуг

Корпоративна соціальна відповідальність – дотримання обраного та прийнятого власниками, керівництвом та рядовим персоналом організації напрямку задоволення очікувань соціального середовища, що позитивно впливає на взаємовідносини організації із середовищем та покращує результати діяльності в цілому

Міжнародна організація праці – спеціалізована установа Ліги Націй, а після Другої світової війни – Організації Об'єднаних націй (ООН), що була заснована у 1919 році урядами різних країн для підтримки міжнародного співробітництва у справі забезпечення миру в усьому світі й зменшення соціальної несправедливості за рахунок поліпшення умов праці.

Міжнародні стандарти праці – одне з досягнень сучасної цивілізації, що відобразило результати діяльності держав по внесенню в ринкову економіку соціальних цінностей, розробки зусиллями світової спільноти інструментів соціальної політики, прийнятної для держав, що входять в її склад.

Нормативно-правовий акт – це офіційний документ компетентних суб'єктів правотворчості, який містить норми права, що забезпечуються державою

Організаційна структура – це основа системи управління, яка визначає склад, підпорядкованість, регламентує адміністративні, функціональні та інформаційні взаємовідносини між працівниками апарату управління та підрозділами, встановлює права, обов'язки і відповідальність працівників

Оплата праці – грошовий вираз вартості і ціни робочої сили, який виступає у формі будь-якого заробітку, виплаченого власником підприємства працівникові за виконану роботу.

Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів і засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини в процесі трудової діяльності

Праця – це свідома, організована і цілеспрямована діяльність людини, спрямована на перетворення предметів природи і пристосовування їх для задоволення власних потреб

Пільги – це встановлені законодавством або іншими нормативними актами переваги, що надаються особі (або групі осіб) порівняно з іншими громадянами

Плинність персоналу – це рух робочої сили, обумовлений незадоволеністю працівника робочим місцем або незадоволеністю організації конкретним працівником.

Побічні цехи – це такі, в яких виготовляється продукція з відходів сировини і матеріалів основного і допоміжного виробництва, або здійснюються відновлення використаних допоміжних матеріалів для потреб виробництва

Положення – нормативно-правовий або локально-правовий акт, що визначає основні правила організації та діяльності державних органів, структурних підрозділів органу, а також установ, організацій і підприємств (філій), що їм підпорядковуються, тимчасово створюваних комісій, груп, бюро.

Предмет праці – об'єкт, на який людина діє в процесі праці і який є матеріально-речовою основою майбутнього продукту

Прожитковий мінімум – вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування (далі - набір продуктів харчування), а також мінімального набору непродовольчих товарів (далі - набір непродовольчих товарів) та мінімального набору послуг (далі - набір послуг), необхідних для задоволення

Продуктивність праці – це показник її результативності, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг, з одного боку, та кількістю праці, витраченої на виробництво цього обсягу, з іншого основних соціальних і культурних потреб особистості

Професіоналізм – сукупність досягнутих індивідом теоретичних знань, практичного досвіду і професійних навиків у визначеній поділом праці сфері людської діяльності

Професійні захворювання – виникненні внаслідок професійної діяльності та зумовлені виключно або переважно впливом шкідливих речовин і певних видів робіт та інших факторів, пов'язаних з роботою

Реалізована продукція – продукція відвантажена покупцям і оплачена ними в даному періоді

Робочий час – це установлений законодавством відрізок календарного часу, протягом якого працівник відповідно до правил внутрішнього трудового розпорядку, графіка роботи та умов трудового договору повинен виконувати свої трудові обов'язки

Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору і етичну поведінку, яка сприяє стійкому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає діючому законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована в діяльність всієї організації і реалізується нею на практиці

Соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, зв'язаних з основною діяльністю компанії або тими, що виходять за рамки певного мінімуму

Соціальний захист – це державна підтримка верств населення, які можуть зазнавати негативного впливу ринкових процесів, з метою забезпечення відповідного життєвого рівня, тобто заходи, що включають надання правової, фінансової, матеріальної допомоги окремим громадянам (найбільш вразливим верствам населення), а також створення соціальних гарантій для економічно активної частини населення

Соціально-трудові відносини – це комплекс взаємовідносин між найманими працівниками і роботодавцями за участі держави, які пов'язані з наймом працівників, використанням та оплатою їхньої праці, відтворенням робочої сили і спрямовані на забезпечення соціальної злагоди, високого рівня та якості життя працівників, високої ефективності роботи підприємства

Соціальне партнерство – це система взаємозв'язків між представниками найманих працівників (переважно професійними спілками) з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями; з другого, і державою та органами місцевого самоврядування; з третього, що виражається у взаємних консультаціях, переговорах і примирних процедурах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав та інтересів працівників, роботодавців і держави

Сталий розвиток – це модель економічного зростання, в якій використання ресурсів направлено на задоволення потреб людини при збереженні навколишнього середовища, так що ці потреби в розвитку можуть бути задоволені не тільки в сьогоденні, але й для майбутніх поколінь

Стандарт – це визначення очікуваної якості, затверджена модель, яка є основою процесу оцінки, документ, що складений у результаті консенсусу спеціалістів, схвалений спеціалізованою організацією й спрямований на досягнення оптимального ступеню впорядкованості у даній сфері

Сфера праці – важлива і багатопланова область економічного і соціального життя суспільства

Трудомісткість – це обернений показник рівня продуктивності праці, що характеризується кількістю робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції (робіт, послуг)

Трудова діяльність – це жорстко фіксований у часі і просторі доцільний ряд операцій і функцій, що здійснюються людьми, об'єднаними в трудові організації

Трудове право – це галузь права, яка регулює правовідносини між працівниками і працедавцями

Факторний аналіз – це методика комплексного системного вивчення і оцінки впливу факторів на величину результативних показників. **Фінансовий стан підприємства** – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів

Юридична особа – організація, суб'єкт права, здатний від свого імені набувати майнових і особистих немайнових прав і нести обов'язки та самостійно брати участь у правовідносинах, бути позивачем та відповідачем у суді

Якість трудового життя – це систематизована сукупність показників, що характеризують умови праці в найширшому розумінні це умови виробничого життя, які дають змогу врахувати міру реалізації інтересів і потреб працівника та використання його здібностей (інтелектуальних, творчих, моральних, організаторських, комунікаційних тощо)

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімова І., Осінкіна О., Філіпченко О., Марцінків А. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. К.: Видавнича компанія «КІТ». 2015. 41 с.
2. Аналітичний звіт «Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку». URL: http://uniter.org.ua/data/block/research_ukr_final.pdf (дата звернення 05.05.2021)
3. Антоненко Н.В. Корпоративна соціальна відповідальність в системі мотивації праці. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2019. Випуск 3 (36). С.142-147
4. Антошко Т. Р. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» К. 2012. 20 с.
5. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства: підручник. К.: Ліра-К. 2013. 664 с.
6. Багмет Т. Етичні засади бізнесу. *Наукові записки*. Випуск 15. 2016. С.24-28
7. Баюра Д. Формування систем корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2013. № 10 (151). С. 18–22.
8. Бегма Ю. К., Вінніков О. Ю., Редько О. І. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. К.: Факт. 2016. 130 с.
9. Бержанір А.Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління*. 2014. № 1 (17) – 2 (18). С. 43-47
10. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. К.: КНЕУ. 2015. 592 с.

11. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. *Актуальні проблеми економіки*. К., 2014. № 1. С. 77–85
12. Боднар О. А. Умови і чинники регулювання соціально-економічного розвитку. *Економічні науки*. 2014. № 11 (41). С. 52–59.
13. Боуен Г. Соціальна відповідальність бізнесмена. Нью-Йорк: Harper & Brothers, 1953.
14. Буко С. Корпоративна соціальна відповідальність як принцип ціннісно зорієнтованого менеджменту. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2016. №2. С.149–157.
15. Булатів А.С. Економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. К.: Знання. 2017. 408с.
16. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2012. № 6 (2). С. 159–169.
17. Вакульчик О. М. Корпоративне управління: економіко-аналітичний аспект. Дніпропетровськ: Пороги, 2017. 257 с.
18. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. 3-тє вид., виправл. і допов. К.: Центр навч. л-ри. 2015. 400 с.
19. Визначення: корпоративна соціальна відповідальність. URL: <http://csrgender.org.ua/discrimination> (дата звернення 02.05.2021)
20. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. Х.: Центр экономики и маркетинга, 2015. 270 с.
21. Власова Т. Підвищення кваліфікації персоналу як складова соціальної відповідальності бізнесу *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2013. № 148. С. 28–31.
22. Волик І.М. Український вибір моделі корпоративного управління URL: <https://www.inter-nauka.com/ua/> (дата звернення 12.04.2021)
23. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? *Києво-Могилянська Бізнес Студія*. 2015. № 10. С. 19-29.
24. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та

перспективи розвитку в Україні. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2013. № 148. С. 15–17.

25. Гасило Ю. А., Крюковська О. А., Левчук К. О., Романюк Р. Я. Охорона праці в галузі та цивільний захист: навчальний посібник. Кам'янське: ДДТУ. 2017. 369 с.

26. Гнибіденко І.Ф., Колот А.М., Новікова О.Ф. «Соціальна безпека: теорія та українська практика» Монографія. К.: КНЕУ. 2016. 252 с.

27. Гой І. В. Підприємництво: навч. посіб. К.: Ліра-К. 2013. 368 с.

28. Гудзь О.Є. Формування портфелю стратегій в корпоративному управлінні. *Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 29–30 квітня 2018 р.* Тернопіль: Крок, 2018. С. 165 – 167.

29. Декларація тисячелеття Організації Об'єдинених Націй. Утверджена резолюцією 55/2 Генеральної Ассамблеї от 8 сентября 2000 года. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua> (дата звернення 14.05.2021)

30. Експертний аналіз «Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу». URL: <http://www.csrkrainie.org/userfiles> (дата звернення 04.05.2021)

31. Емельянов Е.Н., Поварницына Е.Е. Психология бизнеса. Х.: Армада, 2014. 158 с.

32. Євдокимова Н.М., Кирієнко А.В. Економічна діагностика: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.:КНЕУ. 2013. 156 с.

33. Жуковська В. М. Соціальна відповідальність як напрям реалізації корпоративної стратегії розвитку. *Фінанси України*. 2012. С. 14-21.

34. Закон України “Про охорону праці” № 2694—XII. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 49. ст. 668.

35. Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2018 рік. URL: http://cygnet.ua/bitrix/uploads/2019/02/08.02.19_Zvit-pro-KSV-za_2018-rik-web.pdf (дата звернення 15.05.2021)

36. Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної

соціальної відповідальності» (EU Green Paper «Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility», 2001). URL: <https://socialbusiness.in.ua/news/zelena-knyha-sotsial-noho-pidpriemnytstva-druha-redaktsiia/> (дата звернення 05.06.2021)

37. Керівництво з соціальної відповідальності: Проект міжнародного стандарту ISO/DIS 26000 URL: <http://www.conf.eu.org/ua/competitiveness> (дата звернення 22.05.2021)

38. Кирилюк Г.В. Особливості формування мотиваційної політики в Україні URL: <http://intkonf.org/kirilyuk> (дата звернення 26.04.2021)

39. Коваленко О.В., Зайцева М.О. Сутність діагностики стану господарської діяльності підприємств. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_5_021.pdf (дата звернення 12.05.2021)

40. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посібник. К.: Знання. 2014. 679 с.

41. Кодекс корпоративної поведінки. Політики і директиви. Компанія «Форд Мотор компані». URL: <https://www.hps.ford.com.htmhttps://www.fcs.ford.com/coc> (дата звернення 10.05.2021)

42. Кожанова Є. П., Отенко І. П. Економічний аналіз: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Х.: ВД «ІНЖЕК». 2015. 258 с.

43. Колот А.М. «Соціально-трудова відносина: теорія і практика регулювання: монографія». К.: Київ. нац. екон. ун-т. 2013. 336 с.

44. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. №4. С.5-26

45. Колот А.М., Грішнова О.А. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія. За наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. К.: КНЕУ. 2012. 501 с.

46. Колот В.М., Рєпіна І.М., Щербина «Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура»: навч. посібник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2016. 357 с.

47. Коник Д. Л, Олійник М. В., Привалов Ю. О. Соціальна

відповідальність бізнесу в Україні: Матеріали експертного дослідження. НАН України; Інститут соціології; Фонд "Інтелектуальна перспектива"; Представництво Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ). К.: Батискаф. 2012. 148 с.

48. Корпоративна соціальна відповідальність: і людям, і бізнесу. URL: <https://rau.ua/novyni/> (дата звернення 20.05.2021)

49. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник. За заг.ред. д-ра екон.наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон.наук, проф.А.Я. Кузнецової. К.: УБС НБУ, 2013. 352 с.

50. Корпоративная социальная ответственность: Не побочная деятельность, а составная часть бизнес-стратегии. URL: <http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview> (дата звернення 05.05.2021)

51. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. *Журнал європейської економіки*. 2016. Том 15 (№ 2). С. 172-182

52. Кузьмин О. Соціальна відповідальність: практичний аспект. К.: Кондор, 2020. 244 с.

53. Кукура С. П. Теория корпоративного управления. Донецк. 2012. 478 с.

54. Купалова Г. Екологічна звітність підприємств як складова національної інформаційної системи з охорони довкілля. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2012. № 142. С. 12–16.

55. Литвиненко Т. Соціальна відповідальність бізнесу як умова входження України в європейський та світовий економічний простір. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2013. № 10 (151). С. 43–47.

56. Ляшенко О. Лавренчук В. Дослідження соціальної відповідальності бізнесу в розрізі проблеми розвитку енергоефективних технологій. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2013. № 148. С. 38–40.

57. Мельник С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України. *Економіка та держава*. 2012. № 5. С. 71–73.

58. Мельнік Л. Г. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Ліра-К. 2015. 876 с.

59. Михалюк Н. І. Планування діяльності підприємств: навч. посіб. К.: Ліра-К. 2015. 620 с.
60. Міжнародна організація праці [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ilo.org.ua/Pages> (дата звернення 13.05.2021)
61. Мних Є. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Підручник. К. 2011. 513с.
62. Моделі корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. URL: <http://www.kneu.dp.ua/moodlenew/pluginfile.php> (дата звернення 11.05.2021)
63. Моделі КСВ в США і Європі. URL: <http://social-responsibility> (дата звернення 10.05.2021)
64. Мосійчук І.В. Корпоративна соціальна відповідальність як основа сучасного розвитку економіки України. *Економіка. Управління. Інновації*. Випуск № 3(15). 2015. С. 15-19
65. Небава М.І., Небава І.М. «До питання про соціальну відповідальність бізнесу». *Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць професорсько-викладацького складу і аспірантів. Академія муніципального управління*. Випуск 28. 2016. С.15-21.
66. Одарченко М.С., Одарченко А.М., Степанов В.І., Черненко Я.М. Основи охорони праці: підручник. Х.: Стиль-Издат. 2017. 334 с.
67. Осецький В. Л., Марченко В. М. «Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності». *Економіка та держава*. № 1. 2017. С. 9 –12.
68. Петрос О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: [монографія]. К.: Центр учбової літератури, 2012. 152 с.
69. Петухова О.М., Римаренко М.К. Аналіз та перспективи розвитку пивоварної галузі України. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення 31.05.2021)
70. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Підручник. Тернопіль: Економічна думка. 2011. 365 с.

71. Порохня В.М., Безземельна Т. О., Кравченко Т. А. Стратегічне управління: навчальний посібник К.: Центр учбової літератури. 2016. 224 с.
72. Портна О. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. К.: Ліра-К. 2015. 312 с.
73. Проект Концепції соціального розвитку України на 2013—2023 рр. URL.: <http://mlsp.gov.ua/control/uk/> (дата звернення 20.05.2021)
74. Саприкіна М. А., Саєнсує М.А., А.І. Зінченко. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник. К.: Вид-во «Фабований лист», 2011. 480 с.
75. Серіков Я. О., Коженевські Л., Хворост М. В. Безпека життєдіяльності та охорона праці: підручник: у 2 ч. Ч. 1: Безпека життєдіяльності. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2021. 255 с.
76. Социальное партнерство и его методы в зарубежных странах (опыт и уроки). URL: <http://evolutio.info/content> (дата звернення 20.05.2021)
77. Соціальна відповідальність бізнесу: конструктивний діалог з бізнесом і владою. К. 2018. 36 с.
78. Сталінська Г.О. «Соціальна складова корпоративного управління: вплив на ефективність діяльності ТНК». *Культура народів Причорномор'я*. 2014. №99. С. 105-109
79. Степанова О.В. Соціально-відповідальне управління промисловими підприємствами: проблеми формування та напрямки реалізації. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент»*. 2011. № 6-7 (26- 27). С. 404-414.
80. Стеценко В. Березова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. *Галицький економічний вісник*, № 2 (63) 2020. С. 243-250
81. Стиценко Т.Є., Пронюк Г.В., Сердюк Н.М., Хондак І.І. «Безпека життєдіяльності»: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ. 2018. 336 с.
82. Форум соціально відповідального бізнесу. URL: <http://svb.org.ua> (дата звернення 01.06.2021)

83. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник. К.: «ЦУЛ», 2016. 608 с.
84. Шаповал В. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою. Донецьк: НГУ, 2013. 357 с.
85. Шарко М. В., Мешкова-Кравченко Н. В., Радкевич О. М. Економіка підприємства: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс. 2014. 436 с.
86. Шира Н. О., Іващенко А.І. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення 14.05.2021)
87. Шмиголь Н.М. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством: стратегії, дохід, ефективність. *Вісник Запорізького національного університету*. 2013. № 1(4). С 212-216.
88. Шудренко І. В. Основи охорони праці: навч. посіб. Житомир : Видавець, О. О. Євенок. 2016. 214 с.