

Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки управління та права

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему:

«Соціальна відповідальність бізнесу в сучасних економічних умовах (на матеріалах сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю «Лободіно»))»

Виконала: здобувачка першого рівня вищої освіти, групи 401-ЕП

спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Лобода А. І.

Керівник: Григор'єва О.В.

Рецензент: Павловська А.А.

Полтава – 2023 р.

Консультанти:

з охорони праці

24 . 05 . 2023 р. ОГ О.В. Григор'єва

Здобувач 14 . 06 . 2023 р. ЛЛ А.І.Лобода

Керівник роботи 15 . 06 . 2023 р. ОГ О.В. Григор'єва

Нормоконтроль 15 . 06 . 2023 р. ОГ О.В. Григор'єва

Допустити до захисту

Завідувачка кафедри 15 . 06 . 2023 р. МБ М.Б.Чижевська

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки управління та права

кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ступінь вищої освіти «бакалавр»

спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.завідувача кафедри економіки,
підприємництва та маркетингу

М.Б. Чижевська
«12» квітня 2023 року

ЗАВДАННЯ НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Лобода Анастасія Ігорівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема роботи Соціальна відповідальність бізнесу в сучасних економічних умовах
та матеріалах сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю
(Лободіно»)

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

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

Затверджені наказом закладу вищої освіти від «20» березня 2023 року №236-фа

Строк подання здобувачем роботи 23.06.2023 р.

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

Зміст випускної кваліфікаційної роботи бакалавра (перелік питань, які потрібно
зробити) Р.І. Теоретичні основи формування соціальної
відповідальності бізнесу. Р.ІІ. Організаційно -
правові і економічні характеристики діяльно-
сті СТОВ «Лободіно». Р.ІІІ. Вимоги напрямків
досконалості соціальної відповідальності
СТОВ «Лободіно»

Перелік графічного матеріалу:

Ілюстративний матеріал у кількості 19 аркушів представлений у
датку Т

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці	Григор'єва О.В.		10.05.2023р. 

7. Дата видачі завдання 17.04.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Прим.
1	Теоретична частина	17.04–07.05.23	
2	Аналітична частина	08.05–28.05.23	
3	Проектна частина. Виготовлення ілюстративного матеріалу, перевірка на плагіат	29.05–18.06.23	
4	Рецензування та підготовка до захисту	19.06–25.06.23	
5	Захист випускної роботи бакалавра	26.06–02.07.23	

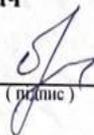
Здобувач

Лобода А.А.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

Григор'єва О.В.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Примітки:

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

РЕФЕРАТ

Лобода А.І. Соціальна відповідальність бізнесу в сучасних економічних умовах (на матеріалах сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю «Лободіно»). Машинопис. Кваліфікаційна робота на здобуття першого рівня вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2023.

Робота містить 179 аркушів машинного тексту та 20 аркушів ілюстративного матеріалу; таблиць – 14; рисунків – 25; перелік використаної літератури – 124 найменування.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є СТОВ «Лободіно», його виробничо-господарська діяльність, специфічні методи і механізми управління виробничою діяльністю підприємства, їх дієвість в процесі здійснення господарської діяльності підприємства.

Випускна кваліфікаційна робота присвячено розв'язанню питань, які науково обґрунтовують економічну сутність, значення та методикку оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.

В роботі проаналізовано економічний стан підприємства, виконано діагностування господарської діяльності підприємства та розроблені пропозиції щодо підвищення її ефективності.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування науково-теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо формування системи соціальної відповідальності бізнесу та розроблення пропозицій щодо вдосконалення соціальної відповідальності на підприємстві.

Результатом дослідження є оцінка стану соціальної відповідальності бізнесу на СТОВ «Лободіно» та розроблені пропозиції щодо підвищення ефективності соціально відповідальних відносин Товариства.

Отримані результати можуть бути використані на даному підприємстві та на інших підприємствах України.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, конкурентоспроможність, бізнес, прибуто».

ESSAY

Loboda A.I. Social responsibility of business in modern economic conditions (based on the materials of the agricultural limited liability company «Lobodino»). Manuscript. Qualification work for obtaining the first level of higher education in specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activity» – Poltava: National University «Yuriy Kondratyuk Poltava Polytechnic», 2023.

The work includes 179 sheets of machine text and 20 sheets of illustrative material; tables - 14; drawings - 25; list of used literature - 124 titles.

The object of study of the qualification work is ALLC «Lobodino», its production and economic activities, specific methods and mechanisms for managing the production activities of the enterprise, their effectiveness in the process of implementing the economic activities of the enterprise.

The final qualifying work is devoted to solving issues that scientifically substantiate the economic essence, significance and methodology for evaluating the effectiveness of business social responsibility.

The paper analyzes the economic state of the enterprise, diagnoses the economic activity of the enterprise and develops proposals to improve its efficiency.

The purpose of the final qualification work is the theoretical substantiation of the scientific and theoretical foundations and practical recommendations for the formation of a system of social responsibility and the development of proposals for improving social responsibility at the enterprise.

The result of the study is an assessment of the state social responsibilities of business at the ALLC "Lobodino" and developed proposals for improving the effectiveness of the Company's socially responsible relations. The obtained results can be used at this enterprise and other enterprises of Ukraine.

Keywords: social responsibility of business, competitiveness, business, approx.

ЗМІСТ

Вступ.....	11
Розділ 1. Теоретичні основи формування соціальної відповідальності бізнесу.....	15
1.1. Сутність, передумови та розвиток соціальної відповідальності бізнесу	15
1.2. Механізм формування соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах.....	26
1.3. Методика та показники оцінки ефективності соціальної відповідальності бізнесу	37
Розділ 2. Організаційно-правова і економічна характеристика діяльності СТОВ «Лободіно».....	47
2.1. Аналіз стану та перспектив розвитку сільського господарства в Україні.....	47
2.2. Організаційно-правові основи діяльності підприємства.....	55
2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності підприємства.....	70
2.4. Стан охорони праці на підприємстві	85
Розділ 3. Визначення напрямків вдосконалення соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно»	91
3.1. Аналіз наявної системи соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно»	91
3.2. Напрямки вдосконалення соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно»	98
Висновки та пропозиції	109
Глосарій.....	Ошибка! Закладка не определена.
Список використаних джерел	Ошибка! Закладка не определена.

Додаток А. Фінансова звітність СТОВ «Лободіно» за 2019 рік	180
Додаток Б. Фінансова звітність СТОВ «Лободіно» за 2020 рік	
Додаток В. Фінансова звітність СТОВ «Лободіно» за 2021 рік	
Додаток Г. Ілюстративний матеріал до кваліфікаційної роботи	

ВСТУП

Сучасна глобальна економіка висуває нові, більш складні вимоги до організації підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність має дві мети: отримання прибутку та соціальна користь. Останнє завдання в основному виконується державою та деякими неприбутковими організаціями, благодійними організаціями та фондами. Інші види бізнесу зосереджені на отриманні прибутку і не вирішують другу мету. Така ситуація призвела до створення асоційованих підприємств, які прагнуть досягти максимального прибутку при мінімальних витратах, за рахунок погіршення якості готової продукції (товарів, робіт чи послуг). У зв'язку з вищезазначеними умовами, підприємства не можуть переслідувати лише першу мету, але повинні досягати і другої мети. Негативні наслідки людської діяльності та бажання допомогти суспільству створили передумови для формування соціальної відповідальності бізнесу.

Відповідальна поведінка бізнесу пов'язана з вирішенням екологічних та соціальних проблем, оскільки одним із джерел їх виникнення є діяльність як великого, так і малого бізнесу. Необхідність постійного збагачення «економічної людини» заради отримання прибутку в поєднанні з опортуністичною поведінкою призвели до формування великих промислових підприємств і концентрації в їх власності значних фінансових ресурсів, що значно збільшило сферу впливу корпорацій на розвиток суспільства. Тому вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем можливе лише за умови спільної роботи існуючих корпоративних акторів над розвитком соціальної відповідальності, в якій компанії відіграють важливу роль. Компанія – це організація, створена людьми (засновниками та працівниками) і взаємодіюча з людьми (постачальниками, покупцями, споживачами та місцевими громадами). Її бізнес-діяльність має прямий і непрямий вплив на зовнішнє і внутрішнє середовище, який може бути як позитивним, так і негативним.

Політичні, економічні та соціальні зміни в Україні за останні роки змінили пріоритети корпоративних стратегій багатьох компаній. Все більшого значення набуває соціально відповідальне управління, яке враховує інтереси працівників, стейкхолдерів та місцевих громад.

Соціально відповідальна корпоративна поведінка має давню історію в західних суспільствах; зарубіжні вчені Г. Боуен, Л. Берк, М. Веласкес, К. Девіс, Г. Джонсон, А. Керролл, Ф. Котлер, Д.Л. Логедон, Д. Макгуайр, Л. Ненсі, Л. Неш, Д. Ролз К. Сміт, Р. Фрімен, М. Фрідман та інші досліджували цю концепцію, визначали її принципи, інструменти та практики. В Україні закладено лише основи концепції управління соціально відповідальною поведінкою суб'єктів господарювання, не розроблено організаційно-методичного підходу до створення цілісної системи соціально відповідальної поведінки машинобудівних підприємств.

Дослідженнями корпоративної соціальної відповідальності займалися вітчизняні вчені Т. Артемова, Н. Аграмакова, Д. Баюра, С. Безточникова, В. Божкова О. Березіна, С. Буко, А. Бутенко, Н. Водницька, Н. Волосковець, Х. Гальчак, О. Грішнова, Л. Грицина, Н. Діденко, В. Жуковська, О. Жмайлова, О.Зеленко, А. Зінченко, Л. Козін, І. Кузнецова, Л. Лазоренко, С. Мельник, Л.Нохріна, П. Орлов, Л. Слюсарева, Г. Саприкіна, Н. Ушакова, С. Філіппова, О. Черних, В. Шапова, С. Харічков, В. Ярова.

Однак в українській економіці не існує ані дієвого механізму врахування соціальної відповідальності в стратегіях корпоративного управління підприємств, ані повноцінного наукового обґрунтування її включення до стратегій. Відтак, бракує також методичного підходу до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності та її інформаційного забезпечення. Тому актуальною є розробка теоретичних засад, методології та практичних підходів до інтеграції механізмів соціальної відповідальності в стратегії корпоративного управління компаній.

Така ситуація зумовила вибір теми дослідження, його мету, предмет, структуру та спрямованість.

Метою дослідження є розроблення та обґрунтування теоретичних підходів, методичних засад і рекомендацій щодо інтеграції механізмів соціальної відповідальності в системи корпоративного управління.

Для досягнення мети дослідження необхідно було вирішити такі завдання

- узагальнити основні зміни в теоретичній концепції соціальної відповідальності та уточнити її зміст в контексті систем корпоративного управління компаній;

- проаналізувати корпоративне управління як внутрішнє середовище корпоративної соціальної відповідальності та визначити цілі та основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні компаній;

- проаналізувати стан та методи просування корпоративної соціальної відповідальності та оцінити готовність до впровадження механізмів соціальної відповідальності в корпоративному управлінні;

- розглянути організаційно-правові засади діяльності компаній;

- проаналізувати основні економічні та фінансові показники діяльності підприємства;

- оцінити та проаналізувати актуальні проблеми соціальної відповідальності підприємства в цілому та його окремих складових;

- зробити відповідні висновки щодо методів та підходів до інтеграції механізмів соціальної відповідальності в систему корпоративного управління компанії.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю «Лободіно».

Предметом дослідження є принципи, методи та інструменти оцінювання корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах.

Інформаційною базою дослідження є сайт нормативно-правові, законодавчі акти, що регулюють діяльність підприємств, наукові розробки та публікації за темою дослідження, звітність підприємств.

В основу дослідження покладено системний підхід до аналізу економічних явищ і процесів, а також сучасні економічні теорії

корпоративного управління з позиції соціальної відповідальності. Для розв'язання поставлених задач були використані наступні методи: узагальнення, абстрагування, логіко-семантичний аналіз, історичний підхід – під час дослідження теоретичних засад корпоративного управління та соціальної відповідальності, вивчення класифікаційного інструментарію, емпіричне дослідження, статистичний аналіз, інструменти аналізу Microsoft Excel – для діагностики готовності підприємств до впровадження соціальної відповідальності в систему корпоративного управління; експертне оцінювання, спостереження та порівняння; аналіз, узагальнення, систематизація – для аналізу та синтезу кращих практик просування соціальної відповідальності підприємствами; для оцінювання розвитку методів і процесів впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні використано аналіз тенденцій та нормативно-правового забезпечення; системно-логічний - для розроблення теоретико-методологічних положень щодо інтеграції механізмів соціальної відповідальності в систему корпоративного управління підприємств; логічний метод – для формування структури дослідження та узагальнення теоретичних і практичних положень.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

1.1. Сутність, передумови та розвиток соціальної відповідальності бізнесу

Світ науки та бізнесу, який аналізує проблеми управління та розробляє підходи до їх вирішення, з 1950-х років прийшов до переконання, що практична цінність збільшення прибутку не є єдиним керівним принципом економічної діяльності.

На зміну традиційному менеджменту, в якому домінують ієрархічні та бюрократичні цінності і в якому такі цінності, як ефективність, орієнтація на результат та економічне зростання, формують ядро корпоративної культури, прийшла місія культурної інтеграції, заснована на переконанні в тому, що в корпоративній структурі існує певна ціннісна база або ціннісне ядро, в якому соціальна відповідальність відіграє важливу роль.

Бізнес-практики забезпечують міцний фундамент для нової концепції. Корпоративна бізнес-культура більшості західних компаній сьогодні базується на таких цінностях для всіх працівників, як виробництво високоякісної продукції, врахування інтересів споживачів, повага до соціальних відмінностей та різноманітності, відкритість, чітка комунікація, ініціативність, командна робота, інклюзивність, консенсус, відповідальність, мінімізація корупції, турбота про працівників та підвищення кваліфікації працівників. Можна сказати, що вона базується на спільних, об'єднуючих цінностях. Однак ширші соціальні питання, такі як допомога нужденним, вирішення проблем місцевої інфраструктури, проекти для дітей та молоді, поки що не стоять на першому плані. Представники місцевих громад, такі як місцеві жителі, органи місцевого самоврядування та неурядові організації

(НУО), також повинні розглядатися компаніями в рамках іншої системи пріоритетів, яка зосереджується на проблемах місцевого населення.

У розвинених країнах почали з'являтися нові концепції в теорії менеджменту. Це пов'язано з тим, що керівництво компаній прийшло до висновку, що лише рекламними методами неможливо ефективно просувати компанію на сучасному ринку. Єдиний спосіб забезпечити довіру цільової аудиторії до компанії - це соціальна стратегія відповідальної поведінки. Формування нових цінностей у сучасному менеджменті пов'язане з поняттям «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ) організації та соціальної відповідальності компанії перед суспільством, в якому вона працює.

Дослідники виділяють три етапи становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності [4,5,6,7,8,9,10,11].

Перший етап у світовій науковій управлінській літературі (початок 1950-х - середина 1970-х років). Перш за все, необхідно підкреслити американський досвід розвитку концепцій, що описують взаємовідносини між бізнесом і суспільством. З того часу з'явилися різні поняття, найбільш репрезентативними з яких є: «соціальна відповідальність бізнесу», «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливність», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна сумлінність». З розвитком цих понять вони скоріше накопичувалися, ніж замінювали одне одного. Загалом можна сказати, що цей етап характеризується розширенням традиційної філантропії. Водночас відбулося різке розмежування між економічною та соціальною діяльністю, не було розроблено жодної систематичної програми соціальної дії. Г. Боуен [4] стверджував, що «соціальна відповідальність – це прийняття рішень або здійснення дій, які є бажаними з точки зору цілей і цінностей суспільства», а також ідеї Г. Боуена щодо ролі і місця соціальної відповідальності бізнесу отримали подальший розвиток у роботах К. Девіса [4] і Д. Макгуайра [4], які вказували на те, що

компанії мають певні обов'язки перед суспільством, які виходять за рамки їхніх економічних і правових обов'язків.

На другому етапі (середина 1970-х - початок 1980-х років) розвивалася ідея стратегічної філантропії. Її суть полягала в прагненні досягти не максимального прибутку, а такого рівня прибутку, який міг би вирішити проблеми взаємодії бізнесу, суспільства і держави; А. Керролл [4] визначив соціально відповідальний бізнес як «відповідний економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, які суспільство покладає на підприємство в певний час». На цьому етапі великі компанії починають усвідомлювати необхідність включення соціальної складової в стратегію свого розвитку; як зазначає А. Керролл [14], використання принципів соціальної відповідальності в корпоративній стратегії підвищує адаптивність і ефективність бізнес-системи та покращує статус компанії в суспільстві і державі.

На третьому етапі (початок 80-х років минулого століття - сьогодні) можна спостерігати розвиток концепцій «стейкхолдерів», «ділової етики» та «корпоративного громадянства». Прагнення компанії до «зростання в суспільстві» теоретично підкріплюється концепцією «інтересів стейкхолдерів». Під цим поняттям мається на увазі багатогранне врахування інтересів та очікувань усіх учасників діяльності компанії, включаючи працівників, споживачів, постачальників, інвесторів, акціонерів, партнерів, регуляторні органи, профспілки та місцеві громади. Найважливішу роль у становленні та розвитку цієї концепції відіграли роботи Р. Фрімена [4], який вважав, що суспільство для будь-якої бізнес-організації – це система зацікавлених сторін, включаючи окремих осіб, групи та організації, які впливають на прийняття корпоративних рішень і перебувають під впливом цих рішень. Участь бізнесу в розбудові конкурентоспроможної економіки та вирішенні багатьох соціальних проблем є дуже важливою, тим більше, що він має більші можливості, мобільність, досвід та необхідні компетенції порівняно з іншими суб'єктами соціально-економічної системи.

Концепція «етики бізнесу» сформувалася в 70-х роках ХХ століття в США та Західній Європі. Однак найбільшого розвитку вона набула в середині 1980-х років, коли наукові та економічні кола дійшли висновку про необхідність підвищення «етичної свідомості» бізнесменів у їхній комерційній діяльності та «відповідальності» компаній перед суспільством. Особливу увагу було привернуто до частих випадків корупції серед державних бюрократів та керівників компаній. Найвпливовішими представниками у цій сфері були американські вчені М. Валасксс, Л. Неш та Д. Роллс [4,5,6].

В етиці бізнесу домінуючий підхід до моральних питань у бізнесі базується на трьох етичних напрямках: утилітаризм, деонтична етика (етика обов'язку) та «етика справедливості».

Найбільш впливовою в етиці бізнесу є концепція утилітаризму[4,5]. Вважається, що дія є морально виправданою, якщо вона має найбільш корисний ефект. В узагальненому вигляді принцип утилітаризму можна сформулювати наступним чином: будь-яка дія є етично виправданою лише тоді, коли її сумарний корисний ефект перевищує сумарний корисний ефект усіх інших дій. Однак утилітаристська теорія розглядає корисність ефекту лише по відношенню до суспільства в цілому і не пов'язує цей висновок з розподілом отриманих благ між окремими особами [20].

Інший підхід до питань бізнесу пропонує *деонтична етика або етика обов'язку* [4,5]. У центрі цього підходу – поняття права, яке використовується для опису впорядкованого ставлення людини до чогось. Людина має права, якщо вона уповноважена діяти певним чином або має право вступати з кимось у певні відносини. Права є потужним інструментом соціального регулювання, який покликаний гарантувати цей вибір, надаючи індивідам можливість вільно обирати свої цілі та види діяльності, а також захищаючи їх. В Україні ця теорія не є поширеною, оскільки питання етики бізнесу набуває все більшого значення через нестабільність відносин між працею і капіталом, неузгодженість різних сфер виробництва, конкуренцію, засновану

на силі, порушення законів і, нарешті, відсутність зв'язку між виробником, суспільством і державою [4,5,6]. Знання того, як досягти економічного успіху, є важливим як для бізнесу, так і для суспільства. Згідно з цією теорією, метою, а отже, і загальним фокусом бізнес-структури, є кінцевий результат – прибуток. Тому контролюються всі аспекти руху до нього. По-перше, це етика найму, яка ґрунтується на принципі ефективності для компанії, а тому відбір здійснюється на основі професійних якостей. Відбір за факторами, не пов'язаними з роботою, розглядається як образа людської гідності та недолік у роботі компанії. По-друге, при просуванні працівників по службі керівники повинні брати до уваги лише компетентність людини та уникати свавілля несправедливості, особливо її зведення до норм. По-третє, розмір заробітної плати має визначатися відповідно до внеску працівника в прибуток компанії. Він повинен відповідати ситуації на ринку праці та товарному ринку, становищу конкурентів і враховувати силу профспілок, які борються за потреби працівників та їхніх сімей; по-четверте, розмір заробітної плати повинен принаймні задовольняти мінімальні потреби працівників та їхніх сімей, інакше виникають трудові конфлікти, які загрожують соціальними заворушеннями. По-п'яте, умови праці не повинні наражати працівника на ризик фізичної, моральної або психічної шкоди без будь-якої причини, за яку працівник може нести відповідальність перед компанією. По-шосте, при звільненні працівника слід дотримуватися трьох правил: а) звільнення лише з поважних причин; б) дотримання необхідних процедур; в) готовність мінімізувати шкідливі наслідки звільнення [4].

Концепція «корпоративного громадянства», що виникла в середині 1980-х років, порівнює поведінку сучасних корпорацій з поведінкою соціально відповідальних громадян. Ключовим елементом цієї концепції є підкреслення переваг соціально відповідальної поведінки для самого бізнесу. Як зазначає К. Сміт [1, 2], найвідоміший представник цієї концепції, «корпоративне громадянство» означає процес, за допомогою якого бізнес приносить додаткову «цінність» суспільству у своїй повсякденній діяльності.

Іншими словами, «компанії часто несвідомо додають «цінність» суспільству, а якщо вони роблять це свідомо, то це і є корпоративне громадянство».

Сучасний етап розвитку ідеї корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується як на працях А. Керрола та його «піраміді відповідальності» [], так і на економічних обов'язках, що впливають з функції компанії як виробника товарів (послуг), які задовольняють потреби споживачів. Юридична відповідальність передбачає, що компанії повинні неухильно дотримуватися законодавства та забезпечувати відповідність своєї діяльності правовим нормам. Етична відповідальність означає, що діяльність компанії не тільки базується на законі, але й здійснюється відповідно до моральних норм, які існують у суспільстві. Нарешті, філантропічна відповідальність заохочує компанії до дій, спрямованих на підтримку та підвищення добробуту суспільства через добровільну участь у соціальних програмах. У цій моделі важливо визначити рівні. Неможливо вести етичний бізнес без дотримання принципів юридичної та економічної відповідальності.

Важливий внесок в обґрунтування концепції корпоративної соціальної відповідальності зробив Х. Джонсон [], який запропонував розглядати соціальну відповідальність як континуум від безвідповідального бізнесу до рівня повної підтримки суспільства. На думку Джонсона, бізнес на всіх рівнях аналізує систему суперечливих очікувань своїх стейкхолдерів і намагається раціонально на них реагувати. Крім того, всі компанії класифікуються як соціально відповідальні, якщо вони надають товари та послуги суспільству і виконують свої економічні обов'язки. Слідуючи логіці Х. Джонсона, можна не тільки класифікувати компанії за критеріями соціальної відповідальності, а й пов'язувати аналізований рівень з показниками діяльності компанії Також можна пов'язувати аналізовані рівні з показниками діяльності компанії.

У сучасній економічній літературі [, , , , , , ,] термін «соціальна відповідальність» використовується у двох значеннях: а) коли йдеться про соціальну діяльність компанії по відношенню до зовнішнього середовища з

метою створення сприятливого іміджу в очах суспільства, включаючи владу;
б) надання соціальних благ з боку керівництва компанії своїм працівникам. В обох випадках джерелом соціальних благ є економічна діяльність компанії, а ефективність цієї діяльності визначає рівень і обсяг соціальних благ, які вона надає. Аргументом на користь соціальної відповідальності є те, що соціальні дії, які покращують життя місцевих громад і значною мірою усувають потребу в державному регулюванні, можуть також приносити користь самим компаніям через вигоди, які приносить їхня участь у житті суспільства.

На початку ХХІ ст. з'явилася теорія «сталого розвитку» [1, 2], що означає перехід від природного розвитку до контрольованого людського розвитку, спрямованого на задоволення потреб нинішніх поколінь без шкоди для майбутніх поколінь.

Таким чином, можна сказати, що існує багато підходів до розуміння теоретичних засад дії корпоративної соціальної та найважливіших акцентів у її практичному застосуванні. Щодо теорії КСВ, то заслуговує на увагу робота І.О.Тарасенка [3], Ситника Й. та Юрченко Г. [4], які розуміли це поняття з точки зору стратегічного менеджменту. У цих роботах вперше було проаналізовано корпоративну соціальну діяльність у контексті концепції стратегічного менеджменту; численні спроби знайти прямий зв'язок між програмами КСВ та короткостроковими фінансовими результатами, які домінували в дослідженнях кінця 1980-х - початку 1990-х років, не увінчалися успіхом. Зрештою, вчені зосередилися на способах, за допомогою яких компанії можуть отримати конкурентну перевагу в довгостроковій перспективі. Вони запропонували визначення стратегічної КСВ, яка не лише задовольняє інтереси стейкхолдерів, але й, перш за все, забезпечує бізнес-вигоди для самої компанії. П'ять найважливіших вимірів стратегічної КСВ – пріоритетність, відчутність, бізнес, добровільність і видимість – були прийняті в якості критеріїв для вибору відповідних проектів і програм, які максимізують цінність, створювану компанією.

М.С. Дженсен [], І. Ансофф [], М. Аокі та Х.-К. Кім [], М. Друкер [], Д. Мерсер [] досліджували питання стратегічного управління у взаємозв'язку з соціальною відповідальністю, а питання корпоративної соціальної відповідальності в Україні вивчалось в різних контекстах: а) економіки та управління національним господарством – І. М. Царик [], б) економіки та управління підприємствами – Т. Р. Антошко [], Л. А. Грицина [], О. В. Дудкін [], О. В. Черних [], З. М. Остропольська [], І. Я. Городецька [], Н. Станасюк [], Н. В. Трусова []; в) демографія, економіка праці, соціально-економічні проблеми і політика – О. Ю. Березіна [], О. В. Насібова [], О. О. Волошина []; г) економічна теорія – В. М. Шаповал []; д) бухгалтерський облік, аналіз та аудит – І. В. Жиглей [], С. Король, М. Курбет [], О. В. Будько [].

Існування багатьох аспектів впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльність промислових підприємств, досліджених у працях українських науковців, призвело до того, що на сьогодні існує багато визначень соціальної відповідальності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Деякі підходи зарубіжних і вітчизняних вчених до визначення поняття «соціальна відповідальність»

Автор	Визначення
1. Ф. Котлер, Н. Лі []	Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси.
2. Боуен Г. С. [12]	Соціальна відповідальність бізнесу полягає у реалізації тої політики, прийняття таких рішень, або дотримання такої лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства.
3. Фрідман М. []	Компанія, що сплачує податки, встановлює бажаний рівень зарплати, забезпечує безпеку праці, захищає екологію, є соціально відповідальною та веде добросовісну ділову практику. Єдина відповідальність бізнесу – це зростання прибутку акціонерів. Бізнес допомагає суспільству уже тим, що виробляє товари, забезпечує його необхідними послугами і створює робочі місця.

Джерело: узагальнено на підставі [53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63]

Продовження табл. 1.1

Автор	Визначення
4. Керолл А. [15]	Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, які пред’являються суспільством організації в даний період часу.
5. Черних О.В. [55]	Соціальна відповідальність великих підприємств – це діяльність їх власників та керівників із виконання окрім законодавчо визначених норм та добровільного вирішення соціальних питань суспільства, щоб спрямувати частину доходу на підтримку та розвиток об’єктів соціальної інфраструктури, соціальної сфери території присутності, задоволення потреб основних стейкхолдерів, екологічних програм.
6. Грішнова О.А. [10]	Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компаній за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом. Соціальна відповідальність – це концепція, що заохочує враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громадян та навколишнє середовище у всіх аспектах.
7. Грицина Л.А [52]	Корпоративна соціальна відповідальність підприємства – це його добровільна діяльність, яка перевищує визначені у законодавстві вимоги до роботи підприємства та охоплює екологічну, суспільну, трудову та економічну сфери відповідальності перед навколишнім середовищем, суспільством в цілому, територіальними громадами, працівниками, постачальниками, споживачами, акціонерами.
8. Березіна О.Ю. [60]	Соціальна відповідальність корпорацій – це соціально-економічний інститут, що функціонує як відкрита система, в рамках якого будується процес взаємодії корпорації та її стейкхолдерів, що сприяє скороченню трансакційних витрат, розв’язанню конфлікту інтересів та набуттю корпорацією стійких конкурентних переваг шляхом використання соціальних інвестицій, соціального партнерства, соціальної звітності, дивідендної політики, комунікацій.
10. Ярова В.В. []	Соціальна відповідальність – це певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Соціальна відповідальність бізнесу є цілісним підходом до управління одночасно зовнішньою і внутрішньою середою підприємства, що сприяє підвищенню фінансових показників організації і зниженню її операційних витрат. управлінська сутність соціальної відповідальності бізнесу полягає в отриманні соціального ефекту від дій, що відповідають соціальним нормам, цінностям і очікуванням, і характеризує ступінь відповідності бізнесу вимогам суспільного розвитку. Економічна сутність соціальної відповідальності полягає в отриманні економічного ефекту від ведення соціально орієнтованого бізнесу і відповідає цілям господарської діяльності.

Українські науковці розглядають соціальну відповідальність як соціальну технологію, принцип ціннісно-орієнтованого управління,

соціальний інститут, соціальну комунікацію, фактор покращення іміджу, фактор інноваційного розвитку та фактор подолання кризових явищ у вітчизняній економіці (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Підходи до трактування соціальної відповідальності

Автор, джерело	Трактування
1. Нохріна Л.А. []	Соціальна технологія
2. Гальчак Х.Р. [], Буко С. []	Принцип ціннісно-орієнтованого менеджменту
3. Баюра Д. [,]	Соціальний інститут
4. Безчотнікова С.В. [,]	Соціальна комунікація
5. Божкова, В.В. []	Чинник поліпшення іміджу
6. Волосковець Н.Ю [], Мостепанюк А. В. []	Чинник інноваційного розвитку
7. Грішнова О.А. [10]	Чинник подолання кризи в економіці України і чинник поліпшення екологічного стану
8. Золотарьова О.В., Лебедева В.К.. []	Складова соціального партнерства
9. Харламова А.О. [], Гнат'єва Т. М. [], Шелудько В. І. []	Складова корпоративної стратегії
10. Лупак Р. Л., Качмар Н.М. [], Будько О.В., Галатов Б.М. [], Кирчата І. М. []	Фактор підвищення конкурентоспроможності
11. Зінченко А.Г. Саприкіна М.А. [] Лагута Я. М. [],Смачило В. В., Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. []	Інтереси стейкхолдерів
12. Леонова С. В., Шевців Л. Ю. [], Білик І. І. [], Манаєнко І. М. []	Складова маркетингу
13. Кучерівська С. [], Трусова Н. В. [], Кравчик Ю. В. []	Фактор сталого розвитку
14. Мельничук Д. П. [], Кравчик Ю. В. []	Складова соціальної політики

Джерело: узагальнено на підставі [70-97]

Короткий перелік термінів і понять, якими послуговуються науковці, аналізуючи соціальну відповідальність, ілюструє складність і невизначеність цього питання. Саме ці терміни формують семантичне коло корпоративної соціальної відповідальності. Власне корпоративна соціальна діяльність, корпоративна відповідальність, корпоративна соціальна стійкість, етика

бізнесу, корпоративне глобальне громадянство, корпоративна соціальна чутливість, корпоративна філантропія, концепція стейкхолдерів, соціальна відповідальність бізнесу, потрійний результат, корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, соціально відповідальний бізнес.

Таке розмаїття визначень і термінів ускладнює дослідження. На цьому тлі обґрунтованим видається підхід А. Керролла [], одного з провідних світових експертів у сфері відносин між корпорацією та суспільством, який пропонує розвивати теорію корпоративної соціальної відповідальності як інтегровану, що пов'язує всі численні існуючі концепції (рис. 1.1).

Рисунок.1.1 – Еволюція концепції соціальної відповідальності

Існуючі підходи до розуміння природи соціальної відповідальності бізнесу ґрунтуються на двох протилежних точках зору: або розглядати бізнес лише як засіб отримання прибутку шляхом добросовісної реалізації операційної функції та задоволення потреб суспільства у необхідних споживчих благах, або розширення кола обов'язків бізнесу ще й обов'язками етичного та філантропічного характеру. Це дозволяє зробити висновок, що не існує абсолютних критеріїв корпоративної соціальної відповідальності, а вона зумовлена етапом розвитку і прогресу суспільства, особливостями культури та історичним розвитком регіонів, галузей і країн.

Тому спільною рисою розглянутих концепцій є динамічність і взаємовплив змін у часі і просторі, на всіх рівнях взаємовідносин суспільства і підприємств, від їх добровільної соціальної відповідальності до офіційної юридичної відповідальності, включаючи їх пріоритети, функціональне наповнення, склад залучених осіб, методи просування, сферу дії, регулювання. Суттєві зміни відбуваються і в теоретичних концепціях. Сталий розвиток та соціальна гармонія мають бути подвійною метою корпоративної соціальної відповідальності.

1.2. Механізм формування соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах

Соціальна відповідальність як фактор суспільних відносин досліджується не лише науковцями, але й організаціями та установами, які просувають ідею соціальної відповідальності в українському суспільстві. У таблиці 1.3 наведено визначення соціальної відповідальності, запропоновані впливовими міжнародними та українськими організаціями.

На відміну від наведених вище визначень, поняття соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності дещо відрізняються за документальною базою, яка формує нормативне підґрунтя для їх розуміння та має бути покладена в основу їх впровадження в операційну практику компаній (табл. 1.4). Це призводить до суперечливих трактувань та свідчить про відсутність єдиного підходу до тлумачення поняття. Вивчивши теоретичні засади соціальної відповідальності, можна перейти до наступного рівня дослідження. Необхідно розглянути ключові поняття для розкриття та аналізу КСВ в компаніях.

Таблиця 1.3 – Визначення соціальної відповідальності організаціями

Назва організації та країна її походження	Визначення соціальної відповідальності
1. «Бізнес за соціальну відповідальність», США (Business for Social Responsibility) []	Корпоративна соціальна відповідальність передбачає досягнення комерційного успіху шляхами, які ґрунтуються на етичних нормах та повазі до людей, спільнот, навколишньому середовищу.
2. Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD), Швейцарія []	Соціально відповідальний бізнес – це бізнес, що бере на себе зобов'язання вести діяльність відповідно етичним нормам і робити внесок в економічний розвиток за рахунок поліпшення якості життя як власних співробітників та їх сімей, так і всього місцевого населення і суспільства в цілому.
3. Бізнес за для соціальної відповідальності (BSГ) міжнародна некомерційна організація []	Соціальна відповідальність бізнесу означає досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища.
4. Конфедерація роботодавців України []	Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з

	розробки і реалізації певних соціально-спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища.
5. Європейська комісія з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) 2011-2014 []	Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність підприємств за свій вплив на суспільство. Для реалізації своєї КСВ компанії повинні мати в наявності процес інтеграції соціальних, екологічних, етичних питань, а також питань прав людини і відносин з споживачами і ключову стратегію.

джерело: узагальнено на підставі [99-103]

Насамперед, необхідно визначити поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ): аналіз сучасних підходів до розуміння КСВ показує, що КСВ розглядається як основа сталого і стійкого розвитку, де відповідальність за вплив рішень і діяльності організації на суспільство і навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку є філософією управління. Це визначення ми вважаємо правильним і спираємося на нього нижче.

Поняття «соціальна» передбачає орієнтацію на вирішення суспільно важливих питань, у тому числі екологічних, правових тощо, тоді як слово «відповідальність» передбачає, що дії підприємства мають певні наслідки (у тому числі значні, які позитивно або негативно впливають на прибутковість

Таблиця 1.4 – Визначення соціальної відповідальності в документах

Назва організації	Визначення соціальної відповідальності
1. «Green Paper» Європейського Союзу []	КСВ – це концепція, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну та екологічну політику в бізнес операції та їх взаємини з усім колом пов’язаних з компанією організацій та людей.
2. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року []	Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров’ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.
3. Економічний словник []	Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – одна з провідних концепцій у тлумаченні основної мети діяльності підприємств, передусім великих фірм і компаній. Згідно з нею, такою метою перестало бути максимальне привласнення прибутку, а визначальним є задоволення соціальних потреб та інтересів усіх верств населення. СВБ не слід розглядати лише як виробництво якісних товарів і надання відповідних послуг, що задовольняють необхідні потреби населення, оскільки це – лише один із важливіших напрямів забезпечення СВБ. Іншими напрямами є створення належних умов праці для працездатного населення, збереження довкілля, встановлення заробітної плати на рівні вартості робочої сили, сплата податків до фонду соціального страхування та ін.
4. Соціальна відповідальність (social responsibility) Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності» (28.10.2010 р.) []	Відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яке сприяє сталому розвитку, включаючи здоров’я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і узгоджуються з міжнародними нормами поведінки; і інтегровано в діяльність всієї організації і застосовується в її взаєминах.
5. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні []	Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Джерело: узагальнено на підставі [104-108])

або рентабельність). Іншими словами, *корпоративну соціальну відповідальність потрібно аналізувати з точки зору її користі та функції в системі управління компанією.*

Основними рисами соціальної відповідальності бізнесу є добровільність, інтегрованість у бізнес-стратегію організації чи компанії, системний характер, користь не лише для самої компанії, але й для всіх зацікавлених сторін - працівників, споживачів, акціонерів та громад, а також внесок у процес сталого розвитку (рис. 1.2). Дане поняття набагато ширше за звичне поняття благодійності.

Корпоративна соціальна відповідальність включає процедури та практики у семи аспектах корпоративної діяльності [1]: організаційне управління, права людини, трудові відносини, дотримання професійної етики, охорона навколишнього середовища, захист прав споживачів, розвиток громад та співпраця з ними. Ці аспекти означають, що СВБ є добровільним рішенням керівництва компанії приділяти більше уваги соціальним питанням у веденні бізнесу. Для того, щоб перевести соціальні питання в площину практичних дій, вони повинні бути інтегровані в систему управління компанією.

Основні міркування щодо ролі корпоративної соціальної відповідальності в корпоративному управлінні полягають у наступному.

Відомо, що системи корпоративного управління в першу чергу структуровані для представлення та захисту інтересів інвесторів. Тип моделі корпоративного управління, що використовується в компаніях, залежить від структури, відображає існування компанії в рамках ринкової економіки та відповідає факту відокремлення функцій власності та управління компанією [1, 2, 3].

Існують також підходи, орієнтовані на вподобання стейкхолдерів, згідно з якими [87] етапи розвитку КСВ для стейкхолдерів виокремлюють відповідно до стадій життєвого циклу корпорації: а) «доброзичливість», яка формується на основі загальнолюдських цінностей; б) «фундамент», який базується на корпоративних етичних та правових нормах; в) «стратегія», яка базується на принципах сталого співробітництва, що застосовуються через ідентифікацію та розуміння глобальних потреб у системі корпоративних цінностей; г) «інновація», яка ставить за основну мету гармонізацію

цінностей стейкхолдерів та корпоративних цінностей в процесі реалізації стратегії.



Рисунок 1.2 – Переваги компаній та суспільства за рахунок дотримання принципів соціальної відповідальності

Обидва підходи фокусуються на стратегічній корпоративній відповідальності компаній, а їх основні особливості на інноваційній основі розкриваються в наступних блоках:

- формування корпоративних прав та обов’язків перед суспільством;
- дослідження технологій багатостороннього діалогу та співпраці;
- впровадження стандартів корпоративної прозорості та підзвітності;
- організація публічних та соціальних дискусій (дебатів, відкритих засідань тощо) зі стейкхолдерами в середовищі діяльності компанії.

Парадигма менеджменту [110, 111, 112, 113, 114] передбачає, що сучасні системи управління повинні всебічно розвиватися з використанням сучасних технологій проактивного впливу. Ефективне управління будь-якою системою (об'єктом), пов'язаною з різними сферами людської діяльності, неможливе без передбачення її суб'єктами як перешкод на шляху до своїх цілей, так і наслідків досягнення цих цілей (рис. 1.3).

Таким чином, *корпоративне управління* – це система правил і процедур реалізації прийняття рішень та контролю за діяльністю юридичної особи, а також система відносин, що визначають розподіл прав та обов'язків між юридичною особою та її учасниками щодо управління юридичною особою [110].

Будь-яка функція управління вимагає відповідного процесу прийняття рішень. На кожному етапі управлінського процесу рішення повинні стосуватися всіх учасників та аспектів управлінської діяльності. Важливо розуміти природу та сутність процесу прийняття рішень. Прийняття рішень – це результат управлінських дій та заходів, що здійснюються керівництвом та іншими менеджерами компанії в результаті аналізу різних альтернатив. При цьому вони керуються міркуваннями доцільності та враховують наявні ресурси і фактори. На основі аналізу ситуації управлінські рішення можна трактувати як цілеспрямовані впливи на об'єкт управління, що включають програми для досягнення поставлених цілей. За такого підходу прийняття управлінського рішення є, по суті, головним рішенням у циклі управлінського процесу. Управлінські рішення, як правило, приймаються уповноваженими керівниками в рамках наданих їм прав, чинного законодавства та вказівок вищих органів управління.

Водночас *прийняття управлінських рішень* – це структурований організаційно-економічний процес, який відбувається в рамках управління підприємством і має *три загальноприйняті етапи*: а) підготовка, б) прийняття та в) оперативне управління реалізацією управлінських рішень, котрий крім виявлення проблем, формулювання питань, порівняння альтернатив, включає також планування реалізації рішень, крім виявлення

проблем, формулювання питань і порівняння альтернатив, планування реалізації рішень.

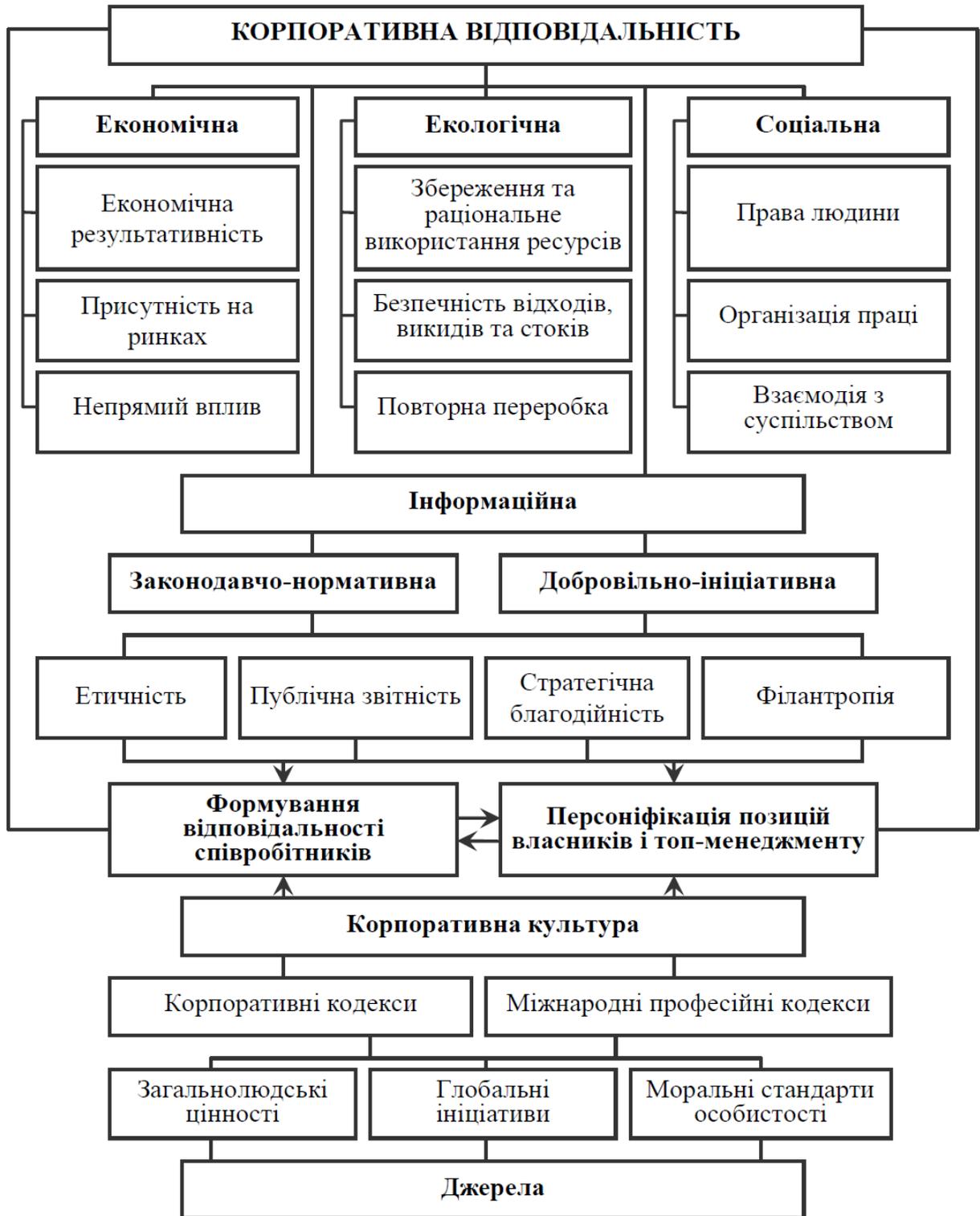


Рисунок 1.3 – Структурна композиція соціальної відповідальності бізнесу
джерело: на підставі [24, 80, 96]

Об'єктами прийняття управлінських рішень є види діяльності

підприємств, що здійснюють виробничу діяльність. Це технологічний розвиток, організація основного та допоміжного виробництва, управлінська діяльність, маркетингова діяльність, економічний та фінансовий розвиток, організація заробітної плати та преміювання, соціальний розвиток, облікова діяльність, кадрове забезпечення та інші види управлінської діяльності.

Беручи до уваги визначення, запропоновані міжнародними організаціями, вітчизняними та зарубіжними дослідниками, а також ґрунтуючись на власних дослідженнях, можна припустити, що корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати з точки зору прийняття управлінських рішень.

Отже, *корпоративну соціальну відповідальність* можна визначити як «систему управлінських рішень та заходів щодо інтеграції соціальних та екологічних питань у бізнес-процеси компанії та процеси взаємодії зі стейкхолдерами з метою досягнення цілей власного розвитку компанії, сталого розвитку суспільства та охорони навколишнього середовища».

Соціальна відповідальність бізнесу як система управлінських рішень в корпоративному управлінні має *три фази*:

а) *підготовчий етап*: визнання важливості та доцільності впровадження механізмів СВБ, визначення окремих проектів та напрямів, оцінювання та аналіз результатів упровадження СВБ;

б) *прийняття рішень та їх реалізація*: розроблення та затвердження стратегічного плану з СВБ, створення відділу з просування принципів СВБ, розроблення та затвердження кодексу корпоративного управління та програми соціальної відповідальності;

в) *оперативне управління впровадженням*: створення системи моніторингу виконання програм соціальної відповідальності, підготовка та затвердження нефінансових звітів відповідно до міжнародних стандартів, проведення внутрішніх та зовнішніх аудитів.

Приймаючи бізнес-рішення про впровадження СВБ, власники переводять підприємство на наступний бізнес-рівень, де по суті вирішуються наступні питання:

- збільшення продажів і частки ринку;
- побудова високої репутації в очах клієнтів (підвищення цінності бренду та лояльності клієнтів; налагодження партнерських відносин).
- удосконалення управлінських процесів, особливо шляхом запобігання різним видам ризиків;
- налагодження ефективних взаємовідносин з державними органами та регуляторами;
- економія на залученні та утриманні кваліфікованих фахівців;
- стандартизація (відповідність міжнародним стандартам) дозволяє вийти на нові ринки;
- своєчасний доступ до актуальної інформації з відповідних джерел, швидке реагування на критичні місцеві проблеми та більш ефективне управління ризиками; отримання фінансування програм соціальної відповідальності з фондів, створених соціально відповідальними компаніями.

Об'єкти соціальної відповідальності бізнесу охоплюють екологію, демографію, безпеку, охорону здоров'я, освіту, культуру, науку, інформацію та відпочинок. Ці сфери людського та суспільного розвитку потребують насамперед підтримки економічної та корпоративної бізнес-спільноти. Таким чином, сфера корпоративної соціальної відповідальності (рис. 1.4) включає об'єкти ближнього та дальнього кіл, які можуть відрізнятися для підприємств різних розмірів та видів економічної діяльності.

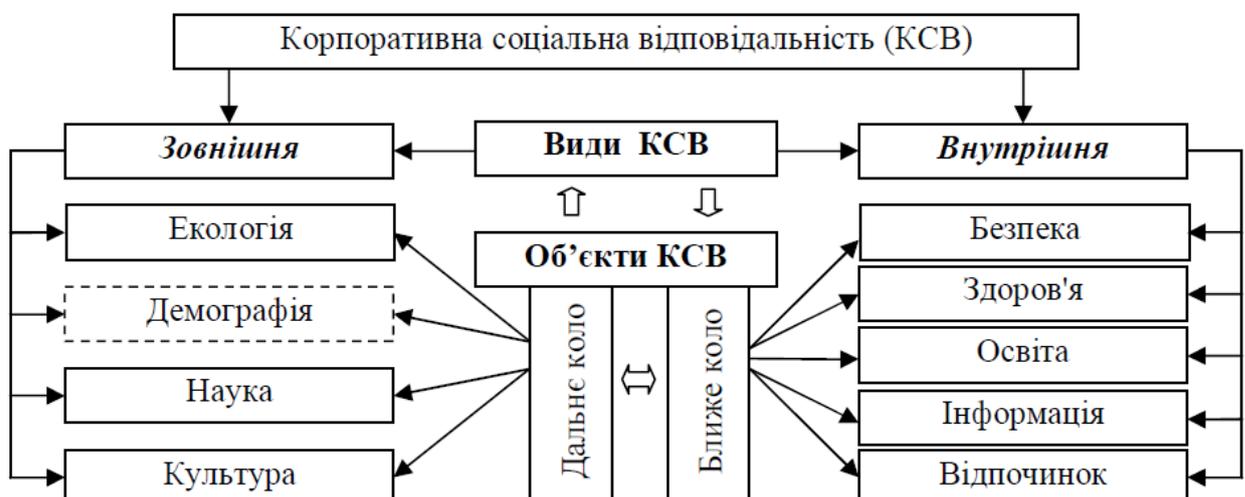


Рисунок 1.4 – Об'єкти корпоративної соціальної відповідальності

Наприклад, демографія є економічно не вигідною для всіх типів підприємств ближнього кола, оскільки відволікає трудові ресурси на тривалі періоди (декретні відпустки), сприяє плинності кадрів та збільшує витрати на навчання; у дальньому колі вона є частково важливою через:

- зростання ринку, що розвивається, для виробників споживчих товарів;
- для невеликих вузькопрофільних компаній цей ринок не є основним і не входить до кола їхніх прибутків.

Іншими словами, на стратегічному рівні соціальна відповідальність бізнесу – це підсистема прийняття концептуальних і стратегічних рішень компанії; на тактичному і оперативному рівні – підсистема прийняття тактичних і оперативних рішень і пов'язаних з ними заходів. Таким чином, існують потенційні можливості інтегрувати стратегічні рішення з корпоративної соціальної відповідальності в загальну бізнес-стратегію компанії без необхідності розроблення окремої стратегії КСВ. Водночас, за таких умов КСВ, її цілі та заходи набувають іншого статусу в системі управління, трансформуючи добровільний характер дотримання принципів і заходів КСВ в обов'язкову регламентацію та контроль усіх її процедур.

Водночас, з цього моменту всі виробничі та невиробничі процеси повинні здійснюватися відповідно до основних принципів соціальної відповідальності [108], тому корпоративне управління можна розглядати як внутрішнє середовище корпоративної соціальної відповідальності, яке вимагає ретельного розгляду.

Загальна класифікація соціальної відповідальності сучасних українських компаній [,] виглядає наступним чином:

- особистісна: основними причинами соціальної відповідальності є особисті уподобання акціонерів та менеджменту компанії, але рідко виходять за межі позасистемної благодійної діяльності;

– традиційна: включає компанії, здебільшого засновані в «радянську» епоху, які все ще мають значну соціальну інфраструктуру і фінансуються за «традицією».

– меркантильна: соціальна відповідальність зумовлена необхідністю створення та підтримки сприятливого корпоративного іміджу;

– державно-орієнтована: соціальна діяльність таких підприємств є реакцією власників (менеджерів) на очікування щодо підприємства, висловлені (іноді негласно) місцевими та регіональними органами державної влади;

– системна: базується на розумінні менеджментом бізнесу того, що соціальна відповідальність бізнесу є важливою для сталого розвитку як для самого бізнесу, так і для місцевої громади та держави. На жаль, дуже мало українських підприємств демонструють системну соціальну відповідальність (особливо тих, які регулярно публікують соціальні звіти).

Соціальне підґрунтя соціальної відповідальності сучасних українських підприємств має підтримуватися державним регулюванням економічного та соціального розвитку, яке має впливати на процес формування суспільних цінностей та формувати пакет «соціального замовлення» (визначення питань, до вирішення яких має бути залучений бізнес).

Таким чином, корпоративне управління як внутрішнє середовище корпоративної соціальної відповідальності має ґрунтовне теоретико-методологічне підґрунтя, добре опрацьоване науковцями, а також має нормативно-правову базу як на глобальному, так і на національному рівні. Тому є сенс інтегрувати механізми соціальної відповідальності в стратегію корпоративного управління компанії таким чином, щоб соціальні стратегічні рішення, які враховують інтереси корпоративних суб'єктів, стейкхолдерів та суспільства в рамках соціальної відповідальності компанії, були інтегровані в загальну бізнес-стратегію компанії (рис. 1.5). Це дозволить підвищити ефективність і прозорість механізму та якість корпоративного управління, одночасно покращуючи імідж компанії в суспільстві.

Основне завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні конкретної компанії дещо відрізняється від інших видів економічної діяльності в блоках 1-3 та 5 (див. рис. 1.5) на рівні деталізації

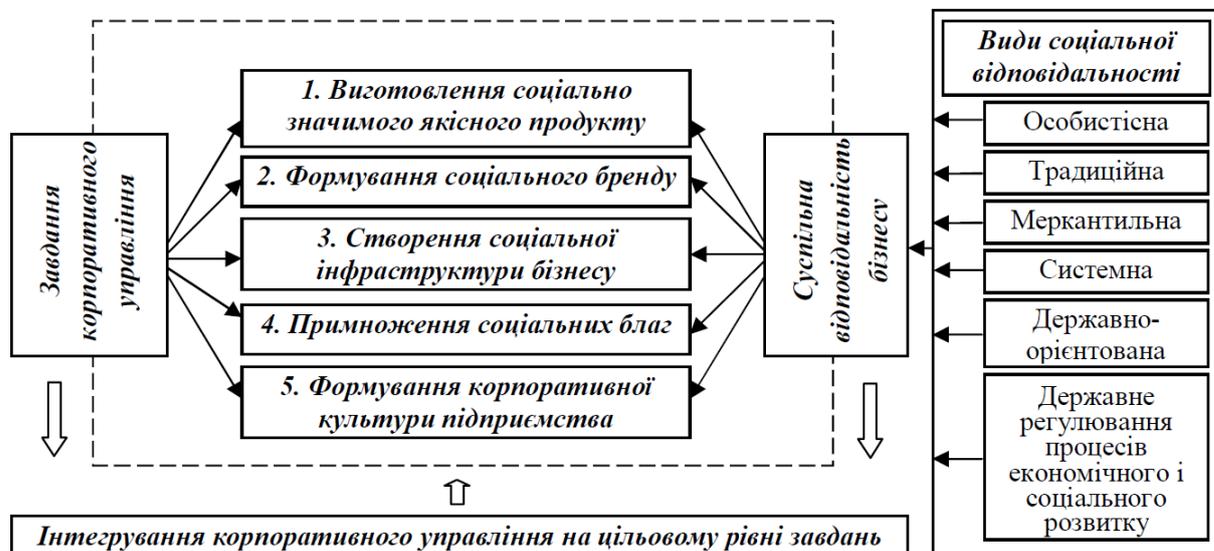


Рисунок 1.5 – Основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні підприємства

завдань та їх трансформації в тактичні заходи, а тому може бути застосоване до всіх компаній без галузевих обмежень.

1.3. Методика та показники оцінки ефективності соціальної відповідальності бізнесу

Однією з глобальних тенденцій сьогодення є визнання важливості соціальної відповідальності як окремих юридичних осіб, так і організацій, що з ними співпрацюють, та їхнього впливу на розвиток суспільства в цілому. Реалізація принципів соціальної відповідальності в корпоративній практиці передбачає розробку та впровадження ефективних стратегій управління, моніторинг діяльності та підготовку корпоративних соціальних звітів. При цьому кожна компанія зацікавлена в оцінці ефективності різних видів діяльності, які вона реалізує. Оцінка ефективності включає в себе розрахунок витрат і результатів, їх співвідношення та динаміку зміни певних показників. Реалізація заходів корпоративної соціальної відповідальності також

пов'язана з витратами. Соціальні витрати спрямовані на забезпечення державних соціальних гарантій, передбачених чинним законодавством, задоволення потреб працівників компанії, запобігання негативному впливу на зовнішнє та внутрішнє середовище, фінансування державних програм соціального захисту, благодійних заходів, екологічних проектів та виконання інших завдань для суспільства та громади.

Питання оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності важливе ще й тому, що така діяльність вимагає певних додаткових зусиль, які можуть відволікати від вирішення існуючих і часто нагальних проблем. Тому кожна компанія має усвідомлювати додаткові вигоди (додаткові продукти, додаткові прибутки, додаткові переваги над конкурентами, додаткова частка лояльних стейкхолдерів), які можуть бути отримані в результаті реалізації концепції КСВ.

Багатьма експертами доведено, що реалізація заходів соціальної відповідальності приносить компаніям певні економічні, соціальні та іміджеві результати. Позитивні економічні результати можна визначити як вигоди від реалізації соціальної діяльності. Крім того, в результаті реалізації корпоративних соціальних проектів можуть бути знижені операційні витрати в деяких підрозділах організації. Участь у соціальній діяльності також збільшує вартість акцій компанії та приваблює нових інвесторів. Соціально сприятливий корпоративний імідж впливає на рішення споживачів щодо купівлі, просування товарів і послуг, а також на престиж компанії. Він забезпечує перевагу над конкурентами, сприяє підвищенню довіри споживачів та інвесторів і зміцнює соціально-психологічний клімат у колективі.

На нашу думку, дуже доречним є визначення первинних мотивів здійснення діяльності з корпоративної соціальної відповідальності, які можна ідентифікувати через певні індикатори, що допомагають сформулювати конкретні цілі та, відповідно, оцінити рівень досягнення цілей та задоволення потреб. Загальновідомо, що потреби – це спонукальні чинники до певних дій, які спрямовують діяльність людини та людських спільнот у певне русло і певним чином. Потреби ототожнюються з мотивами, тобто внутрішніми

переконаваннями про необхідність діяти у світлі зовнішніх стимулів. Формування мотивів уможлиблює визначення цілей та дій, необхідних для їх досягнення. Підхід до оцінки ефективності КСВ компанії через пріоритетність мотивів є доцільним на тій підставі, що він дозволяє усунути певні протиріччя у сферах, які визначають характер такої діяльності. У цьому випадку корпоративна соціальна діяльність розуміється як корпоративна соціальна відповідальність під іншим кутом зору [10]:

- з точки зору підприємця – розвиток бізнесу, чесна сплата податків, дотримання законодавства, своєчасна виплата заробітної плати працівникам тощо;

- з точки зору працівника – соціальна політика компанії, відповідальність роботодавця перед колективом працівників;

- з точки зору споживача – обов’язок виробляти лише якісну, нешкідливу продукцію; обов’язок надавати достовірну інформацію про продукцію; обов’язок не заохочувати до подальшого споживання шкідливої для здоров’я продукції; обов’язок не завищувати ціни на продукцію; обов’язок не пропагувати шкідливі звички споживання; обов’язок знаходити шляхи зменшення негативного впливу шкідливої за своєю суттю продукції;

- для місцевих органів влади - обов’язок підприємців робити так звані «благодійні пожертви» на вимогу адміністрації в обмін на фундаментальне право на законне ведення бізнесу на певній території;

- з точки зору ділового партнерства - встановлення відносин з партнерами на основі принципів дотримання домовленостей, професійних стандартів діяльності та фінансової відповідальності;

- з точки зору мешканців певної території та планети в цілому – це захист природних середовищ існування, економне споживання та відновлення використовуваних ресурсів, діяльність у гармонії з природою.

Таким чином, саме потреби і мотивації визначають спрямованість діяльності з корпоративної соціальної відповідальності на досягнення цілей (конкретних, вимірних, реалістичних і досяжних).

Н. О Ткаченко [57] пропонує розділити мотиви корпоративної соціальної відповідальності на дві групи: (1) мотиви соціальної відповідальності з точки зору власника компанії; (2) мотиви соціальної відповідальності з точки зору компанії. Розподіл мотивів держави, місцевого самоврядування, партнерів по бізнесу, кредиторів, покупців, споживачів та громадськості представлено в роботі Л. І. Швець []. Автор стверджує, що такий підхід є придатним для забезпечення «балансу інтересів» усіх учасників діяльності у сфері соціальної відповідальності.

На нашу думку, різні мотивації зумовлюють наявність різних цілей і, відповідно, різних показників оцінки ефективності досягнення цих цілей. Залежно від визначених мотивів та цілей буде формуватися відповідна система оцінки ефективності діяльності з корпоративної соціальної відповідальності (рис. 1.6).

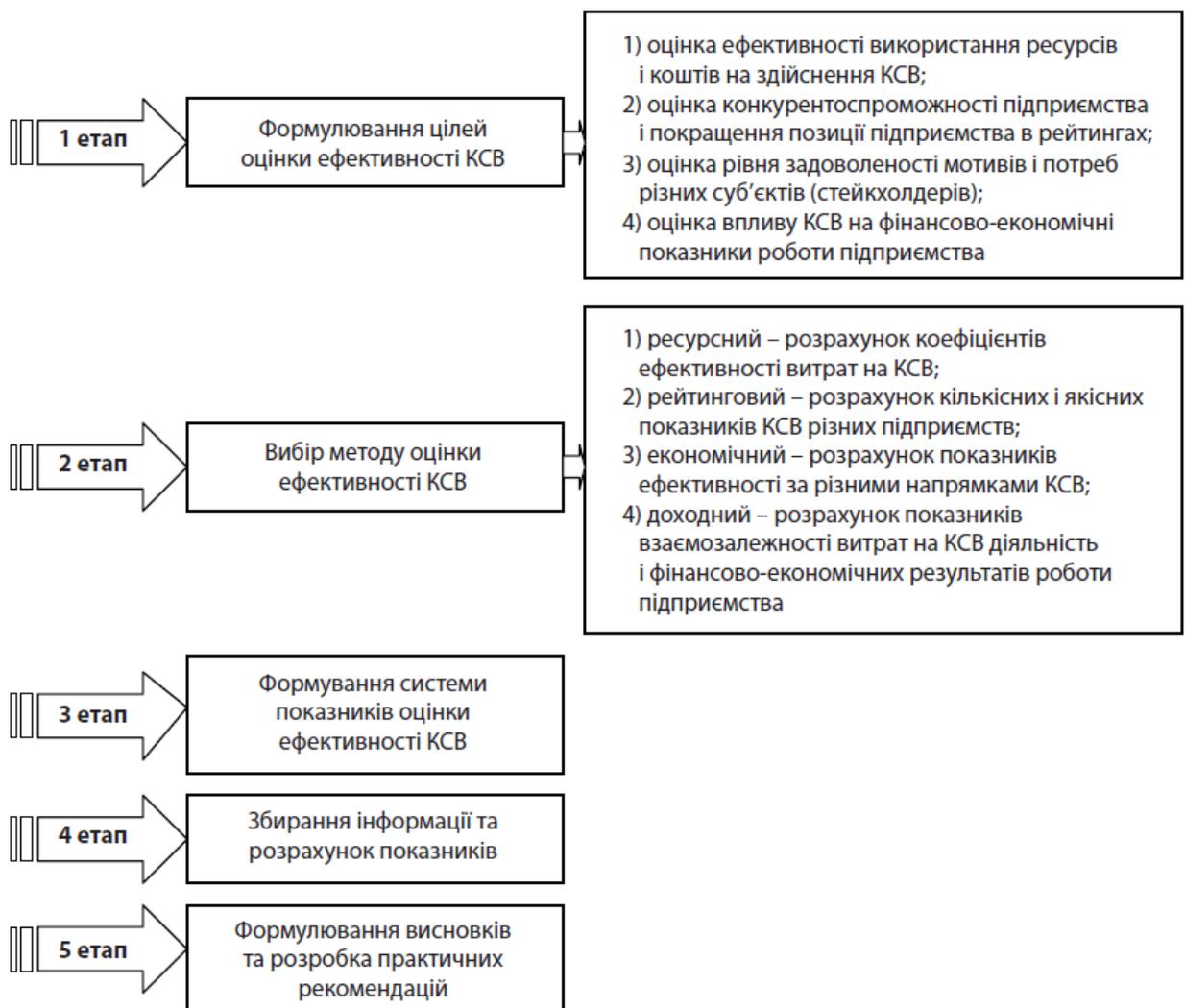


Рисунок 1.6 – Методичний підхід до проведення оцінювання ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства

Якщо компанія має на меті оцінити ефективність своїх соціальних витрат, найдоцільніше обрати ресурсний підхід до оцінювання ефективності діяльності у сфері соціальної відповідальності. У цьому випадку для кожного напрямку реалізації КСВ має бути розроблена унікальна система індикаторів. Основним фактором при обґрунтуванні системи індикаторів є визначення мотивацій та потреб кожної внутрішньої та зовнішньої групи стейкхолдерів, що реалізують відповідну програму чи проект.

Слід зазначити, що одні й ті ж індикатори можуть бути використані для оцінки ступеня реалізації інтересів різних груп стейкхолдерів.

Так, Н. Огороднікова у своєму дослідженні [] зазначає, що дуже важливим стейкхолдером, зацікавленим в оцінці ефективності інституційної системи соціального забезпечення, є пенсійний фонд України. Інтереси пенсійного фонду України слід розглядати як такі, що належать до групи інтересів центрального органу державного управління. Ця група зацікавлена у збільшенні загальних витрат підприємств на заробітну плату працівників, що призводить до збільшення відрахувань на соціальні заходи, в тому числі соціальних внесків на реалізацію пенсійних програм; підвищенні рівня зайнятості за рахунок збільшення кількості робочих місць; покращенні структурного співвідношення між чисельністю працюючих та чисельністю пенсіонерів. Таким чином, виходячи з цих інтересів, можна запропонувати наступні показники для оцінювання ефективності діяльності корпоративної соціальної відповідальності у цій сфері: середня заробітна плата на одного працівника, середній пенсійний внесок на одного працівника, середні поточні соціальні витрати на одного працівника, середні поточні витрати на реалізацію програми страхування на одного працівника, тривалість податкових виплат (затримок) по виплатах до Пенсійного фонду України, кількість створених нових робочих місць на одне підприємство.

Водночас, майже всі представлені показники можуть бути використані для визначення рівня реалізації прибутку працівниками компанії. Ця група

показників також може бути доповнена наступними показниками: кількість підготовлених, висококваліфікованих та перепідготовлених фахівців; обсяг коштів, виділених підприємством на навчання персоналу, у порівнянні зі зміною результатів праці (обсягу випуску продукції, доходу або прибутку підприємства); обсяг коштів, виділених підприємством на організацію заходів щодо підвищення рівня безпеки роботи персоналу в порівнянні з кількістю нещасних випадків на виробництві тощо.

Виходячи із запропонованого методичного підходу до оцінювання ефективності КСВ компанії, можна сказати, що такі показники, як ROI, ROA, ROS та EBITA [] є індикаторами рівня реалізації вигод для власників, акціонерів та частково для працівників компанії. Вони відображають той факт, що фінансові результати діяльності підприємств залежать від реалізації соціальних програм.

У цьому випадку необхідно сформувати групу експертів, застосувати процедури оцінки узгодженості думок експертів (наприклад, розрахувати коефіцієнти конкордації) та визначити середньозважений бал для оцінки ефективності окремих часткових показників.

Слід також зазначити, що визначені цілі визначають необхідний обсяг інформації, який необхідно зібрати та опрацювати в процесі оцінювання ефективності КСВ, а також очікувані результати.

Постановка цілей оцінки ефективності КСВ допоможе обрати найбільш прийнятний метод, побудувати систему показників, визначити вимоги до необхідної вхідної інформації та зробити правильні висновки для прийняття раціональних управлінських рішень.

Безумовно, основою для оцінки рівня КСВ мають бути показники, що розраховуються фінансовими організаціями при підготовці статистичної, фінансової та бухгалтерської звітності. По-друге, для того, щоб достовірно оцінити результати діяльності окремих підприємств та порівняти діяльність різних компаній певної галузі у сфері КСВ, необхідно встановити нормативні або оціночні значення показників КСВ. По-третє, визначення рівня КСВ окремої компанії слід проводити в кілька етапів, зосередившись на оцінці

чотирьох логічних елементів, що складають загальний рівень КСВ будь-якої компанії (рис. 1.7).

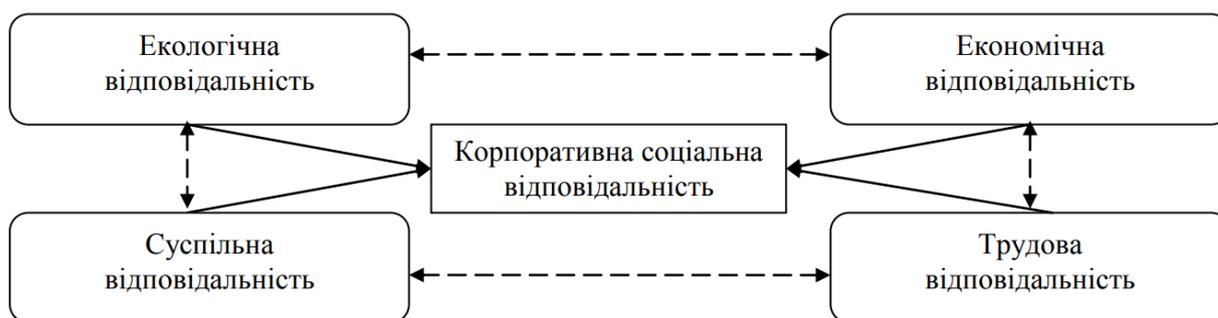


Рисунок 1.7 – Основні складові корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Перелік показників оцінки екологічної, суспільної та трудової відповідальності, методика їх розрахунку, нормативні (порогові) значення показників (індикаторів) оцінки окремих напрямів прояву КСВ та методику їх розрахунків було визначено на основі аналізу діючих нормативно-правових актів, публікацій, які стосуються суміжних сфер та розкривають питання оцінки екологічної безпеки виробництва, оподаткування підприємства, відносин із різними групами зацікавлених сторін, управління та розвитку персоналу, процедури проведення фінансово-економічного аналізу.

У підсумку, загальний перелік індикаторів для визначення ключових елементів КСВ підприємства (екологічна, соціальна трудова та економічна відповідальність) виглядає наступним чином (рис. 1.8).

Загалом алгоритм оцінки рівня КСВ фінансової установи, окрім вищезазначених елементів, має включати постійний моніторинг шляхом розрахунку індикаторів, відстеження та фіксації відхилень та прийняття управлінських рішень щодо їх усунення. З метою покращення всіх показників має бути розроблений комплекс заходів щодо підвищення рівня КСВ в окремих фінансових організаціях; моніторинг показників КСВ має здійснюватися на основі зворотного зв'язку як способу впливу на результативність системи та визначення структури і обсягу необхідних

вхідних ресурсів. Отже, загальна схема оцінки як основа для підвищення рівня КСВ у фінансових установах наведена на рисунку 1.9 нижче.

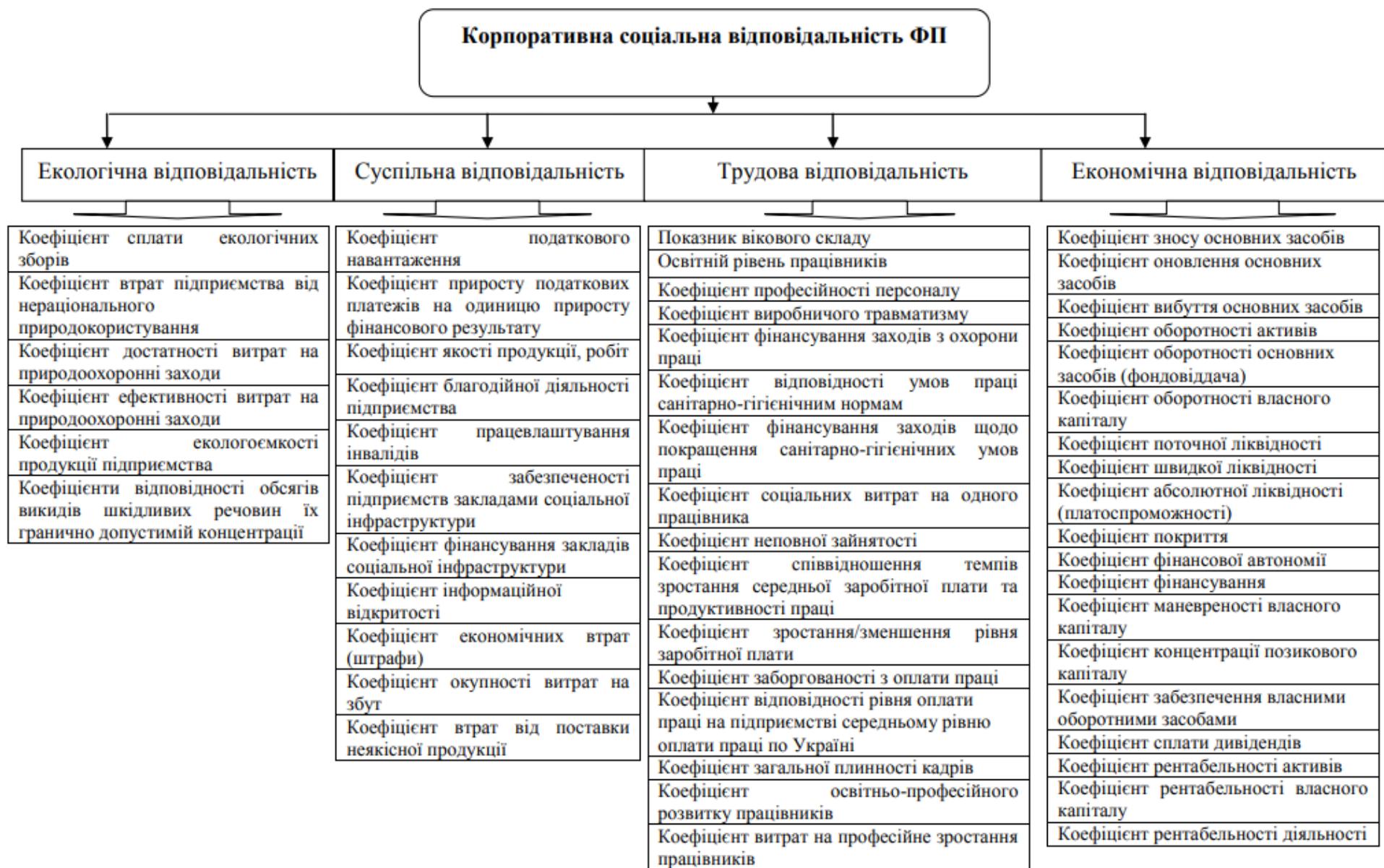


Рисунок 1.8 – Загальний перелік показників оцінювання рівня КСВ підприємства



Рисунок 1.9 – Схема оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Таким чином, можна побачити, що запропонована схема оцінки рівня КСВ підприємства є практичною схемою. Така оцінка дозволяє скласти рейтинг підприємств, виявити недоліки їх діяльності в соціальній сфері та запропонувати напрями покращення соціальної спрямованості діяльності та визначити заходи щодо підвищення рівня КСВ.

РОЗДІЛ II

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА І ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ СТОВ «Лободіно»

2.1. Аналіз стану та перспектив розвитку сільського господарства в Україні

У найближчі 20-30 років людство зіткнеться з серйозними глобальними викликами у трьох основних сферах: збереження природних ресурсів, захист навколишнього середовища та продовольча безпека. Для багатьох країн продовольча безпека вже зараз є нагальною проблемою. Сьогодні близько мільярда людей у світі голодують щодня, і якщо провідні економіки світу не вживатимуть активних заходів для боротьби з голодом, то з великою ймовірністю до 2050 року половина світу буде голодувати або постійно відчувати нестачу продовольства. У цьому контексті розвиток сільського господарства є вирішальним елементом у забезпеченні продовольчої безпеки.

Інтенсифікація та інновації в сільському господарстві є необхідною умовою для задоволення потреб населення планети в продуктах харчування. Однак розвиток сільськогосподарського виробництва може бути і катастрофічним процесом для глобальної екосистеми та людства в цілому через недостатність водних ресурсів, скорочення посівних площ через ерозію ґрунтів, деградацію земель, засолення, опустелювання, вирубку лісів, загрози біорізноманіттю та існуванню людства в цілому. Тому інноваційний розвиток сільського господарства є життєво важливим для майбутнього національної та глобальної економіки.

Впровадження інноваційних проектів має стати пріоритетом розвитку сільського господарства України в коротко- та середньостроковій перспективі і дозволить підвищити продуктивність праці, заощадити матеріальні, фінансові та людські ресурси, збільшити експорт сировини та наростити виробництво переробленої і готової продукції. Зрештою, ці

процеси сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного аграрного сектору та його інвестиційної привабливості.

Сільське господарство традиційно є важливою складовою національної економіки. Тенденції та перспективи розвитку цього сектору визначаються загальним станом національної економіки, на який, у свою чергу, значною мірою впливає динаміка основних показників сільськогосподарської діяльності. Особливості сільськогосподарського виробництва, а саме характер продукції, що виробляється (масове споживання), належність до первинного сектору економіки (схильного до значних цінових коливань) та залежність від погодних умов (що спричиняє коливання врожайності, загальних обсягів виробництва та прибутковості виробників), визначають вплив сектору на макроекономічну ситуацію в Україні в певний період.

Наразі сільське господарство забезпечує 17,0% валової доданої вартості в Україні та є другим за величиною сектором, що наповнює державний бюджет (рис. 2.1) [1].

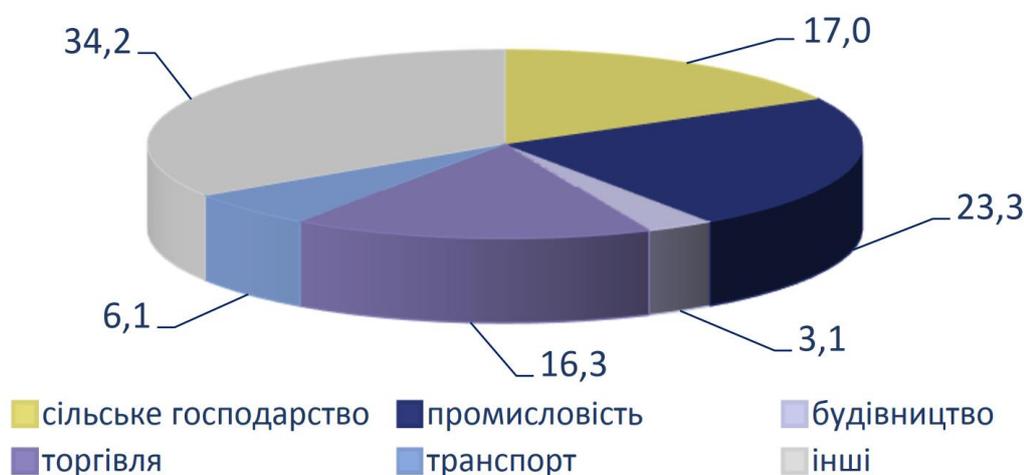


Рисунок 2.1 – Структура валової доданої вартості у III кварталі 2021 року, %
джерело: на підставі [121]

Сільське господарство в Україні є важливою складовою народногосподарського комплексу. Тенденції та перспективи розвитку цього сектору визначаються загальним станом національної економіки, на який, у свою чергу, значною мірою впливає динаміка основних показників сільського господарства.

Загальні тенденції у виробництві основних видів сільськогосподарської продукції показані на рис. 2.2-2.4.

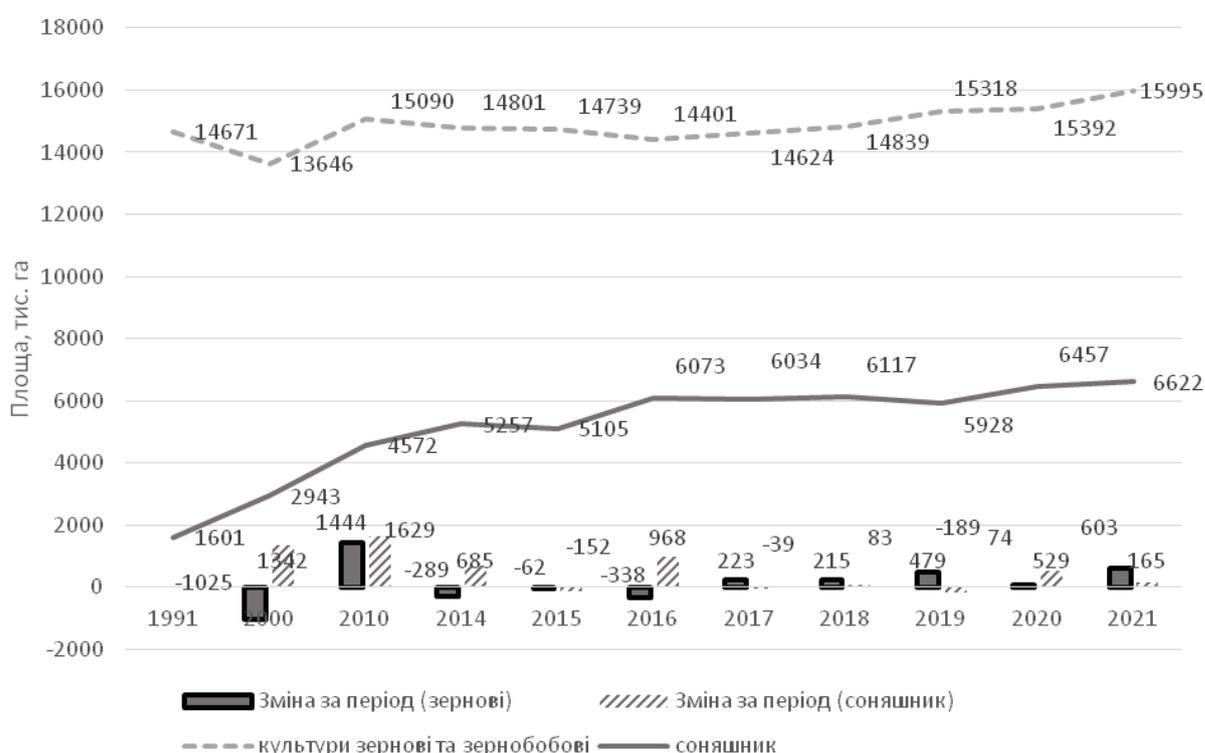


Рисунок 2.2 – Площа посівна уточнена сільськогосподарських культур
джерело: побудовано автором за даними Держслужби статистики України []

Таким чином, динаміка протягом статистичного періоду дослідження показує незначні коливання посівних площ під зерновими та зернобобовими культурами, з плавним збільшенням площ у період з 2017 по 2021 рік. Посівні площі під соняшником мають стабільну тенденцію з незначним щорічним збільшенням протягом статистичного періоду дослідження (рис. 2.2).

У період з 2010 по 2022 рік площа під зерновими та зернобобовими культурами збільшилася на 905,0 тис. га, тоді як площа під соняшником зросла на 2050,0 тис. га.

Ситуація з тваринництвом в українському аграрному секторі показує, що рослинництво рухається в протилежному напрямку. Поголів'я худоби зменшується з кожним роком (рис. 2.3).

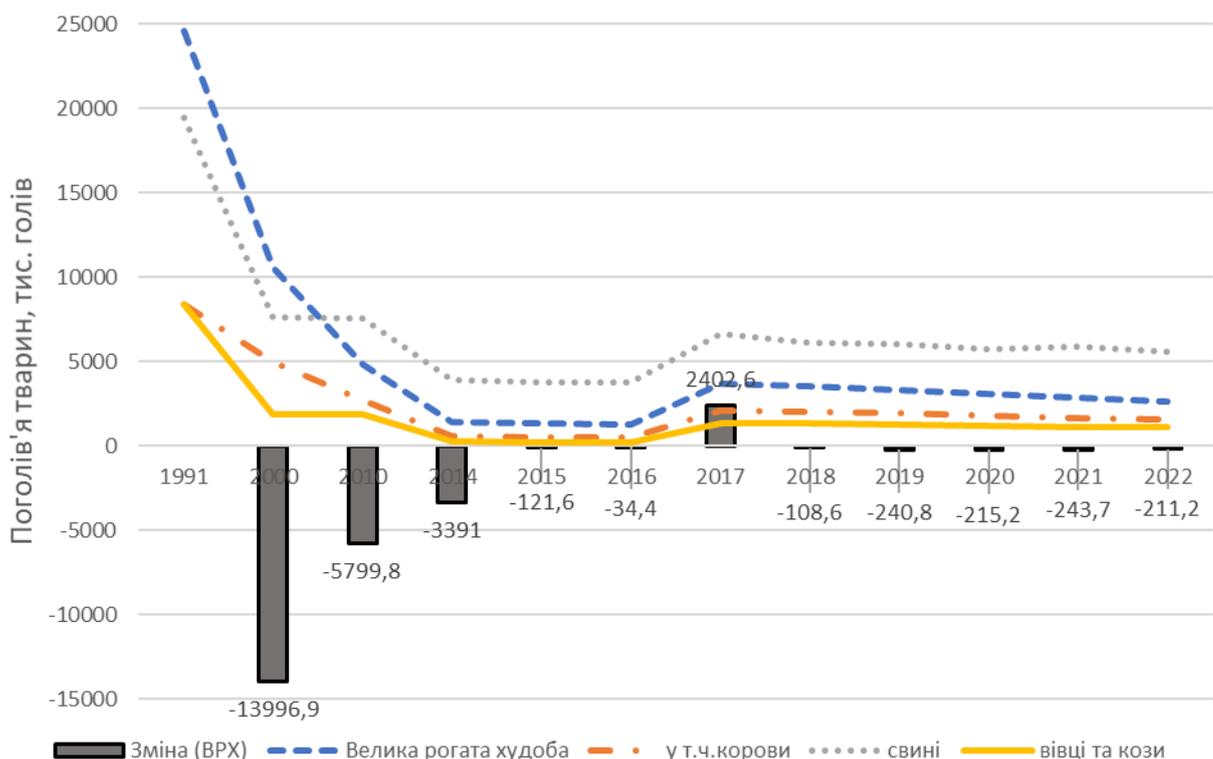


Рисунок 2.3 – Кількість сільськогосподарських тварин на 1 січня

джерело: побудовано автором за даними Держслужби статистики України [122]

Так, за період з 2010 по 2022 рік поголів'я великої рогатої худоби зменшилося на 2182,7 000 голів, або на 1192,5 000 голів.

Якщо проаналізувати динаміку виробництва основних видів тваринницької продукції, то можна сказати, що виробництво постійно зменшується (рис. 2.4).

Так, за період з 2010 по 2022 рік виробництво молока зменшилося на 2534,6 тис. тонн, яєць - на 2981,0 тис., а вовни - на 2695,0 тонн. Виробництво м'яса, навпаки, зросло на 379,3 тис. тонн, що також пов'язано з динамікою поголів'я великої рогатої худоби.

Така динаміка показників сільськогосподарського виробництва підкреслює наявність накопичених та невирішених проблем у стратегічному управлінні сільськогосподарським виробництвом та станом розвитку сільських територій і громад. Зокрема, це стосується питань соціально-економічного розвитку сільських територій та складної демографічної ситуації на селі.

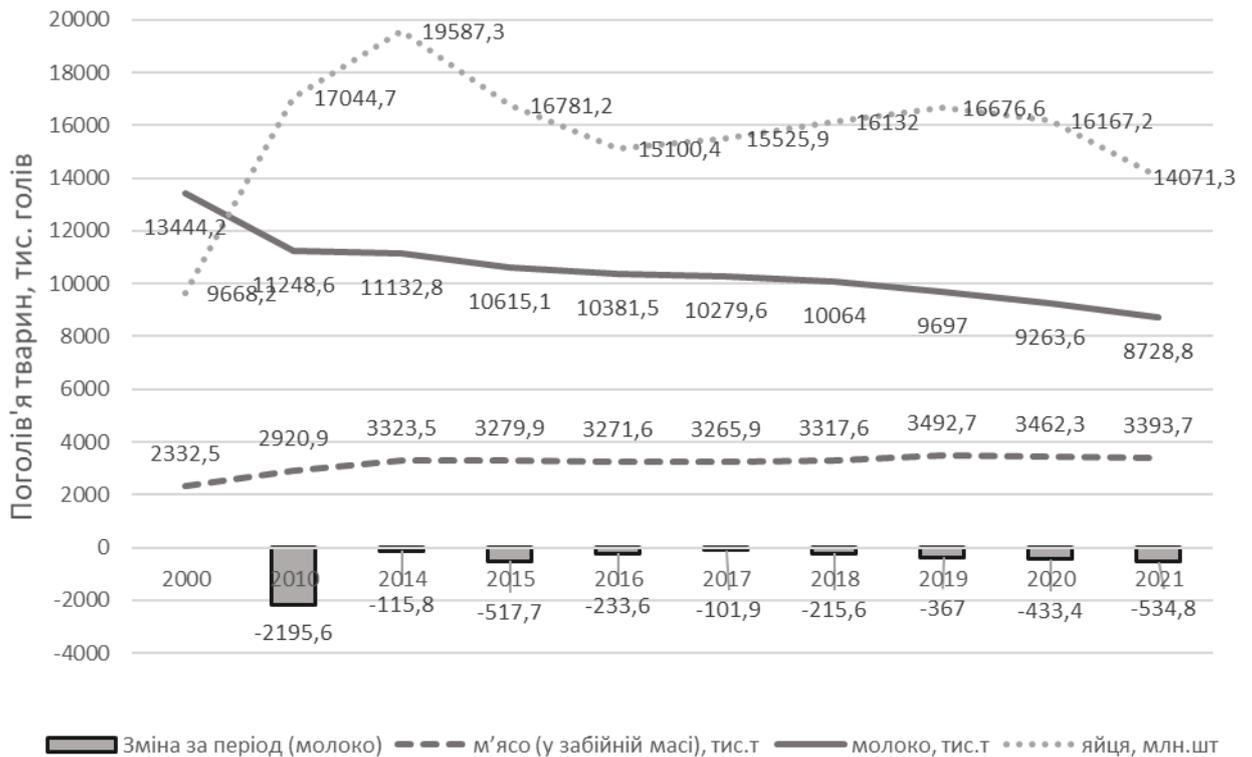


Рисунок 2.4 – Виробництво основних видів продукції тваринництва

джерело: побудовано автором за даними Держслужби статистики України [122]

Водночас потужне та ефективне сільськогосподарське виробництво є одним із наслідків високого рівня розвитку національної економіки, а не першопричиною. Стратегія розвитку аграрного сектору України базується на перевищенні темпів зростання несільськогосподарського сектору економіки, що має забезпечити адекватний прогрес в аграрному секторі [, с. 74].

Ефективність, інклюзивність та якість є основними сучасними критеріями економічного розвитку та зростання. Стосовно сільського господарства це означає, що разом з вищезазначеним зростання виробництва в секторі буде забезпечуватися за рахунок підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів шляхом впровадження інновацій, які знижують виробничі витрати і вплив на навколишнє середовище та підвищують конкурентоспроможність продукції [, с. 44].

Таке зростання має супроводжуватися структурною збалансованістю виробництва, безпечністю продуктів харчування, які споживає населення, прогресом у соціальній сфері села, зокрема підвищенням рівня зайнятості (у

тому числі несільськогосподарської), поліпшенням стану навколишнього природного середовища та сільської інфраструктури.

Слід також звернути увагу на динаміку розвитку організаційно-правових форм суб'єктів господарювання у сільському господарстві, особливо на їхні розміри (табл. 2.1-2.3).

Таблиця 2.1 – Підприємства з площею обробітку під сільськогосподарською культурою 1000–3000,00 га (станом на 2021 рік)

Культура	у % до загальної кількості підприємств	у % до загального обсягу виробництва (валовий збір)
Зернові та зернобобові	7,9	35,2
Соя	2,3	36,9
Ріпак озимий	3,2	24,6
Соняшник	4,4	29,9
Цукровий буряк фабричний	9,0	58,4

Таблиця 2.2 – Підприємства з площею обробітку під сільськогосподарською культурою більше 3000,00 га (станом на 2021 рік)

Культура	у % до загальної кількості підприємств	у % до загального обсягу виробництва (валовий збір)
Зернові та зернобобові	1,7	29,8
Соняшник	0,7	14,2

Таблиця 2.3 – Групування підприємств за кількістю сільськогосподарських тварин (станом на 2021 рік)

більше 1000 гол.	Кількість підприємств		Кількість тварин	
	одиниць	у % до загальної кількості	тис. голів	у % до загальної кількості
Велика рогата худоба	278	15,5	584,2	58,2
Корови	81	4,8	122,8	28,9
Свині, більше 10000	71	5,5	2379,1	66,5
Птиця свійська, більше 500000	33	10,4	92451,9	81,5

На основі проведених опитувань можна констатувати загальну тенденцію до укрупнення суб'єктів господарювання в сільському господарстві. Так, на підприємства з посівною площею 1000-3000,00 га припадає 7,9% загального виробництва зернових та зернобобових культур, але досить велика частка - 35,2% від загального обсягу виробництва. Подібна

тенденція спостерігається і у виробництві інших культур (табл. 2.1). Існує також дуже велика кількість агропідприємств з площею ріллі понад 3000,00 га (табл. 2.2). У виробництві зернових та зернобобових така кількість підприємств становить 1,7% від загальної кількості підприємств, але 29,8% від загального обсягу виробництва. Динаміка виробництва соняшнику є схожою.

Так, якщо розрахувати частку підприємств, що виробляють зернові та зернобобові культури з площею ріллі понад 1000,00 га, то їхня частка становитиме 9,6% від загальної кількості, тоді як загальне виробництво цієї категорії підприємств становитиме 65% від загального врожаю зернових та зернобобових культур.

Схожа ситуація (як і у виробництві зернових та зернобобових) спостерігається у тваринництві (табл. 2.3). У цьому секторі 15,5% підприємств вирощують 58,2% худоби, з яких 28,9% - велика рогата худоба; 5,5% підприємств вирощують 66,5% свиней і 10,4% підприємств вирощують 81,5% птиці.

Динаміка інтеграції таких суб'єктів свідчить про те, що в сільському господарстві досить ефективно функціонують і розвиваються великомасштабні інтеграційні структури, переважно інтеграційні структури холдингового типу. Природно, що в цьому контексті саме агрохолдинги мають фінансовий та науково-технічний потенціал для впровадження інновацій, тоді як середні та малі підприємства не мають достатніх ресурсів [9; 10].

Інновація - це процес впровадження нових ідей, втілених у матеріальну та нематеріальну інтелектуальну продукцію, результатом якого є зростання соціально-економічного потенціалу окремих підприємств та економіки в цілому за рахунок удосконалення форм організації виробництва і управління та інвестицій у наукові дослідження [6; 14].

Наразі найбільш перспективними інноваціями є ті, які можуть бути впроваджені в різних галузях сільського господарства в коротко- та середньостроковій перспективі.

До таких інноваційних технологій відносяться

- безпечна генна інженерія насіння;
- рибне господарство на основі води з нульовим стоком;
- лоткові конденсатні системи зрошення;
- комп'ютеризоване управління великою рогатою худобою;
- біо-пестициди та запилювачі;
- зерносховища з коконними рукавами;
- технологія точного посіву;
- «розумні» теплиці;
- датчики Craft Scanner для контролю глибини обробітку ґрунту;
- аеропонні ферми (вирощування рослин без ґрунту);
- інше [6; 11; 12].

Враховуючи його поточний стан, аграрний сектор має високий потенціал розвитку та хороші перспективи для інновацій. Однією з ключових переваг аграрного сектору України є доступ до найважливіших ресурсів, які підтримують сільськогосподарське виробництво. Саме тому фактори, які становлять глобальні виклики для європейських країн (зростання населення, зміна клімату тощо), для України перетворюються на можливості для збільшення зростання та конкурентоспроможності місцевого аграрного сектору [12, с. 32].

Основними глобальними векторами інноваційного розвитку аграрного сектору мають стати наступні.

- ресурсозбереження. його потенціал безпосередньо пов'язаний з рівнем інноваційного розвитку аграрного сектору;
- прискорення розвитку виробництва продукції з високою доданою вартістю;
- забезпечення доступності та безпечності сільськогосподарської продукції;
- стабілізація та підвищення доходів малих та середніх сільськогосподарських виробників, особливо тих, які наразі перебувають у дуже слабкому фінансовому становищі та традиційно мають меншу фінансову стійкість порівняно з великими підприємствами.

– зосередження уваги на зростаючій ролі кліматичних факторів у забезпеченні сталості пропозиції та споживання сільськогосподарської продукції та загостренні проблеми деградації сільськогосподарських земель [5; 6; 9].

Враховуючи, що сільське господарство в Україні є однією з галузей, що має стратегічне значення для екології країни та рівня продовольчої безпеки держави, від темпів розвитку сільського господарства залежить соціально-економічна ситуація в сільській місцевості та рівень життя сільського населення, використання інноваційних технологій є єдиним життєздатним сценарієм розвитку цієї галузі.

2.2. Організаційно-правові основи діяльності підприємства

Практичною основою для написання кваліфікаційної роботи є сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Лободіно».

Підприємство має статус юридичної особи, код ЄДРПОУ: 13955730.

Компанія СТОВ «Лободіно» зареєстрована за юридичною адресою Україна, 37332, Полтавська обл., Гадяцький р-н, село Лободине. Керівником компанії є Дашкевич Олег Якович.

Основна діяльність – вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур.

Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Лободіно» створено відповідно рішення засновника, державну реєстрацію проведено 06 березня 2000 року (номер запису у держаному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців 03770394) та є резидентом України.

Основним документом, що регламентує діяльність підприємства є статут. Основні характеристики діючого підприємства систематизовано у табл. 2.4.

Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Лободіно» (далі – Товариство) є підприємством, заснованим на засадах

угоди громадянами шляхом об'єднання їх коштів і майна та підприємницької діяльності у сільському господарстві з метою одержання прибутку.

Таблиця 2.4 – Основні організаційно-правові характеристики СТОВ «Лободіно»

Критерій	Характеристика
Повна назва підприємства	
українською	Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Лободіно»
англійською	Agricultural Additional Liability Company «Lobodino»
Скорочена назва	
українською	СТОВ «Лободіно»
англійською	AALD «Lobodino»
Юридична адреса	
українською	Україна, 37332, Полтавська обл., Гадяцький р-н, село Лободине
англійською	Ukraine, 37332, Poltava region, Gadyatsky district, Lobodin village
Номер та дата державної реєстрації	Дата державної реєстрації: 06.03.2000 Дата запису: 06.03.2000 Номер запису: 15601200000000154
Форма власності	Приватна
Організаційно-правова форма	товариство з обмеженою відповідальністю
Установчі документи	Статут
Розмір статутного фонду	7 400 грн. (станом на 31.01.2023 р.)
Вищий орган управління	Загальні збори учасників
Перелік засновників юридичної особи	Данилов Олександр Вікторович Розмір внеску до статутного фонду: 2 960,00 грн Частка (%): 40,00% Рибальченко Олексій Олександрович Розмір внеску до статутного фонду: 1 850,00 грн Частка (%): 25,00% Рибальченко Катерина Олександрівна Розмір внеску до статутного фонду: 1 850,00 грн Частка (%): 25,00% Мотрич Валерій Дмитрович Розмір внеску до статутного фонду: 740,00 грн Частка (%): 10,00%
Виконавчий орган управління	Директор
Основний вид діяльності	Сільське господарство
Перебуває на	

Критерій	Характеристика
обліку:	

Критерій	Характеристика
Реєстр платників єдиного внеску	ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ #37507880 Дата взяття на облік: 07.04.1994 Реєстр платників єдиного внеску ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ #43142831 Дата взяття на облік: 12.05.2000 Номер взяття на облік: 1602040053
Реєстр платників податків	ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ #43142831 Дата взяття на облік: 30.07.1997 Номер взяття на облік: 5964
Платник єдиного податку	Група: 4 Дата переходу: 01.01.2016
Реєстр платників єдиного внеску:	ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ГАДЯЦЬКА ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ Дата: 12.05.2000 Ідентифікаційний код: 44057192

Товариство створене відповідно до Конституції України, Цивільного, Господарського і Земельного кодексів України, Закону України «Про господарські товариства» та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

Товариство є правонаступником реорганізованого колективного сільськогосподарського підприємства „Енгельса” у частині майна, прав та обов’язків, переданих йому за передавальним актом.

Товариство вважається утвореним і набуває прав юридичної особи з моменту його державної реєстрації.

Товариство має самостійний баланс, поточні та вкладні (депозитні) рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням, штампи, бланки, а також інші реквізити.

Товариство для досягнення мети своєї статутної діяльності має право від свого імені укладати угоди, набувати майнових і немайнових прав, нести обов’язки, бути позивачем і відповідачем у суді.

Угоди, укладені від імені Товариства до моменту його реєстрації, визнаються такими, що укладені з Товариством, лише за умови подальшого схвалення їх Товариством.

Товариство набуває та здійснює правомочності власника землі і майна, необхідні йому для досягнення статутної мети.

Товариство може здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яка не суперечить закону та цьому Статуту.

Товариство може створювати самостійно або разом з іншими юридичними чи фізичними особами на території України і за кордоном дочірні підприємства (товариства, кооперативи) з правами юридичної особи, розміщувати кошти в облігаціях, сертифікатах банків та інших цінних паперах, що знаходяться в обігу, проводити операції на товарних та фондових біржах, проводити аукціони, виставки, ярмарки, брати участь в асоціаціях, концернах, консорціумах та інших об'єднаннях.

Товариство може створювати на території України і за кордоном філії, представництва та інші відокремлені структурні підрозділи, які не є юридичними особами і діють на підставі положень, затверджуваних Товариством.

Товариство має право здійснювати зовнішньоекономічні операції, необхідні для його діяльності, відповідно до закону.

Товариство не відповідає за зобов'язаннями своїх Учасників.

Учасники несуть відповідальність за зобов'язаннями Товариства лише в межах їх вкладів до Статутного капіталу Товариства. Учасники, які не повністю внесли свої вклади, відповідають за зобов'язаннями Товариства також у межах невнесеної частини вкладу.

У Товаристві:

- Вищим органом є – Загальні збори Учасників Товариства.
- Виконавчим органом є – Директор Товариства.
- Контрольним органом є – Ревізор Товариства.

До виключної компетенції Загальних зборів Учасників Товариства належить:

а) визначення основних напрямів діяльності Товариства, затвердження його планів і звітів про їх виконання;

б) внесення змін до статуту Товариства, зміна розміру його статутного капіталу;

в) створення та відкликання виконавчого органу товариства;

г) визначення форм контролю за діяльністю виконавчого органу, створення та визначення повноважень відповідних контрольних органів;

д) затвердження річних звітів та бухгалтерських балансів, розподіл прибутку та збитків Товариства;

ж) вирішення питання про придбання Товариством частки Учасника;

з) виключення Учасника із Товариства;

и) створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердження їх Статутів та Положень;

і) винесення рішень про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб Товариства;

ї) затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів Товариства, визначення організаційної структури Товариства;

й) визначення умов оплати праці посадових осіб Товариства, його дочірніх підприємств, філій та представництв;

к) затвердження угод, укладених на суму, що перевищує розмір статутного фонду товариства;

л) встановлення розміру, форми і порядку внесення Учасниками додаткових вкладів;

м) прийняття рішення про ліквідацію Товариства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу.

Питання, віднесені до виключної компетенції Загальних зборів Учасників Товариства, не можуть бути передані ними для вирішення Директору Товариства.

Загальні збори Учасників Товариства вважаються повноважними, якщо на них присутні Учасники (представники Учасників), що володіють у сукупності більш як 60 відсотками голосів. Учасники Загальних зборів реєструються з зазначенням кількості голосів, пропорційної розміру часток

Учасників у статутному фонді Товариства. Цей перелік підписується Головою та Секретарем зборів.

Представники Учасників можуть бути постійними або призначеними на певний строк. Учасник вправі в будь-який час замінити свого представника на Загальних зборах Учасників, сповістивши про це інших Учасників.

Учасник Товариства вправі передавати свої повноваження на Загальних зборах іншому Учаснику або представнику іншого Учасника Товариства.

У Загальних зборах Учасників мають право брати участь з правом дорадчого голосу члени виконавчих органів Товариства, які не є Учасниками Товариства.

Загальні збори Учасників Товариства скликаються не рідше двох разів на рік.

Позачергові Загальні збори Учасників скликаються Головою Товариства у разі неплатоспроможності Товариства, а також у будь-якому іншому випадку, якщо цього вимагають інтереси Товариства, зокрема, якщо виникає загроза значного скорочення Статутного фонду Товариства.

Загальні збори Учасників Товариства повинні скликатись також на вимогу Директора Товариства.

Учасники Товариства, що володіють у сукупності більш як 20 відсотками голосів, мають право вимагати скликання позачергових Загальних зборів Учасників у будь-який час і з будь-якого приводу, що стосується діяльності Товариства. Якщо протягом 25 днів Голова Товариства не виконав зазначеної вимоги, вони самі вправі скликати Загальні збори Учасників.

Будь хто з Учасників Товариства вправі вимагати розгляду питання на Загальних зборах за умови, що воно було ним поставлено не пізніше як за 25 днів до початку зборів.

Про час і місце проведення Загальних зборів та їх порядок денний Учасники Товариства повідомляються шляхом вивішування оголошення в загальнодоступному місці біля приміщення Дирекції Товариства.

Повідомлення має бути зроблене не менш як за 30 днів до скликання Загальних зборів Учасників.

Не пізніше як за 7 днів до скликання Загальних зборів Учасників, Учасникам Товариства повинна бути надана можливість ознайомитись з документами, внесеними до порядку денного зборів.

Учасники мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток у складеному капіталі Товариства.

Поточне керівництво діяльністю Товариства здійснює його Директор, який призначається і є підзвітним Загальним зборам Учасників. Директор Товариства може бути призначений і не зі складу Учасників Товариства.

Директор без доручення діє від імені Товариства, представляє його інтереси в органах державної влади і органах місцевого самоврядування, інших організаціях, у відносинах з юридичними особами та громадянами, формує адміністрацію підприємства і вирішує питання діяльності Товариства в межах та порядку, визначених цим Статутом.

Директор вирішує усі питання діяльності Товариства, за винятком тих, що належать до виключної компетенції Загальних зборів Учасників та організує виконання їхніх рішень.

Загальні збори Учасників можуть обирати Ревізора Товариства, на якого покладається обов'язок здійснення контролю за діяльністю Директора. Ревізор обирається з числа Учасників Товариства.

Ревізор здійснює перевірку діяльності Директора за дорученням Загальних зборів Учасників, з власної ініціативи або на вимогу Учасників Товариства. Ревізор вправі вимагати від посадових осіб Товариства надання йому усіх необхідних матеріалів, бухгалтерських чи інших документів та особистих пояснень.

Ревізор доповідає про результати перевірок Загальним зборам Учасників.

Ревізор складає висновок по річних звітах. Без висновку Ревізора Загальні збори Учасників Товариства не мають права затверджувати баланс Товариства.

Ревізор має право ставити питання про скликання позачергових Загальних зборів Учасників, якщо виникла загроза суттєвим інтересам Товариства або виявлене зловживання посадовими особами Товариства.

Для здійснення контролю за фінансовою діяльністю Товариства за рішенням Загальних зборів Учасників, а також в інших випадках, встановлених законом, може призначатися аудиторська перевірка.

До складу майна сільськогосподарських товариств з обмеженою відповідальністю належать: внески учасників, що утворюють його статутний капітал; продукція, вироблена товариством внаслідок господарської діяльності; одержані доходи, а також інше майно, придбане ними на інших підставах. Внеском визнаються: будівлі, споруди, інші матеріальні цінності, цінні папери, права власності або користування землею, водами й іншими природними ресурсами, будівлями, спорудами, устаткуванням, а також інші майнові права, грошові кошти.

Учасники товариства не вільні розпоряджатися своїм внеском (земельним або майновим паєм). Вони мають право продати або іншим чином уступити його одному або кільком учасникам товариства. Відчуження внеску третім особам дозволяється, але може бути й заборонене статутом конкретного товариства. Проте навіть у разі можливості відчуження внеску третім особам за учасниками товариства зберігається переважне право купівлі внеску, що відчужується.

Учасник товариства має право вийти з нього незалежно від згоди інших його учасників. При цьому йому виплачується вартість частини майна, відповідно до його частки в статутному капіталі товариства. У зв'язку із специфікою сільськогосподарського виробництва й регулювання трудових відносин у цій галузі час виходу та інші умови вибуття із

сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю можуть бути додатково враховані в статуті товариства.

Товариство утворене виключно як господарське і здійснює підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та наступного його розподілу між власниками. Таким чином, основна мета товариства – отримання прибутку на користь учасників СТОВ «Лободіно».

Основною метою підприємства є:

– вирощування, заготівля, перероблення та реалізація сільськогосподарської продукції, а саме продукції рослинництва та тваринництва;

– виробництво продукції тваринництва, зокрема молочної продукції

– розведення тварин, розведення великої рогатої худоби, розведення та відгодівля свиней;

– виробництво комбікормів та інших кормових добавок;

– організація внутрішніх та міжнародних перевезень вантажів;

– зовнішньоекономічна та інша пов'язана з нею діяльність, що не суперечить законодавству України.

Види діяльності СТОВ «Лободіно» визначені у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Види діяльності СТОВ «Лободіно»

Характеристика видів діяльності	Вид діяльності за КВЕД
Основний	01.11 Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур
Додаткові:	01.41 Розведення великої рогатої худоби молочних порід 01.46 Розведення свиней 01.50 Змішане сільське господарство 01.61 Допоміжна діяльність у рослинництві 01.62 Допоміжна діяльність у тваринництві 01.63 Післяурожайна діяльність 03.12 Прісноводне рибальство 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин 77.31 Надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування 77.32 Надання в оренду будівельних машин і устаткування 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у. 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

Характеристика видів діяльності	Вид діяльності за КВЕД
	47.42 Роздрібна торгівля телекомунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах 49.41 Вантажний автомобільний транспорт 52.10 Складське господарство 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту 55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування 68.10 Купівля та продаж власного нерухомого майна 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна 77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів 77.12 Надання в оренду вантажних автомобілів 36.00 Забір, очищення та постачання води 37.00 Каналізація, відведення й очищення стічних вод 41.10 Організація будівництва будівель

Для визначення виробничого потенціалу вважаємо за необхідне проаналізувати динаміку складу та структури обсягів реалізації, представлену в табл. 2.6.

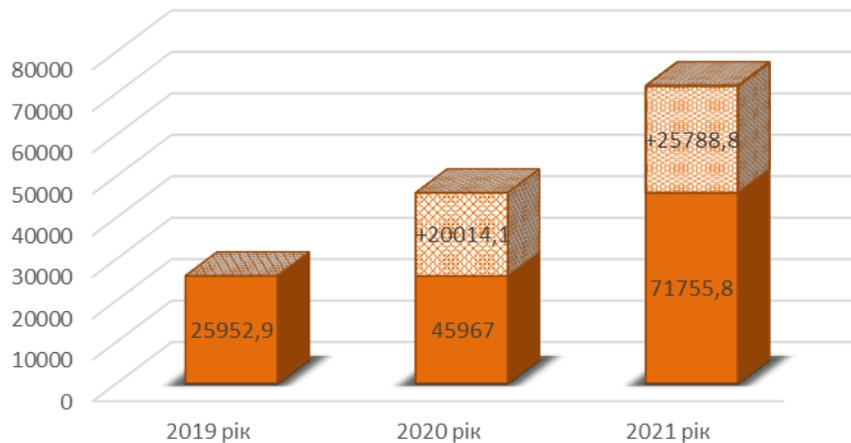
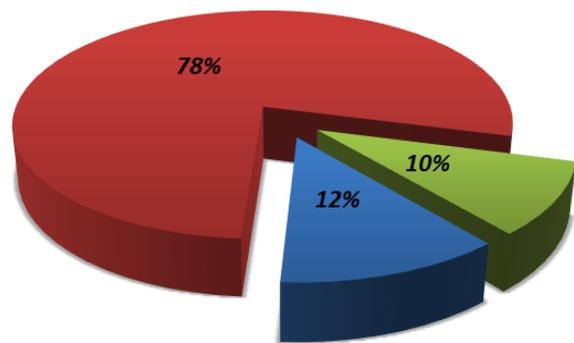


Рисунок 2.5 – Динаміка обсягів реалізації
СТОВ «Лободіно» у 2019-2021 рр.

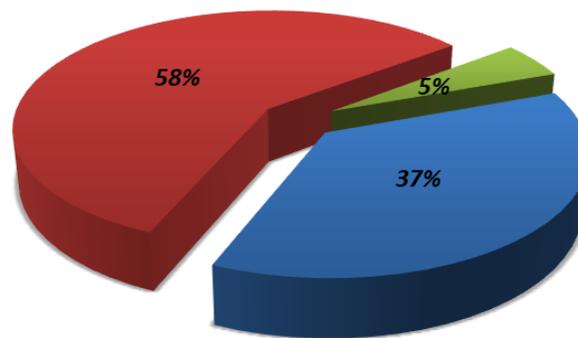
Аналіз показників табл. 2.6 свідчить про збільшення загального обсягу реалізації продукції, а саме на 45,8 млн. грн. або 176,5%, що безумовно

Таблиця 2.6 – Аналіз обсягу реалізованої продукції, робіт, послуг за видами економічної діяльності СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

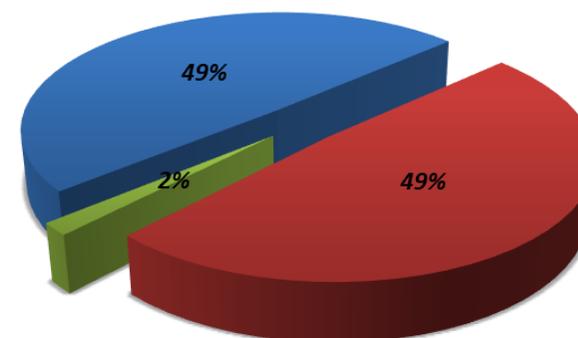
Види економічної діяльності	Обсяг реалізованої продукції, робіт, послуг						Відхилення			
	2019 рік		2020 рік		2021 рік		2021 – 2019		2021 – 2020	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	у сумі	у стр-рі	у сумі	у стр-рі
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Усього по підприємству	25952,9	100	45967	100	71755,8	100	45802,9	х	25788,8	х
У тому числі з видами економічної діяльності										
Продукція тваринництва	3140,3	12,1	16929,6	36,83	35440,2	49,39	32299,9	37,3	18510,5	12,6
Продукція рослинництва	20269,2	78,1	26789,6	58,28	35110,1	48,93	14840,9	-29,2	8320,5	-9,4
Послуги в сільському господарстві	2543,4	9,8	2247,8	4,89	1205,5	1,68	-1337,9	-8,1	-1042,3	-3,2



а) 2019 рік



б) 2020 рік



в) 2021 рік

■ Продукція тваринництва ■ Продукція рослинництва
 ■ Послуги в сільському господарстві

Рисунок 2.6 – Структура обсягів реалізованої продукції за видами економічної діяльності СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

вважається позитивним показником діяльності підприємства. Ця зміна зумовлена в основному зростанням обсягів продукції тваринництва, яка збільшилася на 32,3 млн. грн. або в 11,3 рази. Значне збільшення обсягів реалізації продукції спостерігається по вирощуванню зернових культур – +14,84 млн. грн. або +73,2% протягом досліджуваного періоду. Обсяг реалізації продукції допоміжної діяльності у сільському господарстві, навпаки, зменшився на 1,34 млн. грн. або -52,6%.

Щодо структури обсягів реалізації, то найбільшу питому вагу займає вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур: протягом досліджуваного періоду його доля хоч і зменшилась з 78,1% у 2019 році до 48,93% у 2021 році, проте займає визначальну роль в структурі виробництва та реалізації продукції. Також значну вагу займає розведення великої рогатої худоби молочних порід та свиней, доля якого у структурі обсягів реалізації збільшилась з 12,1% у 2019 році до 49,39% у 2021 році. Питома вага послуг в сільському господарстві є незначною.

Організаційна структура управління СТОВ «Лободіно» на рис. 2.7.

Організаційна структура підприємства складається з виробничих ділянок та органів управління самостійного підприємства. Підприємство очолює директор, якому підпорядковуються:

1. Диспетчерська служба;
2. Обліково-економічна служба під керівництвом головного бухгалтера;
3. Агрономічна служба;
4. Інженерно-технічна служба на голі із головним інженером;
5. Зоотехнічна служба.

Головний бухгалтер організує роботу обліково-економічної служби, контроль за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій; вимагає від підрозділів, служб та працівників забезпечення неухильного дотримання порядку оформлення та подання до

обліку первинних документів; забезпечує складання на основі даних бухгалтерського обліку фінансової звітності підприємства, підписання її та



Рисунок 2.7 – Організаційна структура управління
СТОВ «Лободіно»

подання в установлені строки користувачам; бере участь у підготовці та поданні інших видів періодичної звітності, які передбачають підпис головного бухгалтера, до органів вищого рівня у відповідності з нормативними актами, затвердженими формами та інструкціями; здійснює контроль за веденням касових операцій, раціональним та ефективним використанням матеріальних, трудових та фінансових ресурсів; забезпечує перевірку стану бухгалтерського обліку у філіях, представництвах, відділеннях та інших відокремлених підрозділах; керує працівниками

бухгалтерського обліку підприємства та розподіляє між ними посадові завдання та обов'язки; знайомить цих працівників із нормативно-методичними документами та інформаційними матеріалами, які стосуються їх діяльності, а також із змінами в чинному законодавстві.

2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності підприємства

Для подальшого аналізу показників розробляємо таблицю основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства (табл. 2.7).

Важливим елементом оцінки вартості підприємства є визначення вартості капіталу, який є в його розпорядженні.

Аналізуючи показник середньої вартості, можна говорити про наступне: середня вартість сукупного капіталу в 2020 році збільшилась на 50,8%, що складає +2101347,0 тис. грн. в порівнянні з 2019 роком. Протягом наступного року значення даного показника збільшилось ще на 66,8% або на +4165024,0 тис. грн. порівняно з 2020 р. В результаті зазначених змін середня вартість сукупного капіталу збільшилась з 4132884,0 тис. грн. у 2019 році до 10399255,0 тис. грн.

Збільшення суми власного капіталу є одним з ключових цільових показників роботи будь-якого комерційного підприємства. Тому значний приріст власного капіталу може свідчити про ефективні дії менеджменту, продуману фінансову, комерційну, конкурентну, виробничу політику тощо.

Якщо вартість власного капіталу є високою, то підприємству доцільно залучати альтернативні джерела коштів – позикові.

Аналізуючи показник середньої вартості, можна говорити про наступне: середня вартість сукупного капіталу в 2020 році збільшилась на 94,2%, що складає +22674,9 тис. грн. в порівнянні з 2019 роком. Протягом наступного року значення даного показника збільшилось ще на 52,6% або на +24578,4 тис. грн. порівняно з 2020 р. В результаті зазначених змін середня

вартість сукупного капіталу збільшилась з 24083,5 тис. грн. у 2019 році до 71336,7 тис. грн.

Таблиця 2.7 – Основні фінансово-економічні показники діяльності СТОВ «Лободіно» у 2019-2021 рр.

№	Показники	Одиниці виміру	Рік			Відхилення			
			2019	2020	2021	2020 - 2019		2021 - 2020	
						Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
	1. КАПІТАЛ ТА РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА								
1.1	Середня вартість сукупного капіталу	тис. грн.	24083,5	46758,4	71336,7	22674,9	1,942	24578,4	1,526
1.2	Середня вартість власного капіталу	тис. грн.	4851,8	16486,1	40188,7	11634,3	3,398	23702,6	2,438
1.3	Основні засоби								
1.3.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	17334,2	18610,6	34644,4	1276,4	1,074	16033,8	1,862
1.3.2	за залишковою вартістю на кінець року	тис. грн.	9772,9	10243,8	22977,9	470,9	1,048	12734,1	2,243
1.3.3	знос на кінець року	тис. грн.	7561,3	8366,8	11666,5	805,5	1,107	3299,7	1,394
1.3.4	середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	15043,7	17972,4	26627,5	2928,8	1,195	8655,1	1,482
1.4	Нематеріальні активи								
1.4.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	2,6	2,6	2,6	–	1,000	–	1,000
1.4.2	за залишковою вартістю на кінець року	тис. грн.	–	–	–	–	x	–	x
1.4.3	знос (накопичена амортизація) на кінець року	тис. грн.	2,6	2,6	2,6	–	1,000	–	1,000
1.4.4	середня вартість нематеріальних активів	тис. грн.	1,3	2,6	2,6	1,3	2,000	0,0	1,000
1.5	Оборотні активи								
1.5.1	усього на кінець року	тис. грн.	13045,2	35054	48030,7	22008,8	2,687	12976,7	1,370
1.5.2	Запаси на кінець року	тис. грн.	12393	30761,3	40788	18368,3	2,482	10026,7	1,326
1.5.3	дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн.	0	4223,6	7069	4223,6	#ДЕЛ/0!	2845,4	1,674
1.5.4	Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	тис. грн.	4,9	69,1	173,7	64,2	14,102	104,6	2,514
1.5.5	середні залишки оборотних засобів	тис. грн.	9921,2	24049,6	41542,35	14128,4	2,424	17492,8	1,727

Продовження табл. 2.7

№	Показники	Одиниці виміру	Рік			Відхилення			
			2019	2020	2021	2020 - 2019		2021 - 2020	
						Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
1.6	Середньооблікова чисельність								
1.6.1	середньооблікова чисельність працівників	осіб	14	14	16	–	1,000	2	1,143
1.6.2	середньооблікова чисельність робітників	осіб	11	11	12	–	1,000	1	1,091
	2. ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ								
2.1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	25952,9	45967,0	71755,8	20014,1	1,771	25788,8	1,561
2.2	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	25952,9	45967,0	71755,8	20014,1	1,771	25788,8	1,561
2.3	Обсяг виробництва продукції	тис. грн.	25952,9	45967,0	71755,8	20014,1	1,771	25788,8	1,561
2.4	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	15739,5	26677,1	37510,7	10937,6	1,695	10833,6	1,406
2.5	Валовий прибуток (збиток)	тис. грн.	10213,4	19289,9	34245,1	9076,5	1,889	14955,2	1,775
2.6	Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн.	8760,1	14094,4	30556,2	5334,3	1,609	16461,8	2,168
2.7	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	тис. грн.	8765,2	14185,6	30723,4	5420,4	1,618	16537,8	2,166
2.8	Чистий прибуток (збиток)	тис. грн.	8765,2	14185,6	30723,4	5420,4	1,618	16537,8	2,166
2.9	Фонд оплати праці усіх працівників	тис. грн.	2077,9	2258,8	3128,6	180,9	1,087	869,8	1,385
2.10	Фонд робочого часу	люд-години	25225,2	25269,4	28342,1	44,2	1,002	3072,6	1,122
	3. ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ								
3.1	Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	1853,78	3283,36	4484,74	1429,579	1,771	1201,380	1,366
3.2	Продуктивність праці одного робітника	тис. грн. / особа	2359,35	4178,82	5979,65	1819,464	1,771	1800,832	1,431

3.3	Рівень оплати праці за 1людино-годину	грн. / люд-год	82,37	89,39	110,39	7,016	1,085	20,999	1,235
-----	---------------------------------------	-------------------	-------	-------	--------	-------	-------	--------	-------

Закінчення табл. 2.7

№	Показники	Одиниці виміру	Рік			Відхилення			
			2019	2020	2021	2020 - 2019		2021 - 2020	
						Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
3.4	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	тис. грн..	12,37	13,45	16,30	1,077	1,087	2,850	1,212
3.5	Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року	%	0,436	0,450	0,337	0,013	1,031	-0,113	0,749
3.6	Коефіцієнт оновлення основних засобів	%	3,252	4,048	5,026	0,8	1,245	1,0	1,242
3.7	Коефіцієнт вибуття основних засобів	%	0,648	0,597	0,580	-0,1	0,921	0,0	0,972
3.8	Фондовіддача	грн./ грн.	1,725	2,558	2,695	0,832	1,483	0,137	1,054
3.9	Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./ чол.	1074,546	1283,743	1664,219	209,196	1,195	380,476	1,296
3.10	Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	обороти	2,616	1,911	1,727	-0,705	0,731	-0,184	0,904
3.11	Середній період обороту оборотних засобів	дні	137,620	188,349	208,419	50,730	1,369	20,069	1,107
3.12	Коефіцієнт обіговості активів	грн./ грн.	1,078	0,983	1,006	-0,095	0,912	0,023	1,023
3.13	Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	обороти	20,480	–	206,106	-	x	x	x
3.14	Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	17,578	–	1,747	-17,578	–	1,747	x
3.15	Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	3,259	2,130	2,006	-1,128	0,654	-0,125	0,942
3.16	Середній період зберігання запасів	дні	110,470	168,986	179,482	58,516	1,530	10,496	1,062
3.17	Тривалість операційного циклу	дні	128,049	168,986	181,229	40,937	1,320	12,243	1,072
	4. ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ								
4.1	Рентабельність продажу	%	33,8%	30,9%	42,8%	-2,9%	0,914	12,0%	1,387
4.2	Рентабельність активів	%	36,4%	30,3%	43,1%	-6,1%	0,834	12,7%	1,420
4.3	Рентабельність власного капіталу	%	180,7%	86,0%	76,4%	-94,6%	0,476	-9,6%	0,888

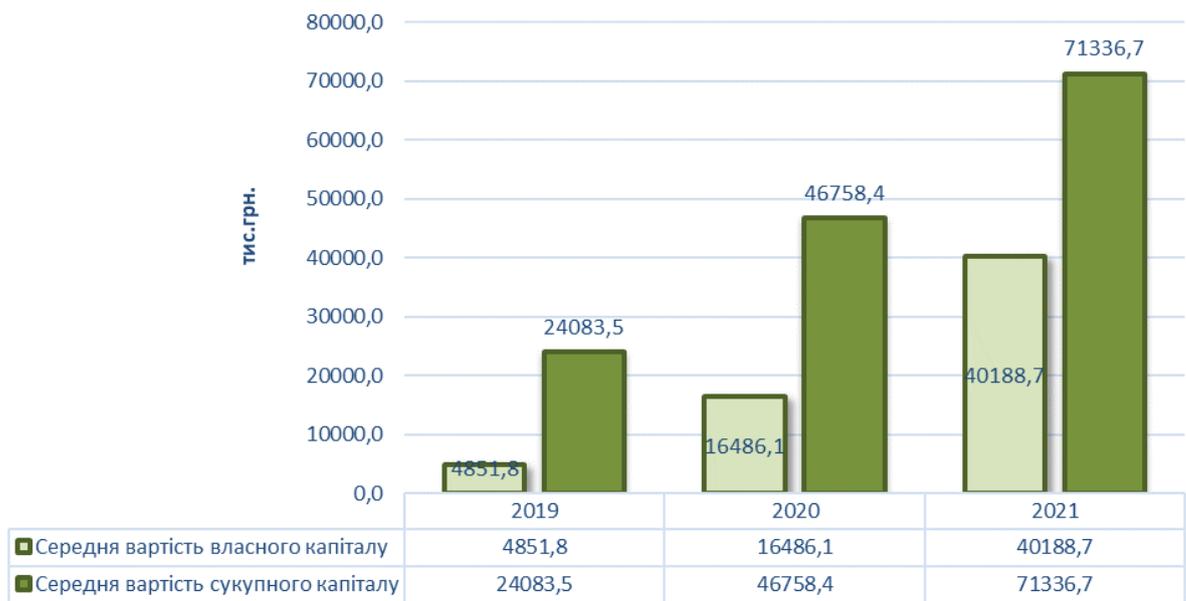


Рисунок 2.8 – Динаміка вартості власного та сукупного капіталу
СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Збільшення суми власного капіталу є одним з ключових цільових показників роботи будь-якого комерційного підприємства. Тому значний приріст власного капіталу може свідчити про ефективні дії менеджменту, продуману фінансову, комерційну, конкурентну, виробничу політику тощо.

Якщо вартість власного капіталу є високою, то підприємству доцільно залучати альтернативні джерела коштів – позикові.

Аналізуючи показник середньої вартості власного капіталу, можна говорити, що його динаміка є доволі позитивною: мало того, що значення даного показника протягом усього періоду є додатнім, так його абсолютне значення з часом постійно зростає. Це свідчить про суттєві успіхи підприємства щодо управління із фінансовим станом, оскільки його діяльність більш ніж на 50% здійснюється за рахунок власних джерел фінансування. Так значення середньої вартості власного капіталу в 2020 році збільшилось у 3,4 рази або на +11634,3 тис. грн. в порівнянні з 2019 роком та протягом наступного року – у 2,438 рази або на +23702,6 тис. грн., в результаті чого у 2021 році даний показник складав 40188,7 тис.грн.

Капітал підприємства складається з необоротних активів та обігових засобів. Проведемо аналіз змін, які склалися в цих засобах протягом періоду, що вивчається.



Рисунок 2.9 – Динаміка вартості складових капіталу СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Наявність основних засобів на підприємстві можна охарактеризувати за їх первісною вартістю. Її величина на протязі 2019-2021 рр. значно змінилась. Так, на кінець 2019 року вона складала 17334,2 тис. грн. Протягом 2020 року первісна вартість основних фондів збільшилась на 1273,4 тис. грн., в наслідок чого склала 18610,6 тис. грн., що на 7,4% більше відносно відповідного значення на кінець 2019 року. Протягом 2021 року первісна вартість основних фондів збільшилась ще на 16033,8 тис. грн., в наслідок чого склала 34644,4 тис. грн., що на 86,2% більше відносно відповідного значення на кінець 2020 року.

Але реальну вартість основних засобів в результаті їх зносу в процесі експлуатації відображає залишкова вартість, величина якої складала 9772,9 тис. грн. на кінець 2019 року та 10243,8 тис. грн. на кінець 2020 року,

що на 470,9 тис. грн. (або на 4,8%) менше, а ніж на початку досліджуваного періоду. Протягом 2021 року розмір даного показника зменшився ще на 12734,1 тис. грн. (або у 2,243 рази), в результаті чого залишкова вартість основних фондів на кінець 2021 року складала 22977,9 тис. грн.

Стан основних засобів характеризують два показника: коефіцієнт придатності основних засобів та коефіцієнт зносу.

Коефіцієнт зносу основних засобів розраховується як відношення вартості зносу (суми нарахованої амортизації) основних засобів до їхньої первісної вартості. Як бачимо з табл. 3.1, його значення для даного підприємства зменшилось: якщо на початок періоду він складав 43,6%, то на кінець періоду – 33,7%. Тобто спостерігається тенденція до покращення вікової структури основних засобів підприємства (див. рис. 2.10).

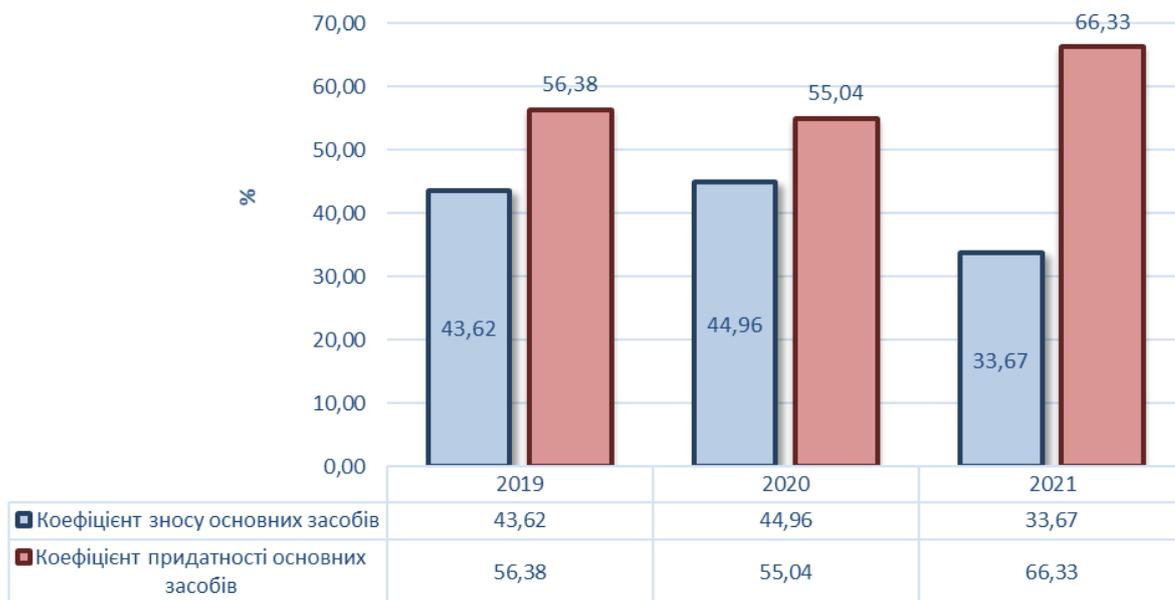


Рисунок 2.10 – Динаміка показників стану основних виробничих фондів СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Проаналізовані показники наявності основних засобів є моментними і не відображають їх руху протягом року. Зміна вартості основних фондів на протязі року враховується при розрахунку середньорічної вартості основних

засобів. Її значення зменшилось на протязі останніх років: в 2019 році вона складала 15043,7 тис. грн., в 2020 році – 17972,4 тис. грн., в 2021 році – 26627,5 тис. грн., тобто досліджуваний період її рівень збільшився на +11583,9 тис. грн. або на +77,0%.

Розглянемо і проаналізуємо наступний вид ресурсів підприємства – оборотні активи.

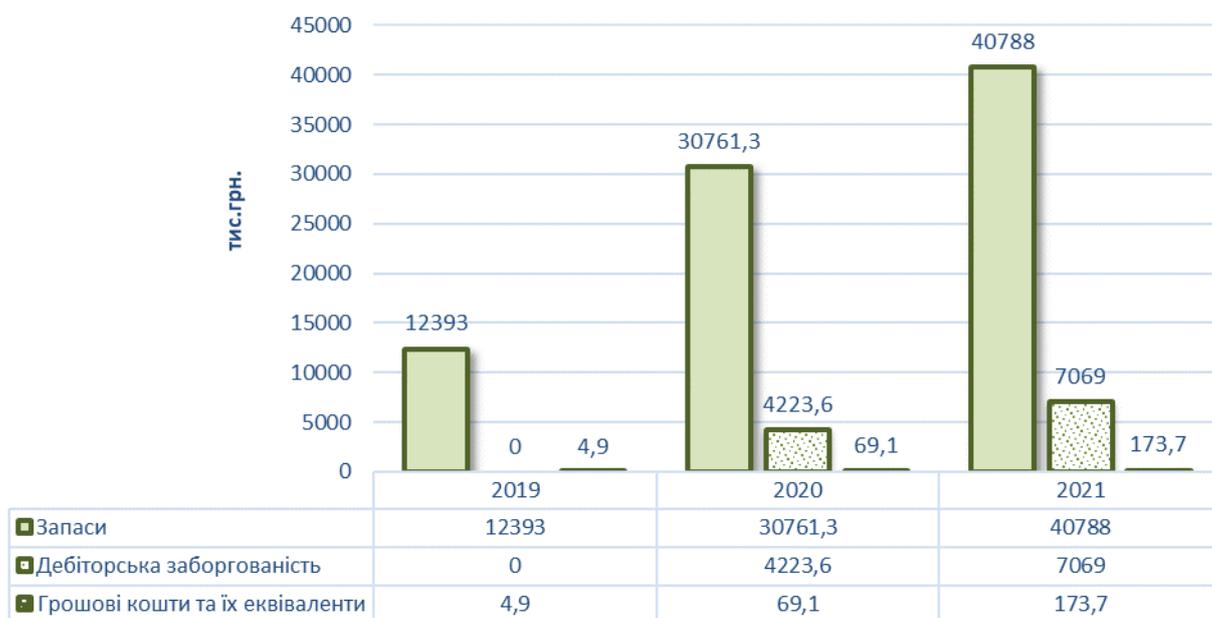


Рисунок 2.11 – Динаміка основних елементів оборотних активів СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Оборотні активи підприємства постійно змінювали свою вартість. У 2020 році в порівнянні з 2019 роком вони збільшились на 22008,8 тис. грн. або у 2,687 рази відносно значення 2019 року. В 2021 році порівняно з 2020 роком вартість оборотних активів збільшилась ще на 12976,7 тис. грн. або на 37,0% відносно значення 2020 року. Відповідно протягом досліджуваного періоду оборотні активи збільшились з 13045,2 тис. грн. до 48030,7 тис. грн.: приріст склав + 34985,5 тис. грн. або у 2,682 рази. Водночас середньорічні залишки оборотних засобів протягом останніх двох років збільшилась з 15043,7 тис.

грн. до 26627,5 тис. грн., тобто на + 31621,2 тис. грн., що складає 318,7% від значення даного показника на початок періоду.

Дебіторська заборгованість змінила своє значення з 12393 тис. грн. у 2019 році до 40788 тис. грн. у 2021 році. Грошові кошти та їх еквіваленти в 2020 році в порівнянні з 2019 роком мають приріст +64,2 тис.грн., що більше значення на початок періоду у 14,102 рази, у 2021 році – +104,6 тис. грн. або у 2,514 рази в порівнянні з 2020 роком.

Окрім згаданих вже активів підприємство може мати ще й нематеріальні ресурси. За початковою вартістю їх величина не змінювалась та складала 2,6 тис. грн. протягом всього досліджуваного періоду.

Середньооблікова чисельність персоналу підприємства протягом осіб періоду не залишалась незмінною: так в 2019-2020 рр. вона склала 14 особи, а у 2021 році – 16 осіб. При цьому питома вага робітників залишалася практично незмінною – майже 80%. Слід відмітити, що рівень ефективності використання персоналу на підприємстві протягом всього періоду збільшилась, при чому дуже суттєво. Про це свідчить відповідна динаміка показників виробітку як в розрахунку на одного штатного працівника, так і в розрахунку на одного робітника. Так, якщо на початок періоду, в 2019 році, виробіток 1 працівника склав 1853,78 тис. грн., то на кінець досліджуваного періоду вже 4484,74 тис. грн., тобто майже у 2,42 рази більше.

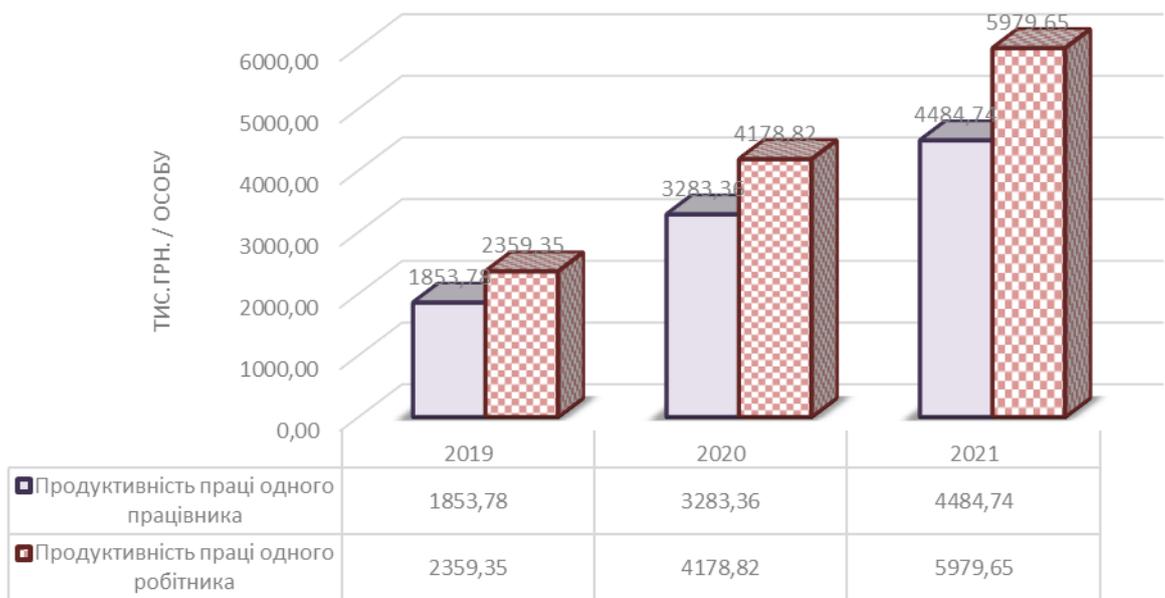


Рисунок 2.12 – Динаміка продуктивності праці
СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Показник середньомісячної заробітної плати одного працівника має постійну динаміку приросту, а саме її величина збільшилась з 12,37 тис. грн. у 2019 році до 16,30 тис. грн. у 2021 році, тобто на +3,93 тис. грн. протягом досліджуваного періоду або на +31,77% відносно значення у 2019 році.

Проаналізуємо економічні показники діяльності підприємства.

Обсяг виробленої продукції зростає, а саме у 2,765 рази у 2021 році в порівнянні з 2019 роком, в результаті чого його значення збільшилось з 25952,9 тис. грн. у 2019 році до 71755,8 тис. грн. у 2021 році. Аналогічним чином змінювався чистий дохід від реалізації продукції підприємства.

На рис. 2.13 наведено співвідношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та операційних витрат підприємства. Зображена ситуація є позитивною в діяльності підприємства, оскільки чистий дохід від реалізації продукції значно перевищує розмір операційних витрат.

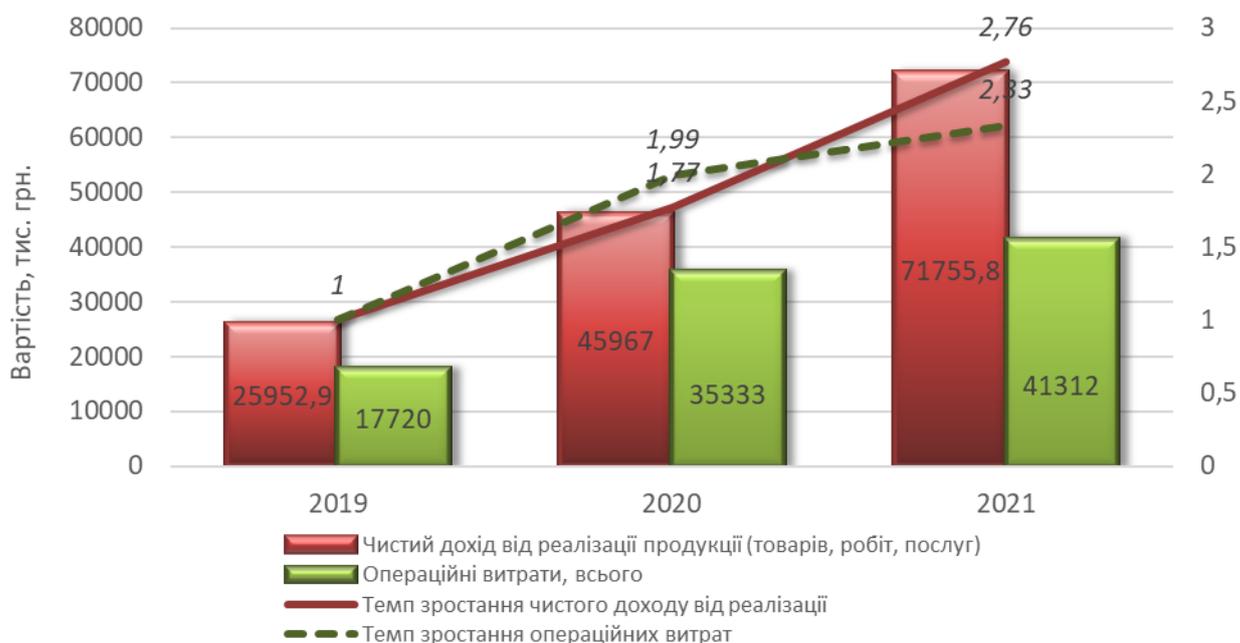


Рисунок 2.13 – Динаміка чистого доходу та операційних витрат на виготовлення продукції СТОВ «Лободіно» в 2019-2021 рр.

Розглянемо і проаналізуємо, які фінансові результати отримало підприємство у 2019-2021 рр. Фінансові результати є абсолютно задовільними, оскільки підприємство всі три роки перебуває у прибутковій зоні діяльності.

Так, розмір валового прибутку, отриманого підприємством за 2019 рік, склав 10213,4 тис. грн., в 2020 році – 19289,9 тис. грн., а у 2021 році підприємство отримало валовий прибуток в сумі 34245,1 тис. грн. Аналогічна тенденція спостерігається при аналізі прибутку від операційної діяльності підприємства. У 2019 та 2020 рр. підприємство отримало прибуток від операційної діяльності у розмірі 8760,1 тис. грн. та 14094,4 тис. грн. відповідно. У наступному 2021 році сума отриманого прибутку від операційної діяльності складала вже 30556,2 тис. грн.

Остаточний результат діяльності підприємства можна виявити при дослідженні суми чистого прибутку підприємства. На даному підприємстві його динаміка майже повністю співпадає із динамікою прибутку від звичайної діяльності підприємства до оподаткування (рис. 2.14).

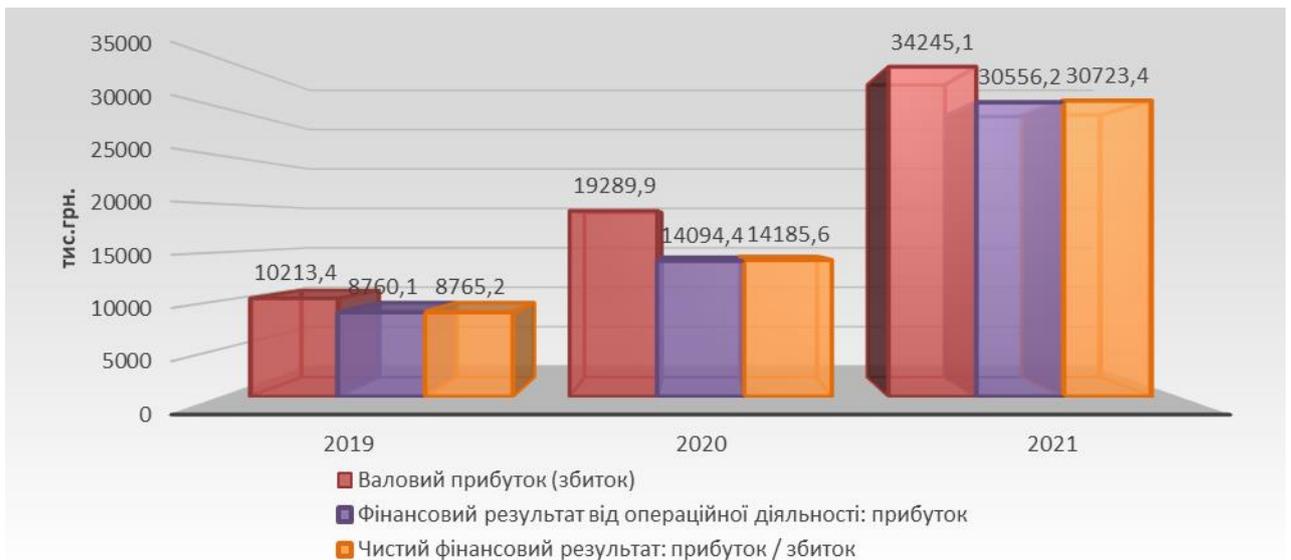


Рисунок 2.14 – Динаміка фінансових результатів діяльності
СТОВ «Лободіно» в 2019-2021 рр.

Таким чином, ми бачимо, що підприємство загалом мало задовільні показники діяльності прибутковості та позитивну динаміку щодо їх зростання.

Підприємство постійно намагається підвищувати ефективність використання своїх ресурсів. Так, аналіз динаміки показника фондівіддачі свідчить, що у 2019 році на кожен гривню вартості основних фондів вироблялось 1,725 грн. готової продукції. У 2020 році це значення вже складало 2,558 грн. Тобто в порівнянні з 2019 роком приріст склав +0,832 грн. Не останню роль в цьому відіграло оновлення основних фондів підприємства: коефіцієнт оновлення основних засобів складає в середньому 4,048% (рис. 3.8). У наступному році дана тенденція продовжилась: показник фондівіддачі основних виробничих засобів збільшився ще на 24,2%, в результаті чого досягнув значення у 5,026 грн./грн.



Рисунок 2.15 – Динаміка деяких показників ефективності використання ресурсів СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Ефективність використання обігових коштів характеризується, перш за все, їх оборотністю. Показник оборотності обігових коштів зазнав негативних змін. Так в 2021 році швидкість обертання обігових засобів складала 1,727 оберти на рік порівняно із 2,616 оберти у 2019 році. Причиною такої ситуації стало уповільнення обіговості запасів підприємства: середній період їх зберігання збільшився з 110,47 днів у 2019 році до 179,48 днів у 2021 році.

Показники рентабельності (рис. 2.16) є узагальнюючими відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Вони вимірюють інтересів учасників економічного процесу, ринкового обміну. Рентабельність всіх без виключення видів мала додатне значення протягом всього досліджуваного періоду, що свідчить про задовільну ситуацію щодо фінансового стану на підприємстві протягом 2019-2021 рр.

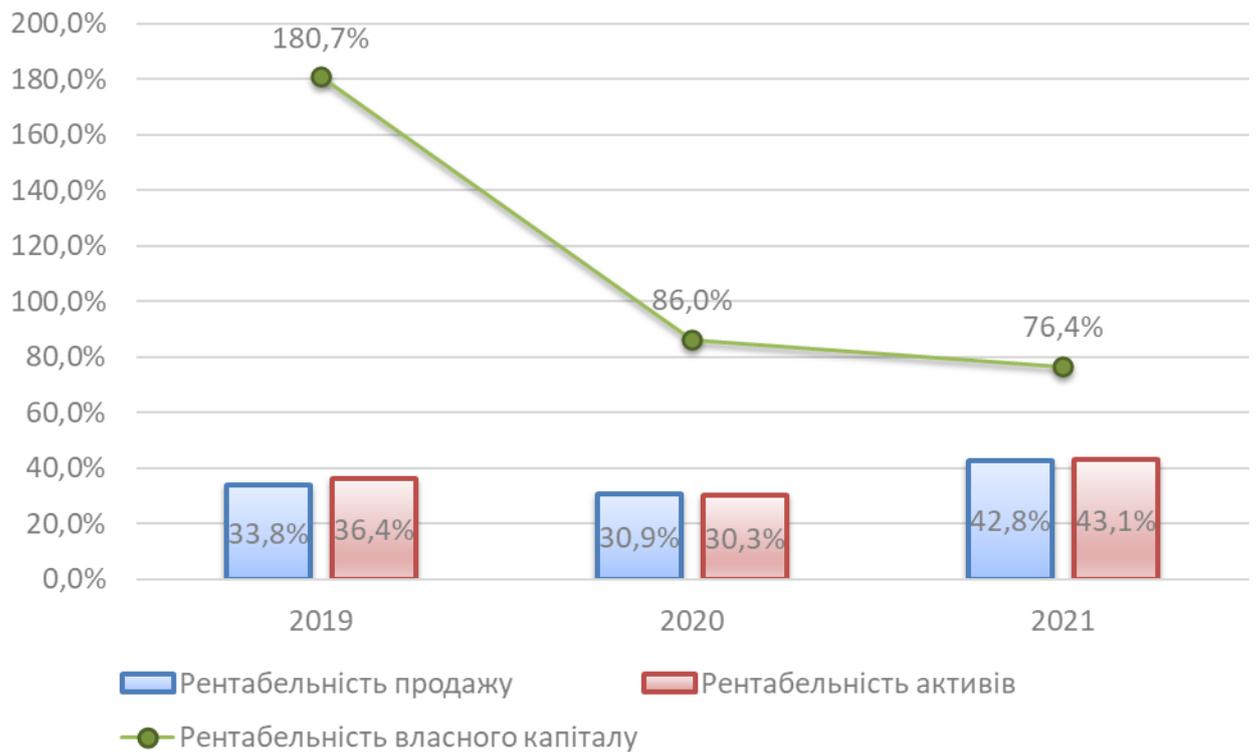


Рисунок 2.16 – Динаміка показників рентабельності
СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Показники рентабельності на підприємстві в цілому за 3 роки покращились, що є позитивним у діяльності підприємства.

Таким чином, можна зазначити, що діяльність підприємства мала відносно позитивну динаміку за досліджуваний період.

Показники рентабельності на підприємстві в цілому за 3 роки покращились, що є позитивним у діяльності підприємства.

Таким чином, можна зазначити, що діяльність підприємства мала досить позитивну динаміку за досліджуваний період.

2.4. Стан охорони праці на підприємстві

Відповідно до статті 43 Конституції України, кожен має право на належні, безпечні і здорові умови праці, що забезпечуються системою заходів

з охорони праці на всіх підприємствах, в установах і організаціях незалежно від форм власності і виду діяльності. Саме таке значення має легальне визначення охорони праці в Законі України «Про охорону праці» від 14 жовтня 1992 року, згідно зі статтею 1 якого охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження здоров'я і працездатності людини в процесі трудової діяльності.

Незважаючи на те, що в аграрному секторі зайнята велика кількість працівників, він залишається однією з галузей з найвищим ризиком травматизму.

Тому обласна організація Державної служби України з питань праці має на меті заохотити роботодавців галузі до створення здорових та безпечних умов праці для своїх працівників.

Метою охорони праці в сільському господарстві є створення сприятливих умов праці для працівників, зниження рівня виробничого травматизму, запобігання професійним захворюванням та іншим нещасним випадкам у процесі праці. Ця мета реалізується на основі нормативно-правових актів та правових норм, які утворюють комплексну правову систему охорони праці в сільському господарстві.

Ця правова система включає як загальні, так і спеціальні норми. До першої групи належать порядок організації охорони праці на сільськогосподарських підприємствах (створення служб охорони праці, проведення медичних оглядів, навчання з питань охорони праці, фінансування охорони праці, розслідування та облік нещасних випадків, професійних захворювань і аварій тощо), стимулювання охорони праці, державного управління, державного нагляду і громадського контролю за дотриманням законодавства про охорону праці, а також норми про відповідальність за порушення цього законодавства. Другу групу норм можна виділити за сферою дії норм про охорону праці:

а) Окремі категорії працівників (охорона праці жінок, неповнолітніх та осіб з інвалідністю);

б) окремих галузей сільського господарства (охорона праці в рослинництві, тваринництві, переробці тощо).

Правові норми системи охорони праці в сільському господарстві містяться в нормативно-правових актах різної юридичної сили, які є джерелами охорони праці в сільському господарстві. Найвищу юридичну силу має Конституція України, на основі якої приймаються закони та підзаконні нормативно-правові акти. Що стосується охорони праці в сільському господарстві, стаття 43 Конституції має особливе значення і надає кожному право на належні, безпечні і здорові умови праці.

На основі Конституції України було прийнято низку законів, що передбачають положення Основного Закону про охорону праці: Кодекс законів про працю від 10 грудня 1971 року; Закони України «Про охорону праці» від 14 жовтня 1992 року; «Про фермерське господарство» від 20 грудня 1991 року; «Про колективне сільськогосподарське підприємство» від 14 лютого 1992 року; «Про сільськогосподарську кооперацію» від 17 березня 1997 року; «Про пестициди і агрохімікати» від 2 березня 1995 року; «Про дорожній рух» від 30 червня 1993 року.

Окрім законодавства, джерелом охорони праці в сільському господарстві є постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, а також нормативні акти міністерств. Наприклад, Постанова Кабінету Міністрів України від 27 січня 1993 року № 64 «Про заходи щодо виконання Закону України «Про охорону праці»; Наказ Міністерства аграрної політики України від 4 грудня 2006 року № 730/770 «Про затвердження Правил пожежної безпеки в агропромисловому комплексі України»; Наказ Державного комітету України з нагляду за охороною праці від 26 січня 2005 року № 15 «Про затвердження Типового положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці та Переліку робіт з підвищеною небезпекою» тощо.

Міжнародне право також є джерелом охорони праці в сільському господарстві, зокрема Конвенція Міжнародної організації праці № 184 2001 року про безпеку та гігієну праці в сільському господарстві, ратифікована Законом України від 1 квітня 2009 року. Основний масив нормативно-правових актів з охорони праці в сільському господарстві складається з правил, норм, стандартів та інструкцій, об'єднаних у Державному реєстрі нормативно-правових актів з охорони праці. Ці правила поділяються на три групи:

1) інструкції, правила та настанови міжгалузевого характеру, що застосовуються до різних видів економічної діяльності, наприклад, Типове положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці (НПАОП 0.00-4.12-05), Положення про розробку інструкцій з охорони праці (НПАОП 0.4.15-98) та ін. Вони розробляються, затверджуються та переглядаються Державним комітетом з промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду України (Держгірпромнагляд);

2) типові інструкції, положення тощо, розроблені міністерствами, іншими органами виконавчої влади та науковими установами і затверджені Держгірпромнаглядом. Наприклад, Типова інструкція для трактористів-машиністів сільськогосподарського виробництва була розроблена Українським науково-виробничим центром охорони праці в сільському господарстві відповідно до Положення про розробку інструкцій з охорони праці;

3) інструкції з охорони праці, що діють на конкретних підприємствах. Вони розробляються на основі типових інструкцій структурними підрозділами та відповідальними за служби. Як правило, такі інструкції розробляються для кожного виду діяльності або професії.

Відповідно до статті 13 Закону України «Про охорону праці» – «Управління охороною праці та обов'язки роботодавців», роботодавці зобов'язані створити в кожному структурному підрозділі умови праці

відповідно до вимог нормативно-правових актів та забезпечити додержання вимог законодавства про права працівників у галузі охорони праці.

Оскільки якість виконання роботи залежить від власних навичок та компетентності працівника, роботодавці повинні забезпечити проходження працівниками навчання, інструктажів та перевірку знань з питань охорони праці та безпеки життєдіяльності.

Працівники підприємства, які виконують роботи, включені до переліку робіт з підвищеною небезпекою, повинні проходити спеціальне навчання та перевірку знань відповідно до вимог Положення про охорону праці.

Працівники, які не пройшли навчання або перевірку знань з питань охорони праці, не допускаються до роботи.

Необхідно забезпечити та організувати проведення попередніх та періодичних медичних оглядів працівників, зайнятих на важких роботах, роботах зі шкідливими чи небезпечними умовами праці.

У період посівної та збиральної кампанії сільськогосподарські підприємства повинні забезпечити належну експлуатацію техніки. Іншими словами, сільськогосподарська техніка повинна експлуатуватися лише справною відповідно до вимог експлуатаційних документів.

Рухомі, обертові та небезпечні частини і елементи сільськогосподарської техніки повинні бути закриті захисними кожухами, що забезпечують безпеку працівників.

Не дозволяється запускати несправні машини та обладнання, а також запускати сільськогосподарські трактори без електростартера або без системи блокування запуску двигуна чи з несправними передачами.

Перед виконанням будь-яких робіт працівники повинні переконатися, що дроти повітряних ліній електропередач не зачіпаються технікою, що проїжджає повз них. Під час проїзду техніки необхідно дотримуватися безпечної відстані.

Оператори повинні приділяти особливу увагу операціям, пов'язаним з підготовкою мінеральних добрив до внесення в ґрунт. Роботи повинні

виконуватися за допомогою механізмів, обладнаних засобами пилопридушення. Працівники повинні бути забезпечені спецодягом, взуттям та засобами індивідуального захисту органів дихання та очей. Приготування розчинів пестицидів безпосередньо в полі без застосування засобів механізації забороняється.

Працівникам забороняється перебувати в місцях можливого переміщення маркерів або навісного обладнання під час розвороту агрегатів машини або трактора. Забороняється одночасне обслуговування працівником більш ніж однієї сівалки під час руху машини.

Посівні та садильні машини повинні завантажуватися насінням, посадковим матеріалом і добривами механічним способом. Ручне завантаження дозволяється тільки тоді, коли сівалка або висаджувальна машина зупинена і двигун трактора вимкнений.

Для підйому, заміни, очищення та регулювання робочого органу завантаженої машини або знаряддя необхідно зупинити машину, затягнути гальма, вимкнути двигун, використовувати спеціальні рукавиці та вжити заходів для запобігання природному падінню.

Працівникам не дозволяється сідати на працюючу машину або сходити з неї під час її роботи. Не дозволяється працювати на навісних сівалках.

Наприкінці слід зауважити, що лише повне дотримання вимог Закону «Про промислову безпеку, охорону праці та гігієну праці» мінімізує ризик виникнення нещасних випадків на виробництві на підприємствах.

РОЗДІЛ 3

ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМКІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СТОВ «Лободіно»

3.1. Аналіз наявної системи соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно»

Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Лободіно» – українське підприємство, основний вид діяльності якого – сільське господарство.

Воно успішно працює в Україні понад 20 років, і на сьогодні створило та забезпечує стабільним заробітком 16 робочих місць.

Головне правило «Лободіно» – без помилок.

Контроль якості продукції надзвичайно ретельний. Сировина тестується і відповідає всім європейським екологічним стандартам.

Всі робочі місця «Лободіно» обладнані за європейськими стандартами, безпека праці знаходиться на найвищому рівні, а соціальна відповідальність є одним із пріоритетів компанії. Конкурентоспроможна заробітна плата, повністю прозора система оплати праці та своєчасні виплати зробили підприємство одним з найкращих роботодавців в регіоні.

«Лободіно» усвідомлює свій вплив на суспільство місцевої громади і тому несе за нього відповідальність. Тому корпоративна соціальна відповідальність є невід’ємною частиною розвитку компанії через її залучення до щоденної ділової діяльності. Компанія стала свідком результатів такого підходу і того, що корпоративна соціальна відповідальність все більше стає концепцією сталого розвитку. Для «Лободіно» сталий розвиток – це економічна, соціальна та екологічна концепція, ефективність якої ґрунтується на балансі між ними та спільному розвитку компанії та її зацікавлених сторін.

СТОВ «Лободіно» є малим підприємством, проте сумлінним та відповідальним платником податків (табл 3.1).

Таблиця 3.1 – Основні показники діяльності СТОВ «Лободіно» як платника податків, тис. грн.

Найменування показника	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	25952,9	45967	71755,8
Чистий прибуток	8765,2	14185,6	30723,4
Податок на додану вартість	5190,58	9193,40	14351,16
Єдиний податок	14,7	14,7	14,7
Сума єдиного соціального внеску	457,14	496,94	688,30
Загальна сума сплачених податкових платежів	5662,42	9705,04	15054,16

Політика корпоративної соціальної відповідальності «Лободіно» передбачає реалізацію стратегії взаємодії з різними зацікавленими сторонами компанії відповідно до чотирьох пріоритетів для довгострокової, стабільної та плідної співпраці з громадськістю та іншими стейкхолдерами. Основними цілями управління та планування компанії «Лободіно» є взаємовигідне партнерство з громадськістю, в тому числі:

- реалізовувати довгострокові соціальні ініціативи та утримувати лідируючі позиції у значному покращенні добробуту місцевої громади;
- захист здоров'я та безпеки своїх співробітників і розвиток людських ресурсів; і
- захист навколишнього середовища та енергоефективність;
- розвивати взаємовигідні партнерські відносини з місцевими громадами.

При розробленні та плануванні своєї політики КСВ СТОВ «Лободіно» керується наступними основними принципами:

1. взаємодія із зацікавленими сторонами. Підприємство готово взаємодіяти з іншими організаціями, групами та зацікавленими сторонами для реалізації соціально значущих проектів, які сприятимуть підвищенню рівня життя та добробуту населення.

2. стратегічний розвиток «Лободіно» надає пріоритет інвестуванню в проекти, що мають стратегічне значення, які приносять користь і впливають на

громади та людей. Стратегія розвитку компанії полягає у збільшенні виробничих потужностей та диверсифікації ринків збуту. Досягнення цих бізнес-цілей призведе до збільшення кількості робочих місць та покращення місцевої економіки. Це також дає можливість більше інвестувати в розвиток місцевих громад і регіонів, де розташована компанія.

3. послідовність та інноваційність За роки роботи компанія напрацювала власні методи та підходи, які дозволяють суттєво розвивати та покращувати соціальну сферу в регіоні. Однак динамічні зміни в сучасній економіці та суспільному житті вимагають застосування нових технологій не тільки у виробничих процесах, але й у вирішенні соціальних проблем. Саме тому СТОВ «Лободіно» пропонує та впроваджує інноваційні заходи, спрямовані на підвищення рівня життя та соціально-економічних відносин у суспільстві в регіонах своєї діяльності.

4. прозорість та відкритість Ми виконуємо свою відповідальність перед суспільством і є відкритими та готовими до діалогу з усіма зацікавленими сторонами. Це також стосується осіб, установ та організацій, які контактують з СТОВ «Лободіно» або її підрозділами. Цей принцип також включає дотримання українських та міжнародних трудових стандартів.

5. захист навколишнього середовища. Цей принцип включає раціональне використання ресурсів, поступове скорочення споживання енергії з невідновлюваних джерел за рахунок енергії з відновлюваних джерел, посилення ролі екологічного менеджменту в системі управління «Лободіно» для розмежування трьох елементів розвитку (економічного, екологічного та соціального), повагу до прав людини, врахування впливу на довкілля при прийнятті управлінських рішень [50].

Розвиток будь-якого підприємства нерозривно пов'язаний з розвитком суспільства, в якому воно функціонує. В оновленій політиці корпоративної соціальної відповідальності зазначено, що основною метою відносин із суспільством є управління успішним бізнесом підприємства для підвищення рівня життя кожної окремої людини та суспільства в цілому [47].

За останні роки компанія мала такі позитивні впливи на місцеві громади та місцеву економіку:

- підвищення рівня зайнятості в сільській місцевості шляхом розвитку підприємств та створення нових робочих місць;
- регіональний розвиток через підписання та реалізацію соціальних угод між СТОВ «Лободіно» та місцевою владою, які передбачають такі заходи, як розвиток інфраструктури, благодійна підтримка шкіл, дитячих садків та громадських центрів; культурний та спортивний розвиток через фінансову підтримку творчих та спортивних колективів тощо.

Екологічну роботу на СТОВ «Лободіно» виконує штатний фахівець за сумісництвом, призначений наказом. Щоденна робота особи, відповідальної за охорону навколишнього середовища, зосереджена, насамперед, на наступних моментах:

- дотримання вимог природоохоронного законодавства;
- систематичне зниження виробничих та операційних витрат;
- зменшення витрат енергії та ресурсів;
- зменшення витрат, пов'язаних із впливом компанії на навколишнє середовище
- підвищення конкурентоспроможності компанії на внутрішньому та зовнішньому ринках шляхом запровадження технологій виготовлення екологічно чистої продукції;
- створення більш сприятливого іміджу компанії серед громадськості та громадян;
- запобігання виникненню надзвичайних екологічних ситуацій та катастроф, які можуть призвести до серйозного забруднення навколишнього середовища;
- отримання додаткових доходів, пов'язаних з екологічними аспектами діяльності компанії.

Енергозбереження є пріоритетом у розвитку виробничих потужностей компанії. Компанія щороку скорочує споживання газу. Питання

енергоспоживання є важливим для компанії, оскільки його збільшення впливає на операційні витрати та збільшує залежність виробництва від поставок енергоресурсів та зростання цін на них, що є актуальним питанням в Україні на сьогоднішній день. Тому альтернативні джерела енергії, ресурсоефективність, скорочення енергоспоживання та використання енергоефективних та енергозберігаючих технологій відіграють все більш важливу роль в умовах енергетичної залежності.

Працівники є одним із пріоритетів політики підприємства у сфері соціальної відповідальності. Як один із найвідповідальніших роботодавців у регіоні, СТОВ «Лободіно» прагне створити безпечне та сприятливе середовище для всіх працівників, а також сприяти їхньому професіоналізму, здоров'ю та загальному добробуту.

Метою політики корпоративної соціальної відповідальності у сфері людських ресурсів є захист здоров'я і безпеки працівників та розвиток навичок і компетенцій кадрового потенціалу. Принципи взаємодії підприємства з працівниками включають:

- дотримання вимог чинного законодавства щодо охорони праці;
- створення безпечні умови праці;
- дбати про здоров'я працівників;
- повага та дотримання прав працівників;
- розвиток потенціалу співробітників, в тому числі шляхом підвищення рівня їх кваліфікації.

Усі працівники СТОВ «Лободіно», незалежно від посади, зобов'язані дотримуватися правил корпоративної соціальної відповідальності. Жоден співробітник не може прямо чи опосередковано порушувати політику корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Керівництво компанії поділяє і дотримується правил корпоративної соціальної відповідальності та є прикладом відданості основним принципам соціальної відповідальності, ділової етики та корпоративного управління. Управління підприємством базується на принципі усестороннього розвитку всіма працівниками своїх талантів та навичок в повній мірі. Компанія

використовує новітні технології для вдосконалення виробничих та управлінських процесів.

СТОВ «Лободіно» пропонує своїм працівникам підтримку у вигляді багатьох додаткових переваг та послуг. Наприклад, знижки на харчування, безкоштовний спортзал, трансфер на роботу і з роботи, відпустка по догляду за дитиною до трьох років і багато іншого. Наприкінці року більшість співробітників також отримують щорічний бонус, залежно від цілей компанії та результатів роботи.

Компанія організовує щоквартальне опитування щодо задоволеності роботою. Опитування включає питання про графік і робочий час, харчування, транспорт, гарантії зайнятості, оплату праці, розподіл бонусів, стосунки в колективі, вище керівництво, менеджерів тощо. СТОВ «Лободіно» платить конкурентоспроможну заробітну плату. Також підприємство просуває гендерну рівність на робочому місці.

У сучасному складному економічному середовищі велике значення має захист прав працівників та їхньої впевненості у завтрашньому дні.

СТОВ «Лободіно» прагне до балансу між роботою та особистим життям. Крім того, що компанія пропонує найкращі умови для особистого розвитку, вона намагається урізноманітнити як робочий день, так і вільний час своїх працівників, а також пропагує здоровий спосіб життя та сімейні цінності. На підприємстві створена футбольна команда, яка бере участь у різноманітних змаганнях на рівні регіону.

Одним з показників розвитку компанії є здоров'я її працівників. Сучасні компанії в усьому світі все частіше ставлять високий рівень охорони праці та безаварійності - тобто відсутність травм на виробництві - як пріоритетну мету для підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності продукції та технологічного розвитку.

До основних принципів діяльності СТОВ «Лободіно» належить безумовна цінність життя та здоров'я всіх громадян, особливо в умовах праці. Важливою складовою системи управління охороною праці є реалізація наступних принципів у роботі підприємства:

- інвестиції в людські ресурси (мотивація працівників до створення та ефективного функціонування системи управління охороною праці, зміна ролі працівників з пасивної на активну, створення стимулюючої основи для безпечної поведінки).

- відповідальність і лідерство за забезпечення охорони праці;
- ідентифікація небезпек і ризиків (систематична ідентифікація небезпек і ризиків: оцінка ризиків та аналіз нещасних випадків і професійних захворювань);

- постановка цілей з охорони праці;
- використання безпечного та справного обладнання;
- професійний розвиток (базові вимоги до компетентності та кваліфікації, навчання на робочому місці, регулярні інструктажі для працівників).

Тому однією з головних цілей політики соціального розвитку компанії є покращення умов праці та безпеки. З цією метою СТОВ «Лободіно» впроваджує наступні заходи з охорони праці:

- організація та проведення профілактичної роботи у сфері запобігання травматизму;
- забезпечення безпечної експлуатації будівель, споруд та обладнання;
- організація та проведення заходів з охорони праці;
- проведення медичних оглядів працівників;
- інформування, навчання та перевірка знань працівників з питань охорони праці.

Тому реалізація політики корпоративної соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно» відіграє провідну роль у підвищенні мотивації праці, продуктивності, професійних навичок, згуртованості та відданості співробітників. Кадрова політика ґрунтується на принципах дружньої рівності, інклюзивності та партнерства.

3.2. Напрямки вдосконалення соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно»

Забезпечення високого рівня соціальної відповідальності підприємства вимагає як зусиль керівництва компаній, так і створення сприятливого середовища для розвитку кращих ділових практик, а також організаційної, фінансової та інформаційної підтримки з боку держави. Зокрема, важливо систематично аналізувати та публікувати інформацію про всі аспекти соціальної діяльності українських компаній, а також системно розробляти заходи стимулювання.

Вивчення цього питання на макrorівні дозволить диференціювати корпоративну політику, що враховує проблеми та особливості функціонування корпорацій, максимально враховуючи тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Тому важливо проаналізувати внутрішні та зовнішні чинники розвитку корпоративної соціальної відповідальності, щоб відносини між суспільством та бізнесом були налагоджені максимально ефективно.

Вважаємо за доцільне застосувати STEP-аналіз до КСВ українських компаній з метою аналізу зовнішніх факторів впливу на корпоративну соціальну відповідальність. STEP-аналіз визначає соціальні, технологічні, економічні та політичні аспекти зовнішнього середовища, які впливають на діяльність компаній.

Результати проведеного STEP-аналізу представлено у табл. 3.1.

Проаналізувавши матрицю STEP-аналізу, можна зробити висновок, що найбільший вплив на характер розвитку соціальної відповідальності українських компаній мають політичні та соціальні чинники.

Це пов'язано з посиленням впливу національного та міжнародного законодавства у сфері корпоративної соціальної відповідальності в останні роки.

На основі проведеного STEP-аналізу можна визначити основні можливості та загрози в управлінні корпоративною соціальною відповідальністю, а також виявити сильні та слабкі сторони діяльності СТОВ «Лободіно» у сфері КСВ. Це можна зробити за допомогою SWOT-аналізу, результати SWOT-аналізу корпоративної соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно» представлені в таблиці 3.2.

Основними перспективами розвитку системи корпоративної соціальної відповідальності в СТОВ «Лободіно» є наступні:

- 1) трактування корпоративної соціальної відповідальності як добровільного базового елемента бізнес-діяльності;

Таблиця 3.1 – STEP-аналіз корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств

Соціум (Social)	Технологія (Technology)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Демографічні зміни 2. Зміни у базових цінностях суспільства 3. Поява нових соціальних проблем 4. Підвищення загально-суспільної культури 5. Рівень корупції 6. Стан навколишнього середовища 7. Захист прав споживачів 8. Розвиток місцевих громад 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технологічні зміни, що впливають на виробництво, а також на збереження навколишнього середовища 2. Нові патенти 3. Технології в організаційному забезпеченні КСВ-діяльності, зокрема, поява кваліфікованих кадрів.
Економіка (Economy)	Політика (Politics)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Економічна система та особливості її функціонування 2. Економічний стан основних стейкхолдерів 3. Умови існування підприємництва 4. Характер та рівень конкуренції 5. Зовнішньоекономічна діяльність держави 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Політична стабільність 2. Міжнародна стратегія країни 3. Податкова, соціальна та економічна політики держави 4. Трудове та міжнародне право 5. Захист прав людини 6. Захист інтелектуальної власності 7. Підтримка малого та середнього бізнесу 8. Рівень доходів суб'єктів господарювання

Таблиця 3.2 – SWOT-аналіз корпоративної соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно»

Сильні сторони (Strength)	Слабкі сторони (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Визнання та повага прав людини та дотримання демократичних конституційних норм про працю 2. Високий рівень оплати праці 3. Розвинута система мотивації та заохочення працівників та керівництва 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність соціальної звітності та її усталеної форми 2. Епізодичний характер реалізації соціальних проектів 3. Відсутність чіткого регламентування функцій правління з персоналу та соціальної сфери 4. Недосконала система фінансування соціальної сфери 5. Відсутність планування та оцінки ефективності реалізації соціальних проектів 6. Відсутність інтеграції корпоративної соціальної відповідальності у стратегію підприємства 7. Відсутність комплексу лікувально-оздоровчих і культурних закладів 8. Відсутність реалізації природоохоронних заходів 9. Відсутність продуманої системи охорони праці

	10. підприємство не носить стратегічно важливий характер на регіональному рівні
--	---

Можливості (Opportunity)	Загрози (Threat)
1. Усталення сприйняття КСВ як важливого аспекту діяльності підприємства 2. Створення нових та покращення існуючих взаємовідносин із організаціями регіону 3. Інтеграція КСВ у стратегію управління підприємством 4. Залучення кваліфікованих кадрів (у сфері КСВ) 5. Підвищення рівня залученості працівників до прийняття управлінських рішень 6. Підвищення рівня прозорості та доступності інформації про соціальну сферу 7. Вивчення та адаптація іноземного досвіду у сфері КСВ	1. Відсутність позитивних результатів інтеграції КСВ у стратегію підприємства у короткостроковій перспективі 2. Хибне сприйняття КСВ керівництвом підприємства як чогось обов'язкового, примусового 3. Відсутність джерел фінансування КСВ діяльності

- 2) покращення корпоративного іміджу;
- 3) покращення навчання персоналу та умов праці;
- 4) залучення інвестицій;
- 5) стимулювання попиту на продукцію,
- 6) підвищення добробуту стейкхолдерів
- 7) вирішення нагальних соціальних проблем.

Таким чином, матриця SWOT-аналізу КСВ надає керівництву компанії структурований інформаційний простір, який полегшує стратегічну орієнтацію та прийняття управлінських рішень.

Існує три рівні відповідальності:

- а) стратегічний (економічний, правовий та екологічний);
- б) інформаційна (прозорість та підзвітність);
- в) виконання зобов'язань перед довілцями, інвесторами та майбутніми поколіннями.

Інтеграція має ряд вимірюваних результатів:

- економічні (зниження операційних ризиків, зростання капіталізації,

підвищення фінансових результатів і продуктивності праці, привабливості інвестицій і конкурентоспроможності продукції, активізація інноваційної діяльності);

– соціальні: створення сприятливого іміджу, зміцнення довіри тощо.

Як спосіб інтеграції нами пропонується процесний підхід до посилення взаємозв'язку між соціальною відповідальністю та стратегічним управлінням за такими ключовими напрямками:

а) необхідність формування чіткого уявлення про зміст соціальної відповідальності як суспільного явища та участі в його розвитку з боку корпоративного менеджменту;

б) перехід від управління соціальними програмами до розвитку економічно ефективних взаємовідносин компанії з державою та місцевими громадами;

в) кардинальне посилення зв'язків між бізнесом та неприбутковими організаціями у визначенні пріоритетів КСВ;

г) підвищення якості корпоративної культури та визнання важливості етичних кодексів у відносинах між бізнесом і суспільством

д) підвищити інформаційну прозорість, зберегти структуру цільової аудиторії та розвивати нові канали комунікації з різними соціальними групами.

Процес оцінки та удосконалення корпоративної соціальної відповідальності має ґрунтуватися на компетентнісному підході, що включає перелік компетенцій і кваліфікацій фахівців з КСВ та опис їхніх посадових обов'язків.

Відповідальність за розроблення та зміст стратегії КСВ у великій компанії може бути покладена на Комітет з питань соціальної політики Ради директорів, до складу якого входять директори та топ-менеджмент, або на Департамент зовнішніх зв'язків та відносин з інвесторами, до складу якого входить співробітник з КСВ. Оскільки СТОВ «Лободіно» є суб'єктом малого

підприємництва із чисельністю персоналу 16 осіб, то виконання цих функцій має бути покладено на директора підприємства, оскільки саме він може впливати на діяльність структурних підрозділів компанії, а відповідно принципи соціальної відповідальності мають бути інтегровані в усі бізнес-процеси. Проте для якісного виконання даного напрямку роботи мають бути дотримані загальні вимоги до менеджера з КСВ, котрі включають базову освіту, аналітичне мислення, комунікабельність, вміння працювати в команді, орієнтацію на результат, готовність до професійного розвитку та саморозвитку, відданість компанії. специфічні вимоги до менеджера з КСВ включають знання соціальної відповідальності, розуміння міжнародних стандартів корпоративного управління, розуміння специфіки ведення бізнесу в Україні, розуміння ролі та функцій різних секторів суспільства, досвід розроблення стратегій та консалтингу, досвід управління проектами.

Матриця компетенцій менеджера з КСВ складається з системи знань, навичок та професійно важливих якостей (здібностей) і представлена в табл. 3.3. Матриця визначає загальні та спеціальні знання, які взаємопов'язані на рівні навичок. Ці знання, зокрема, пов'язані з базовими поняттями та термінологією КСВ, а також з кращими практиками організацій у сфері соціальної відповідальності.

Корпоративний фахівець з КСВ повинен бути професійно обізнаним з точки зору світогляду та володіти знаннями з наступних питань:

- міжнародні та національні стандарти та програмні документи з соціальної відповідальності;
- українське законодавство та нормативно-правові акти, що регулюють трудові, соціальні та трудові відносини;
- концепція сталого розвитку;
- основи стратегічного менеджменту;
- теорії аналізу інтересів сторін;
- глобальні та національні економічні умови і тенденції;

- методологія аналізу ринкового середовища на мікрорівні;
- взаємозв'язок між елементами внутрішнього середовища підприємства та основними елементами його зовнішнього середовища;
- питання, пов'язані з охороною навколишнього середовища;

Таблиця 3.3 – Матриця компетенцій менеджера з КСВ

Знати	Вміти	Професійно важливі якості
1	2	3
1. Сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності.	Формувати механізм управління соціальною відповідальністю; формувати ефективну взаємодію роботодавців зі співробітниками на засадах соціальної відповідальності.	Розумність та етичність особистих цінностей.
2. Особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку.	Формувати відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності.	Світоглядна впевненість.
3. Місце соціальної відповідальності в діяльності підприємства.	Визначати напрями активізації індивідуальної та колективної екологічної відповідальності.	Стресостійкість.
4. Нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності; моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури.	Посилювати соціальну відповідальність суб'єктів суспільного розвитку через соціальне партнерство.	Нестандартність (креативність) мислення.
5. Критерії, показники та методику оцінювання соціальної відповідальності; особливості вияву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях.	Здійснювати моніторинг соціальної відповідальності.	Системність мислення.
6. Сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців.	Оцінювати ефективність корпоративної соціальної відповідальності.	Здатність впливати на оточуючих.
7. Сутність, складові та пріоритети розвитку соціально відповідальної політики стосовно співпрацівників підприємства.	Розвивати корпоративну соціальну відповідальність як чинник підвищення конкурентоспроможності.	Здатність попереджати та врегульовувати конфлікти.
8. Екологічні аспекти соціальної відповідальності та їх нормативно-правове регулювання; сутність, структуру, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності	Визначати основні принципи і напрями соціальної відповідальності у сфері захисту довкілля	Винахідливість і схильність до інновацій. здатність працювати у колективі
Норми службового етикету	Адаптувати міжнародні стандарти з КСВ до українських реалій	Готовність брати на себе відповідальність.

Культуру ділового спілкування	Створювати сприятливий клімат для просування КСВ	Постійне удосконалення, професійне зростання
-------------------------------	--	--

- перспективи та світові тенденції розвитку технології виробництва;
- основи управління людськими ресурсами (включаючи наукову організацію праці, стандартизацію виробничих процесів, психологію праці та управління конфліктами);
- застосування інформаційних технологій в управлінні;
- основи управління якістю;
- статистична звітність та бухгалтерський облік.

Менеджер з КСВ повинен вміти професійно спілкуватися. Він повинен вміти висловлюватися і говорити однією мовою зі своїми колегами:

- а) говорячи про КСВ з головним бухгалтером – з точки зору показників вартості капіталу;
- б) із HR-менеджером - з точки зору інвестицій в людські ресурси;
- в) із керівником відділу по зв'язках з органами влади - з точки зору місцевого соціально-економічного розвитку.

Менеджеру із КСВ необхідно розуміти специфіку взаємодії між усіма учасниками суспільного процесу, включаючи компанії, органи влади та громадські організації. Особливо важливо вміти розвивати продуктивні партнерські відносини з громадськими організаціями.

Для того, щоб підтримувати необхідний для виконання роботи рівень компетентності, КСВ-менеджеру необхідно вивчати кращі практики діяльності у сфері соціальної відповідальності міжнародних та українських компаній (наприклад, національні мережі підписантів Глобального договору ООН, професійні комітети з КСВ Європейської Бізнес Асоціації та Американської торговельної палати).

Оскільки робота КСВ-менеджера базується на міжнародному досвіді, важливо вміти адаптувати міжнародні вимоги та стандарти до українського середовища (застосування міжнародних стандартів соціальної звітності).

Функціональні обов'язки КСВ-менеджера мають бути згруповані за напрямками та компетенціями з урахуванням наведених рекомендацій:

- стратегія: формулювання стратегії компанії у сфері КСВ відповідно до повноважень та виділених ресурсів; максимальна увага до очікувань стейкхолдерів; аналіз нефінансових ризиків, пов'язаних з діяльністю компанії, та розробка заходів щодо їх запобігання; розробка та впровадження системи моніторингу результативності діяльності компанії у сфері КСВ;

- програми: формування річного плану та бюджету програми КСВ; реалізація проектів в рамках затвердженої стратегії; координація розробки та впровадження ініціатив з КСВ на рівні всіх дочірніх підприємств компанії;

- зовнішній консалтинг: надання методологічної та консультаційної підтримки співробітникам компанії у сфері КСВ;

- взаємодія зі стейкхолдерами: побудова конструктивних відносин та комунікація з внутрішніми (співробітники) та зовнішніми (громади, уряди/муніципалітети, НУО тощо) стейкхолдерами;

- інформаційне забезпечення: поширення інформації про програму КСВ компанії через наявні канали комунікації; забезпечення високого рівня поінформованості громадськості про реалізацію принципів і стандартів КСВ компанії;

- соціальна звітність: підготовка соціальної звітності, забезпечення дотримання звітності щодо нефінансових аспектів діяльності компанії.

Таким чином, наявність критеріїв корпоративної соціальної відповідальності та компетентнісних принципів у компаніях є передумовою для впровадження нефінансової звітності, інших інструментів та механізмів корпоративної соціальної відповідальності в цілому з метою забезпечення зворотного зв'язку та регулювання програм КСВ та діяльності з КСВ.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Результати дослідження у кваліфікаційній роботі дозволяють зробити певні висновки.

В умовах геополітичної та соціально-економічної нестабільності, спаду виробництва, зниження інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання, розбалансованості фінансово-кредитної системи, посилення соціального розшарування та зниження рівня життя населення, наявності соціальної напруги в суспільстві для України важливо продемонструвати науково-теоретичне підґрунтя та створити умови для розвитку соціальної відповідальності (СВ) та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як невід'ємної частини ключових категорій.

Концепція соціальної відповідальності в контексті бізнесу означає, що компанія/підприємство має працювати для досягнення своїх фінансових цілей, а також робити внесок у розвиток суспільства. Іншими словами, ідея полягає в тому, що компанії повинні поєднувати діяльність, спрямовану на отримання прибутку, з діяльністю, яка сприяє розвитку суспільства.

Це означає, що соціально відповідальні компанії повинні не тільки працювати над максимізацією прибутку, але й приймати рішення та здійснювати дії, які мають сенс у світлі цілей та цінностей суспільства.

У свою чергу, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це концепція управління, за якої компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою бізнес-діяльність та ведуть діалог зі своїми зацікавленими сторонами. У сучасному соціально свідомому середовищі працівники та клієнти високо цінують свою роботу і витрачають гроші на компанії, які надають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність стала важливою сферою діяльності та має значний вплив на сталий розвиток суб'єктів бізнесу і суспільства в цілому. Згідно з дослідженням ООН, понад 75,0% компаній у

всьому світі займаються реалізацією програм соціальної відповідальності. Проте в Україні рівень корпоративної соціальної відповідальності значно нижчий. Така діяльність є несистемною та непослідовною, їй бракує належної громадської оцінки, державної підтримки та стимулів. Це свідчить про те, що теоретичне підґрунтя, яке визначає її сутність і структуру, умови реалізації, чинники, механізми, диверсифікацію за галузевими, регіональними та іншими принципами, оцінку ефективності, ресурси, форми, моделі та напрями поширення і розвитку потребують подальшого висвітлення, що й обумовило актуальність даного дослідження, визначило його мету та завдання.

В першому розділі кваліфікаційної роботи узагальнено основні зміни в теоретичній концепції соціальної відповідальності та уточнено її зміст в контексті систем корпоративного управління компаній; проаналізовано корпоративне управління як внутрішнє середовище корпоративної соціальної відповідальності та визначено цілі та основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні компаній; досліджено стан та методи просування корпоративної соціальної відповідальності та оцінено готовність до впровадження механізмів соціальної відповідальності в корпоративному управлінні.

Існування багатьох аспектів реалізації корпоративної соціальної відповідальності, досліджених українськими науковцями, зумовило існування багатьох визначень соціальної відповідальності на сьогоднішній день. Українські науковці розглядають соціальну відповідальність як чинник соціальних технологій, принципів ціннісно-орієнтованого управління, соціальних інститутів, соціальних комунікацій, чинник покращення іміджу, фактор інноваційного розвитку та подолання кризових явищ у національній економіці.

Аналізуючи соціальну відповідальність науковці оперують великою кількістю термінів, зокрема корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна відповідальність, корпоративна соціальна стійкість, етика бізнесу, корпоративне глобальне громадянство, корпоративна соціальна чутливість, корпоративна філантропія тощо. Такий розмах визначень і

термінів ускладнює дослідження. На цьому тлі слушним видається підхід, запропонований А. Керролом, одним із провідних світових експертів у сфері відносин між корпорацією та суспільством, щодо розроблення теорії корпоративної соціальної відповідальності як інтегративної, що пов'язує всі численні існуючі концепції.

Соціальна відповідальність як фактор суспільних відносин вивчається не лише науковцями, але й організаціями та установами, які просувають ідею соціальної відповідальності в українському та міжнародному суспільстві. Тому в роботі було розглянуто визначення соціальної відповідальності, котрі надані впливовими міжнародними та українськими організаціями.

Попри все різноманіття визначень щодо сутності корпоративної соціальної відповідальності майже всі відзначають її як сукупність соціальних та екологічних системних дій, які мають позитивно впливати на економічні показники компанії.

Від реалізації корпоративної соціальної відповідальності в стратегічному управлінні бізнесом безумовні переваги отримує як сам бізнес так і суспільство в цілому. Для компаній такими перевагами є підвищення залученості та лояльності співробітників до компанії; побудова кола довіри до компанії серед стейкхолдерів, з якими компанія взаємодіє (партнери, клієнти, уряди, громадські організації тощо); зниження репутаційних ризиків та критичного сприйняття діяльності компанії, що полегшує подолання кризових періодів; впровадження інновацій; економію коштів завдяки впровадженню концепції «зеленого офісу»; довгостроковий сталий розвиток бізнесу.

З огляду на предмет дослідження, структура соціальної відповідальності бізнесу складається з декількох рівнів: відповідальність перед споживачами, відповідальність перед підлеглими, відповідальність перед суспільством, державою та відповідальність перед акціонерами і партнерами. До основних заходів соціалізації бізнесу належать: забезпечення трудових прав працівників, створення умов для колективного представництва та ведення колективних переговорів, дотримання прав людини у сфері праці, забезпечення навчання, розвитку людських ресурсів та кар'єрного зростання, підвищення заробітної

плати, виплата бонусів та винагород, впровадження чесної ділової практики, соціально та екологічно збалансована торгівля, ділова прозорість бізнесу та звітність перед акціонерами, дотримання прав акціонерів, забезпечення дивідендів.

Зважаючи на складові та напрямки розвитку, корпоративну соціальну відповідальність можна визначити як «систему управлінських рішень і заходів, спрямованих на інтеграцію соціальних та екологічних питань у бізнес-процеси компанії та процеси взаємодії із зацікавленими сторонами з метою досягнення власних цілей розвитку, сталого соціального розвитку та захисту навколишнього середовища».

Потреби та мотивації керівництва компанії визначають спрямованість діяльності з корпоративної соціальної відповідальності для досягнення цілей (конкретних, вимірюваних, реалістичних та досяжних). Тому ми вважаємо, що різні мотивації призводять до різних цілей і, відповідно, до різних показників оцінки ефективності досягнення цих цілей. Результатом є відповідна система оцінки ефективності діяльності з корпоративної соціальної відповідальності.

Перелік показників для оцінки екологічної, соціальної та трудової відповідальності та методика їх розрахунку, а також нормативні значення (порогові значення) показників для оцінки окремих сфер КСВ та методика їх розрахунку були визначені на основі аналізу чинних нормативних документів та публікацій у суміжних галузях, що охоплюють такі питання, як оцінка екологічної безпеки виробництва, корпоративне оподаткування, взаємовідносини з різними зацікавленими сторонами, управління та розвиток людських ресурсів та процедури проведення фінансово-економічного аналізу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є СТОВ «Лободіно», його виробничо-господарська діяльність, специфічні методи і механізми управління виробничою діяльністю підприємства, їх дієвість в процесі здійснення господарської діяльності підприємства.

З огляду на спеціалізацію досліджуваного підприємства проаналізовано стан та проблеми розвитку агропромислового комплексу в Україні. Сільське господарство України є одним з найперспективніших секторів сучасної

економіки. Аграрний сектор України є одним з найперспективніших секторів сучасної економіки. Це один з небагатьох секторів, що зростає, а також один з небагатьох секторів, який зберігає ідентичність країни та сприяє розвитку сільських територій. Більшість сільського населення зайнята в сільському господарстві або як наймані працівники на підприємствах і фермах, або на власних земельних ділянках.

Після формулювання основних цілей, перерахування основних видів діяльності та надання загальної характеристики підприємства, у кваліфікаційній роботі було проведено аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства шляхом розрахунку основних економічних та фінансових показників його діяльності та дослідження основних тенденцій зміни їх значень. Інформаційною основою даного аналізу є фінансова та статистична звітність СТОВ «Лободіно» за 2019-2021 рр.

Провівши аналіз основних фінансово-економічних показників підприємства за 2020-2022 рр., слід зазначити:

– середня вартість сукупного капіталу в 2020 році збільшилась на 50,8%, що складає +2101347,0 тис. грн. в порівнянні з 2019 роком. Протягом наступного року значення даного показника збільшилось ще на 66,8% або на +4165024,0 тис. грн. порівняно з 2020 р. В результаті зазначених змін середня вартість сукупного капіталу збільшилась з 4132884,0 тис. грн. у 2019 році до 10399255,0 тис. грн. Аналізуючи показник середньої вартості власного капіталу, можна говорити, що його динаміка є доволі позитивною: мало того, що значення даного показника протягом усього періоду є додатнім, так його абсолютне значення з часом постійно зростає. Це свідчить про суттєві успіхи підприємства щодо управління із фінансовим станом, оскільки його діяльність більш ніж на 50% здійснюється за рахунок власних джерел фінансування;

– Обсяг виробленої продукції зростає, а саме у 1,549 рази у 2021 році в порівнянні з 2019 роком, в результаті чого його значення збільшилось з 13453318,0 тис. грн. у 2019 році до 20843502,0 тис. грн. у 2021 році. Аналогічним чином змінювався чистий дохід від реалізації продукції підприємства;

– Дослідження економічного та фінансового стану показало, що ефективність використання ресурсів протягом останніх років перебуває на високому рівні: динаміка показників продуктивності праці протягом всього досліджуваного періоду зростає, хоча й відмічається зниження ефективності використання основних виробничих засобів та оборотних активів, про що свідчать відповідні зміни у рівні показників фондівіддачі та коефіцієнту обіговості оборотних активів;

– Фінансові результати є абсолютно задовільними, і прибуток був досягнутий протягом усіх трьох років. Так, розмір валового прибутку, отриманого підприємством за 2019 рік, склав 2948976,0 тис. грн., в 2020 році – 4025771,0 тис. грн., а у 2021 році підприємство отримало валовий прибуток в сумі 4402498,0 тис. грн. Аналогічна тенденція спостерігається при аналізі прибутку від операційної діяльності підприємства. У 2019 та 2020 рр. підприємство отримало прибуток від операційної діяльності у розмірі 1024144,0 тис. грн. та 1538307,0 тис. грн. відповідно. У наступному 2021 році сума отриманого прибутку від операційної діяльності складала вже 1611195,0 тис. грн.

– Що стосується показників рентабельності, то зростання прибутковості у 2020-2021 рр. спостерігається за всіма показниками рентабельності, починаючи із рентабельності власного капіталу, і закінчуючи чистою рентабельністю продаж. Проте у 2022 році відбувається зниження рівня нижче початкового рентабельності власного капіталу. Така ситуація дозволяє зробити висновки щодо відносно стабільності ефективності діяльності підприємства.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було проведено дослідження наявної системи соціальної відповідальності на СТОВ «Лободіно» та визначені напрямки її підвищення.

Було визначено, що на підприємстві здійснюється надзвичайно ретельний контроль якості продукції. Зокрема сировина тестується і відповідає всім європейським екологічним стандартам.

Всі робочі місця «Лободіно» обладнані за європейськими стандартами, безпека праці знаходиться на найвищому рівні, а соціальна відповідальність є

одним із пріоритетів компанії. Конкурентоспроможна заробітна плата, повністю прозора система оплати праці та своєчасні виплати роблять підприємство одним з найкращих роботодавців в регіоні.

«Лободіно» усвідомлює свій вплив на суспільство місцевої громади і тому несе за нього відповідальність. Тому корпоративна соціальна відповідальність є невід’ємною частиною розвитку компанії через її залучення до щоденної ділової діяльності. Компанія стала свідком результатів такого підходу і того, що корпоративна соціальна відповідальність все більше стає концепцією сталого розвитку. Для «Лободіно» сталий розвиток – це економічна, соціальна та екологічна концепція, ефективність якої ґрунтується на балансі між ними та спільному розвитку компанії та її зацікавлених сторін.

СТОВ «Лободіно» є малим підприємством, проте сумлінним та відповідальним платником податків.

Основними цілями управління та планування компанії «Лободіно» є взаємовигідне партнерство з громадськістю, в тому числі:

- реалізовувати довгострокові соціальні ініціативи та утримувати лідируючі позиції у значному покращенні добробуту місцевої громади;
- захист здоров’я та безпеки своїх співробітників і розвиток людських ресурсів; і
- захист навколишнього середовища та енергоефективність;
- розвивати взаємовигідні партнерські відносини з місцевими громадами.

За останні роки компанія мала такі позитивні впливи на місцеві громади та місцеву економіку:

- підвищення рівня зайнятості в сільській місцевості шляхом розвитку підприємств та створення нових робочих місць;
- регіональний розвиток через підписання та реалізацію соціальних угод між СТОВ «Лободіно» та місцевою владою, які передбачають такі заходи, як розвиток інфраструктури, благодійна підтримка шкіл, дитячих садків та громадських центрів; культурний та спортивний розвиток через фінансову підтримку творчих та спортивних колективів тощо.

Екологічну роботу на СТОВ «Лободіно» виконує штатний фахівець за сумісництвом, призначений наказом. Щоденна робота особи, відповідальної за охорону навколишнього середовища, зосереджена, насамперед, на наступних моментах:

- дотримання вимог природоохоронного законодавства;
- систематичне зниження виробничих та операційних витрат;
- зменшення витрат енергії та ресурсів;
- зменшення витрат, пов'язаних із впливом компанії на навколишнє середовище
- підвищення конкурентоспроможності компанії на внутрішньому та зовнішньому ринках шляхом запровадження технологій виготовлення екологічно чистої продукції;
- створення більш сприятливого іміджу компанії серед громадськості та громадян;
- запобігання виникненню надзвичайних екологічних ситуацій та катастроф, які можуть призвести до серйозного забруднення навколишнього середовища;
- отримання додаткових доходів, пов'язаних з екологічними аспектами діяльності компанії.

На основі проведеного STEP-аналізу SWOT-аналізу корпоративної соціальної відповідальності СТОВ «Лободіно» визначені основні перспективні напрямки розвитку системи корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Крім того розглянуті компетенції менеджера з корпоративної соціальної відповідальності, функції якого, зважаючи на розмір підприємства, має бути покладено на директора підприємства.

Таким чином, наявність критеріїв корпоративної соціальної відповідальності та компетентнісних принципів у компаніях є передумовою для впровадження нефінансової звітності, інших інструментів та механізмів корпоративної соціальної відповідальності в цілому з метою забезпечення зворотного зв'язку та регулювання програм КСВ та діяльності з КСВ.
