

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему
«Формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві»
(за матеріалами ТОВ «КаДар Техно», Волинська обл., м. Луцьк)

Студентки 2 курсу, 4м групи
спеціальності
073 «Менеджмент»
спеціалізації
«Управління бізнесом»

Деркач
Яни Леонідівни

Науковий керівник:
кандидат медичних наук,
доцент

Волобуєв
Михайло Іванович

Керівник освітньо-професійної
програми:
доктор економічних наук,
професор

Федулова
Ірина Валентинівна

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності підприємства.....	7
1.2. Методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства.....	14
РОЗДІЛ 2. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «КАДАР ТЕХНО»	19
2.1. Аналіз конкурентного середовища підприємства.....	19
2.2. Стан розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.....	28
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОВ «КАДАР ТЕХНО»	32
3.1. Розробка заходів вдосконалення процесу формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства	32
3.2. Прогнозна оцінка результатів впровадження заходів щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.....	39
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ	51

ВСТУП

Актуальність теми. Одним з найважливіших на сьогодні векторів розвитку України є прагнення до інтеграції в сучасну європейську економічну систему. Для того, щоб мати можливість стати в один ряд з розвиненими європейськими державами Україні необхідно втілити в життя велику низку законодавчих ініціатив та впровадити їх на високому рівні. При цьому перед нашою державою постає питання дотримання тих обов'язкових вимог, що ставляться в європейських державах (та й в інших розвинених державах світу) перед підприємствами для того, щоб вони мали можливість визначати себе як сучасні та передові. При цьому мова йде не лише, а в першу чергу не стільки про розвиненість сучасної техніки та технології на підприємстві. Одним з найважливіших векторів розвитку сучасного підприємства на світовому ринку є впровадження на ньому принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Проведене теоретичне дослідження сучасних наукових літературних джерел дозволяє визначити, що вирішенню питань та проблем корпоративної соціальної відповідальності сьогодні приділяється велика увага не лише теоретиків, але й практиків сучасного менеджменту.

Дослідженню проблем розробки, впровадження та розвитку принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві надають високої актуальності в своїх роботах такі відомі сучасні теоретики та практики світового та вітчизняного менеджменту, як Колот А.М., Сардак С.Е., Керолл А., Гасленко К.С., Мескон М., Друкер П., Фірсова С.В., Гальчак Х.Р., Косар Н.С., Пилипенко В.М., Філіпченко О.А., Місько Г.А., Котлер Ф., Харламова А.О., Іванова Т.В., Новікова О.Ф., Ткач Т.І., Шкура І.С. та багато інших. В своїх роботах дослідники підіймають питання не лише закономірностей розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, але й особливостей розвитку самого руху в Україні.

На сьогодні поширенням принципів корпоративної соціальної відповідальності в основному займаються підприємства, що прагнуть відповідати сучасним світовим нормам ведення бізнесу та інтегруватися у світову бізнесову систему. Але при цьому відсутня єдність розуміння впровадження корпоративної соціальної відповідальності особливо на вітчизняних підприємствах, де кожен з власників на свій власний розсуд визначає принципи, що він буде реалізовувати, обсяг та напрям реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження процесу формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» та розробка пропозицій щодо його удосконалення.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі **завдання**:

- дослідити теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності підприємства;
- вивчити методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства;
- дослідити конкурентне середовище підприємства ТОВ «КаДар Техно»;
- проаналізувати та оцінити стан розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві;
- розробити план вдосконалення процесу формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства;
- провести прогнозну оцінку результатів впровадження заходів щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти процесу формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Методи дослідження. Методологічною і теоретичною основою випускної кваліфікаційної роботи є діалектичний метод пізнання і системний підхід до вивчення фундаментальних положень економічної науки щодо формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. За допомогою абстрактно-логічного методу уточнено поняття «корпоративна соціальна відповідальність», а також сформульовано загальні висновки та пропозиції.

В роботі використовувалися методи порівняння і дослідження динаміки і структурних змін показників, метод аналізу і синтезу, розрахунковий метод, використовувалися таблиці, рисунки, діаграми.

Інформаційне забезпечення. Для написання роботи використовувалися наступні інформаційні джерела: спеціальна література з теми дослідження (підручники, навчальні посібники, монографії), періодичні видання, нормативні акти і ухвали, фактичні звіти підприємства, довідкова і статистична інформація.

Елементи науової новизни роботи полягають в висвітленні сучасного погляду на сутність процесу формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві з використанням сучасних технологій та інструментарію.

Практична цінність випускної кваліфікаційної роботи полягає в аналізі процесу формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно», розроблені конкретних заходів з удосконалення цього процесу та прогнозне оцінювання очікуваних результатів при впровадженні розроблених пропозицій.

Апробація результатів. Частково результати дослідження висвітлено у статті «Сутність корпоративної соціальної відповідальності підприємства», що опублікована у збірнику студентських наукових робіт КНТЕУ (додаток А). Результати дослідження доповідались на Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неіндустріального суспільства», що проводилась

Східноєвропейським національним університетом імені Лесі Українки
31 жовтня 2019 року у місті Луцьку.

Структура випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що включають шість підрозділів, висновків та пропозицій, списку використаної літератури, викладена на 44 сторінках, проілюстрована 6 таблицями та 11 рисунками, доповнена 4 додатками. Список літератури містить 50 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Корпоративна соціальна відповідальність стійко вкорінилася в життя сучасного міжнародного бізнесового середовища. Цей напрям діяльності будь-якого закордонного підприємства став вже давно повсякденним, хоча і не втрачає своєї актуальності та важливості. В Україні питання корпоративної соціальної відповідальності почали вирішуватися з 1991 року, але й на сьогодні в державних масштабах знаходиться поки що на стадії розвитку.

Важливість для підприємства вирішення питань соціальної відповідальності не викликає сумнівів, оскільки це не лише можливість вирішення соціальних проблем на самому підприємстві, в ближньому зовнішньому оточенні підприємства. Це ще й можливість покращити свій імідж в очах власних працівників, споживачів продукції та послуг підприємства, клієнтів та партнерів підприємства. Крім того, дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності буде сприяти не лише підвищенню конкурентоспроможності підприємства всередині держави, але й покращенню інтеграції самого підприємства в світову підприємницьку структуру.

Сталий економічний розвиток сучасного підприємства стає більш реальним та ефективним не лише через доступність до ресурсів, але й через використання інноваційної моделі розвитку та принципів корпоративної соціальної відповідальності в своїй діяльності.

Дослідження сучасної наукової літератури показало, що на сьогодні відсутнє навіть узгоджене розуміння серед науковців – яким терміном

визначати соціально спрямовану діяльність підприємства. Найбільш вживаними вважаються визначення «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна відповідальність», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство» [10, с. 15]. Але серед різноманітності визначено переважна більшість авторів використовує «корпоративна соціальна відповідальність». Ми в нашому науковому теоретичному дослідженні також будемо дотримуватися саме цього терміну.

На сьогодні також не існує узгодженості серед дослідників про те, яким чином слід визначати поняття корпоративної соціальної відповідальності. Існує декілька десятків визначено цього поняття.

Так, Охрименко О.О. та Іванова Т.В. вважають, що сутність корпоративної соціальної відповідальності полягає в волевиявленні, що виявляється певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах та управлінні ними [23, с.17].

В Зеленій книзі Європейського Союзу наголошується, що корпоративна соціальна відповідальність – це інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі [13, с. 3].

Європейська комісія вважає, що корпоративну соціальну відповідальність слід пояснювати як концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища» [1, с. 4].

За результатами власних досліджень Мельник С.С. визначив, що соціальна відповідальність бізнесу - сфера діяльності корпорації, компанії, підприємства, фірми, установи, організації, що діє на тристоронній основі (роботодавці, органи виконавчої влади, профспілки) шляхом вирішення соціально значущих проблем як у самому бізнесі, так і за його межами, тобто

на муніципальному, регіональному, національному, а іноді й глобальному рівнях; добросовісна ділова практика, розвиток персоналу підприємства, охорона здоров'я працівників і безпечні умови праці, охорона довкілля, використання ресурсозберігаючих технологій, а також розвиток суспільства на мікрорівні, що має на меті як досягнення найвищих результатів та високого рівня конкурентоспроможності, так і забезпечення соціальної злагоди й суспільного розвитку в цілому [19, с. 34].

Своє розуміння корпоративної соціальної відповідальності Ф. Котлер визначає, як таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом [16, с. 52].

Сардак С.Е. та Гасленко К.С. вважають, що найбільш багатобічно корпоративну соціальну відповідальність можна визначати, як систематичну відповідальність компанії за продукт, який вона виготовляє перед споживачами, працівниками, партнерами, громадою та навколишнім середовищем; ефективну взаємодію та двосторонній діалог між компанією та суспільством; спробу поєднання на добровільних засадах соціальних, етичних та екологічних аспектів ведення бізнесу з метою позитивного впливу компанії на суспільство загалом, навколишнє середовище та вирішення найгостріших соціальних проблем [26, с. 310].

Довідник з питань забезпечення корпоративної соціальної відповідальності наголошує та тому, що цей термін означає відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законам і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована в діяльність всієї організації, застосовується в її взаєминах [2, с. 15].

Таким чином, можна визначити, що корпоративна соціальна відповідальність є певним напрямком діяльності підприємства, що

виражається у певній соціальній активності, що є не обов'язковою для підприємства, але відбувається через бажання підприємства отримати позитивну зовнішню оцінку від своїх працівників, споживачів, партнерів, суспільства.

Узагальнюючи положення, що викладав в своїх роботах А. Керолл, Н.Ю. Волосковець зазначає, що корпоративна соціальна відповідальність може відбуватися в чотирьох площинах (рис. 1.1) [6, с. 127]:



Рис. 1.1 Піраміда корпоративної соціальної відповідальності за А. Кероллом [6].

Виходячи з рисунку 1.1, в основі знаходиться економічна відповідальність підприємства перед ринком як виробника якісної продукції, послуг та забезпечення через них потреб ринку. При цьому, підприємство задовольняє потреби своїх засновників та працівників через отримання прибутку. Правова відповідальність підприємства реалізується через дотримання правових норм та чинного законодавства. Дотримання норм, що є важливими та необхідними в суспільстві, є проявом того, що підприємство реалізує в своїй діяльності принципи етичної відповідальності.

Філантропічна (дискреційна) відповідальність спонукає підприємство приймати участь в соціальних суспільних програмах. При цьому

підприємство намагається відповідати вимогам та запитам суспільства, демонструвати своє зацікавленість соціальними проблемами та приймає участь в їх вирішенні.

А Керолл вважає, що ідеальним ринковим підприємством є таке, у якому всі ці чотири рівні відповідальності є взаємопов'язані. Відповідальність більш високого рівня, за його баченням, може реалізуватися в повній мірі лише за умови повноцінної реалізації відповідальності нижнього рівня [6, с. 128].

За даними літературних джерел, представники бізнесу неоднозначно відносяться до розповсюдження руху з корпоративної соціальної відповідальності. Частина бізнесменів мають свої причини для того, щоб ставитися негативно до цього руху та не впроваджувати або уповільнювати впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності. Причинами цього Н.С. Косар та інші вважають (табл. 1.1) [15, с. 177]:

Таблиця 1.1

**Переваги та недоліки впровадження
корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві***

Переваги корпоративної соціальної відповідальності	Недоліки корпоративної соціальної відповідальності
Удосконалення процесів управління	Зменшення прибутку
Покращення іміджу	Витрати на необов'язкову соціальну активність
Покращення життєздатності підприємства	Розмивання бізнесових цілей
Відповідність соціокультурним нормам	Можливість невідповідності очікуванням суспільства
Удосконалення шляхів вирішення соціальних проблем	Негативне ставлення представників бізнесу, які не підтримують корпоративну соціальну відповідальність
Збільшення частки ринку	Залежність поведінки від соціальних потреб суспільства
Зниження ризиків	
Отримання нових можливостей через участь у соціальних програмах	
Позитивне ставлення фінансових інститутів	

** - доповнено автором*

Виходячи з даних таблиці 1.1, представники бізнесу, що поки не впровадили у себе програму корпоративної соціальної відповідальності мають для себе достатньо причин. При тому, що ці причини є не лише морально-психологічними («невідповідність очікуванням суспільства»),

«залежність поведінки від соціальних потреб» тощо), але й суто економічними – зменшення прибуткової частини фінансових результатів діяльності, додаткові витрати, розмивання цілей бізнесу, негативне ставлення інших бізнесменів, що може виражатися в активному їх впливі.

Вітчизняні підприємці, що використовують в своїй практиці принципи корпоративної соціальної відповідальності, мають різні уявлення щодо практичних проявів такої відповідальності в своїй діяльності (рис. 1.2) [27]:

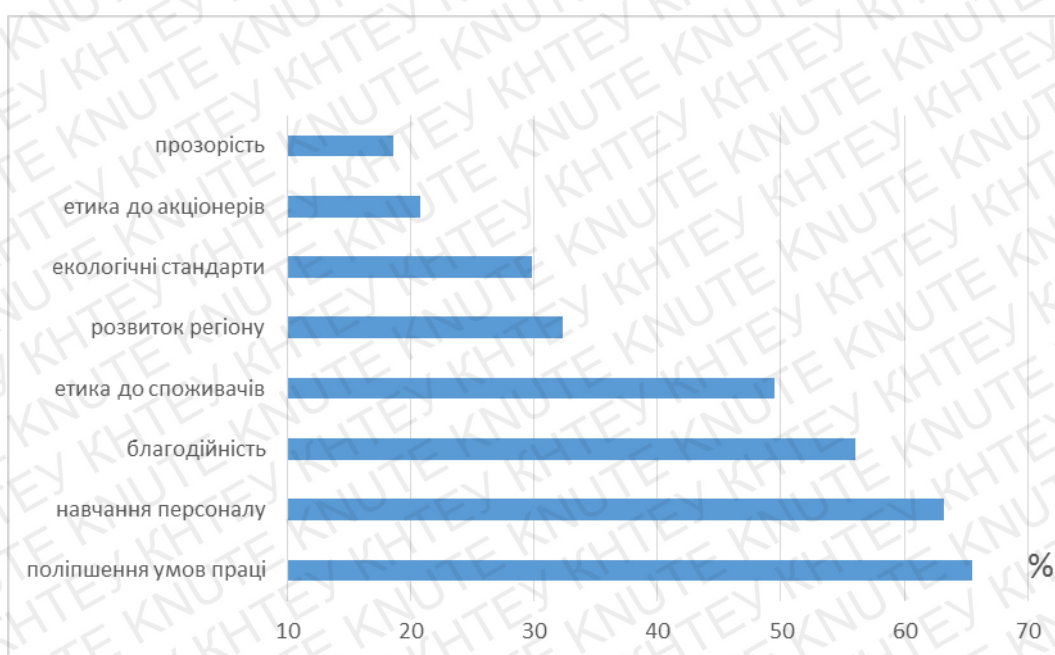


Рис. 1.2 Прояви корпоративної соціальної відповідальності серед українських підприємців [27, с. 311].

Аналізуючи дані рисунку 1.2, можна зазначити, що найчастіше представниками українського бізнесу корпоративна соціальна відповідальність проявляється в поліпшенні умов праці працівників – 65,5%. Майже так само часто підприємці використовують навчання та розвиток персоналу 63,2% – для демонстрування своєї соціальної відповідальності перед власними працівниками та потенційними кандидатами на вакантні посади підприємства. В 56% випадків вітчизняні підприємці виявляли свою прихильність до корпоративної соціальної відповідальності у вигляді благодійності.

Майже у половині всіх випадків – 49,5% підприємці України демонстрували етичну поведінку та ставлення до споживачів своєї продукції та послуг. Важливими також стають такі корпоративної соціальної відповідальності, як участь у економічному та соціальному розвитку регіону в якому відбувається діяльність підприємства – 32,3%, просування у життєдіяльність суспільства та діяльність підприємств екологічних стандартів – 29,8%, етичне ставлення до власників та акціонерів підприємства – 20,8%, прозорість виробничої діяльності та фінансового становища підприємства – 18,6%.

Крім того, важливим є те – як саме сприймають вітчизняні підприємці корпоративну соціальну відповідальність та яким чином оцінюють корисність для себе та для суспільства. Не секрет, що бізнесмени кожен на свій власний розсуд визначає доцільність та корисність запровадження в діяльності свого підприємства заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Так, Л.А. Грицина, узагальнила результати власних досліджень та дані, отримані іншими науковцями та практиками менеджменту. Завдяки цьому було отримано наступну інформацію (рис. 1.3) [10]:

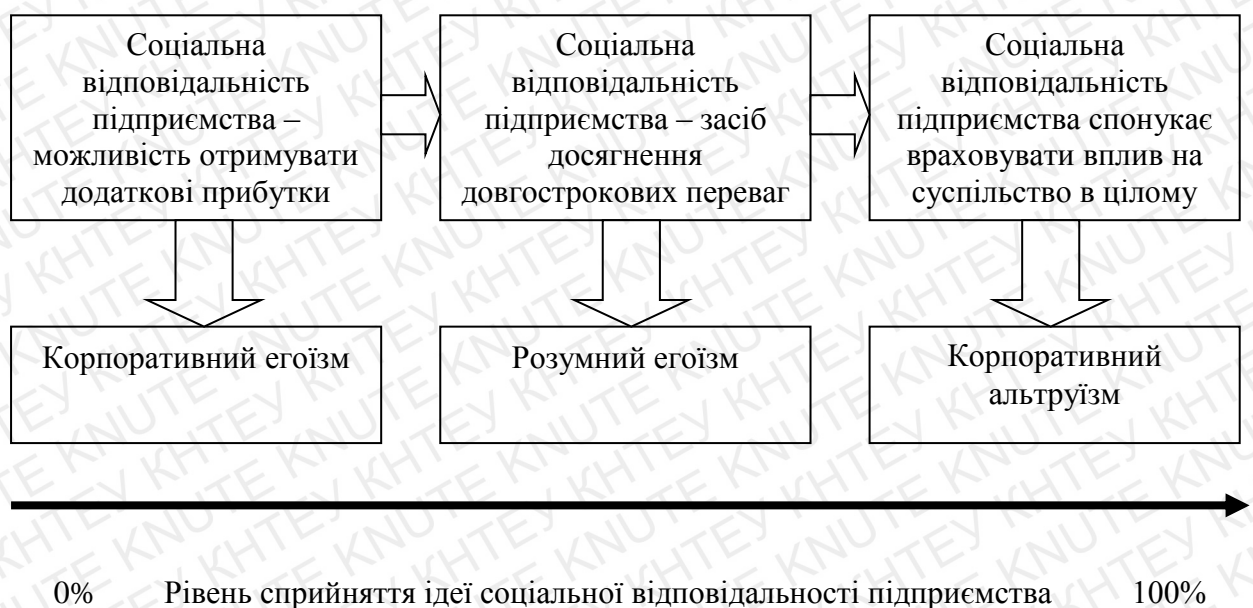


Рис. 1.3 Наукові підходи до розуміння соціальної відповідальності підприємства [10].

Виходячи з рисунку 1.3, підприємці сприймають соціальну відповідальність підприємства і як можливість отримувати додаткові прибутки, і як засіб досягнення довгострокових переваг, і як необхідність враховувати вплив на суспільство в цілому.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність виконує достатньо важливі ролі в діяльності сучасного підприємства – не лише оптимізуючи саму діяльність підприємства, але й покращуючи його імідж серед працівників, споживачів, партнерів.

1.2. Методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Разом з процесом впровадження елементів та принципів корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах, постала нова проблема - оцінювання її та визначення показників та маркерів результативності та ефективності цього процесу.

За результатами власних досліджень Саєнко Ю. пропонує використовувати такі показники, за допомогою яких можна здійснювати моніторинг та контроль соціальної активності підприємства [22]:

- група показників соціальної відповідальності перед власними працівниками;
- група показників щодо захисту навколишнього середовища;
- група показників поведінки підприємства на ринку;
- група показників залученості підприємства до громадського життя.

Це дещо перекликається з положеннями Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу, яка в Україні була прийнята на Форумі соціально відповідального бізнесу в 2005 році [8, 11]. Там зазначались:

- відповідальність перед споживачами;
- відповідальність перед постачальниками;

- відповідальність перед персоналом;
- відповідальність екологічна;
- відповідальність перед суспільством.

Слід зазначити, що такі показники повністю співпадають з тими принципами, що визначає Глобальний договір ООН, документи Європейського союзу.

Реалізація корпоративної соціальної відповідальності, її супроводження та оцінка з аналізом можуть відбуватися через декілька різних інструментів. Охріменко О.О. та Іванова Т.В. зазначають, що такими інструментами можуть бути такі, що представлені на рисунку 1.4 [21]:



Рис. 1.4 Інструменти корпоративної соціальної відповідальності [21].

Етичний кодекс містить набір моральних норм, принципів та правил поведінки працівників, визначає оцінку їх дій. Етичні кодекси можуть поділятися на регламентуючі, соціальні, корпоративні та професійні.

Карти етики конкретизують положення етичного кодексу для кожного конкретного працівника та містять інформацію про консультанта з етики на підприємстві.

Комітети з етики являють собою органи на підприємстві (постійні або тимчасові), які мають оцінювати повсякденну діяльність працівників щодо відповідності її етичному кодексу. За необхідності такі комітети вирішують проблему, яка виникає в колективі через порушення етичного кодексу.

Соціальні ревізії мають за мету перевірку, оцінку та складання звітів про соціальний вплив програм, що впроваджуються на підприємстві [29].

Соціальна звітність – це сукупність даних по підприємству, яка оформлена документально. Дані відображують соціальне середовище підприємства, принципи та методи соціальної роботи та результати такої роботи в різних сферах життя підприємства – економічній, соціальній, екологічній тощо.

Навчання етичної поведінки проводиться з метою отримання теоретичних знань та відпрацювання практичних навичок вирішення проблем морального та етичного характеру на підприємстві.

Етичні експертизи використовуються для організації діяльності з перевірки, аналізу та оцінювання змісту діяльності підприємства щодо пошуку оптимальних вирішень питань з проблем моралі та морально-психологічними ускладненнями.

Соціальне інвестування передбачає залучення та використання внутрішніх та зовнішніх ресурсів для розвитку громад та підприємства, створення умов для поліпшення рівня життя, гармонізація існування з навколишнім середовищем.

Система методів морального заохочення та покарання створюється для того, щоб оцінювати діяльність працівників та стимулювати їх до кращого виконання своїх виробничих завдань.

Соціальні комунікації використовуються для обміну інформацією морального та соціального характеру, передавання соціально важливої та

доцільної інформації, взаємне збагачення обох сторін соціального спілкування.

За даними, що узагальнили експерти ООН після вивчення вітчизняних підприємств, лише 5,3% з них використовують чіткі, прості та зрозумілі показники, які визначають ефективність соціальної відповідальності підприємства [1, с. 25]. Періодично таке дослідження ефективності використовують на 29,4% українських підприємств. Переважна більшість підприємств України – 49,1%, взагалі не відслідковують наслідки проявів своєї корпоративної соціально відповідальної поведінки. Тобто, приблизно половина українських підприємств запровадили в свою діяльність принципи корпоративної соціальної відповідальності, регулярно використовують її по відношенню до основних груп стейкхолдерів. Але при цьому вони не роблять основного – не досліджують ефективність своєї соціально відповідальної поведінки. Нажаль, в результатах проведеного дослідження не зазначається – чому саме підприємці не проводять визначення – чи досягається взагалі ефект від використання соціальної відповідальності в діяльності підприємства. Якщо й досягається такий ефекти – то який, наскільки він відповідає тим зусиллям, ресурсам які витрачені на реалізацію корпоративної соціальної відповідальності.

Так, наприклад, у Франції кожен підприємець повинен раз на рік звітувати про проведення заходів з корпоративної соціальної відповідальності та додатково – про отриманий ефекти від проведених заходів – економічний, соціальний, репутаційний. В звіті комісії Європейського союзу наведено результати дослідження більш ніж 250 підприємств різних європейських держав. В звіті зазначається, що зв'язок корпоративної соціальної відповідальності та конкурентоспроможності підприємства не підлягає сумнівам та не потребує додаткового обговорення. Але практично ні одне з підприємств не змогли навести точні кількісні оцінки, за якими можна було б зробити беззаперечний висновок про наявність позитивного ефекту від соціальної відповідальності.

Дещо інша ситуація на американському континенті. За даними Сталінської Г.О., аналіз вторинної маркетингової інформації свідчить про тісний зв'язок та статистичну кореляцію між використанням підприємством корпоративної соціальної відповідальності та економічною ефективністю діяльності підприємства [24]. Загальна прибутковість підприємства зростала на 43% на підприємствах з соціальною відповідальністю, і лише на 19% на підприємствах лише з позитивними фінансовими показниками, але без соціально відповідальної поведінки на ринку. Дослідники визначають позитивну кореляцію між соціальною привабливістю підприємства та прибутковістю активів, капіталу, акцій цього підприємства. При підвищенні соціальної привабливості підприємства на один пункт зростає покращення репутації на 0,55 пункта. При цьому, зростання економічної привабливості підвищувало репутацію лише на 0,23 пункти.

В процесі провадження та використання принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві важливим є не лише сам цей процес, але й проведення оцінювання його за впливом на основні групи стейкхолдерів.

РОЗДІЛ 2

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «КАДАР ТЕХНО»

2.1. Аналіз конкурентного середовища підприємства

ТОВ «КаДар Техно» працює на ринку України з 2001 року. На сьогодні це є провідне вітчизняне підприємство, основним видом діяльності якого є виготовлення взуття.

В своєму виробництві підприємство використовує новітні технології розробки високопродуктивного обладнання таких лідерів галузі як Teseo, Cerim, Durkopp Adler, Ciucani, та ін.

Компанія співпрацює з провідними італійськими, польськими та португальськими виробниками шкіри. Кращі матеріали і комплектуючі, постійний пошук нових ідей, досконалих форм, тонке дизайнерське чуття творчої команди компанії - забезпечують високі стандарти якості, комфорту і фірмовий стиль моделей KaDar.

Ергономічність колодок, використання натуральних матеріалів, високий рівень контролю якості основні принципи компанії. Співпраця з провідними виробниками матеріалів Польщі, Італії, Іспанії, Португалії, Туреччини, Китаю дає можливість дотримуватися філософії та стандартів бренду KaDar.

ТОВ «КаДар Техно» зареєстроване в 2001 році. Юридична та фактична адреса підприємства - Волинська обл., м. Луцьк, вул. Єршова, 11. Керівником підприємства є директор Греля Юрій Васильович.

Відповідно до зареєстрованих видів підприємство займається такими видами діяльності, як:

1. Виробництво взуття
2. Оптова торгівля одягом та взуттям

3. Неспеціалізована оптова торгівля
4. Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет
5. Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна

Постійному зростанню популярності марки сприяють постійне розширення модельного ряду, збільшення обсягів виробництва, робота маркетологів і ефективного менеджменту. Завдяки цим компонентам KaDar приречений на успіх. Найбільший інтерес до взуття KaDar виражається у молоді, яка і стала основною цільовою аудиторією марки. Стежачи за модними тенденціями в середовищі молоді, ми прийшли до висновку, що найпопулярнішим видом взуттєвої продукції став «casual» - комфортне і стильне взуття для повсякденного носіння.

Діяльність підприємства почалася з виробництва чоловічого взуття. Але час показав, що конкурувати на ринку можна лише маючи достатньо широкий модельний ряд. Тому на підприємстві швидко це зрозуміли та запровадили виробництво ще й жіночого взуття. Як показав час, – це був правильний крок, завдяки якому компанія надійно закріпила свої позиції на ринку. Дякуючи «КаДар Техно», високоякісне шкіряне взуття від виробника можна придбати не лише в Україні. Підприємство працює і на експорт, розширюючи рамки співпраці з Польщею, країнами Балтії, Білоруссю, Канадою та Словаччиною.

Станом на 2019 рік, підприємство може гордитися багатьма заслугами, що значно виділяють його серед маси конкурентів:

- Потужне виробництво, що забезпечує щоденне пошиття понад 1000 пар. Якісне взуття оптом в Україні стало ще доступнішим.
- Товарний ряд, розроблений за всіма стандартами якості.
- Відповідність сьогоденним віянням моди, постійне оновлення асортименту.

- Пріоритетний напрямок розробки колекцій – комфортний «casual» – стильно, сучасно, зручно.
- Надзвичайно висока якість шкіряних виробів, що належить до цінової категорії «середня».
- Високопродуктивне обладнання та найсучасніші технології розробки.
- Тільки якісна шкіра та комплектуючі, що постачаються провідними португальськими, італійськими та польськими виробників.
- Бездоганний фірмовий стиль, досконалі форми, естетичність та ергономічність кожної пари.
- Довіра більш ніж 2000 партнерів в Україні та державах Балтії, Польщі, Канади та інших (Додаток Г).
- Допомога гуртовим покупцям у створенні індивідуальних торговельних точок та мереж.

Основними конкурентами на ринку виробників взуття є такі підприємства, як L.A.P.T.I., Ali Saulidi, Marsala, Kasandra, Artell, Belsta, Caman, InBlu, Kredo, Krok, Litma, Olteya та інші.

В останні два роки спостерігається позитивна динаміка виробництва взуття в Україні (рис. 2.1) [6]:

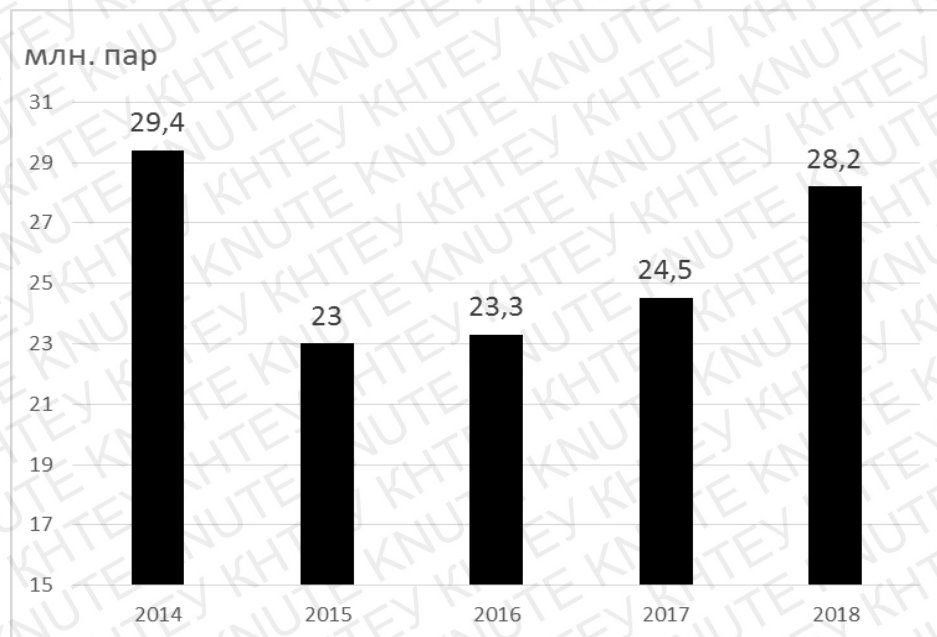


Рис. 2.1 Динаміка виробництва взуття в Україні в період 2014-2018рр. [6].

За даними рисунку 2.1 можна спостерігати, що в останні три роки відбувається збільшення кількості виробленого взуття в Україні. Причому в 2018 році виробництво збільшилося на більше ніж 21% - з 23,3 млн. пар до 28,2 млн. пар.

Суттєвою допомогою вітчизняним виробникам надають роздрібні продавці. Вони не лише поступово виділяють все більш престижні місця на полицях для вітчизняного взутті. Збільшення уваги українського ритейлу до взуття українського виробництва пояснюється суттєвим зменшенням валютних ризиків, можливість замовляти на виробництві розміри, моделі, кількість взуття тощо. Частка вітчизняного взуття на полицях магазинів представлена на рисунку 2.2 [6]:

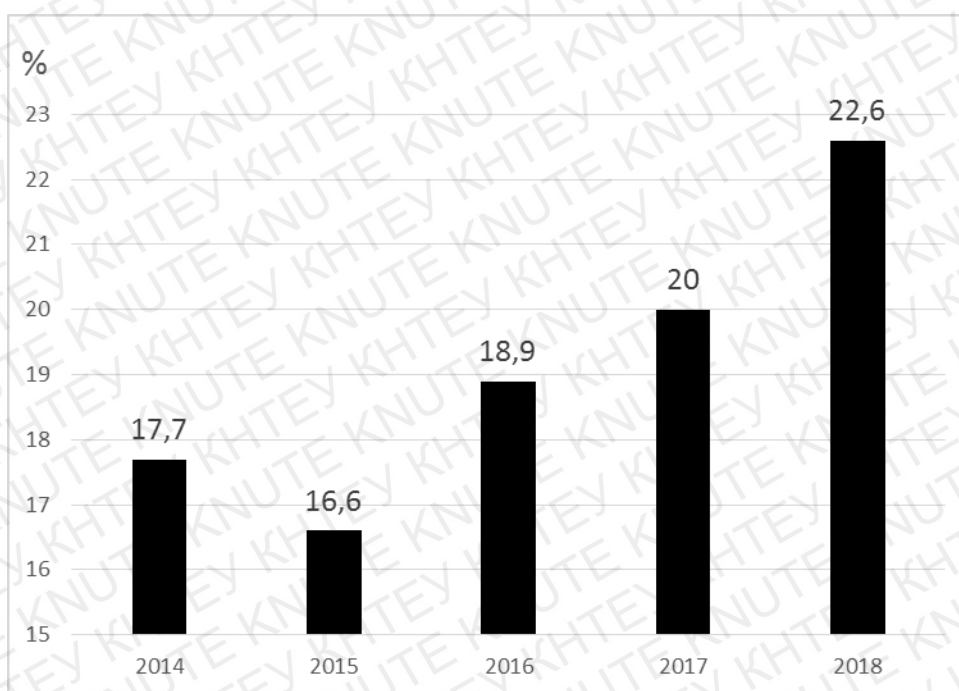


Рис. 2.2 Частка взуття українського виробництва на полицях роздрібних магазинів в період 2014-2018рр. [6].

Рисунок 2.2 наочно демонструє, що після різкого падіння частки вітчизняного взуття в 2015 році на 1,1%, відбулося підвищення в 2016 році на 2,3% по відношенню до 2015 року. Така позитивна динаміка спостерігається й в 2017 році та 2018 році. В 2018 році доля українського взуття на полицях магазинів становила 22,6%, що відповідно на 6% більше, ніж спостерігалось в 2015 році.

Аналіз чисельності, складу та руху персоналу ТОВ «КаДар Техно» проводиться з метою оцінки наявного трудового потенціалу підприємства та його відповідності стратегії й тактиці діяльності підприємства. Тим більш, що саме ці показники використовуються на підприємствах під час планування роботи з персоналом. Структуру та динаміку персоналу в ТОВ «КаДар Техно» представлено в таблиці 2.1. В цій таблиці визначено й порівняння показників структури та динаміки змін чисельності персоналу за 2016-2018 роки.

В Додатку Б наведена організаційно-штатна структура підприємства ТОВ «КаДар Техно».

Таблиця 2.1

Структура та динаміка персоналу ТОВ «КаДар Техно» за 2016-2018рр.

Показник	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Середня облікова кількість працівників за рік, осіб	158	169	186	11	17	7,0	10,1
Кількість прийнятих за рік, осіб	9	16	20	7	4	77,8	25,0
Кількість звільнених за рік, осіб:	2	5	3	3	2	150,0	40,0
за власним бажанням, осіб	2	5	2	3	3	150,0	60,0
за порушення трудової дисципліни, осіб	0	0	1	-	1	0	100,0
за скороченням штату, осіб	0	0	0	-	-	-	-
Управлінський персонал, осіб	17	18	20	1	1	5,9	5,5
питома вага, %	10,8	10,7	10,8	0,1	0,1	0,9	0,9

Джерело: розраховано автором на основі організаційно-штатної структури підприємства ТОВ «КаДар Техно»

Варто відмітити, що за останні три роки спостерігається збільшення середньої кількості працівників. При цьому, темп приросту в останній рік спостереження - 10,1% суттєво збільшився у порівнянні з темпом в 2017 році – 7,0%. Варто відмітити, що за останні три роки спостерігається збільшення кількості прийнятих працівників. Так само, за останні три роки збільшилась кількість управлінського персоналу. Хоча, при цьому, доля управлінського

персоналу по відношенню до загальної кількості не змінюється і залишається на рівні 10,7 – 10,8%.

Це може свідчити про оптимізацію системи управління, приближення норми керованості до необхідного нормативного значення.

За результатами документального дослідження було отримано дані, що лягли в основу розрахунку показників, що характеризують рух персоналу на підприємстві ТОВ «КаДар Техно»:

Коефіцієнт обороту за прийняттям (Копр) розраховували за формулою 2.1:

$$\text{Копр} = \text{Кпр} / \text{Собл} \quad (2.1),$$

де Кпр – кількість прийнятих працівників за період

Собл – середня облікова кількість працівників

Коефіцієнт обороту за звільненням (Кзв) розраховували за формулою 2.2:

$$\text{Козв} = \text{Кзв} / \text{Собл} \quad (2.2),$$

де Кзв – кількість звільнених працівників за період

Коефіцієнт заміщення працівників (Кзам) розраховували за формулою 2.3:

$$\text{Кзам} = \text{Кпр} / \text{Кзв} \text{ (або } \text{Копр} / \text{Козв)} \quad (2.3)$$

Провівши розрахунки, ми отримали наступні показники (Табл. 2.2).

Особливу увагу звертає на себе показник Кзам. Аналіз цього показника за останні три роки свідчить про те, що він збільшується щорічно. Тобто, показник Кзам за три останні роки спостереження стає все більшим. Це й свідчить про збільшення кількості зайнятих, оскільки динаміка приросту персоналу більша, ніж динаміка вивільнення персоналу.

Крім того, ми провели дослідження коефіцієнта постійності кадрів, який визначали за формулою 2.4:

$$\text{Кпк} = (\text{Спп} - \text{Кзв}) / \text{Собл} \times 100\% \quad (2.4)$$

де Кпк – коефіцієнт постійності кадрів

Спп – це кількість працівників на початок періоду.

Таблиця 2.2

**Показники руху персоналу ТОВ «Кадар Техно»
за 2016-2018рр**

Показник	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
Коефіцієнт обороту за прийняттям (Копр)	0,06	0,09	0,11	0,03	0,02	50,0	22,2
Коефіцієнт обороту за звільненням (Кзв)	0,01	0,03	0,02	0,02	-0,01	300,0	33,3
Коефіцієнт заміщення працівників (Кзам)	4,5	3,2	6,7	1,3	3,5	28,9	109,4
Коефіцієнт постійності кадрів (Кпк)	88,2	82,3	85,1	-5,9	2,8	6,7	3,4

Джерело: розраховано автором

Коефіцієнт Кпк за останній 2018 рік дещо покращився у порівнянні з 2017 роком – з 82,3% до 85,1%, але все одно не став настільки високим, як був в 2016 році – 88,2%

Оскільки на планування роботи з персоналом впливають внутрішні чинники, в тому числі й фінансовий стан підприємства, нами було проведено аналіз показників економічної діяльності підприємства ТОВ «Кадар Техно» за останні три роки. Дані про них наведені в Додатку В.

Аналіз окремих даних фінансової діяльності ТОВ «Кадар Техно» надає змогу відслідковувати певну їх динаміку за останні три роки спостереження (табл. 2.3):

Таблиця 2.3

**Окремі показники фінансової діяльності ТОВ «Кадар Техно»
за 2016-2018 рр., тис. грн**

Показник	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
Основні засоби	28611,1	27171,8	26131,4	1439,3	1040,4	5,0	3,8
первісна вартість	28937,1	27608,5	26719,7	1328,6	888,8	4,6	3,2
знос	326,0	436,7	588,3	110,7	151,6	33,9	34,7
Оборотні активи	3650,4	3987,9	6922,6	337,5	2934,7	9,2	73,6

Закінчення Табл 2.3

у тому числі готова продукція	3012,5	3097,8	6190,6	85,3	292,8	27,3	42,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	101,5	92,5	217,5	9,0	125,0	8,9	135,1
Інша поточна дебіторська заборгованість	35,9	74,4	81,2	38,5	6,8	107,2	9,1
Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	679,6	756,1	1 222,5	76,5	466,4	11,3	61,7
Власний капітал Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	92,5	161,2	189,6	68,7	27,4	74,3	17,0
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	29934,9	37620,4	61887,8	7685,5	24267,4	25,7	64,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6501,3	9141,9	15532,1	2640,4	6390,2	40,6	69,9
Чистий прибуток	9011,4	11366,0	14507,2	2354,6	3141,2	26,1	27,6

Джерело – фінансовий звіт підприємства

Можемо визначити, що за останні три роки спостереження в ТОВ «КаДар Техно» постійно зменшувалася вартість основних засобів – на 5,0% в 2017 році та на 3,8% в 2018 році. При цьому суттєво збільшувався й показник зносу основних засобів в 2017 року та в 2018 року у порівнянні з попереднім роком – на 33,9% та на 34,7% відповідно. Спостерігаємо й зростання оборотних активів – більше ніж на 89% за три роки. Левову частку в них складає готова продукція – в 2018 році її частка склада в структурі оборотних активах 89,4%.

Дебіторська заборгованість в 2017 році дещо зменшилась у порівнянні з 2016 роком майже на 9%, а в 2018 році навпаки – збільшилась у порівнянні з 2017 роком на 135%. Таким чином, за три роки цей показник збільшився в 2,4 рази. Майже в 2,3 рази за три роки збільшилась інша поточна дебіторська заборгованість. Динаміка цих показників визначено на рисунках 2.3 – 2.6:

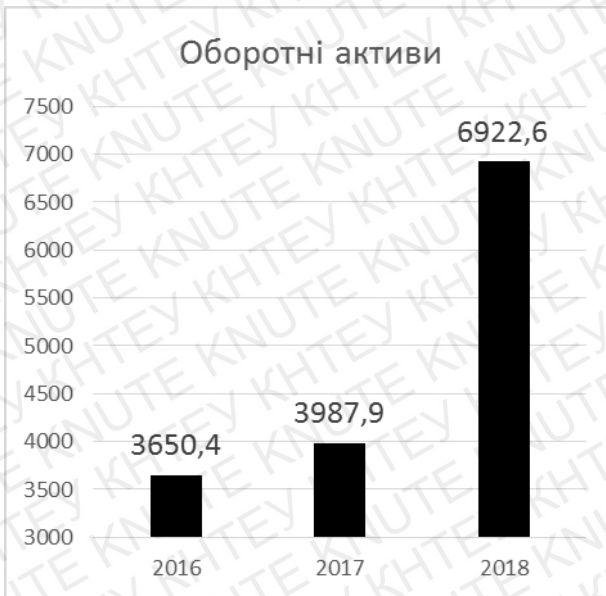


Рис. 2.3 Динаміка оборотних активів ТОВ «КаДар Техно» за 2016-2018рр, тис. грн

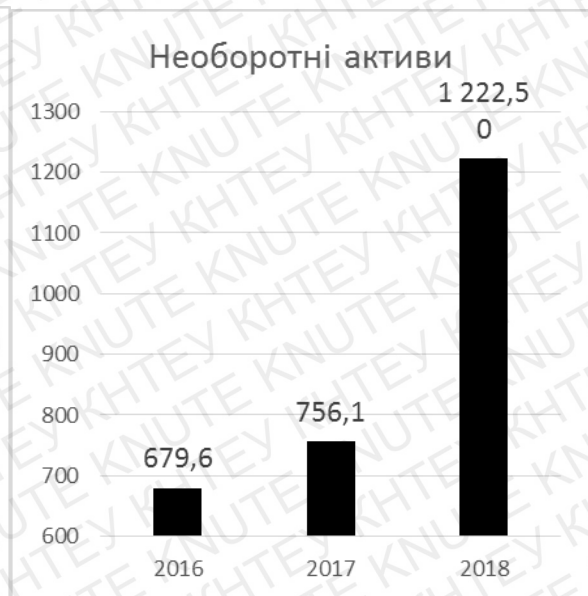


Рис. 2.4 Динаміка необоротних активів ТОВ «КаДар Техно» за 2016-2018рр, тис. грн



Рис. 2.5 Динаміка дебіторської заборгованості ТОВ «КаДар Техно» за 2016-2018рр, тис. грн



Рис. 2.6 Динаміка чистого прибутку ТОВ «КаДар Техно» за 2016-2018рр, тис. грн

За рисунком 2.6 видно, що за останні три роки в ТОВ «КаДар Техно» суттєво змінилися показники чистого прибутку. Так, в 2017 році чистий прибуток збільшився на 26% у порівнянні з 2016 роком, тобто, з 9011,4 тис. грн до 11366,0 тис. грн. В 2018 році динаміка приросту чистого прибутку була дещо краща, ніж в 2017 році - чистий прибуток збільшився у порівнянні

з 2017 роком на 28,0%. Таким чином, чистий прибуток збільшився в 2018 році у порівнянні з 2016 роком у 1,6 рази.

Але при цьому звертає на себе увагу той факт, що постійно зростає показник зносу основних засобів. Так, в 2017 році цей знос збільшився на 34% у порівнянні з 2016 роком, та ще на 34,7% в 2018 році – у порівнянні з 2017 роком.

Отримані результати документального дослідження на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» надають змогу узагальнити їх та висловити думку порте, що в цілому на підприємстві спостерігається позитивна ситуація щодо фінансово-економічного становища підприємства.

2.2. Стан розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

На підприємстві ТОВ «КаДар Техно» нами було проведено практичне дослідження стану розвитку корпоративної соціальної відповідальності. В процесі дослідження нами було використано такі методи дослідження: документальний, анкетування, співбесіда.

Дослідження проводилось нами у відповідності до того, яким чином визначається ефективність заходів з колективної соціальної відповідальності, про що нами зазначалось в підрозділі 1.2. За основу нами було взято показники такої відповідальності, що визначені Глобальним договором ООН та документами Європейського союзу. Так само, ці показники були визначені в Меморандумі про соціальну відповідальність бізнесу, який в Україні був прийнятий на Форумі соціально відповідального бізнесу в 2005 році [10, 16]. До таких показників діяльності підприємства відноситься:

- Відповідальність перед споживачами
- Відповідальність перед постачальниками
- Відповідальність перед персоналом
- Відповідальність екологічна

- Відповідальність перед суспільством.

Відповідальність перед споживачами. На підприємстві ТОВ «КаДар Техно» соціально відповідальна поведінка демонструється в декількох напрямках.

Якість продукції. З першого дня функціонування на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» було проголошено про високий рівень якості продукції, який підприємство буде забезпечувати для задоволення потреб споживачів. Такий високий рівень забезпечений використанням сучасних технологій та техніки на рівні стандартів Європейського союзу. Так, технологічний процес налагоджений та контролюється фахівцями з Італії. Сировина закуповується в таких повідних державах Європи, як Польща, Португалія, Італія. Матеріали для створення сучасних взуттєвих моделей постачаються з Польщі, Португалії, Туреччини, держав Балтії.

Асортиментний ряд. На підприємстві ТОВ «КаДар Техно» щорічно відбувається оновлення асортиментного ряду продукції. При цьому в першу чергу враховуються сучасні світові тренди та вподобання передових європейських та світових модних будинків. При цьому, підприємство не залишає тих, хто вподобав певний вид та модель взуття. Моделі, що набули популярності та є в фаворі продаж продовжують випускати разом з новинками та постачаються в торговельну мережу на рівні з оновленнями.

Партнерська програма. Підприємство ТОВ «КаДар Техно» проголосило, що будь-який покупець продукції підприємства автоматично стає партнером. Це означає, що до свого партнера підприємство бере на себе відповідальність за збереження особистої інформації та дотримання політики конфіденційності про напрямки, асортимент, обсяги та вартість покупок. Партнер підприємства буде забезпечений своєчасною інформацією про оновлення асортименту, нової цінової політики підприємства та інші новини, що можуть стати у нагоді для партнера. Підприємство виходить з проханням до своїх партнерів – для покращення якості продукції та удосконалення сервісного обслуговування, надавати зворотній зв'язок щодо думки партнера

про ці важливі елементи забезпечення потреб споживачів. Отримана інформація обробляється, узагальнюється та потрапляє до групи якості, що сформована на підприємстві. Ця група розробляє заходи щодо удосконалення сервісного обслуговування споживачів та покращення якості виробів підприємства.

На підприємстві ТОВ «КаДар Техно» діє спеціальна програма лояльності для гуртових покупців. Партнери можуть: замовити виготовлення продукції під своїм брендом, замовляти виготовлення продукції невеликими партіями, оплачувати виготовлення продукції частками з невеликою (30%) передплатою, отримати індивідуальні знижки в залежності від обсягу та складності замовлення.

Відповідальність перед постачальниками. Головним елементом корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» по відношенню до постачальників є взяття підприємством на себе зобов'язання про ефективне використання їх продукції та вироблення з неї лише продукції високої якості. Це, на думку керівництва підприємства ТОВ «КаДар Техно», в першу чергу забезпечить збереження іміджу та репутації підприємств що постачають складові для взуттєвого виробництва.

Відповідальність перед персоналом. Основними елементами корпоративної соціальної відповідальності по відношенню до власного персоналу керівництво ТОВ «КаДар Техно» вважає:

1. Забезпечення оптимальних умов праці на робочих місцях.
2. Своєчасна виплата гідної заробітної плати.
3. Участь в навчанні, підвищенні кваліфікації та розвитку власного персоналу.
4. Участь підприємства в вирішенні невиробничих проблем працівників.

На підприємстві ТОВ «КаДар Техно» виробничий процес організований у відповідності до чинного трудового законодавства. Виробництво працює в дві зміни по сім годин кожна. Посередині зміни

працівники мають годинну перерву для відпочинку (прийняття їжі). Кожен працівник перед початком роботи (навіть працівники не виробництва, а офісу) проходять вхідний інструктаж з техніки безпеки про необхідність поводження на робочому місці таким чином, щоб не призводити до небезпеки. Всі працівники виробництва забезпечені спеціальним одягом, який скомпонований таким чином, щоб забезпечити для працівників максимально можливу безпеку.

Всі працівники підприємства ТОВ «КаДар Техно» мають заробітну плату за рівнем відповідну тому, що диктує ринкова ситуація. У відповідності до чинного законодавства, два рази на місяць працівники отримують заробітну плату – це перше та шістнадцяте число кожного місяця (якщо це не вихідний або не святковий день). У відповідності до Колективного договору кожен працівник отримує квартальну премію за умови виконання підприємством планових показників на рівні не менше ніж на 95%.

На підприємстві відсутня цілеспрямована програма навчання та підвищення кваліфікації працівників. Це не означає, що навчання взагалі відсутнє. Щороку організуються та проводяться тренінги для персоналу офісу, керівного складу підприємства. Щороку відбувається навчання працівників бухгалтерії щодо нововведень та зміни чинного законодавства в обліку та аудиту.

В напрямку розвитку персоналу на підприємстві не ведеться ніякої діяльності.

В Колективному договорі підприємства ТОВ «КаДар Техно» зазначені положення, у відповідності до яких підприємство може надавати матеріальну допомогу у випадку смерті близької людини (батько, мати, син, донька, брат, сестра). Таким чином підприємство намагається прийняти участь в не виробничому житті своїх працівників.

Відповідальність екологічна. Взуття на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» не є екологічно небезпечним. Тому на підприємстві немає

цілеспрямованої програми участі його у охороні навколишнього довкілля та збереженні екології в регіоні функціонування. До керівництва підприємства неодноразово звертались громадські екологічні організації щодо можливості участі підприємства в загальних місцевих заходах не лише з покращення екологічної ситуації, але й участі в екологічному навчанні населення тощо. Керівництво підприємства ТОВ «КаДар Техно» взяло на себе зобов'язання розглянути свою участь в подібних заходах.

Відповідальність перед суспільством. Основним елементом корпоративної соціальної відповідальності по відношенню до суспільства в ТОВ «КаДар Техно» вважають вироблення продукції, яка відповідає не лише смаковим уподобанням споживачів. Взятий курс на вироблення продукції, яка за своїми естетичними, трендовими показниками сприяє підвищенню у споживачів самоповаги до себе, підвищенню власної самооцінки тощо. На сьогодні відбувається низка переговорів керівництва підприємства з громадськими організаціями міста Луцька та керівництвом міста по можливість участі підприємства в суспільному житті міста участі в екологічних програмах громадськості та більш активної участі у житті суспільства.

Таким чином, проведене практичне дослідження показало, що на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» присутні окремі елементи корпоративної соціальної відповідальності в контексті Глобального договору ООН та документів Європейського союзу. Але в основному це стосується внутрішнього середовища підприємства. Відносно зовнішнього середовища, для підприємства ТОВ «КаДар Техно», на нашу думку, існує ще достатньо широкий спектр можливостей, які на сьогодні ще не використані та не втілені в діяльність.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Розробка заходів вдосконалення процесу формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Будь-яка система на підприємстві потребує періодичного аналізу, оцінювання та оптимізації. Не повинна бути винятком й система формування корпоративної соціальної відповідальності. Але слід розуміти, що на сьогодні в світі існує декілька моделей формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Американська модель передбачає приділення основної уваги групі стейкхолдерів – інвесторам підприємства.

Європейська модель є дворівневою і передбачає основну увагу до групи стейкхолдерів – незалежним наглядовим радам та до всіх інших стейкхолдерів.

Азійський підхід характеризується особливостями, оскільки суттєво менше уваги приділяється екологічним програмам та турботі про навколишнє середовище, невисокі стандарти умов праці персоналу, менше уваги на дотримання високої якості продукції.

Україна на сьогодні перебуває на перехресті всіх цих підходів. На конкретному підприємстві використовується підхід, який сформований в залежності від того, прихильником чого є засновники підприємства та в яких умовах відбувається діяльність підприємства. В державі поки відсутній єдиний погляд на питання, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю. В першу чергу на це впливає відсутність уваги самої держави, керівництва держави до цих питань та хаотичний розвиток цього руху в Україні.

На сьогодні навіть в світі не існує певного єдиного тренду розвитку питань формування корпоративної соціальної відповідальності. Проведене в Європейському союзі дослідження показало, що 32% підприємств в своїй роботі орієнтуються на Глобальний договір ООН, 31% користується Глобальною ініціативою із звітності. А таким документом, як Керівні принципи ООН з питань бізнесу і прав людини користуються в своїй діяльності лише 3% європейських підприємств.

В світовій практиці при обранні напрямку удосконалення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємства орієнтуються на те, що саме на цьому підприємстві є менш розвиненим та/або потребує найбільшої уваги на поточний момент.

Тому для підприємства ТОВ «КаДар Техно» нами було розроблено та запропоновано конкретну програму формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на перспективний період. При розробці цієї програми нами було враховано те, що на підприємстві вже достатньо непогано розвинений напрям по відношенню до внутрішніх стейкхолдерів та дуже слабо представлено заходи по відношенню до зовнішніх стейкхолдерів та суспільства взагалі. Розроблену програму ми пропонуємо затвердити в спеціальному «Положенні про корпоративну соціальну відповідальність в ТОВ «КаДар Техно».

Під час розробки програми ми намагалися враховувати не лише сучасні світові та вітчизняні тенденції, ступінь наявності тих чи інших соціальних програм та заходів саме на цьому підприємстві. Нами було враховано ще й те – наскільки реально може бути впроваджений той чи інший захід. При цьому ми виходили не лише з можливостей підприємства ТОВ «КаДар Техно» – фінансових, психологічних та людських. Ми намагалися враховувати ще й геоелекономічні особливості територіального розташування підприємства, національні та культурні особливості серед переважної більшості працівників підприємства. На нашу думку, слід також враховувати й готовність

виконавчої та сприймаючої систем підприємства (персоналу, морально-психологічного клімату тощо) до змін, що нами пропонувалися до реалізації.

Розроблена програма заходів з формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності викладена нами в Таблиці 3.1:

Таблиця 3.1

**Програма формування та розвитку
корпоративної соціальної відповідальності
на підприємстві ТОВ «Кадар Техно» на 2020 рік**

№ п/п	Назва заходу	Відповідальний виконавець	Термін виконання
1	2	3	4
1. Відповідальність перед споживачами			
1.1	Збільшення терміну гарантії на продукцію	Відділ якості	30 червня
1.2	Впровадження практики обміну старої моделі взуття на нову	Роздрібна мережа	30 червня
1.3	Виготовлення продукції за технологічними картами замовника	Виробництво	31 грудня
1.4	Виготовлення іменної та корпоративної продукції	Виробництво	31 березня
1.5	Виготовлення продукції індивідуального замовлення	Виробництво	31 березня
2. Відповідальність перед постачальниками			
2.1	Взяття на себе обов'язків з рекламування продукції постачальників на ринку України	Відділ маркетингу	31 січня
2.2	Забезпечення періодичних звітів щодо якісних характеристик продукції постачальників	Відділ маркетингу	31 березня
3. Відповідальність перед персоналом			
3.1	Оновлення техніки на виробництві	Виробництво	30.06.2022 р.
3.2	Запозичення більш сучасних технологій виготовлення взуття	Головний технолог	31 грудня
3.3	Перегляд системи, структури та розмірів оплати праці	Відділ персоналу	31 березня
3.4	Створення плану навчання персоналу по категоріях працівників	Відділ персоналу	31 березня
3.5	Створення цільових програм підвищення кваліфікації працівників	Відділ персоналу	31 березня
3.6	Запровадження програми розвитку персоналу	Відділ персоналу	30 червня
3.7	Розробка та впровадження додатку до колективного договору щодо додаткових пільг для працівників	Відділ персоналу	31 березня

Закінчення Табл. 3.1

4. Екологічна відповідальність			
4.1	Участь в загальних міських заходах з покращення екологічної ситуації в місті	Відділ персоналу	30 липня
4.2	Участь в загальних міських заходах з попередження забруднення території	Відділ персоналу	30 липня
4.3	Проведення навчання персоналу з екологічної безпеки	Відділ персоналу	31 січня
4.4	Розробка та впровадження на підприємстві «Екологічного стандарту виробництва»	Відділ персоналу	31 грудня
4.5	Участь в проведенні досліджень екологічної ситуації в місті Луцьку	Відділ персоналу	30 жовтня
5. Відповідальність перед суспільством			
5.1	Участь в благодійних заходах, що проводяться в місті	Відділ персоналу	30 серпня
5.2	Взяття під шефство школи, дитячого садочку	Відділ персоналу	1 вересня
5.3	Будівництво в місті дитячих площадок	Заступник Директора з АГЧ	29 травня
5.4	Спонсорство спортивної школи, спортивних змагань, культурних заходів	Планово- фінансовий відділ	1 вересня

Джерело: розроблено автором

На нашу думку, деякі пункти програми потребують пояснення.

п. 1.1. Збільшення терміну гарантії на продукцію підприємства позитивно вплине не лише на імідж та репутацію ТОВ «КаДар Техно». Збільшення довіри до взуття підприємства покращить лояльність споживачів та сприятиме їх позитивному ставленню до продукції.

п. 1.2. В світовій практиці продажів вже давно ввійшло в практику обмін старих моделей продукції на нові з доплатою. Про це свідчить практика з продажів мобільних телефонів, телевізорів, меблів тощо. Запровадження аналогічної програми на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» сприятиме покращенню лояльності покупців та їх психологічному прив'язуванню до продукції підприємства.

п. 1.4. На виробництві підприємства можна виробляти продукцію з логотипом та символікою будь-яких підприємств. Зазвичай це використовують компанії як елементи корпоративної культури.

п. 1.5. Запровадження на підприємстві послуги з індивідуального замовлення взуття вирішувало б суттєву соціальну проблему. Серед споживачів певну кількість складають такі, що мають нестандартний розмір ноги, особливі вади розвитку ноги, під які неможливо придбати взуття в звичайному магазині.

п. 2.2. Слід запровадити в практику формування для постачальників звітів щодо якості їх продукції, зручності роботи з нею. В такому звіті можна було б вносити пропозиції щодо покращення якості продукції, що отримується від постачальників.

п. 3.3. Сучасна ситуація на ринку праці характеризується тим, що все більше працездатних українців шукають собі роботу за кордоном. Це змушує роботодавців більш гнучко ставитися до питання оплати праці своїх працівників. На сьогодні вважається доречним перегляд рівня заробітної плати та соціального заохочення працівників хоча б раз на рік, а раз на півроку моніторити ринкову ситуацію.

пп. 3.4-3.5. Для підвищення кваліфікаційного рівня працівників, створення можливості виконання працівниками більш складних та відповідальних завдань слід розробити програму навчання та підвищення кваліфікації персоналу. Програма повинна охоплювати всіх працівників та складатися з чотирьох частин – окремо для кожної категорії працівників – керівництва, спеціалістів, службовців та робочих. Важливим елементом цієї програми, який слід спланувати, повинно бути проведення оцінки ефективності навчання та підвищення кваліфікації.

п. 3.6. За результатами проведеної оцінки та атестації персоналу слід розробити програму розвитку для персоналу. Слід зауважити, що така програма повинна бути створена для всіх категорій працівників. Наявність такої програми розвитку сприятиме підвищенню лояльності персоналу до підприємства та їх затриманню на роботі.

3.7. На нашу думку, зазначення в Колективному договорі лише допомогу при смерті близької людини замало. Слід внести в колективний

договір також допомогу при весіллі одного з працівників, матеріальну допомогу при шкоді, яку завдало стихійне лихо. Слід, так само, покращити лояльність персоналу та їх більшу зацікавленість в підвищенні якості продукції. Цьому буде сприяти введення програми пільгового користування продукцією підприємства. Це може бути можливість отримання пари взуття раз на три роки безкоштовно, або щорічне придбання взуття з суттєвою знижкою. Знижка може залежати від категорії працівника та строку роботи на підприємстві. Крім того, використання працівниками власної продукції стане додатковим показником для зовнішніх споживачів продукції підприємства.

п. 4.3. На підприємстві слід ввести програму екологічного лікбезу. Слід також запровадити навчання персоналу основам принципів корпоративної соціальної відповідальності – її джерела, основи, переваги для підприємства.

п. 4.4. Розробка та впровадження на підприємстві «Екологічного стандарту виробництва» сприятиме не лише загальній обізнаності персоналу з питань екологічної безпеки. Це дозволить звернути увагу працівників, що вони своєю поведінкою можуть змінити екологічну ситуацію – використання паперових пакетів замість поліетиленових, організація збору та утилізації електричних батарейок, енергозберігаючих ламп та неонових лампочок тощо.

пп. 5.1 – 5.4. Заходи цієї групи свідчать для суспільства про те, що підприємство не має за єдину мету заробити прибуток. Такою поведінкою підприємство демонструє своє місце в суспільстві, свою зацікавленість покращенню рівня суспільного життя, турботу про здоров'я, підрастаюче покоління.

Таким чином, розроблена програма суттєво поліпшить ситуацію на підприємстві щодо корпоративної соціальної відповідальності.

3.2. Прогнозна оцінка результатів впровадження заходів щодо вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

Проведене нами дослідження ситуації на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» щодо формування корпоративної соціальної відповідальності показало, що слабкою ділянкою в цьому напрямку є робота із зовнішніми стейкхолдерами. Нами було запропоновано програму із розробки та впровадження програми формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Але зрозуміло, що до впровадження будь-якої програми в практику слід повести оцінку її ефективності.

Частіше всього для проведення прогнозової оцінки на практиці використовують декілька груп методів (рис. 3.1):



Рис. 3.1 Методи прогнозування ефективності на ТОВ «КаДар Техно».

Нами було вирішено провести прогнозу оцінку запропонованої програми формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно».

Для проведення прогнозу оцінки запропонованої програми ми використали один з методів індивідуальної експертної оцінки - інтерв'ю та один з методів колективної оцінки – мозкову атаку. Ми надали перевагу саме цим методам через те, що саме вони використовуються тоді, коли важко і іноді навіть неможливо точно визначити ступінь та силу впливу чинників на результат діяльності підприємства. Для реалізації цього методу нами було опитано менеджерів підприємства ТОВ «КаДар Техно». Їм усім було поставлено запитання про їх думку щодо розміру можливого ефекту від запровадження запропонованої нами програми формування корпоративної соціальної відповідальності. при цьому нами було запропоновано описати три варіанти розвитку ситуації – оптимістичний, оптимальний та песимістичний.

За результатами відповідей менеджерів підприємства було розраховано середній очікуваний розмір зміни показника чистого прибутку підприємства. Таким чином, при оптимістичному варіанті розвитку ситуації менеджери передбачають збільшення чистого доходу в середньому на 15%, при оптимальному варіанті – в середньому на 10%, а при негативному варіанті – в середньому на 6%.

Розрахунок прогнозного результату проводився нами за формулою 3.1:

$$O_p = ЧП \times B_z / 100\% \quad (3.1),$$

де O_p – очікуваний розмір зміни

ЧП - чистий прибуток підприємства

B_z – відсоток зміни

Проведений розрахунок показника дозволяє нам отримати наступні результати (табл. 3.2):

Таблиця 3.2

**Прогноз ефективності запропонованих заходів
на підприємстві ТОВ «КаДар Техно»**

Показники	Варіанти розвитку ситуації		
	оптимістичний	оптимальний	песимістичний
Чистий дохід в 2018 році, тис. грн.	14507,2		
Прогнозний відсоток покращення, %	15	10	6
Очікуваний приріст до чистого доходу, тис. грн	1299,7	804,5	371,3
Витрати, тис. грн	144		
Очікуваний економічний ефект, тис. грн	2176,1	1450,7	870,4

Джерело: розроблено автором

Аналіз таблиці 3.2 дозволяє нам зауважити, що при всіх сценаріях розвитку подій підприємство ТОВ «КаДар Техно» отримує позитивний ефект за умови впровадження запропонованої нами програми формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Спостерігаємо, що за умови ідеального розвитку ситуації менеджери як експерти прогнозують покращення чистого прибутку до 15%, що складало б 2176,1 тис. грн.

За умови оптимального розвитку ситуації, менеджери як експерти передбачають до 10% приросту до чистого прибутку. Це складає 1450,7 тис. грн.

Песимістичний сценарій, який передбачали менеджери підприємства ТОВ «КаДар Техно» може принести додатково 6% до чистого прибутку. Передбачаємо зростання цього показника діяльності підприємства на 870,4 тис. грн.

Слід зауважити на тому, що нами було розглянуто лише економічну складову прогнозованої оцінки ефекту від впровадження додаткових заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Але слід ще враховувати й соціально-психологічну складову.

Ця складова не піддається фінансовому обрахуванню, хоча насправді має достатньо суттєвий вплив на результативність діяльності будь-якого підприємства.

Впровадження в практику діяльності підприємства нових заходів з корпоративної соціальної відповідальності не лише призведе безпосередньо до покращення економічних показників. Ці показники покращатся ще й через покращення іміджу підприємства. такий покращений імідж виникає через покращення ставлення до самого підприємства його персоналу, партнерів, клієнтів, постачальників. Підприємство з соціально відповідальною поведінкою стає більш привабливим для потенційних працівників.

Важко прорахувати реакцію й фінансових інституцій на зміни, що відбуватимуться на підприємстві ТОВ «КаДар Техно». Але світова практика свідчить про те, що впровадження корпоративної соціальної відповідальності приваблює не лише персонал, але й фінансові, державні, громадські організації. Суттєве покращення рівня довіри сприятиме ще й можливості отримання фінансових інвестицій, можливості отримання кредитів та лояльному ставленні органів законодавчої та виконавчої влади в місті.

Таким чином, можна засвідчити, що удосконалення заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно» призведе до позитивних змін як економічного, так і морально-психологічного характеру. Взагалі, наявність на підприємстві такого сучасного руху відразу зараховує його до кагорти передових та перспективних.

Слід зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність є процесом не лише безперервним. Цей процес, у відповідності до положень Генерального договору ООН та інших керівних документів, повинен піддаватися постійному аудиту та удосконаленню.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведеного дослідження маємо можливість зробити наступні висновки та пропозиції:

– Корпоративна соціальна відповідальність міцно вкоренилася в повсякденну діяльність і є маркером відношення підприємства до сучасного. В Україні корпоративна соціальна відповідальність знаходиться на стадії розвитку, причому цей розвиток поки ще достатньо хаотичний та не регулюється державою.

– Узагальнюючи думки відомих вітчизняних та закордонних вчених можна констатувати, що корпоративна соціальна відповідальність – це напрям діяльності підприємства, що виражається у певній соціальній активності, що є не обов'язковою для підприємства, але відбувається через бажання підприємства отримати позитивну зовнішню оцінку від своїх працівників, споживачів, партнерів, суспільства.

– Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності відбувається у відповідності до положень Глобального договору ООН та Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу в Україні: по відношенню до споживачів, постачальників, персоналу, суспільства та екології.

– ТОВ «КаДар Техно» працює на ринку України з 2001 року, основним видом діяльності його є виробництво взуття. Соціально-економічний стан підприємства визначається як стабільно позитивний.

– На підприємстві ТОВ «КаДар Техно» використовуються на практиці окремі елементи корпоративної соціальної відповідальності. Але всі вони запроваджені та використовуються хаотично та не системно. Відсутні заходи з соціально відповідальної поведінки підприємства по відношенню до екології, постачальників, суспільства.

– Нами розроблено пропозиції щодо удосконалення процесу формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві ТОВ «КаДар Техно»:

- Розробити «Положення про корпоративну соціальну відповідальність ТОВ «КаДар Техно».
- Впровадити в діяльність підприємства заходи, що викладені нами в розроблений програмі з удосконалення процесу формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.
- Проводити регулярний аудит корпоративної соціальної відповідальності та запровадити практику постійного удосконалення цього напрямку діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України від 16.09.1997 року № 531/97-ВР «Про благодійництво та благодійні організації» [Електронний ресурс]:. – Соціальна відповідальність Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/531/97-%D0%B2%D1%80>.
2. ISO 26000 – Справочник по вопросам обеспечения корпоративной социальной ответственности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsigroup.com/ruRU/ISO-26000/>
3. Балабанюк Ж. Взаємозв'язок корпоративної соціальної відповідальності та політики руху персоналу організації/ Ж. Балабанюк // Економіка та держава. – 2012. – № 3. – С. 113 – 117.
4. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління // Україна: аспекти праці. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал, 2009, №1. – С. 22 – 26.
5. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісн. Хмельниц. нац. ун. – 2011. – №1. – С. 228–233.
6. Білан О.С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності // Економіка і суспільство. 2017. - № 11. – С. 166 – 169.
7. Волосковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н. Ю. Волосковець // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2015. - Вип. 17. - С. 125-130.
8. В Украине растет производство обуви: как отечественные игроки потеснили китайских // Режим доступу: <https://rau.ua/ru/news/v-ukraine-proizvodstvo-obuvi/18.04.2018>.

9. Гальчак Х. Р. Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання / Х. Р. Гальчак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Проблеми економіки та управління». – 2011. – № 698. – С. 140–146.
10. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) – Електронний ресурс. – Режим доступу: globalcompact.org.ua.
11. Гриненко А.М. Соціальна політика : [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни] [Текст] / Гриненко А.М. – К. : КНЕУ, 2013. – 309с.
12. Грицина Л. А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємства/Л. А. Грицина//Наука та технології: крок в майбутнє – 2017: міжн. наук.–практ. конф.: тези допов. – Дніпропетровськ: Наука та освіта, 2017. – Т. 2. – С. 30–36.
13. Драбчук Т. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у відносинах з працівниками підприємства / Т. Драбчук // Аграрний форум – 2015 : VI Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених (28–29 травня 2015 року). – Суми, 2015. – С. 89 – 92.
14. Євтушенко В.А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники // В.А. Євтушенко / Вісник НТУ «ХП». – 2013. – №46. –С. 53–63.
15. Жуковська В.М. Соціальний розвиток організації: потенціал, управління, інновації : [монографія]. Київ : Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2018. – 360с.
16. Зелена книга Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552
17. Казмерчук М.Т. Корпоративний кодекс як інструмент управління поведінкою персоналу підприємства / М. Т. Казмерчук // Управління розвитком. – 2013. – № 21. – С. 7–10.
18. Касич А. О., Яковенко Я. Ю.Звіт про стійкий розвиток як аналітичний інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності // Ефективна економіка. –№10. –2014. – С. 34 – 37.

19. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. М. Колот // Науковий вісник Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. Серія: Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5–26.
20. Король С. Інституційний підхід до соціальної відповідальності бізнесу // Вісник КНТЕУ.-2013.-№3. – С. 42–55.
21. Косар Н. С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Н. С. Косар, В. М. Пилипенко, Н. Є. Кузьо // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. - 2014. - № 811. - С. 176-183.
22. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005 – 320с.
23. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством / Журнал європейської економіки. 2016. Т. 15, № 2. С. 172- 182.
24. Мартиненко І.О. Шляхи удосконалення корпоративної соціальної відповідальності в галузі лісового господарства України // Траектория науки. 2016. - № 2(7). – С. 246 – 256.
25. Мельник С.С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики // Україна: аспекти праці. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2018. - № 5. – С. 32 – 37.
26. Місько Г.А. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність операційної діяльності підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2015. – № 36. – С. 360 -364.
27. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова О.В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні

- оцінки): монографія. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті, Донецьк. 2013. 296с.
28. Орлова Н.С. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні: Монографія / Н.С. Орлова, А.О. Харламова. – Донецьк: Издательство, 2014. – 250с.
29. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180с.
30. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. – К.: КНЕУ, 2013. – 372с.
31. Політика «ДТЕК» в області корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dtek.com/library/le/politika-dtek-v-oblasti-korporativnoi-sotsialnoi-vidpovidalnosti.pdf>.
32. Практики КСВ в Україні // Центр «Розвиток КСВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2015/12/cases_praktice2015.pdf.
33. Саєнко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження / Ю. Саєнко. – Київ, 2015. – 30с.
34. Сардак С.Е., Гасленко К.С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 12. – С. – 342 - 347.
35. Селіверстова Л.С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності // Актуальні проблеми економіки. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. – 2015. - № 7 (169). – С. 309 – 314.
36. Серікова О.М. Соціальна відповідальність партнерів трудових відносин як чинник раціонального використання трудового потенціалу: теоретико-методологічний підхід / О.М. Серікова // БІЗНЕСІНФОРМ.- 2013.- № 11.- С.237 – 239.

37. Соціальна відповідальність бізнесу – виклик часу // Фармацевт-практик. – 2014. – №7–8. – С. 6–7.
38. Социальная ответственность: кадры решают все // Центр «Развитие КСВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/Guide_1.pdf.
39. Сталінська Г. О. Соціальна складова корпоративного управління: вплив на ефективність діяльності ТНК / Г. О. Сталінська // Культура народів Причорномор'я. – 2015. – № 99. – С. 105-109.
40. Стародубская М. КСВ - один из инструментов управления бизнесом. Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине. К.; ТЭФ ОЛБИ, 2016. – 160с.
41. Стародубська М. Ефективність соціальних проектів потрібно виміряти / М. Стародубська // Новий маркетинг. – 2016. – №8. – С.36-42.
42. Стецик А.Р. Теоретико-методологічні засади управління соціальною відповідальністю підприємництва в ринкових умовах / А.Р. Стецик // Наук. вісн. НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – Львів: РВВ НЛТУ, 2014. – Вип. 21.18. – С. 260–266.
43. Супрун Н.А. Інститут корпоративної соціальної відповідальності: принципи, завдання та пріоритети розвитку / Н. А. Супрун // Наук. праці Донец. нац. техн. ун-ту. Сер.: економічна. – Донецьк : ДонНТУ, 2017. – Вип. 40-2. – С. 190 – 196.
44. Ткач К. І. Еволюційні аспекти формування суті корпоративної соціальної відповідальності / К. І. Ткач. // Економіка, управління, фінанси: теорія та практика: міжнар. наук.-практ. конф., 13-14 грудня 2013 р.: тези доповідей. – Херсон: Видавничий дім “Гельветика”, 2013. – С. 63–66.
45. Фірсова С. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект [Електронний ресурс] / С. Фірсова // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2011. — Режим доступу до публікації:

http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Business_Social_Responsibility_in_Ukraine_the_Marketing_Aspect_14009.pdf.

46. Харламова А. О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії / А. О. Харламова. // Ефективна економіка. - 2012. - № 9. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_9_51
47. Харчишина О. В. Теоретико-методологічні засади розробки корпоративного кодексу підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 2. – С. 152 – 156.
48. Чижевська М. Б. Соціальний аудит як механізм оцінки соціально-економічної ролі кооперативного сектора економіки / М. Б. Чижевська // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2010. - № 3. - С. 34-41.
49. Ши́ра Н.О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств [Електронний ресурс] / Н.О. Ши́ра, А.І. Івашенко // Ефективна економіка. – 2013. – №11. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502
50. Шкура І.С. Роль соціально-відповідального інвестування у забезпеченні сталого розвитку України / І.С. Шкура // Економічний нобелівський вісник. – 2016. – №1. – С.255–256

ДОДАТКИ

Додаток А

СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ДЕРКАЧ Я., 1м курс ФЕМП КНТЕУ,
спеціальність «Управління бізнесом»

У статті наведено результати теоретичного дослідження щодо сутності корпоративної соціальної відповідальності та її місця в виробничій діяльності підприємства. Проведено порівняльну характеристику визначення різними науковцями сутності самої корпоративної соціальної відповідальності. Наведено структуру корпоративної соціальної відповідальності за А. Кероллом. Проаналізовано та доповнено інформацію про переваги та недоліки корпоративної соціальної відповідальності які заважають представникам бізнесу впроваджувати її на своїх підприємствах.

The article presents the results of theoretical research on the essence of corporate social responsibility and its place in the production activity of the enterprise. A comparative description of the definition of the essence of the corporate social responsibility by different scholars is made. The structure of corporate social responsibility of A. Carol is given. The information about the advantages and disadvantages of corporate social responsibility that hinders business representatives from introducing them into their enterprises is analyzed and supplemented.

Актуальність.

Одним з найважливіших на сьогодні вектором розвитку України є прагнення до інтеграції в сучасну європейську економічну систему. Для того, щоб мати можливість стати в один ряд з розвиненими європейськими державами Україні необхідно втілити в життя велику низку законодавчих ініціатив та впровадити їх на високому рівні. При цьому перед нашою державою постає питання дотримання тих обов'язкових вимог, що ставляться в європейських державах (та й в інших розвинених державах світу) перед підприємствами для того, щоб вони мали можливість визначати себе як сучасні та передові. При цьому мова йде не лише, а в першу чергу не стільки про розвиненість сучасної техніки та технології на підприємстві. Одним з найважливіших векторів розвитку сучасного підприємства на світовому ринку є впровадження на ньому принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проведене теоретичне дослідження сучасних наукових літературних джерел дозволяє визначити, що вирішенню питань та проблем корпоративної соціальної відповідальності сьогодні приділяється велика увага не лише теоретиків, але й практиків сучасного менеджменту. Дослідженню проблем розробки, впровадження та розвитку принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві надають високої актуальності в своїх роботах такі відомі сучасні теоретики та практики світового та вітчизняного менеджменту, як Колот А.М., Сардак С.Е., Керолл А., Гасленко К.С., Мескон М., Друкер П., Фірсова С.В., Гальчак Х.Р., Косар Н.С., Пилипенко В.М., Філіпченко О.А., Місько Г.А., Котлер Ф., Харламова А.О., Іванова Т.В., Новікова О.Ф., Ткач Т.І., Шкура І.С. та багато інших. В своїх роботах дослідники підіймають питання не лише закономірностей розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, але й особливостей розвитку самого руху в Україні. На сьогодні поширенням принципів корпоративної соціальної відповідальності в основному займаються підприємства, що прагнуть відповідати сучасним світовим нормам ведення бізнесу та інтегруватися у світову бізнесову систему. Але при цьому відсутня єдність

розуміння впровадження корпоративної соціальної відповідальності особливо на вітчизняних підприємствах, де кожен з власників на свій власний розсуд визначає принципи, що він буде реалізовувати, обсяг та напрям реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

Метою цієї наукової статті є дослідження сутності корпоративної соціальної відповідальності на сучасному вітчизняному підприємстві.

Виклад основного матеріалу.

Дослідження сучасної наукової літератури показало, що на сьогодні відсутнє навіть узгоджене розуміння серед науковців – яким терміном визначати соціально спрямовану діяльність підприємства. найбільш вживаними вважаються визначення «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна відповідальність», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство» [5]. Але серед різноманітності визначено переважна більшість авторів використовує «корпоративна соціальна відповідальність». Ми в нашому науковому теоретичному дослідженні також будемо дотримуватися саме цього терміну.

На сьогодні також не існує узгодженості серед дослідників про те, яким чином слід визначати поняття корпоративної соціальної відповідальності. Існує декілька десятків визначено цього поняття.

Так, Охрименко О.О. та Іванова Т.В. вважають, що сутність корпоративної соціальної відповідальності полягає в волевиявленні, що виявляється певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах та управлінні ними [10].

В Зеленій книзі Європейського Союзу наголошується, що корпоративна соціальна відповідальність – це інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі [6].

Європейська комісія вважає, що корпоративну соціальну відповідальність слід пояснювати як концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища» [1].

За результатами власних досліджень Мельник С.С. визначив, що соціальна відповідальність бізнесу - сфера діяльності корпорації, компанії, підприємства, фірми, установи, організації, що діє на тристоронній основі (роботодавці, органи виконавчої влади, профспілки) шляхом вирішення соціально значущих проблем як у самому бізнесі, так і за його межами, тобто на муніципальному, регіональному, національному, а іноді й глобальному рівнях; добросовісна ділова практика, розвиток персоналу підприємства, охорона здоров'я працівників і безпечні умови праці, охорона довкілля, використання ресурсозберігаючих технологій, а також розвиток суспільства на мікрорівні, що має на меті як досягнення найвищих результатів та високого рівня конкурентоспроможності, так і забезпечення соціальної злагоди й суспільного розвитку в цілому [9].

Своє розуміння корпоративної соціальної відповідальності Ф. Котлер визначає, як таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом [8].

Сардак С.Е. та Гасленко К.С. вважають, що найбільш багатобічно корпоративну соціальну відповідальність можна визначати, як систематичну відповідальність компанії за продукт, який вона виготовляє перед споживачами, працівниками, партнерами, громадою та навколишнім середовищем; ефективну взаємодію та двосторонній діалог між компанією та суспільством; спробу поєднання на добровільних засадах соціальних, етичних та екологічних аспектів ведення бізнесу з метою позитивного впливу компанії на

суспільство загалом, навколишнє середовище та вирішення найгостріших соціальних проблем [11].

Довідник з питань забезпечення корпоративної соціальної відповідальності наголошує та тому, що цей термін означає відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законам і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована в діяльність всієї організації, застосовується в її взаєминах [2].

Таким чином, можна визначити, що корпоративна соціальна відповідальність є певним напрямком діяльності підприємства, що виражається у певній соціальній активності, що є не обов'язковою для підприємства, але відбувається через бажання підприємства отримати позитивну зовнішню оцінку від своїх працівників, споживачів, партнерів, суспільства.

Узагальнюючи положення, що викладав в своїх роботах А. Керолл, Н.Ю. Волосковець зазначає, що корпоративна соціальна відповідальність може відбуватися в чотирьох площинах (рис):



Рис. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності за А. Кероллом [3]

Виходячи з рисунку, в основі знаходиться економічна відповідальність підприємства перед ринком як виробника якісної продукції, послуг та забезпечення через них потреб ринку. При цьому, підприємство задовольняє потреби своїх засновників та працівників через отримання прибутку. Правова відповідальність підприємства реалізується через дотримання правових норм та чинного законодавства. Дотримання норм, що є важливими та необхідними в суспільстві, є проявом того, що підприємство реалізує в своїй діяльності принципи етичної відповідальності.

Філантропічна (дискреційна) відповідальність спонукає підприємство приймати участь в соціальних суспільних програмах. При цьому підприємство намагається відповідати вимогам та запитам суспільства, демонструвати своє зацікавленість соціальними проблемами та приймає участь в їх вирішенні.

А. Керолл вважає, що ідеальною ринковою компанією є така, у якої всі ці чотири рівні відповідальності є взаємопов'язані. Відповідальність більш високого рівня, за його

баченням, може реалізуватися в повній мірі лише за умови повноцінної реалізації відповідальності нижнього рівня.

За даними літературних джерел, представники бізнесу неоднозначно відносяться до розповсюдження руху з корпоративної соціальної відповідальності. Частина бізнесменів мають свої причини для того, щоб ставитися негативно до цього руху та не впроваджувати або уповільнювати впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності. Причинами цього Н.С. Косар та інші вважають [5, 7, 11] (табл):

Таблиця

Переваги та недоліки впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві*

Переваги корпоративної соціальної відповідальності	Недоліки корпоративної соціальної відповідальності
Удосконалення процесів управління	Зменшення прибутку
Покращення іміджу	Витрати на необов'язкову соціальну активність
Покращення життєздатності підприємства	Розмивання бізнесових цілей
Відповідність соціокультурним нормам	Можливість невідповідності очікуванням суспільства
Удосконалення шляхів вирішення соціальних проблем	Негативне ставлення представників бізнесу, які не підтримують корпоративну соціальну відповідальність
Збільшення долі ринку	Залежність поведінки від соціальних потреб суспільства
Зниження ризиків	
Отримання нових можливостей через участь у соціальних програмах	
Позитивне ставлення фінансових інститутів	

* - доповнено автором

Виходячи з даних таблиці, представники бізнесу, що поки не впровадили у себе програму корпоративної соціальної відповідальності мають для себе достатньо причин. При тому, що ці причини є не лише морально-психологічними («невідповідність очікуванням суспільства», «залежність поведінки від соціальних потреб» тощо), але й суто економічними – зменшення прибуткової частини фінансових результатів діяльності, додаткові витрати, розмивання цілей бізнесу, негативне ставлення інших бізнесменів, що може виражатися в активному їх впливі.

Висновки.

Проведене нами теоретичне дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Питання, що пов'язані з проблемами корпоративної соціальної відповідальності, залишаються актуальними тривалий час через свій опосередкований вплив на перебіг бізнесових процесів.
2. На сьогодні існує декілька термінів, які визначають соціальну активність підприємства - «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна відповідальність», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство». Серед них найбільш вживаним та розповсюдженим є «корпоративна соціальна відповідальність».
3. Серед науковців, що вивчають корпоративну соціальну відповідальність, відсутня узгодженість поглядів на те, як слід розуміти її сутність. Практично кожен з дослідників має своє авторське визначення сутності цього поняття.

4. Корпоративна соціальна відповідальність має чотири рівні реалізації, які між собою взаємопов'язані і повнота реалізації певного рівня залежить від повноти реалізації рівня, що знаходиться нижче.
5. Розповсюдження руху з популяризації та розповсюдження принципів корпоративної соціальної відповідальності штучно гальмується певною частиною представників бізнесу через те, що існують не лише переваги. Але й недоліки впровадження її на підприємстві. При тому такі переваги є не лише морально-психологічними, але й суто економічними.
6. Корпоративна соціальна відповідальність є багатобічною та впливовою на діяльність бідь-якого підприємства, тому дослідження її сутності, принципів та закономірностей потребує подальшого його дослідження.

Список використаних джерел:

1. Corporate social responsibility [Electronic resource] : [about] // As You Sow : organization's website. – Available from: <http://www.asyousow.org/about-us/theory-ofchange/corporate-social-responsibility>. – Viewed 01.02.2016. – Title from screen.
2. ISO 26000 – Справочник по вопросам обеспечения корпоративной социальной ответственности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsigroup.com/ruRU/ISO-26000/>
3. Волосковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н. Ю. Волосковець // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2010. - Вип. 17. - С. 125-130.
4. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) – Електронний ресурс. – Режим доступу: globalcompact.org.ua.
5. Гриненко А.М. Соціальна політика : [навч.-метод. посіб. для сам ост. вивч. дисципліни] [Текст] / Гриненко А.М. – К. : КНЕУ, 2003. – 309с.
6. Зелена книга Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552
7. Косар Н. С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Н. С. Косар, В. М. Пилипенко, Н. Є. Кузьо // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. - 2014. - № 811. - С. 176-183.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005 – 320с.
9. Мельник С.С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики // Україна: аспекти праці. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2008. - № 5. – С. 32 – 37.
10. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180с.
11. Сардак С.Е., Гасленко К.С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти //Економіка і суспільство. 2017. – Вип. 12. – С. 342 – 347.

Додаток Б

Організаційна структура підприємства ТОВ «Кадар Техно»



Додаток В

Показники економічної діяльності ТОВ «КаДар Техно»
за 2016-2018 роки, тис. грн. *

Показники діяльності	2016	2017	2018
1	2	3	4
Основні засоби	28611,1	27171,8	26131,4
первісна вартість	28937,1	27608,5	26719,7
знос	326,0	436,7	588,3
Всього за розділом I	28611,1	27171,8	26131,4
Запаси оборотних активів	3650,4	3987,9	6922,6
у тому числі готова продукція	3012,5	3097,8	6190,6
Товари	1365	922	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	101,5	92,5	217,5
Інша поточна дебіторська заборгованість	35,9	74,4	81,2
Гроші та їх еквіваленти	7,7	21,8	32,7
Витрати майбутніх періодів	1,9	1,9	1,9
Усього за розділом II	520,1	403,5	972,1
БАЛАНС	797,9	689,6	1 235,5
Зареєстрований (пайовий) капітал	50,0	50,0	50,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	92,5	161,2	189,6
Довгострокові забезпечення	14,1	395,1	28,5
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	92,2	44,4	37,9
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	80,3	7,6	100,4
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	0,1	-	0,1
Усього за розділом III	172,6	52,0	138,4
Баланс	797,9	689,6	1 235,5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	29934,9	37620,4	61887,8
Інші операційні доходи	729,4	926,1	270,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6501,3	9141,9	15532,1
Інші операційні витрати	2 962,7	3 327,3	4 369,3
Фінансовий результат до оподаткування	110,3	446,3	557,6
Податок на прибуток	19,9	80,3	100,4
Чистий прибуток	9011,4	11366,0	14507,2

*узагальнено автором за результатами фінансових звітів

Додаток Г

Зразки продукції підприємства ТОВ «Кадар Техно»



Чоловічі кросівки



Жіночі кеди