

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра: менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

на тему: «Розвиток соціальної відповідальності у менеджменті сучасних підприємств на матеріалах ХКП «Електротранс»»

Виконав(ла): студент(ка)

4 курсу спеціальності

073 Менеджмент

Диса К.П.

(прізвище та ініціали)

Керівник: д.е.н., доцент, Іжевський П.Г.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доцент, Кравець І.М.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Диса К.П. – Розвиток соціальної відповідальності у менеджменті сучасних підприємств (на матеріалах ХКП «Електротранс»)

Бакалаврська робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 073 Менеджмент.

Тема розвитку соціальної відповідальності є безумовно актуальною, оскільки допомагає підприємствам впроваджувати етичні принципи та встановлювати високі стандарти поведінки. Це сприяє зміні культури організації, створює сприятливу робочу атмосферу та підвищує моральний дух колективу. Залучення до вирішення соціальних проблем, врахування їх потреб та очікувань сприяють покращенню репутації підприємства та побудові довгострокових стосунків зі зацікавленими сторонами.

Автором у першому розділі було вивчено та узагальнено теоретичні основи соціальної відповідальності. А саме розглянуто сутність поняття «соціально відповідальність» та охарактеризовано основні її види. Було опрацьовано критерії та методи оцінки соціальної відповідальності.

У другому розділі здійснено аналіз основних техніко-економічних показники діяльності ХКП «Електротранс» та оцінено рівень соціальної відповідальності на даному підприємстві.

У заключному розділі наведено шляхи розвитку соціальної відповідальності та обґрунтовано напрями підвищення її рівня на ХКП «Електротранс».

Практичні рекомендації та розрахунки можуть бути використані у подальшій діяльності компанії.

Ключові слова: *соціальна відповідальність, корпоративна відповідальність, розвиток підприємств, соціальний діалог, взаємодія зі зацікавленими сторонами.*

ABSTRACT

Dusa K.P. - Development of social responsibility in the management of modern enterprises (based on the materials of the Khmelnytskyi Communal Enterprise "Electrotrans").

Bachelor's work for a bachelor's degree in 073 Management.

The topic of social responsibility development is definitely relevant, as it helps enterprises implement ethical principles and set high standards of behavior. This helps to change the culture of the organization, creates a favorable working atmosphere and increases the morale of the team. Involvement in solving social problems, taking into account their needs and expectations contribute to improving the company's reputation and building long-term relationships with stakeholders.

In the first chapter, the author studied and summarized the theoretical foundations of social responsibility. Specifically, the essence of the concept of "social responsibility" was considered and its main types were characterized. Criteria and methods of assessing social responsibility were developed.

In the second section, the main technical and economic indicators of the activity of the Khmelnytskyi communal enterprise "Electrotrans" were analyzed and the level of social responsibility at this enterprise was assessed.

In the final section, the ways of social responsibility development are given and the directions for increasing its level at the Khmelnytskyi communal enterprise "Electrotrans" are substantiated.

Practical recommendations and calculations can be used in further activities of the company.

Key words: *social responsibility, corporate responsibility, enterprise development, social dialogue, interaction with interested parties.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	8
1.1. Сутність та роль соціальної відповідальності в менеджменті підприємства.....	8
1.2. Критерії та методи оцінки соціальної відповідальності підприємства... ..	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ХКП «ЕЛЕКТРОТРАНС».....	22
2.1. Аналіз показників діяльності та системи корпоративно-соціальної відповідальності ХКП "Електротранс».....	22
2.2. Оцінка рівня соціальної відповідальності ХКП «ЕЛЕКТРОТРАНС».....	32
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ХКП «ЕЛЕКТРОТРАНС».....	38
3.1. Стратегічні напрями розвитку та підвищення рівня соціальної відповідальності ХКП «Електротранс».....	38
3.2. Економічне обґрунтування впровадження заходів підвищення рівня соціальної відповідальності ХКП «Електротранс».....	47
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток соціальної відповідальності у менеджменті сучасних підприємств є актуальною темою, що займає важливу позицію в сучасному бізнес-середовищі. Суспільство все більше усвідомлює важливість етичних, соціальних та екологічних аспектів діяльності підприємств. Підприємства, які прагнуть досягти стійкого розвитку та зберегти лідируючу позицію на ринку, повинні активно впроваджувати соціально відповідальні практики.

У контексті зростаючих очікувань споживачів, регулятивного середовища та глобальних викликів, підприємства, які виявляють соціальну відповідальність, мають можливість покращити свою репутацію, залучити нових клієнтів, зберегти лояльність і задоволеність наявних клієнтів, залучити талановитих працівників, знизити ризики та забезпечити стійкий розвиток. Впровадження соціально відповідальних практик допомагає підприємствам будувати взаємовигідні стосунки зі своїми зацікавленими стейкхолдерами і створювати позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище. Тому розвиток соціальної відповідальності у менеджменті є необхідним кроком для підприємств у досягненні сталого розвитку та позиціонування на ринку.

У зв'язку з цим проблема соціальної відповідальності є безумовно актуальною.

Мета та завдання роботи. Метою бакалаврської роботи є дослідження та аналіз ролі соціальної відповідальності у сучасному менеджменті підприємств. Визначення стратегій та заходів, що сприяють розвитку соціальної відповідальності на підприємствах з метою досягнення сталого розвитку.

Відповідно до мети визначено такі основні завдання:

– розкрити сутність поняття «соціальна відповідальність» та охарактеризувати основні його складові;

- дослідити критерії та методи оцінки соціальної відповідальності підприємства;
- здійснити загальну характеристику діяльності ХКП «Електротранс»;
- оцінити рівень соціальної відповідальності ХКП «Електротранс»;
- розробити стратегічні напрями розвитку та підвищення рівня соціальної відповідальності;
- обґрунтувати впровадження заходів підвищення рівня соціальної відповідальності ХКП «Електротранс».

Об’єктом дослідження є розвиток соціальної відповідальності у менеджменті сучасних підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні положення і методи щодо розвитку соціальної відповідальності на ХКП «Електротранс».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у бакалаврській роботі було використано такі методи:

- статистичний та графічний аналіз – для оцінки показників внутрішнього середовища та його складових;
- формування таблиць, діаграм, графіків – для подання результатів практичних досліджень у наочній формі;
- розрахунково-аналітичний і порівняльний метод – для аналізу та порівняння техніко-економічних показників організації;
- логічний та системний аналіз – для обґрунтування теоретичних і практичних рекомендацій.

Інформаційною базою практики є статут та установчі документи ХКП «Електротранс», фінансова звітність, літературні та періодичні джерела, які стосуються теми дослідження та інтернет-ресурси.

Практична значущість отриманих результатів роботи полягає в тому, що запропоновані практичні рекомендації щодо удосконалення управління внутрішнім середовищем сприяють забезпеченню ефективного функціонування організації в цілому, та кожного працівника окремо.

Наукова новизна розширення теоретичного розуміння соціальної відповідальності у контексті менеджменту, запропоновано та обґрунтовано заходи для підвищення рівня соціальної відповідальності.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення бакалаврської роботи були висвітлені на XXII Міжнародній науково-практичній конференції «Modern theories and improvement of world methods» (06-09 червня 2023 р., Гельсінкі, Фінляндія) та V Міжнародній студентській науковій конференції «Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки» (9 червня 2023 р., м. Житомир).

Структура роботи: бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять шість підрозділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг бакалаврської роботи становить 66 сторінок тексту, в тому числі основний текст – 52 сторінок. В загальному робота містить 20 таблиць та 5 рисунків. Список використаних джерел налічує 67 найменування. Кількість додатків – 3.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність та роль соціальної відповідальності в менеджменті підприємства

Соціальна відповідальність є добровільним і свідомим виконанням, використанням і дотриманням соціальних норм та приписів суб'єктами суспільних відносин. Якщо ці норми порушуються, передбачаються заходи впливу на порушників.

Основні ознаки соціальної відповідальності включають:

- конкретно-історичний зміст: соціальна відповідальність відображається в конкретних умовах і контексті суспільства;
- свідоме виконання обов'язку, тобто особа свідомо виконує свої обов'язки перед суспільством;
- виконання обов'язку впливає з моральних принципів і совісті суб'єкта;
- невиконання обов'язку спричиняє осуд соціального середовища або окремих членів суспільства;
- ініціативний характер, тобто соціальна відповідальність виявляється у прояві ініціативи та активності суб'єкта;
- перевага суспільного або індивідуального суб'єкта, тобто соціальна відповідальність може бути спрямована на благо суспільства або на індивідуальні інтереси, враховуючи роль представника суспільства або соціальної групи;
- компроміс між суспільними інтересами та індивідуальними прагненнями, соціальна відповідальність враховує баланс між загальними інтересами суспільства та індивідуальними, професійними, етичними цілями;

– поведінка людей в контексті соціально відповідальності

визначається очікуваннями, які люди мають щодо соціальної позиції суб'єкта і формування соціально визначених атрибутів конкретних соціальних груп [9].

Соціальна відповідальність може бути розглянута як соціальне явище, що включає дві основні складові: суб'єкт та об'єкт. Об'єктивний аспект відповідальності визначається зовнішніми соціальними вимогами, які регулюють діяльність суб'єктів у суспільних зв'язках і взаємовідносинах. Суб'єктивний аспект відповідальності, з своєї сторони, відображає соціальні та морально-психологічні якості особи, яка виявляє свідомість свого обов'язку перед суспільством.

Важливо підкреслити, що соціальна відповідальність має політичний характер, оскільки вона стосується взаємин між суб'єктами та державою. Вона передбачає не лише взаємне свідоме ставлення суб'єктів до своєї суспільно значущої поведінки, але й відповідальність держави перед суспільством і людиною. Таким чином, соціальна відповідальність повинна бути взаємною між суб'єктами суспільних відносин і державою.

Таким чином, що соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

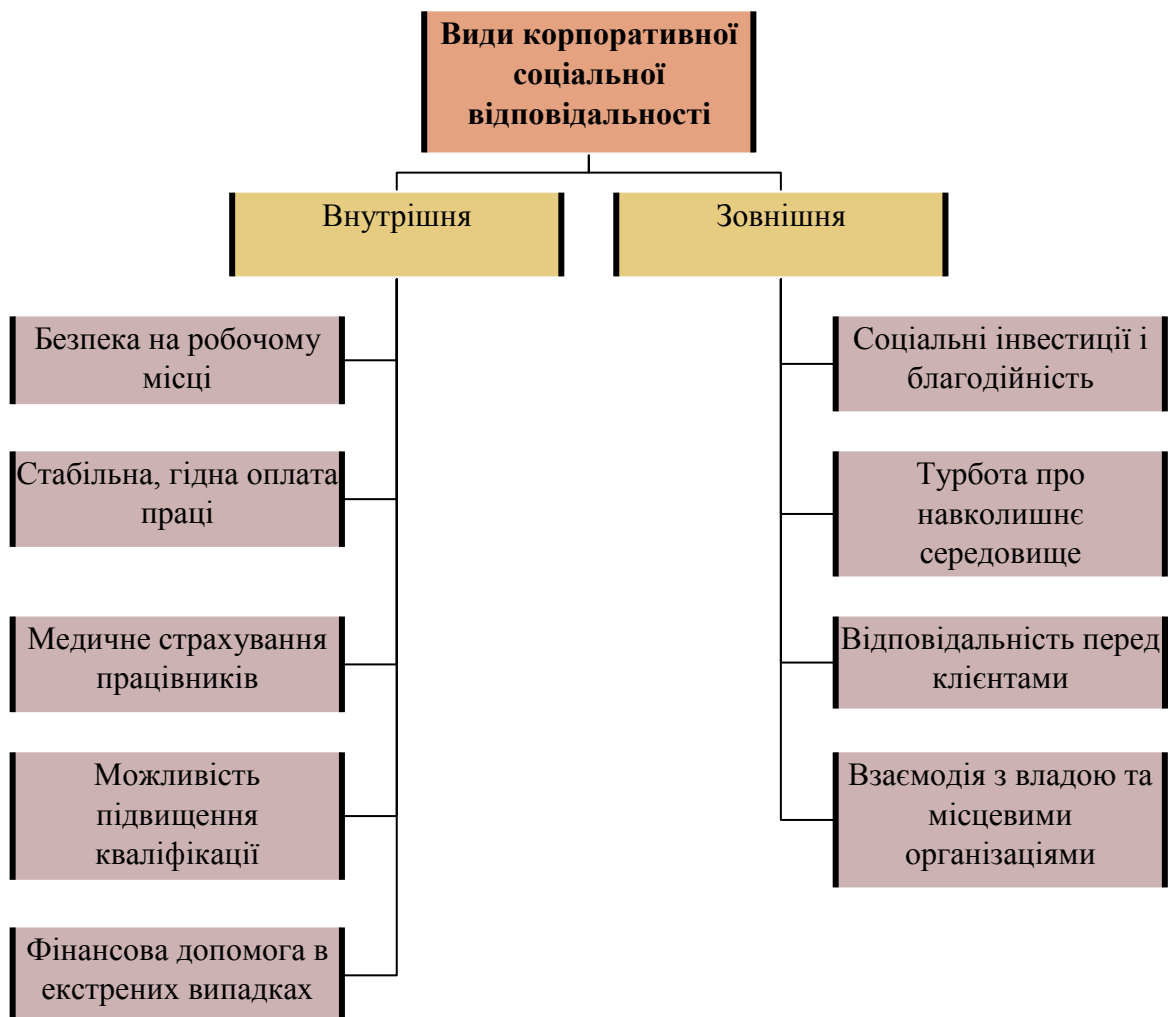
Соціальна відповідальність тісно пов'язана з соціальною безпекою. Вона служить гарантом загальної соціальної безпеки та особистої безпеки людини, а також сприяє збереженню соціальної гармонії, цілісності суспільства та держави [62].

У контексті менеджменту підприємства соціальна відповідальність має роль у забезпеченні збалансованого підходу до бізнес-розвитку, що враховує

інтереси всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів), таких як клієнти, співробітники, постачальники, громадськість, акціонери та інші.

Крім того, соціальна відповідальність допомагає підприємству зменшити його вплив на довкілля, підвищити ефективність та конкурентоспроможність. Вона також може сприяти залученню більшої кількості клієнтів та збільшенню лояльності споживачів, які віддають перевагу компаніям, що виявляють соціальну відповідальність [54].

Соціальна відповідальність в менеджменті підприємства поділяється на внутрішню та зовнішню. На рисунку 1.2 зображено що належить до кожного виду корпоративної соціальної відповідальності.



Джерело: [52].

Внутрішня соціальна відповідальність орієнтована на співробітників і внутрішнє середовище підприємства. Це включає забезпечення гідних умов праці, безпеки та здоров'я на робочому місці, створення сприятливої організаційної культури, розвиток та підтримку співробітників. Підприємство може реалізовувати внутрішню соціальну відповідальність шляхом надання соціальних пакетів, можливостей для професійного розвитку, балансу роботи та особистого життя, а також шляхом підтримки різноманітних програм добробуту співробітників.

Зовнішня соціальна відповідальність підприємства відноситься до його впливу на соціальне, екологічне та економічне середовище. Це включає дотримання етичних стандартів у відносинах з клієнтами, постачальниками, споживачами та іншими зацікавленими сторонами. Крім того, підприємство може вести діяльність з урахуванням впливу на навколишнє середовище, пропагувати стале виробництво, використання екологічно чистих технологій, а також підтримувати соціальні та благодійні ініціативи [10].

Внутрішня та зовнішня соціальна відповідальність підприємства взаємопов'язані і взаємодоповнюють одна одну. Забезпечення гідних умов праці та розвитку співробітників сприяє підвищенню продуктивності та якості роботи, що в свою чергу може позитивно вплинути на задоволення клієнтів та відносини з ними. Виконання етичних стандартів та залучення до соціальних та благодійних ініціатив підсилює довіру споживачів та інших зацікавлених сторін до підприємства, що може позитивно вплинути на його репутацію та фінансові показники.

Здійснення внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності сприяє створенню сталого та успішного підприємства, яке забезпечує не лише економічний розвиток, але й позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Принципи корпоративної соціальної відповідальності включають:

- розвиток тісних та довгострокових відносин зі споживачами,

робітниками, постачальниками та іншими партнерами;

- завоювання репутації надійної організації, що відповідально ставиться до соціальних та екологічних проблем;
- фокус на споживачах, лідерство у якості, обслуговуванні та надійності;
- прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх введення на світовий ринок;
- інновації та постійне вдосконалення;
- створення банку кваліфікованої та мотивованої робочої сили з високою продуктивністю [16].

Проте, визначення поняття "корпоративна соціальна відповідальність" залежить від галузі, в якій працює підприємство, а також впливає місцезнаходження та цілі діяльності організації. Наприклад, у США часто асоціюють корпоративну соціальну відповідальність з волонтерством та благодійністю. В Європі ж це термін розглядається як здійснення бізнесу в соціально-відповідальний спосіб.

Одним із ключових аспектів корпоративної соціальної відповідальності є створення сталої й етичної бізнес-практики. Це означає дотримання принципів чесності, прозорості, відкритості та взаємовигідної співпраці. Підприємство повинно дотримуватись законодавства, етичних норм, а також забезпечувати справедливі умови праці та управління [14].

Корпоративна соціальна відповідальність також передбачає взаємодію з громадськістю та розвиток партнерських відносин з різними зацікавленими сторонами. Це може включати активну участь в соціальних та благодійних програмах, спонсорство культурних заходів, підтримку освітніх та наукових ініціатив, а також сприяння розвитку громади, в якій підприємство діє.

КСВ включає екологічну відповідальність, що передбачає зменшення негативного впливу підприємства на довкілля. Це може охоплювати енергоефективність, використання відновлюваних джерел енергії, зменшення

викидів та відходів, застосування екологічно чистих технологій та управління природними ресурсами.

Основною метою корпоративної соціальної відповідальності є досягнення балансу між економічними, соціальними та екологічними цілями, забезпечення сталого розвитку та позитивного впливу на суспільство. КСВ є не лише моральним обов'язком, але й стратегічним інструментом, який може сприяти конкурентоспроможності, інноваціям та довгостроковому успіху підприємства [23].

Принципи соціальної відповідальності приносять бізнесу наступні переваги:

- забезпечення позитивної суспільної репутації організації. Діяльність підприємства з метою побудови та збереження доброго іміджу в очах громадськості, споживачів, співробітників, інвесторів та інших зацікавлених сторін;

- зміцнення довіри населення до компанії, її товарів і послуг. Виконання підприємством своїх обіцянок та зобов'язань перед споживачами та громадськістю. Це може включати дотримання високих стандартів якості та безпеки послуг, відкритість і прозорість у комунікації зі споживачами, відповідальне виробництво та дотримання етичних принципів у бізнес-практиках;

- підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу, забезпечення лояльності персоналу. Надання можливостей для професійного навчання, тренінгів, семінарів та інших форм розвитку;

- створення безпечного середовища діяльності і розвитку компанії шляхом впровадження власної корпоративної політики. Розробка і впровадження процедур та стандартів безпеки на робочому місці, надання необхідного захисту та оснащення співробітників, проведення навчань та тренінгів щодо безпеки, а також систематичний контроль та оцінку ризиків, пов'язаних з діяльністю компанії;

- відповідність міжнародним нормам і стандартам економічної спільноти.
- Дотримання компанією встановлених міжнародних стандартів, директив та норм, які стосуються соціальної відповідальності і сталого розвитку [24];
- можливість формування партнерських відносин з владними структурами, громадськістю та ЗМІ. Співпраця з урядовими органами, громадськими організаціями та ЗМІ для спільного вирішення соціальних, екологічних та економічних питань.

Суспільство також отримує ряд переваг:

- розбудова партнерських відносин між бізнесом, владою та громадськістю;
- надання адресної екстреної допомоги особам, які її потребують;
- покращення та розвиток соціального захисту населення;
- залучення інвестицій у різні суспільні сфери;
- підтримка громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання "інтелектуального ресурсу" країни і регіону [26].

Соціальна відповідальність може мати два аспекти: позитивний і негативний. Позитивна соціальна відповідальність означає свідоме й добровільне дотримання суб'єктами суспільних відносин соціальних норм і правил. Негативна соціальна відповідальність передбачає застосування заходів впливу проти тих, хто порушує соціальні норми.

Соціальна відповідальність може бути реалізована у двох формах. Перша форма - добровільна, виражається у виконанні соціальних норм суб'єктом шляхом правомірної поведінки і реагування на виконання цих норм. Друга форма - примусова, виражається у вимушеному виконанні соціальних норм порушником за допомогою різних суспільних або державних заходів примусу [28].

Отже, соціальна відповідальність є важливою складовою менеджменту підприємства, яка допомагає підприємству забезпечити стійкий розвиток та позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

1.2. Критерії та методи оцінки соціальної відповідальності підприємства

Для оцінки соціальної відповідальності підприємства застосовуються різні критерії та методи. До них відносяться:

– вплив на соціальне середовище. Оцінка враховує, як підприємство впливає на соціальне середовище, включаючи взаємодію зі співробітниками, споживачами, місцевою громадою та іншими зацікавленими сторонами.

– економічна стійкість. Оцінка включає аналіз фінансової стійкості підприємства і його впливу на економіку на місцевому та глобальному рівнях.

– екологічна відповідальність. Оцінка враховує дотримання підприємством норм екологічної безпеки, впровадження енергоефективних технологій та заходів зі зменшення викидів.

– соціальні ініціативи. Оцінка включає аналіз соціальних програм, які підприємство реалізує, таких як спонсорство, благодійність, освітні та культурні ініціативи.

– етичні стандарти: Оцінка враховує дотримання підприємством етичних принципів у взаємодії зі співробітниками, клієнтами, постачальниками та іншими стейкхолдерами [8].

До основних критеріїв оцінки соціальної відповідальності підприємства можна віднести:

– відношення до працівників. Цей критерій оцінює умови праці, дотримання прав та свобод. Сюди входять питання безпеки та здоров'я на робочому місці, справедливої оплати праці, можливостей професійного розвитку та підтримки балансу між роботою та особистим життям. Підприємства можуть оцінюватися за наявність соціальних програм та заходів,

спрямованих на поліпшення якості життя працівників, таких як медичне страхування, спортивні заходи, допомога в отриманні освіти тощо.

– відношення до стейкхолдерів. Цей критерій оцінює врахування інтересів та потреб різних груп зацікавлених сторін. Підприємство повинно дбати про задоволення клієнтів, утримання партнерських відносин з постачальниками, забезпечення вигод акціонерів, а також врахування інтересів співтовариств, громадських організацій та інших. Підприємства можуть оцінюватися за наявність механізмів для збору і зворотного зв'язку зі стейкхолдерами, діалогу та співпраці з ними, а також за ініціативи, спрямованими на вирішення їхніх потреб та проблем [47].

– відношення до довкілля. Цей критерій оцінює вплив підприємства на навколишнє середовище. Включає оцінку використання природних ресурсів, зменшення негативного впливу на довкілля, дотримання стандартів екологічної безпеки та впровадження екологічно чистих технологій. Підприємства можуть оцінюватися за наявність планів та заходів щодо зменшення викидів та відходів, збереження природних ресурсів, участі в програмах з екологічного відновлення тощо.

– економічна відповідальність. Цей критерій оцінює фінансову стабільність підприємства та його внесок у економіку країни. Сюди входить оцінка прибутковості підприємства, сплата податків та відрахувань до бюджету, забезпечення робочих місць. Підприємства можуть оцінюватися за ефективність у використанні ресурсів, підтримку місцевої економіки та соціального розвитку.

– етика та культура. Цей критерій оцінює відповідність підприємства етичним принципам та правам людини. Включає дотримання корпоративних цінностей, уникнення корупції, недобросовісних практик та взаємодію з усіма зацікавленими сторонами на основі взаємного поваги та чесності. Підприємства можуть оцінюватися за наявність етичних кодексів, процедур урегулювання

конфліктів і протидії корупції, а також за участь у соціальних та культурних ініціативах [3].

Ці критерії та методи оцінки допомагають визначити рівень соціальної відповідальності підприємства, виявити сильні та слабкі сторони, та спрямувати його на подальше вдосконалення та розвиток в цьому напрямку.

Методи оцінки соціальної відповідальності можуть включати аудити, опитування зацікавлених сторін, аналіз звітності, порівняльну оцінку з іншими підприємствами та розробку показників та метрик для вимірювання впливу.

Найчастіше при оцінці рівня соціальної відповідальності бізнесу застосовують поділ показників на три групи:

- економічні показники;
- екологічні показники;
- соціальні показники.

Економічні показники включають розмір соціальних інвестицій на одного працівника та співвідношення соціальних інвестицій до прибутку. У групі екологічних показників найбільш поширені випадки перевищення екологічних норм та порушення технологічних регламентів. Серед соціальних показників важливими є плинність кадрів, дефіцит робочої сили та оцінка внеску підприємства в соціальну сферу [4].

Орім методик оцінювання якісних та кількісних показників також є методики, що беруть до уваги взаємини зі стейкхолдерами (групами зацікавлених осіб):

- економічна результативність;
- організаційне управління;
- екологія та охорона навколишнього середовища;
- взаємодія зі споживачем;
- взаємодія з суспільством;
- трудові відносини.

Також можна виділити систему показників КСВ у сфері взаємовідносин з персоналом на основі GRI (Таблиця 1.1.)

Таблиця 1.1. Система показників КСВ у сфері взаємовідносин з персоналом на основі GRI

Параметр	Показник
Показники структури, динаміки, руху, персоналу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Чисельність персоналу (категорії, стать, вік, освіта, інвалідність, місцеве населення) 2. Склад керівництва (стать, вік і т.д.) 3. Коефіцієнти руху 4. Випадки дискримінації та реакція на них
Заробітна плата, колективні договори та соціальна захищеність, участь у профспілках	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рівень заробітної плати, темпи її росту 2. Тип зайнятості 3. Наявність трудових договорів, колективного договору 4. Перелік пільг, доплат (за видами зайнятості) 5. Наявність соціального пакету, обов'язкове та добровільне соціальне страхування (пенсійне) 6. Мінімальний період попередження персоналу про зміни у діяльності підприємства 7. Кількість членів профспілок 8. Випадки порушення прав людини, примусової і дитячої праці
Освіта і розвиток людського ресурсу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кількість програм освіти, підвищення кваліфікації, перекваліфікації, стажування, вивчення іноземних мов тощо і кількість тих, хто приймає в них участь 2. Середня кількість часу навчання на робітника (за категоріями, віком, статтю) 3. Кількість осіб, що прослухали лекції, тренінги тощо з КСВ та принципів Глобального договору
Охорона праці, управління професійними ризиками	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зайняті у шкідливих і небезпечних умовах праці 2. Частота і тяжкість виробничого травматизму і профзахворюваності 3. Кількість днів непрацездатності 4. Наявність програм з охорони здоров'я, медичні огляди 5. Профілактичні заходи по зниженню професійних ризиків

Джерело: [54]

При складанні рейтингових оцінок до уваги приймаються бізнес-процеси, безпосередньо пов'язані з формуванням та реалізацією політики соціальної відповідальності, що здійснюють комплексний вплив на навколишнє середовище і суспільство.

Індексний метод оцінювання КСВ дістав поширення у міжнародній практиці. Найчастіше використовуються:

- індекс Domini Social Investment (DSI 400) (оцінюються соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств);
- індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index) (критеріями оцінки виступають економічна основа для розвитку підприємства, соціальна активність, екологічна діяльність);
- індекс FTSE4Good (фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства);
- індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index) (оцінюється благодійність, взаємини з основними партнерами);
- метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group) (аналіз соціальної інклюзії підприємства) [39].

В менеджменті організацій для забезпечення етичної поведінки та соціальної відповідальності використовуються різні інструменти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Деякі з найвідоміших інструментів КСВ включають:

- етичні кодекси;
- карти етики;
- комітети з етики;
- соціальні ревізії;
- соціальні звіти.

Як показує практика менеджменту, для оперативного управління найбільше значення мають карти етики, система морального стимулювання, тренінги, соціальні ревізії. Вони допомагають ефективно вирішувати поточні управлінські проблеми організації, підвищують продуктивність праці, зміцнюють корпоративну культуру та знижують комунікативні витрати на робочому місці.

Карти етики є набором етичних правил і рекомендацій, що специфікують етичний кодекс компанії для кожного співробітника. Вони включають

контактну інформацію консультанта з етичних питань і широко використовуються, зокрема в Японії [65].

Система методів морального заохочення і покарання допомагає узагальнити позитивну або негативну оцінку дій та результатів працівників. Це стимулює моральну поведінку і відповідальність працівників.

Соціальні ревізії служать для оцінки і звітування про соціальний вплив дій та програм організації. Вони сприяють виявленню відхилень від соціальних стандартів і вдосконаленню соціальної відповідальності організації [43].

Ці інструменти КСВ забезпечують швидке вирішення поточних управлінських проблем, підвищують продуктивність праці, сприяють зміцненню корпоративної культури та знижують комунікативні витрати на робочому місці.

Для вирішення тактичних завдань ефективними виявляються комітети з етики, проведення етичних експертиз і етичне консультування. Вони призначені для розв'язання непередбачуваних проблем і мають позитивний вплив на суспільний імідж організації, зміцнюють корпоративну культуру і зменшують ризики нечесної поведінки серед співробітників, а також спонукають до перегляду методів досягнення цілей.

При досягненні стратегічних цілей найбільше значення мають такі управлінські інструменти, як етичні кодекси, соціальні звіти і соціальні інвестиції (включаючи соціальні програми). Вони сприяють підвищенню репутації та інвестиційної привабливості компанії, збільшують рівень довіри ключових зацікавлених сторін, знижують трансакційні витрати і призводять до зростання ринкової вартості комерційної організації [46].

Ці інструменти корпоративної соціальної відповідальності дійсно мають значний вплив на розвиток підприємств. Вони допомагають швидко вирішувати поточні управлінські проблеми, підвищують ефективність праці та сприяють зміцненню корпоративної культури. Наявність етичних кодексів, систем морального стимулювання та тренінгів дозволяє підприємствам

вирішувати етичні питання, забезпечувати дотримання етичних норм та стандартів серед співробітників.

У контексті тактичних завдань, комітети з етики, проведення етичних експертиз і етичне консультування є ефективними інструментами. Вони допомагають вирішувати непередбачувані проблеми, встановлювати внутрішні правила та норми поведінки, а також надають консультації щодо етичних питань. Це сприяє підвищенню соціального іміджу організації, знижує ризики нечесної поведінки серед співробітників і змушує переглянути методи досягнення поставлених цілей [44].

Отже, критерії та методи оцінки соціальної відповідальності підприємств грають важливу роль у визначенні та вимірюванні рівня соціальної відповідальності. Вони дозволяють компаніям оцінювати свої впливи на соціальне середовище, економічну стійкість, екологічну відповідальність, соціальні ініціативи та етичні стандарти. Застосування глобальних стандартів, залучення зацікавлених сторін, соціальний аудит, вимірювання показників та звітування є важливими методами для оцінки та вдосконалення соціальної відповідальності підприємства. Ці критерії та методи сприяють створенню більш стійкого та етичного бізнесу, забезпечуючи розвиток позитивних соціальних впливів та сприяючи покращенню відносин зі зацікавленими сторонами.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ХКП «ЕЛЕКТРОТРАНС»

2.1. Аналіз показників діяльності та системи корпоративно-соціальної відповідальності ХКП «Електротранс»

Хмельницьке комунальне підприємство "Електротранс" є комунальним унітарним комерційним підприємством, створеним відповідно до рішення тринадцятої сесії Хмельницької міської ради від 17.09.2003р. № 35 на базі відокремленої частини комунальної власності територіальної громади м. Хмельницького та є повним правонаступником в усіх майнових та немайнових прав і обов'язків міського управління "Хмельницьке електроавтотранс".

Власником Підприємства є територіальна громада міста Хмельницького, в особі Хмельницької міської ради, ідентифікаційний код – 33332218, місцезнаходження: Україна, 29013, Хмельницька обл., м. Хмельницький, вул. Гагаріна, буд. 3.

Виконавчий комітет Хмельницької міської ради є органом, який виконує функції органу управління господарською діяльністю в межах та обсягах визначених Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» [56].

Місцезнаходження Підприємства: Україна, 29016, Хмельницька обл., м. Хмельницький, вул. Тернопільська, буд. 15/2.

Досліджуючи цю тему варто згадати про основні види послуг ХКП «Електротранс». ХКП "Електротранс" займається пасажирським перевезенням на території міста, тому основними послугами, які надає це підприємство, є:

- пасажирські перевезення міськими маршрутами. ХКП « Електротранс» має широку мережу маршрутів по місту, що обслуговуються кількома видами транспорту. Маршрути забезпечують зручний транспортний зв'язок між різними районами міста;

- експрес-маршрути. ХКП "Електротранс" пропонує декілька експрес-маршрутів, які забезпечують швидку доставку пасажирів з одного кінця міста до іншого. Ці маршрути мають меншу кількість зупинок порівняно зі звичайними маршрутами і рухаються швидше;
- пасажирські перевезення за містом. ХКП "Електротранс" також надає послуги пасажирських перевезень за містом, наприклад, до сусідніх населених пунктів або до туристичних об'єктів;
- оренда автобусів. Крім пасажирських перевезень, ХКП "Електротранс" надає послуги з оренди автобусів на різні заходи та події [42].

Динаміка обсягу та структури реалізації основних послуг на підприємстві представлена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 Динаміка обсягу та структури реалізації основних послуг на підприємстві за 2020 - 2022 рр.

Назва послуг	2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відхилення 2022р. від 2020р. (+, -), тис. грн.	Відхилення 2022р. до 2020 р., %
	обсяг продукції, тис. грн.	питома вага, %	обсяг продукції, тис. грн.	питома вага, %	обсяг продукції, тис. грн.	питома вага, %		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Пасажирські перевезення міськими маршрутами	156	31,2	223	31,7	262	32,6	106	35,0
2. Експрес-маршрути	123	24,6	198	28,1	205	25,5	82	27,1
3.Пасажирські перевезення за містом	147	29,4	187	26,6	213	26,5	66	21,8
4. Оренда автобусів	74	14,8	96	13,6	123	15,3	49	16,2
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг	500	100	704	100	803	100	303	100

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

З даної таблиці ми бачимо що найбільшу виручку підприємство отримує за пасажирські перевезення міськими маршрутами, а найменшу за оренду

автобусів. З кожним роком на ХКП «Електротранс» збільшується чистий дохід від реалізації послуг.

Метою створення і діяльності підприємства є:

- господарська діяльність для досягнення економічних і соціальних результатів з метою отримання прибутку;
- забезпечення високого рівня культури обслуговування пасажирів, санітарного стану та збереження закріпленого майна [56].

Предметом господарської діяльності підприємства для реалізації зазначеної мети є:

- здійснення транспортного обслуговування населення автобусами і тролейбусами на договірній основі з власником, реалізація проїзних квитків разових та довгої тривалості на автобусні і тролейбусні перевезення, організація і контроль по забезпеченню регулярності і безпеки руху;
- внесення пропозицій міськвиконкому для усунення недоліків по утриманню вуличного освітлення, доріг, покращення транспортного руху в місті;
- здійснення експлуатації, ремонту, утримування в належному стані тролейбусів, автобусів і автомобілів, тягових підстанцій, будівель та споруд, які знаходяться на балансі підприємства;
- проведення будівництва господарським способом;
- розробка технічної документації і виготовлення запасних частин;
- здійснення техніко-економічного аналізу роботи підприємства, впровадження заходів подальшого вдосконалення організації виробництва, оплати праці, підвищення кваліфікації працюючих;
- здійснення учбового процесу на базі підприємства з метою підготовки кваліфікованих кадрів водіїв пасажирських тролейбусів, слюсарів з ремонту рухомого складу і діючого обладнання та інших професій (згідно єдиного тарифно-кваліфікаційного довідника);
- здійснення внутрішніх та міжнародних перевезень вантажів та пасажирів

автомобільним транспортом;

- відкриття власних автостоянок для надання послуг з метою зберігання транспортних засобів;
- торгово-посередницька діяльність;
- проведення експертної оцінки майна, нерухомості, техніки та обладнання інспекцією Державного технічного нагляду;
- утримування в належному стані приміщень соціальної сфери (їдальні, спортзалу та інших об'єктів соціальної сфери);
- здійснення експлуатації житлового фонду та надання комунальних послуг населенню;
- здійснення іншої діяльності, не забороненої чинним законодавством України [42].

Досліджуючи це питання варто згадати про внутрішні документи, які стосуються корпоративної соціальної відповідальності. До них можна віднести трудовий договір, контракти про прийняття на роботу працівників, договір з їдальні та інші. Вони є важливими інструментами управління та регулювання внутрішніх процесів підприємства. Ці документи мають різні цілі та функції, але їхньою спільною метою є забезпечення дотримання принципів соціальної відповідальності.

Трудовий договір на ХКП «Електротранс» є основним документом, який регулює відносини між роботодавцем і працівником. Він встановлює права та обов'язки обох сторін, умови праці, заробітну плату, графік роботи та інші аспекти, які впливають на умови зайнятості. Трудовий договір повинен враховувати законодавство та міжнародні стандарти, а також забезпечувати справедливі та гуманні умови праці.

Контракти про прийняття на роботу працівників, у свою чергу, містять деталізовані умови прийому на роботу, які можуть включати вимоги до кваліфікації, обов'язки, заробітну плату, переваги та інші деталі. Ці контракти

допомагають забезпечити прозорість та рівність при працевлаштуванні, а також дотримання принципів рівних можливостей та недискримінації.

Договори з їдальні визначають умови харчування працівників на робочому місці. Вони включають положення про якість харчування, безпеку харчових продуктів, врахування певних особливих та інші аспекти. Ці договори спрямовані на забезпечення здорового та безпечного харчування працівників, а також врахування їхніх потреб та обмежень [42].

Загалом, ці внутрішні документи є важливими інструментами управління та регулювання соціальних аспектів діяльності підприємств. Вони сприяють створенню справедливих та етичних умов праці, забезпечують дотримання принципів соціальної відповідальності та сприяють покращенню якості життя працівників.

Також говорячи про соціальну відповідальність варто згадати про динаміку та структуру витрат за економічними елементами (таблиця 2.2)

Таблиця 2.2 Динаміка та структура витрат за економічними елементами за 2020 – 2022 рр.

Елементи витрат на виробництво	2020р.		2021р.		2022р.		Відхилення 2022 р. від 2020 р., (+/-)	
	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. вага, %	тис. грн.	пит. ваги, %
Матеріальні витрати	35 119	21,7	42 570	24,2	51 027	26,4	15 908	50,3
Витрати на оплату праці	81 357	50,4	85 387	48,5	89 513	46,3	8 156	25,8
Відрахування на соціальні заходи	17 813	11,0	18 413	10,5	17 950	9,5	137	58,3
Амортизація	14 692	9,1	14 717	8,4	15 757	8,2	1 065	3,4
Інші витрати	12 562	7,8	14 999	8,5	18 895	9,8	6 333	20,0
Разом	161 543	100	176 086	100	193 142	100	31 599	100

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

З цієї таблиці видно, що витрати на оплату праці з кожним роком зростають, це пояснюється підвищенням заробітної плати. Також кожного року

збільшуються матеріальні витрати, а амортизаційні витрати навпаки зменшуються.

Тепер розглянемо динаміку показників руху та стану основних фондів (таблиця 2.3)

Таблиця 2.3 Динаміка показників руху та стану основних фондів

Показники	2020р.	2021р.	2022р.	Темп росту 2021р. до 2020 р., %	Темп росту 2022р. до 2021 р., %
1. Вартість основних засобів на початок періоду, тис. грн.	169 988	156 574	142 405	92,1	91,0
2. Вартість основних засобів на кінець періоду, тис. грн.	156 574	148 405	157 250	94,8	106,0
3. Вартість введених протягом року основних засобів, тис. грн.	43 459	72048	50002	165,8	69,4
4. Вартість виведених протягом року основних засобів, тис. грн.	10190	10171	21363	99,8	210,0
5. Сума нарахованого зносу, тис.грн.	59 950	76 903	79 778	128,3	103,7
6. Коефіцієнт зносу основних засобів	0,38	0,52	0,51	135,3	97,9
7. Коефіцієнт придатності основних засобів	0,62	0,48	0,49	78,1	102,3
8. Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,28	0,49	0,32	174,9	65,5
9. Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,0599	0,0650	0,1500	108,4	230,9
10. Коефіцієнт приросту основних засобів	0,212	0,417	0,182	196,2	43,7

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

Вартість основних засобів на початку періоду з кожним роком зменшується. Протягом 2021-2022 років можна побачити тенденцію до підвищення рівня придатності основних засобів, що означає покращення технічного стану машин та обладнання.

У 2021-2022 роках коефіцієнт оновлення основних засобів знизився. У 2021 році він становив 0,49, а у 2022 вже 0,32, це зниження негативно впливає на роботу підприємства.

За допомогою коефіцієнту вибуття основних засобів ми можемо спостерігати, що певні основні засоби на ХКП «Електротранс» потребують оновлення, оскільки вони неробочі або застарілі. Цей коефіцієнт у 2020 році

становив 0,0599, у 2021 році - 0,0650, а у 2022 - 0,1500. Спостерігається значне збільшення [49].

Далі розглянемо динаміку показників ефективності використання оборотних активів. Вона дозволяє оцінити ефективність використання підприємством свого потенціалу для здійснення операцій, пов'язаних з виробництвом продукції або наданням послуг (табл. 2.4)

Таблиця 2.4 Динаміка показників ефективності використання оборотних активів за 2020 - 2022 рр.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022р. від 2020р. (+, -)
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг, тис.грн.	97221	124263	187969	63706
2. Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	9117	9189	13644	4455
3. Матеріальні витрати, тис. грн.	35119	42 570	15 908	-26662
4. Валовий прибуток, тис. грн.	-40 913	-19 087	37 218	56305
5. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	10,66	13,52	13,78	0,25
6. Рентабельність/ збитковість оборотних активів, %	-448,8	-207,7	272,8	480,49
7. Період обороту оборотних активів, днів	33,8	26,6	26,1	-0,49
8. Прибуток на 1 грн. матеріальних витрат, грн.	-1,16	-0,45	2,34	2,79
9. Матеріаломісткість, грн.	0,36	0,34	0,08	-0,26
10. Матеріаловіддача, грн.	2,77	2,92	11,82	8,90

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

З цієї таблиці бачимо, що за три роки середньорічна вартість оборотних активів зростає з 9 117 тис. грн. до 13 644 тис. грн., що свідчить про збільшення оборотних активів компанії. Матеріальні витрати знизилися з 35 119 тис. грн. в 2020 році до 15 908 тис. грн. в 2022 році. Це може бути позитивним сигналом, оскільки зменшення матеріальних витрат може свідчити про підвищену ефективність використання ресурсів. Коефіцієнт оборотності оборотних активів зріс з 10,66 в 2020 році до 13,78 в 2022 році. Це означає, що підприємство ефективніше використовує свої оборотні активи для збільшення доходу.

За розглянутою табличкою можна сказати, що ХКП "Електротранс" показує позитивну динаміку в багатьох показниках ефективності, однак деякі показники все ще залишаються негативними.

Тепер проаналізуємо показники ефективності використання основних засобів на ХКП «Електротранс» (табл. 2.5)

Таблиця 2.5 Аналіз показників ефективності використання основних засобів

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Темп росту 2020р. до 2022 р., %
1	2	3	4	5
1. Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	163281	152489,5	149827,5	91,76%
2. Середньорічна вартість виробничого обладнання, тис.грн.	12448	14943	23547	189,16%
3. Питома вага активної частини основних фондів,%	7,62	9,80	15,72	206,15%
4. Середньооблікова чисельність працівників, осіб	35	30	34	97,14%
5. Валовий прибуток, тис. грн.	-40 913	-19 087	37 218	-90,97%
6. Фондовіддача, грн.	0,6	0,8	1,3	210,70%
7. Машиновіддача, грн.	7,81	8,32	7,98	102,21%
8. Фондомісткість, грн.	1,679	1,227	0,797	47,46%
9. Фондоозброєність, грн.	4665,2	5083,0	4406,7	94,46%
10. Технічна озброєність, грн.	355,7	498,1	692,6	194,73%
11. Рентабельність/збитковість основних засобів,%	-25,1	-12,5	24,8	-99,14%

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

З цієї таблиці бачимо, що питома вага активної частини основних фондів значно зростала з 7.62% в 2020 році до 15.72% в 2022 році, що свідчить про збільшення значущості основних засобів у структурі активів підприємства. Фондовіддача, машиновіддача, фондомісткість, фондоозброєність і технічна озброєність зросли [62].

Загалом, багато показників демонструють позитивну динаміку розвитку ХКП "Електротранс" в період з 2020 до 2022 року.

Тепер проаналізуємо динаміку кадрового забезпечення та використання персоналу підприємства через кількість працівників, які працюють в підприємстві на різних посадах (таблиця 2.6)

Таблиця 2.6 Динаміка кадрового забезпечення та використання персоналу ХКП «Електротранс» за 2020-2022 рр.

Категорії персоналу	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022р. від 2020р. (+, -), осіб
1	2	3	4	5
Чисельність персоналу, всього, осіб.	565	560	552	-13
з них:				
– керівники	34	35	35	1
– спеціалісти	130	131	135	5
– службовці	84	85	89	5
Виробничий персонал, усього	248	236	235	-13
з них:				
– основні робітники	153	149	151	-2
– допоміжні робітники	95	87	84	-11

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

Загальний висновок полягає в тому, що загальна чисельність персоналу ХКП "Електротранс" зменшилася протягом трьох років, зокрема виробничий персонал також зменшився. Варто дослідити причини цього зменшення та виявити його вплив на діяльність підприємства [22].

Далі проаналізуємо дані про рух робочої сили на підприємстві (таблиця 2.7)

Таблиця 2.7 Дані про рух робочої сили на ХКП «Електротранс» за 2020-2022 рр.

№ з/п	Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 р. від 2020 р., (+/-)
1.	Прийнято працівників, осіб	6	7	11	5
2.	Вибуло працівників, всього, осіб	4	5	13	9
	з них				
	– за власним бажанням	3	3	8	5
	– з причин скорочення штатів	0	0	0	0
	– за порушення трудової дисципліни	1	2	5	4
3.	Коефіцієнт обороту по прийому	0,011	0,012	0,020	0,009
4.	Коефіцієнт обороту по вивільненню	0,007	0,009	0,024	0,016
5.	Коефіцієнт плинності кадрів	0,007	0,009	0,024	0,016

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

Коефіцієнт обороту по прийому збільшився з 0,011 у 2020 році до 0,020 у 2022 році. Це свідчить про зростання кількості прийнятих працівників у порівнянні з загальною чисельністю працівників. Коефіцієнт обороту по вивільненню збільшився з 0,007 у 2020 році до 0,024 у 2022 році. Це означає, що кількість вибулих працівників зростала швидше, ніж кількість прийнятих працівників. Коефіцієнт плинності кадрів відображає загальний рівень змін в персоналі і зріс з 0,007 у 2020 році до 0,024 у 2022 році. Це свідчить про значні зміни в кадровому складі протягом розглянутого періоду [29].

ХКП «Електротранс» екологічну програму спільно із «БФ Парітет» Нещодавно підприємство здало на утилізацію 887 кг відпрацьованих акумуляторів (2 клас безпеки) та 112 шт. люмінесцентних ламп (1 клас безпеки).

Отже, ми можемо зробити висновок, що є ХКП «Електротранс» є підприємством комунальної власності, яке щороку зростає в доходах забезпечуючи транспортне обслуговування мешканців міста. Підприємство працює у сфері пасажирського транспорту та надає послуги з перевезення пасажирів. Крім того, ХКП "Електротранс" надає додаткові послуги, такі як: оренда автобусів, експрес-маршрути та інші.

ХКП "Електротранс" ставить своїм основним завданням забезпечення максимального комфорту та безпеки пасажирів. Для цього використовуються сучасні технології та устаткування, які дозволяють забезпечити якісне обслуговування та своєчасність перевезень. Крім того, ХКП "Електротранс" прагне до зменшення негативного впливу на довкілля та забезпечення сталого розвитку, що свідчить про високу соціальну відповідальність підприємства. В цілому, ХКП "Електротранс" має значний вплив на транспортну та соціальну інфраструктуру міста, і продовжує розвиватися та вдосконалювати свої послуги.

2.2. Оцінка рівня соціальної відповідальності ХКП «ЕЛЕКТРОТРАНС»

Підприємство, яке прагне бути соціально відповідальним, повинно брати до уваги інтереси різних груп зацікавлених сторін, таких як суспільство, партнери, споживачі, акціонери, персонал. Зобов'язання підприємства щодо соціальної відповідальності можна розглядати у контексті різних аспектів, таких як:

- соціальні стандарти та права працівників. Тобто підприємство повинне дотримуватися вимог законодавства з питань праці, оплати праці, безпеки на робочому місці, а також розробляти та реалізовувати політику щодо підвищення кваліфікації працівників та їх соціального захисту;
- захист споживачів. Тобто підприємство повинно розробляти та виконувати політику забезпечення якості послуг, забезпечувати своїх споживачів достатнім інформуванням про наявні послуги, а також захищати права споживачів та вживати заходи щодо усунення проблем, пов'язаних з послугами;
- охорона довкілля та здоров'я. Підприємство повинно дотримуватися вимог законодавства з питань охорони довкілля та здоров'я, а також вживати заходи для покращення екологічної ситуації та запобігання негативного впливу на здоров'я людей;
- взаємовідносини з партнерами та акціонерами. Підприємство повинно дотримуватися вимог законодавства з питань ділової етики та прозорості взаємодії з партнерами та акціонерами. Воно має зобов'язання забезпечувати їхні інтереси та надавати достовірну інформацію про фінансовий стан компанії, результати її діяльності та плани на майбутнє [41].

Можна схематично розглянути що відноситься до кожної з категорій зацікавлених сторін на рисунку 2.1. (Додаток А)

Підприємство повинно дотримуватись критеріїв і стандартів корпоративної соціальної відповідальності у взаємодії з групами зацікавлених

сторін. Для цього воно може використовувати внутрішні документи, що регулюють його соціальну відповідальність, наприклад, кодекси етики, політики щодо працівників, екології, взаємодії з громадськістю та інші.

Існують певні критерії для оцінки соціальної відповідальності підприємства представлені у таблиці 2.8. (Додаток В).

Використовуючи ці критерії потрібно визначити рівень корпоративної соціальної відповідальності на ХКП «Електротранс». За допомогою експертного опитування зробимо матрицю бальної оцінки експертами вагомості впливу складових на рівень КСВ підприємства (таблиця 2.9)

Таблиця 2.9 Матриця бальної оцінки експертами вагомості впливу складових на рівень КСВ ХКП «Електротранс».

Підприємство	Складова				
	Фінансова	Соціальна	Відносини із стейкхолдерами	Соціально-трудова	Екологічна
ХКП «Електротранс»	80	100	90	90	70

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

Далі потрібно зробити матрицю рангів оцінки напряму розвитку складових КСВ підприємства (таблиця 2.10)

Таблиця 2.10 Матриця бальної оцінки експертами вагомості впливу складових на рівень КСВ ХКП «Електротранс».

Підприємство	Складова				
	Фінансова (1)	Соціальна (2)	Відносини із стейкхолдерами (3)	Соціально-трудова (4)	Екологічна (5)
ХКП «Електротранс»	2	5	3,5	3,5	1

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

Аналізуючи показники складових корпоративно-соціальної відповідальності ХКП «Електротранс» визначимо рівень КСВ протягом 2020 – 2022 років (таблиця 2.11)

Таблиця 2.11 Визначення рівня корпоративної соціальної відповідальності ХКП «Електротранс» за 2020–2022 роки

Підприємство	Рік	Складова					Рівень корпоративної соціальної відповідальності
		Фінансова	Соціальна	Відносини із стейкхолдерами	Соціально-трудова	Екологічна	
ХКП «Електротранс»	2020	1,829	0,834	0,321	0,674	0,767	0,885
	2021	1,636	0,738	0,175	0,328	0,632	0,701
	2022	1,602	0,614	0,221	0,312	0,608	0,671

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

З цієї таблиці ми бачимо що відбулися певні значні зміни протягом цих трьох років. Вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності у 2020 році пояснюється тим, що тоді був Covid-19. Тепер можна розглянути шкалу, яка характеризує рівень корпоративної соціальної відповідальності за певний період дослідження (таблиця 2.12)

Таблиця 2.12 Характеристика рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Рівень корпоративної соціальної відповідальності	Межі рівнів	Характеристика рівня КСВ
Високий	0,71–1	Характеризує функціонування корпоративної соціальної відповідальності підприємства на належному рівні, достатність фінансових ресурсів, високий рівень інформаційного, правового та технічного забезпечення, оптимальний рівень кількості персоналу на підприємстві.
Середній	0,46–0,70	Складові елементи КСВ знаходяться на недостатньому рівні. Підприємство має недостатню кількість власних ресурсів для ведення соціально відповідального бізнесу
Низький	0,26 – 0,45	Характеризується низьким рівнем забезпечення підприємства необхідними ресурсами для функціонування КСВ

Продовження таблиці 2.12

Критичний	0 – 0,25	Характеризується недостатнім рівнем забезпечення КСВ, що унеможливує функціонування соціальної відповідальності підприємства на належному рівні та свідчить про недостатність ресурсів підприємства
-----------	----------	---

Джерело: [59]

Отже, користуючись цією шкалою, ми бачимо, що за останні роки ХКП «Електротранс» має високий та середній рівень корпоративної соціальної відповідальності. Але все ж порівняно з 2020 роком зараз рівень зменшився, тому варто звернути увагу на його покращення. В загальному підприємство дотримується критеріїв та стандартів КСВ.

Окрім цього було проведено опитування на рахунок задоволення якістю надання послуг, яке показало наступні результати (рис. 2.2)



Рисунок 2.2 – Відповідь на запитання про задоволення якістю надання послуг

Примітка: розроблено автором на основі матеріалів ХКП «Електротранс»

З цієї діаграми бачимо, що більшість споживачів, а саме 64% задоволені якістю надання послуг.

Основними проблемами або прогалинами в ефективності корпоративної соціальної відповідальності є:

- недостатня увага до проблем та потреб з боку споживачів та громадськості;
- низький рівень інформаційної відкритості підприємства щодо реалізації соціальної відповідальності;
- недостатня увага до екологічного та сталого розвитку виробництва;
- не цілеспрямованість та недостатня систематизація зусиль у реалізації КСВ;
- відсутність системного підходу до планування та реалізації соціальної відповідальності;
- недостатня увага до захисту прав працівників та соціальної захищеності персоналу [6].

Також оцінюючи рівень соціальної відповідальності на ХКП «Електротранс» варто порівняти рівень середньомісячної заробітної плати та рівень прожиткового мінімуму (Рис. 2.3)

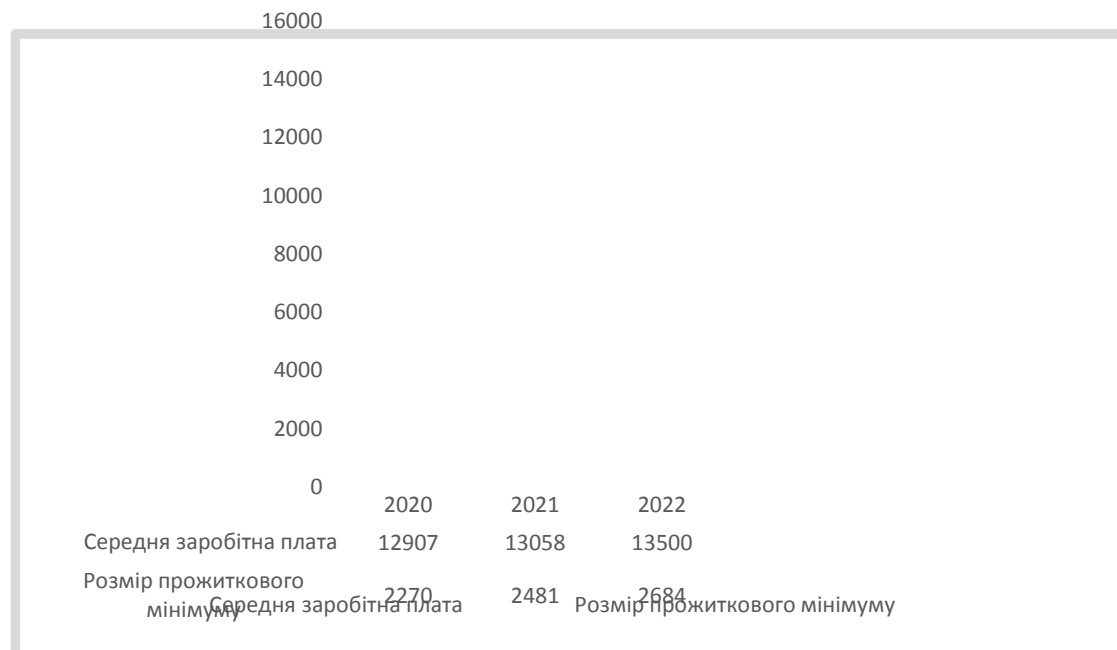


Рисунок 2.3 – Співвідношення між розміром заробітної плати та рівнем

прожиткового мінімуму у 2020-2022 рр.

Примітка: розроблено автором на основі ХКП «Електротранс»

З цієї діаграми ми бачимо, що заробітна плата з кожним роком збільшується і в рази перевищує розмір прожиткового мінімуму.

Отже, можна зробити загальний висновок щодо оцінки рівня соціальної відповідальності на ХКП "Електротранс":

– кадрове забезпечення. Кількість працівників зазнала зниження з 565 осіб у 2020 році до 552 осіб у 2022 році, що свідчить про вплив факторів, що спричиняють зміни в персоналі, таких як звільнення та заяви про вихід на пенсію;

– використання оборотних активів. Динаміка показує зростання ефективності використання оборотних активів. Коефіцієнт оборотності оборотних активів зріс з 10,66 у 2020 році до 13,78 у 2022 році. Крім того, показники показують покращення валового прибутку та рентабельності оборотних активів;

– управління персоналом. Відхилення у чисельності працівників зазначаються через зміни в процесі прийому та звільнення працівників. Зростання коефіцієнтів обороту по прийому та вивільненню вказує на певну нестабільність в кадровому складі [36].

Загалом, на основі наданих даних можна стверджувати, що ХКП «Електротранс» проявляє позитивні зрушення в напрямку покращення ефективності соціальної відповідальності.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ХКП «ЕЛЕКТРОТРАНС»

3.1. Стратегічні напрями розвитку та підвищення рівня соціальної відповідальності ХКП «Електротранс»

Сьогодні соціальна відповідальність є важливим аспектом управління на підприємствах у всьому світі. Менеджмент підприємств дедалі більше усвідомлює необхідність розробки та впровадження соціально відповідальної стратегії ведення бізнесу.

Напрями розвитку соціальної відповідальності у менеджменті ХКП "Електротранс" можуть включати наступні аспекти:

- соціальний захист працівників.

Розроблення та впровадження політик і програм, спрямованих на покращення умов праці, безпеки та здоров'я працівників, забезпечення соціальних гарантій, розвиток системи мотивації та стимулювання персоналу;

- розвиток та підтримка спільноти.

Взаємодія та співпраця з місцевою спільнотою, участь у благодійних та соціальних програмах, спонсорство культурних та спортивних заходів, підтримка освітніх та соціальних ініціатив;

- екологічна відповідальність.

Зменшення впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище шляхом впровадження екологічно чистих технологій, раціонального використання енергії, управління відходами та заходів з охорони природи;

- етичність та корпоративна культура [65].

Створення етичних стандартів, принципів та цінностей у роботі підприємства, розвиток корпоративної культури, пропаганда відкритості, чесності та взаєморозуміння в колективі;

– сприяння соціальному розвитку.

Участь у проектах та програмах, спрямованих на покращення якості життя мешканців міста, підтримка освіти, культури, спорту та інших сфер соціального розвитку.

Ці напрями спрямовані на забезпечення балансу між економічними, соціальними та екологічними аспектами діяльності [64].

Важливу роль в підвищенні соціальної відповідальності відіграє закупівля нових тролейбусів. Обґрунтування такої закупівлі транспорту за рахунок бюджетних коштів можна здійснити шляхом наведення наступних аргументів (таблиця 3.1)

Таблиця 3.1 Обґрунтування закупівлі нових тролейбусів на ХКП «Електротранс»

Критерії	Аргументи
Соціальна відповідальність	Закупівля нових тролейбусів може мати позитивний соціальний вплив на мешканців міста. Нові комфортні тролейбуси забезпечать зручний та доступний громадський транспорт для населення, сприяючи підвищенню якості життя та зменшенню проблем з транспортним сполученням.
Модернізація транспортної системи	Закупівля дозволить покращити якість транспортного обслуговування міста та модернізувати транспортну інфраструктуру.
Екологічна ефективність	Тролейбуси є екологічно чистим видом транспорту, оскільки працюють на електричній енергії. Закупівля нових тролейбусів допоможе зменшити рівень викидів шкідливих речовин та вплив на забруднення повітря, покращуючи екологічну ситуацію у місті.
Забезпечення комфорту та безпеки пасажирів	Нові тролейбуси можуть бути обладнані сучасними системами комфорту, такими як клімат-контроль, високоякісні сидіння, інформаційні табло тощо. Вони також можуть мати покращені системи безпеки, включаючи системи відеоспостереження та системи контролю доступу.

Продовження таблиці 3.1

Економічна доцільність	Нові тролейбуси можуть бути більш енергоефективними, маючи нижчі витрати на експлуатацію та обслуговування порівняно з застарілими транспортними засобами. Це може призвести до зменшення витрат на паливо та ремонт, що є вигідним для бюджету міста у довгостроковій перспективі.
Розвиток міської інфраструктури	Закупівля нових тролейбусів може стимулювати розвиток міської інфраструктури.
Підтримка економіки та робочих місць	Закупівля нових тролейбусів сприятиме стимулюванню місцевої економіки, залученню нових інвестицій та створенню робочих місць в сфері виробництва та обслуговування електротранспорту.

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

Також для підвищення соціальної відповідальності ХКП «Електротранс» було б доречно впровадити нові маршрути. Наприклад доволі мало транспорту їде до мікрорайону Книжківці.

Пропонуємо визначити український індекс корпоративної рівності для ХКП «Електротранс». Для цього розрахунку потрібно відповісти на 10 питань. Максимальна кількість балів на кожне з них складає 10 балів. Найбільший результат, який може здобути компанія, це 100 балів (таблиця 3.2)

Таблиця 3.2 Опитування для визначення українського індексу корпоративної рівності на ХКП «Електротранс»

Питання	Розширена відповідь	Бал
1. Яким стандартам архітектурної та/або інформаційної доступності відповідає приміщення, в якому продаються товари/надаються послуги?	Норми проектування та будівництва, встановлені відповідними будівельними кодексами та стандартами країни. Місцеві нормативні акти та правила, що регулюють архітектурну та інформаційну доступність в конкретному регіоні.	7
2. Які заходи з підвищення обізнаності працівників/працівниць з теми поваги до різноманіття/недискримінації проводяться протягом року?	Тренінги та семінари. Організування навчальних заходів, на яких працівники отримують інформацію про різноманітність, включність та недискримінацію. Ці заходи можуть включати лекції, дискусії, тренувальні вправи та інтерактивні форми роботи.	6

Продовження таблиці 3.2

3. Чи вказуються бажані ознаки працівників/працівниць при оголошенні вакантних посад?	Зазвичай, бажані ознаки працівників вказуються для позицій, де є конкретні вимоги або впливові фактори, пов'язані з характером роботи. Наприклад, у випадку, коли для виконання певних обов'язків потрібна особлива кваліфікація, досвід або вміння, можуть бути вказані відповідні вимоги.	6
4. Чи стандартизована у компанії процедура проведення інтерв'ю на заміщення вакантних посад/при підвищенні, яка включає в себе запобігання дискримінації?	На ХКП «Електротранс» стандартизована така процедура. Всі кандидати повинні мати рівні можливості для проходження інтерв'ю та демонстрації своїх навичок і кваліфікацій. Це означає, що процес відбору повинен бути відкритим і прозорим, а всі кандидати повинні мати рівний доступ до інформації та можливостей.	7
5. Чи є у компанії політика рівності/недискримінації/поваги до різноманіття?	Так, така політика включає зобов'язання компанії з уникнення дискримінації на підставі статі, раси, національності, віку, релігії, інвалідності та інших ознак, визнання рівних можливостей для всіх працівників, а також заходи для створення та підтримки різноманітного та інклюзивного середовища.	6
6. Чи має компанія механізм розгляду скарг/реагування на інформацію про дискримінаційні дії, висловлювання, інші практики?	Так, такі механізми є частиною політики рівності та недискримінації компанії. Вони передбачають можливість анонімного подання скарг, контактні точки для повідомлення про дискримінацію, а також вживання заходів для захисту осіб, які подають скарги.	8
7. Якщо компанія має/збирає сегреговану за ознаками працівників статистику, яким чином вона її використовує?	ХКП «Електротранс» використовує цю статистику для моніторингу рівня рівності, виявлення тенденцій та проблем, розробки рівності спрямованих стратегій, звітності та відповідності і т.д.	6
8. Чи враховані питання поваги до різноманіття та заборони дискримінації у маркетинговій стратегії компанії?	Це питання на ХКП «Електротранс» знаходиться на досить низькому рівні.	3
9. Чи веде компанія статистику працівників/працівниць? Якщо так, вкажіть, за якими ознаками?	Так, ХКП «Електротранс» веде таку статистику за віком, статтю та враховує працівників з інвалідністю.	7
10. Які ознаки, захищені від дискримінації, згадуються в політиці рівності компанії/інших корпоративних документах?	Стать, раса або етнічна незалежність, вік, інвалідність, сексуальна орієнтація, сімейний стан, релігійні переконання та громадянство або національність.	7
Сума:		63

Джерело: [60]

Отже, розрахувавши індекс корпоративної рівності ми бачимо що ХКП «Електротранс» має результат трішки вище середнього, а отже йому є куди прагнути та розвиватися.

Минулого року ХКП «Електротранс» купив чеський тролейбус «Skoda», який зараз курсує по місту різними маршрутами. Цей тролейбус вартував підприємству понад 20 тисяч євро, але в порівнянні з новими тролейбусами така ціна набагато вигідніша. Для підвищення соціальної відповідальності підприємству було б доречно розширити грантову діяльність та закупити ще три тролейбуси марки «Skoda». Комфорт у цих тролейбусах виправдає витрати (таблиця 3.3)

Таблиця 3.3 Витрати – комфорт від закупівлі чеських тролейбусів «Skoda» на ХКП «Електротранс»

Фактори	Витрати	Комфорт та переваги
Новітні технології	Нижча вартість придбання тролейбусів	Енергоефективність та низький рівень шуму
Довгострокова економія	Знижені витрати на експлуатацію	Менші витрати на обслуговування та запасні частини
Поліпшення якості перевезень	Вища вартість придбання тролейбусів	Більш комфортне обладнання, поліпшення якості перевезень

Примітка. Складено автором

Також варто згадати про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) автоперевізників, але включає в себе широкий спектр ініціатив та практик, спрямованих на позитивний вплив на суспільство, довкілля та стосунки зі зацікавленими сторонами. Основні напрями КСВ автоперевізників на ХКП «Електротранс» включає такі аспекти:

- безпека пасажирів;

Забезпечення безпечних та комфортних умов перевезень, дотримання правил дорожнього руху та забезпечення належного технічного стану транспортних засобів;

- екологічна стійкість;

Зменшення впливу перевезень на довкілля шляхом використання екологічно чистих технологій, зниження викидів шкідливих речовин та ефективного використання палива [5];

- соціальна інклюзія;

Забезпечення рівних можливостей для всіх пасажирів, незалежно від їхньої національності, статі, віку, інвалідності та інших ознак. Надання доступу для осіб з обмеженими можливостями та забезпечення їх комфортного користування послугами автоперевезення;

- взаємодія з громадськістю;

Установлення партнерських відносин з місцевою громадою, підтримка місцевих ініціатив та сприяння розвитку соціально-економічного потенціалу регіонів;

- відповідальність перед співробітниками;

Забезпечення безпеки та гідних умов праці, дотримання прав працівників, створення можливостей для розвитку та професійного зростання;

- етичні стандарти;

Дотримання етичних принципів у взаємодії з клієнтами, постачальниками та іншими;

- відповідальне управління ланцюгом постачання;

Сприяння додержанню високих стандартів етики та соціальної відповідальності серед постачальників, включаючи прозорість, дотримання прав праці та екологічних стандартів;

- внесок у розвиток спільнот;

Фінансова та нефінансова підтримка соціальних проектів та ініціатив, спрямованих на розвиток освіти, культури, спорту та інфраструктури в місцевих спільнотах;

- транспортна безпека.

Запровадження заходів для забезпечення безпеки дорожнього руху, навчання водіїв правилам дорожнього руху та регулярна перевірка їхнього стану здоров'я, використання протоколів безпеки [58].

ХКП "Електротранс" надає своїм працівникам зручність та комфорт, маючи в своєму розпорядженні їдальню та буфет. Ці приміщення створені з метою забезпечення персоналу якісним харчуванням та можливістю відпочити під час робочого дня.

Їдальня в ХКП "Електротранс" надає співробітникам можливість отримати повноцінний обід або обідню перерву. Тут можна скуштувати різноманітні страви, включаючи гарячі страви, супи, салати та десерти. Меню в їдальні може бути різноманітним і задовольняти різні смакові переваги.

Буфет у ХКП "Електротранс" є зручним місцем для спілкування та відпочинку працівників. Тут можна придбати напої, перекусити, а також зустрітися з колегами під час перерви. Буфет може пропонувати асортимент від снєків та солодошів до гарячих напоїв, таких як кава або чай.

Наявність їдальні та буфету у ХКП "Електротранс" демонструє турботу компанії про забезпечення зручних умов для працівників під час робочого дня, їх харчування та відпочинку. Це додатковий елемент підтримки комфортного робочого середовища та позитивного робочого досвіду для персоналу [2].

Проведемо аналіз фінансово-господарської діяльності їдальні та буфету з урахуванням адміністративних та частково інших операційних витрат (таблиця 3.4) (додаток Б)

З таблиці видно, що за трьома роками їдальня та буфет ХКП "Електротранс" зазнали змін у своїх фінансових показниках. Продуктивність їдальні знизилась, в той час як буфет відзначився значним збільшенням доходів. Оренда була зупинена у 2022 році, що призвело до відповідного зменшення витрат [48].

Проте в їдальні існують певні проблеми, вирішення яких покращило б рівень соціальної відповідальності на ХКП «Електротранс» (таблиця 3.5)

Таблиця 3.5 Проблемні питання їдальні ХКП «Електротранс»

Проблема	Можливе вирішення
Неможливість пообідати поза часом відведеним для обідньої перерви	Розширити надання послуг їдальні в позаобідній час
Недостатня кількість посадочних місць	Створення додаткових зон для посадки, розширення простору
Проблеми з ефективністю виробничого процесу, приготування страв з затримками	Підвищення кваліфікації персоналу, планування та прогнозування попиту на страву

Примітка. Складено автором

ХКП "Електротранс" є прикладом відповідальної та соціально-усвідомленої організації, яка дбає не лише про своїх споживачів та працівників, але й про ширшу громадську спільноту. Одним з яскравих проявів цього підходу є їх волонтерська діяльність.

Зокрема, ХКП "Електротранс" допомагає воїнам забезпечуючи їм зручний транспортний засіб для переміщення по місту Хмельницькому, а також до міст Кам'янець-Подільський та Шепетівка [42].

Така волонтерська діяльність ХКП "Електротранс" демонструє почуття відповідальності перед громадою та відданість соціальній справі. Це надзвичайно цінна ініціатива, яка показує, що компанія не тільки слугує громаді зручним та доступним транспортом, але й виконує свою роль у підтримці захисників нашої країни.

Такі дії ХКП "Електротранс" є втіленням справжніх цінностей громадської відповідальності та підтримки. Вони слугують прикладом для інших організацій, показуючи, що кожна компанія може зробити вагомий внесок у благо суспільства, проявляючи турботу та повагу до тих, хто боровся за наш добробут та свободу [1].

Окрім цього, на мою думку, ХКП «Електротранс» міг би допомогти з транспортом для доставки матеріально-технічних засобів, які необхідні військовим для здійснення їхньої роботи або ж надавати транспорт для волонтерських організацій. Також ХКП «Електротранс» може надавати

технічну підтримку, якщо у військових є необхідність у використанні або ремонті транспортних засобів.

На основі наданих таблиць і вказаної інформації про ХКП "Електротранс", можна сказати, що на підприємстві спостерігається негативна динаміка показників ефективності використання оборотних активів. З таблиці про динаміку показників ефективності використання оборотних активів видно, що деякі показники, такі як рентабельність оборотних активів і прибуток на 1 грн. матеріальних витрат, показують негативну динаміку. Це може свідчити про неефективне використання ресурсів та несприятливу фінансову ситуацію підприємства.

Для вирішення цієї проблеми варто провести детальний аналіз матеріальних витрат, ідентифікувати найбільш витратні складові та здійснити заходи для їх зниження. Врахувати оптимальне планування та контроль оборотних активів, таких як запаси, розрахункові кошти та дебіторська заборгованість. Забезпечити ефективну координацію між різними відділами та процесами.

На ХКП "Електротранс" існують певні проблеми, пов'язані з соціальною відповідальністю, а саме:

- забезпечення безпеки працівників. Це включає в себе недостатні заходи з охорони праці, недостатнє навчання працівників щодо безпеки;
- умови праці. Сюди відносяться проблеми пов'язані зі забезпеченням належних умов праці, таких як надання комфортного робочого середовища, достатніх робочих інструментів та обладнання та умов роботи для працівників;
- розвиток кар'єри та професійний розвиток. Проблеми також виникають в області можливостей для професійного зростання [54].

Для вирішення цих проблем потрібно покращити політику охорони праці, яка включає стандарти та процедури, що враховують місцеві законодавчі вимоги та норми безпеки. Забезпечити доступність серед усіх працівників. Забезпечити навчання працівників з питань безпеки та охорони праці,

включаючи правильне використання обладнання, процедури безпеки та реагування на небезпеку. Проводити регулярні тренінги та підвищувати свідомість працівників про безпеку. Також варто удосконалити обладнання, забезпечити його відповідність стандартам безпеки. Розглянути можливості вдосконалення технологій та впровадження заходів, які сприяють безпеці праці.

Також можна розглянути заходи, які спрямовані на внутрішню соціальну відповідальність (табл. 3.6)

Таблиця 3.6 Заходи, які спрямовані на внутрішню соціальну відповідальність ХКП «Електротранс»

Заходи, спрямовані на внутрішню соціальну відповідальність підприємства	Відповідальність перед споживачами	Відповідальність перед можливими кадрами
Направлення персоналу на професійно-кваліфікаційні тренінги	Врахування потреб та відгуків споживачів	Залучення та підтримка молодих кадрів (студентів відповідної спеціальності)
Створення умов для впровадження та пропагування корпоративної культури підприємства	Забезпечення ще більш комфортних умов пасажирів	Адекватна оцінка праці студентів під час їхньої роботи за сумісництвом на підприємстві
Забезпечення стабільності заробітної плати, а також індексації в умовах інфляції	Підвищення дотримання графіку приїзду працівниками	Забезпечення стабільної винагороди за їх праці

Примітка. Складено автором

Варто зауважити що для підвищення ефективності КСВ можна розглядати наступні напрями або стратегії:

- розроблення та впровадження системи ефективного контролю та моніторингу за реалізацією КСВ;
- підвищення рівня інформаційної відкритості підприємства щодо реалізації соціальної відповідальності;
- розроблення та впровадження ефективних механізмів взаємодії зі співробітниками, споживачами та громадськістю з метою врахування їх потреб та проблем;
- забезпечення системного підходу до реалізації соціальної відповідальності [32].

Отже, ХКП "Електротранс" демонструє високий рівень соціальної відповідальності, надаючи якісні транспортні послуги, забезпечуючи комфорт та безпеку для споживачів, підтримуючи професійний розвиток своїх працівників та беручи активну участь у соціальних і екологічних ініціативах. Всі запропоновані заходи для підвищення соціальної відповідальності мають важливе значення, але для їх успішної реалізації необхідно здійснити економічне обґрунтування.

3.2. Економічне обґрунтування впровадження заходів підвищення рівня соціальної відповідальності ХКП «Електротранс»

Для підвищення рівня соціальної відповідальності в попередньому підпункті було запропоновано декілька ідей. Однією з них була закупівлі нових тролейбусів на ХКП «Електротранс». Закупівля 45 нових сучасних комфортабельних тролейбусів вимагає великих витрат, а саме понад 180 мільйонів грантових коштів, більше 10,6 мільйонів євро кредитних коштів та 4,45 мільйони євро безповоротних грантових коштів. Кошти на їх купівлю можуть надати в рамках проекту модернізації громадського транспорту Хмельницького.

Виходячи з таблиці 3.2, яка згадувалась у попередньому підрозділі можемо провести оцінку кожного критерію для обґрунтування закупівлі нових тролейбусів. Оцінка може бути надана на основі шкали від 1 до 5, де 1 - низький рівень, а 5 - високий рівень. Проставимо оцінки за кожним критерієм:

- соціальна відповідальність: 5
- модернізація транспортної системи: 4
- екологічна ефективність: 5
- забезпечення комфорту та безпеки пасажирів: 4
- економічна доцільність: 4
- розвиток міської інфраструктури: 3

– підтримка економіки та робочих місць: 4

Загальна середня бальна оцінка обґрунтування закупівлі нових тролейбусів: 4.1

Ця оцінка показує, що закупівля нових тролейбусів на ХКП «Електротранс» має високу економічну обґрунтованість та важливі соціальні, екологічні та економічні переваги, що сприяють покращенню якості громадського транспорту та забезпеченню зручності та безпеки пасажирів.

Також можна проаналізувати вплив поліпшення якості громадського транспорту на пасажиропотік (таблиця 3.7)

Таблиця 3.7. Вплив поліпшення якості громадського транспорту на пасажиропотік

Аспекти поліпшення якості громадського транспорту	Вплив на пасажиропотік
Закупівля нових тролейбусів	Збільшення комфорту та безпеки пасажирів, зниження ризику аварій, привабливість для пасажирів
Покращення розкладу руху та частоти рейсів	Зменшення очікування пасажирів, зручність та швидкість переміщення
Введення оплати без карток, через додаток	Зручність та швидкість оплати, прискорення процесу посадки та висадки пасажирів
Вдосконалення інформаційного сервісу	Зручність отримання розкладів, інформації про маршрути, затримки та іншу інформацію
Розширення маршрутної мережі	Забезпечення доступності транспорту для більшої кількості пасажирів, зменшення перевантажень на інших маршрутах

Примітка. Складено автором

Також в роботі пропонувалося покращити політику охорони праці. Для цього варто провести оцінку ризиків стосовно робочих місць, ідентифікувати потенційні ризики, пов'язані з безпекою та здоров'ям працівників.

За трьома роками, з 2020 по 2022, загальна чисельність персоналу ХКП «Електротранс» зменшилась на 13 осіб (-2,3%). Це може мати вплив на робочі умови та безпеку працівників, оскільки може збільшити ризик перевантаження працівників та недостатньої уваги до безпекових процедур.

Чисельність спеціалістів та службовців зросла протягом розглянутого періоду на 5 осіб. Це може вказувати на більшу увагу до виконання функцій

управління, в той час як чисельність виробничого персоналу зменшується. Однак, важливо забезпечити належний рівень нагляду та координації для забезпечення безпеки праці на виробництві [42].

У зв'язку з діяльністю ХКП «Електротранс», працівники можуть зазнавати ризику від електричного струму та інших електротехнічних небезпек. Важливо забезпечити належне навчання та використання захисного обладнання для зменшення ризику ураження електричним струмом.

Для цього варто проводити інструктажі та тренінги. Можемо розрахувати скільки коштів витратить ХКП "Електротранс" на навчання працівників з безпеки охорони праці, якщо інструктажі та тренінги будуть проводитися 2 рази на місяць для всього виробничого персоналу. Та протягом 3 днів для кожного нового працівника. Вартість одного такого інструктажу буде коштувати 1000грн. Загальна кількість працівників на ХКП "Електротранс" становить 235 особи, а кількість нових працівників за рік складає 10 осіб.

Загальні витрати на навчання працівників з безпеки охорони праці можна розрахувати наступним чином:

За рік на проведення тренінгів для загальної кількості працівників ХКП «Електротранс» витратить:

$$(12 \text{ місяців} * \text{кількість}) * \text{вартість} = \text{витрати}$$

$$(12*2) * 1000 = 24*1000 = 24 \text{ 000грн.}$$

А для нових працівників:

$$\text{Особи} * (\text{вартість} * \text{кількість}) = \text{витрати}$$

$$10 *(1000*3) = 30 \text{ 000грн.}$$

В загальному для покращення безпеки праці ХКП «Електротранс» може витратити 54 000грн.

Ще однією ідеєю для підвищення соціальної відповідальності було запропоновано впровадження нових маршрутів до мікрорайону Книжківці. Проведемо розрахунок тарифу на перевезення пасажирів на маршруті «Центр – Книжківці»

Тарифи на послуги з перевезення пасажирів на міських автобусних маршрутах загального користування, які здійснюються у звичайному режимі руху, розраховуються за формулою:

$$T_m = \frac{(B_{\pi} + \Pi_{\pi}) - D_i}{Q_{\pi}} \quad (3.1)$$

де T_m - тарифи на послуги з перевезення пасажирів на міських автобусних маршрутах загального користування;

B_{π} - загальні річні витрати на здійснення перевезень, грн.;

Π_{π} - плановий річний прибуток від надання послуг, розраховується як відсоток від загальних річних витрат на здійснення перевезення), приймаємо рівним 10% від річних витрат, грн.;

Q_{π} - запланований річний обсяг перевезень пасажирів, обґрунтовується перевізником на підставі фактичних показників роботи або встановлюється за результатами обстеження пасажиропотоків, пас.;

D_i - планові річні чисті доходи від інших видів діяльності, які пов'язані із наданням послуг грн.

$$T_m = \frac{(420315 + 42031) - 1919}{32000} = 13,8$$

Отже, для такого маршруту було б доречно встановити ціну розміром 14грн. Така ціна буде вищою за звичайний тариф по місту, який становить 12 грн., але жителям мікрорайону буде зручніше платити таку ціну і користуватися послугами ХКП «Електротранс».

Отже, впровадження заходів по поліпшенню якості громадського транспорту на ХКП «Електротранс» сприятиме збільшенню привабливості транспорту для пасажирів, зручності та безпеці їх переміщення, що в свою чергу може призвести до зростання пасажиропотоку та покращення загальної якості громадського транспорту. А покращення безпеки праці сприятиме

зниженню ризику нещасних випадків, збільшенню продуктивності та підвищенню рівня задоволеності працівників.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі було досліджено розвиток соціальної відповідальності у менеджменті сучасних підприємств на матеріалах ХКП «Електротранс». Результатом дослідження стали наступні висновки.

У першому підрозділі першого розділу роботи розглядалися теоретичні основи соціальної відповідальності. Було розкрито сутність поняття «соціальна відповідальність» та охарактеризовано основні його складові.

Отже, соціальна відповідальність є добровільним і свідомим виконанням, використанням і дотриманням соціальних норм та приписів суб'єктами суспільних відносин. Якщо ці норми порушуються, передбачаються заходи впливу на порушників. Вона є важливою складовою менеджменту підприємства, яка допомагає підприємству забезпечити стійкий розвиток та позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

У другому підрозділі досліджувалися критерії та методи оцінки соціальної відповідальності підприємства, вони грають важливу роль у визначенні та вимірюванні рівня соціальної відповідальності, дозволяють компаніям оцінювати свої впливи на соціальне середовище, економічну стійкість, екологічну відповідальність, соціальні ініціативи та етичні стандарти. Застосування глобальних стандартів, залучення зацікавлених сторін, соціальний аудит, вимірювання показників та звітування є важливими методами для оцінки та вдосконалення соціальної відповідальності підприємства. Ці критерії та методи сприяють створенню більш стійкого та етичного бізнесу, забезпечуючи розвиток позитивних соціальних впливів та сприяючи покращенню відносин зі зацікавленими сторонами.

У другому розділі було здійснено загальну характеристику ХКП «Електротранс», яке є підприємством комунальної власності, що щороку зростає в доходах забезпечуючи транспортне обслуговування мешканців міста. Підприємство працює у сфері пасажирського транспорту та надає послуги з

перевезення пасажирів. Крім того, ХКП "Електротранс" надає додаткові послуги, такі як: оренда автобусів, експрес-маршрути та інші.

ХКП "Електротранс" ставить своїм основним завданням забезпечення максимального комфорту та безпеки пасажирів. Для цього використовуються сучасні технології та устаткування, які дозволяють забезпечити якісне обслуговування та своєчасність перевезень. Крім того, ХКП "Електротранс" прагне до зменшення негативного впливу на довкілля та забезпечення сталого розвитку, що свідчить про високу соціальну відповідальність підприємства. В цілому, ХКП "Електротранс" має значний вплив на транспортну та соціальну інфраструктуру міста, і продовжує розвиватися та вдосконалювати свої послуги.

Також у другому розділі було оцінено рівень соціальної відповідальності ХКП «Електротранс». Можна стверджувати, що підприємство має високий рівень соціальної відповідальності та проявляє позитивні зрушення в напрямку покращення її ефективності.

У третьому розділі були розроблені стратегічні напрями розвитку та підвищення рівня соціальної відповідальності. Можна сказати, що сучасний стан розвитку соціальної відповідальності на ХКП «Електротранс» хоч і знаходиться на високому рівні, та все ж має достатньо багато проблем, які потребують вирішення, вдосконалення та покращення. ХКП "Електротранс" демонструє високий рівень соціальної відповідальності, надаючи якісні транспортні послуги, забезпечуючи комфорт та безпеку для споживачів, підтримуючи професійний розвиток своїх працівників та беручи активну участь у соціальних і екологічних ініціативах.

У другому підрозділі третього розділу було обґрунтовано впровадження заходів підвищення рівня соціальної відповідальності ХКП «Електротранс».

Важливо забезпечити належне навчання та використання захисного обладнання. Для цього варто проводити інструктажі та тренінги. В загальному для покращення безпеки праці ХКП «Електротранс» може витратити 54 000грн.

Отже, впровадження заходів по поліпшенню якості громадського транспорту на ХКП «Електротранс» сприятиме збільшенню привабливості транспорту для пасажирів, зручності та безпеці їх переміщення, що в свою чергу може призвести до зростання пасажиропотоку та покращення загальної якості громадського транспорту. А покращення безпеки праці сприятиме зниженню ризику нещасних випадків, збільшенню продуктивності та підвищенню рівня задоволеності працівників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андриющенко А. І., Рябець І. М. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2009. № 884. 133–135 с.
2. Баранник Л., Вознюк О. Концепція корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в українському підприємницькому середовищі. 23-тє вид. Вісн. Дніпропетр. держ. фінанс. акад.: Екон. науки, 2010.
3. Баюра Д. Оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності компаній. 18-тє вид. Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 2015. 264 с.
4. Баюра Д. Оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності компаній. 10-тє вид. Київ : Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2013.
5. Белявська К. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему. Хмельницький : Вісн. Хмельниц. нац. ун., 2011. 233 с.
6. Бержанір А. Соціальна відповідальність бізнесу перед суспільством. Пріоритети розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції України: матеріали III міжнар. наук.-прак. інтернет-конф., м. Умань, 1 лют. 2013 р. 2013. 13–15 с.
7. Будьонна Л. Шляхи та напрями формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Соціальна політика. 2008. 9–10 с.
8. Буян О. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». 2012. Вип. 6 (2). 169–165 с.
9. Варга Н. Соціальна відповідальність підприємництва в умовах сучасного суспільства. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота. 2013. Вип. 27. 22–25 с.
10. Вітковська І. М. Соціальна відповідальність: теоретичний аспект

аналізу. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2011. № 948. 45–48 с.

11.Ворончак І. Соціальна відповідальність бізнесу як соціально-економічний феномен. Відп. економіка, 2009. 103 с.

12.Ворончак І. Формування національної моделі соціальної відповідальності бізнесу: аналіз світового досвіду та перспективи для України. 22-ге вид. Наук. вісн. Нац. лісотехн. ун-ту України, 2012. 203 с.

13.Галан Н., Толочна Т. Соціально-відповідальна поведінка бізнесу в умовах глобалізації. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Світове господарство та міжнародні економічні відносини. 2010. Вип. 2. С. 8–19.

14.Гриценко А. Корпоративна соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект оцінювання соціальної діяльності. 2-ге вид. Київ : КНЕУ, 2012. 680 с.

15.Грицина Л. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. ... канд. Хмельницький, 2009. 20 с.

16.Грищук В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Львів : Львів. ун-т внутр. справ, 2012. 152 с.

17.Дзюба О., Зюзіна В. Ефективність внутрішньої складової корпоративної соціальної відповідальності підприємства : Вісник. 725-те вид. Львів : Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка", 2012. 281 с.

18.Диса К., Іжевський П. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах. *Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки* : матеріали міжнар. студент. наук. конф., м. Житомир, 9 черв. 2023 р. Хмельницький, 2023. С. 74. URL: <https://archive.liga.science/index.php/conference-proceedings/issue/view/inter-09.06.2023/36> (дата звернення: 09.06.2023).

19.Диса К., Семенюк Р., Іжевський П. Управління інформаційними

процесами забезпечення корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. *Modern theories and improvement of world methods* : матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Гельсінкі, 6 черв. 2023 р. Хмельницький, 2023. С. 88. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/MODERN-THEORIES-AND-IMPROVEMENT-OF-WORLD-METHODS.pdf> (дата звернення: 06.06.2023).

20.Єременко С. Дефіцит суспільної відповідальності медіа. ms.detector.media.URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/2359/2013-11-19-defitsyt-suspilnoi-vidpovidalnosti-media/> (дата звернення: 23.05.2023).

21.Євтушенко В. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. 46-те вид. Вісн. НТУ «ХПІ», 2013.

22.Звіт з праці ХКП «Електротранс» за 2020-2022 рр.

23.Зеленко О. Засади формування концепції соціальної відповідальності українських підприємств. Наука в інформаційному просторі : матеріали V науково-практ. конф., м. Дніпро, 30 жовт. 2009 р. 2009. С. 73–76.

24.Зінченко А., Саприкіна М. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів. Київ : Регіон. аспект, 2018. 60 с.

25.Зінченко А., Саприкіна М. Корпоративна соціальна відповідальність. Київ : Вид-во «Фарб. лист», 2010. 56 с.

26.Ільїна Г. Парадигмальні трансформації корпоративної соціальної відповідальності в умовах глобальних процесів. 10-те вид. Бізнесінформ, 2012. 169 с.

27.Колот А. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.

28.Колот А. Соціальна відповідальність людини як чинник стійкої соціальної динаміки: теоретичні засади. 3-тє вид. Вид-во «Праця», 2011.

29.Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. 4-тє вид. Екон. теорія, 2013.

30.Коваленко Є. В. Організаційно-економічний механізм управління

корпоративною соціальною відповідальністю : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Суми, 2018. 275 с.

31.Король С. Інституційний підхід до соціальної відповідальності бізнесу. 3-тє вид. Київ : Вісн. КНТЕУ, 2013.

32.Коцій О., Ворончак І. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу. 3-тє вид. Екон. форум, 2012.

33.Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2022. № 11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381> (дата звернення: 23.04.2023).

34.Лазоренко О., Колишко Р. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності : навч. посіб. Київ : Вид-во «Енергія», 2018. 96 с.

35.Маліновська В. Юридична відповідальність як різновид соціальної відповідальності. Вісн. Вищ. ради юстиції, 2010.

36.Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики. 5-тє вид. Україна: аспекти пр., 2016.

37.Мишковська О. П. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, тенденції та проблеми розвитку в Україні : дис. ... д-ра соціол. наук : 05. Львів, 2017. 218 с.

38.Мишковська О. Моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу. 189-тє вид. Наук. пр. Чорном. держ. ун-ту ім. Петра Могили. Соціологія., 2012. 130 с.

39.Мишковська О., Піча В. Соціальна відповідальність бізнесу як феномен суспільного буття. Global world: наук. альм., 2015.

40.Новікова О., Дейч М., Панькова О. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): : монографія. Донецьк : НАН України, 2013. 296 с.

41.Оболенський О. Державна служба : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2016. 472 с.

42. Олійник О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Рувне : Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування, 2017. 222 с.
URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/11226/1/Соціальна%20відповідальність.%20Олійник%20О..pdf> (дата звернення: 01.05.2023).

43. Офіційний сайт ХКП «Електротранс». URL: <https://www.eltrans.km.ua/> (дата звернення: 01.05.2023)

44. Підлужна О. Корпоративна соціальна відповідальність на роздоріжжі. Економіка України в умовах посилення глобалізаційних процесів: виклики і перспективи: : матеріали міжн. студент.-аспірант. наук. конф., м. Львів, 15 трав. 2009 р. Львів, 2009. С. 334–335.

45. Петрашко Л. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 372 с.

46. Петроє О. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної політики сучасних підприємств в Україні : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2018. 60 с.

47. Полякова О., Кас П. Особливості формування і розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні. 32-ге вид. Вісн. економіки трансп. і пром-ті., 2015. 289 с.

48. Поплавська О. Роль стейкхолдерів в діяльності підприємства. 12-ге вид. Одеса : Вісн. Од. нац. ун-ту, 2017. 118 с.

49. Поплавська О. В. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємств за умов розвитку інтеграційних процесів : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Хмельницький, 2019. 256 с.

50. Савченко С. М. Корпоративна соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності компанії на міжнародному ринку : дис. ... д-ра екон. наук : 073. Київ, 2022. 102 с.

51. Самофалова Т. Соціальна відповідальність бізнесу як об'єктивна категорія соціально-економічної системи. 2-ге вид. Теорія та практика держ. упр., 2011. 220 с.

- 52.Саприкіна М. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям. Київ : Фарб. лист, 2011. 475 с.
- 53.Смовженко Т., Кузнєцова А. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник. 2-ге вид. Київ : УБС НБУ, 2010. 314 с.
- 54.Смолій Л. Інституціоналізація соціальної відповідальності в Україні. Глоб. та нац. проблеми економіка, 2015.
- 55.Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т», 2015. 173 с. URL: [Socialna-vidpovidalnist.pdf](https://socialna-vidpovidalnist.pdf) (дата звернення: 01.05.2023).
- 56.Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. Київ : Брит. Рада, 2011. 68 с.
- 57.Статут Хмельницького комунального підприємства «Електротранс» (нова редакція від 11.04.2018 р.). URL: https://khm.gov.ua/sites/default/files/KP/statut_regystracyya_04_2018.pdf (дата звернення: 01.05.2023)
- 58.Стецик А. Теоретико-методологічні засади управління соціальною відповідальністю підприємництва в ринкових умовах : наук. вісн. 21-ше вид. Львів : РВВ НЛТУ, 2018. 266 с.
- 59.Супрун Н. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення. 2-ге вид. Укр. соціум, 2013. 176 с.
- 60.Суслов О. Ю. Управління розвитком корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві : дис. ... канд. екон. наук : 051. Вінниця, 2022. 148 с.
61. Український індекс корпоративної рівності URL: https://www.cei.org.ua/?gclid=Cj0KCQjwmZejBhC_ARIsAGhCqnf2NM0YOL0UZi70yaJ_RlopOSJTJa6bYEzZU5Z1nfQloq275EGSgs4aAvrkEALw_wcB#2 (дата звернення: 19.05.2023).
- 62.Фінансова звітність підприємства. Баланс та Звіт про фінансові

результати за 2020, 2019, 2020 роки. URL: <https://www.eltrans.km.ua/> (дата звернення: 21.04.2022)

63. Харламова А. О. - Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії (2012). *Каталоги | Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського*. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_met a&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=efek_2012_9_51 (дата звернення: 24.05.2023).

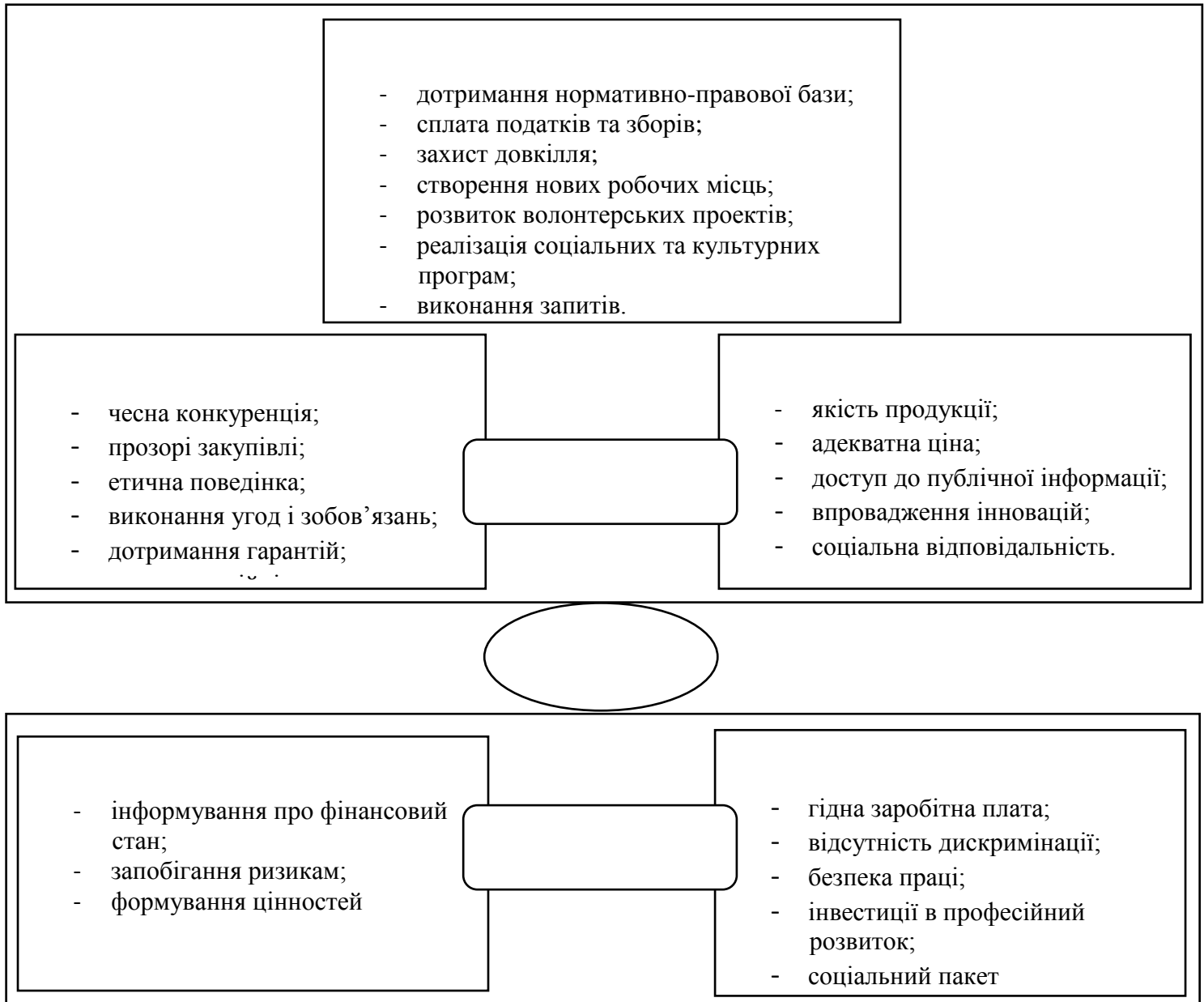
64. Хміль Ф. Соціальна відповідальність підприємництва в Україні : вісник. Київ : Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України «КПІ», 2014.

65. Черних О. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Донецьк, 2012. 26 с.

66. Шацьких К. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку українського бізнесу. 5-те вид. Маркетинг в Україні, 2010. 56 с.

67. Шира Н.О. Напрями впровадження системи корпоративної Соціальної відповідальності в практику українських підприємств. Ефективна економіка. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502>.

ДОДАТОК А



Примітка. Складено автором на основі матеріалів ХКП «Електротранс»[10]

ДОДАТОК Б

Таблиця 3.4 Аналіз фінансово-господарської діяльності їдальні та буфету з урахуванням адміністративних та частково інших операційних витрат

Найменування	2020 рік	Рах 92,93,94	Разом	2021 рік	Рах 92,93,94	Разом	2022 рік	Рах 92,93,94	Разом	Відхилення
Доходи всього:	407076,23		407076,23	233914,61		233914,61	442200,42		442200,42	35124,19
-буфет	124430,23		124430,23	100891,30		100891,30	358938,93		358938,93	23450,8,7
-їдальня	151958,05		151958,05	125463,80		125463,80	83261,49		83261,49	-68696,56
-соціальна їдальня	101051,86		101051,86							-101051,86
-оренда	29636,09		29636,09	7559,51		7559,51	0		0	-29636,09
Витрати всього:	585228,75	106342,86	691571,61	503822,71	61535,83	565358,54	455341,29	123205,60	578546,89	-113024,72
-заробітна плата	266903,06	73353,64	340256,70	279774,02	42271,72	322045,74	101452,05	85030,94	186482,99	-153773,71
-нарахування на заробітну плату	59575,32	20652,27	80227,59	63292,65	11866,00	75158,65	20368,93	19430,21	39799,14	-40428,45
-амортизація	1996,08	526,94	2523,02	2683,56	186,26	2869,82	2683,56	99,90	2783,46	260,44
-матеріальні витрати	8498,68	4490,42	12989,1	3901,80	1929,56	5831,36	13042,91	4429,65	17472,56	4483,46
-собівартість реалізованих товарів	183114,01		183114,01	112677,67		112677,67	314953,84		314953,84	131839,83
-комунальні послуги	62464,10		62464,1	37433,01		37433,01	0		0	-62464,1
-інші	2677,50	7319,59	9997,09	4060	5282,29	9342,29	2840	14214,90	17054,9	7057,81
Фінансовий результат	-178152,52		-284495,38	-269908,10		-331443,93	-13140,87		-136346,47	148148,91

Примітка. Складено автором на основі даних ХКП «Електротранс»

ДОДАТОК В

Таблиця 2.8 Критерії соціальної відповідальності ХКП «Електротранс»

Стейкхолдери	Критерії соціальної відповідальності				
	Етичний	Юридичний	Інтеграційний	Економічний	Філантропічний
Інвестори, акціонери	Культура ведення ділових переговорів	Дотримання умов договорів співробітництва	Дотримання міжнародних вимог щодо ведення підприємницької діяльності	Отримання максимального прибутку	Рішення про реінвестування частини прибутку на соціальні цілі
Постачальники та інші бізнес-партнери		Вигідні умови співробітництва	Відповідальність надавача послуг за порушення законодавства	Відповідність рівня обслуговування міжнародним стандартам ISO	Задоволеність за співвідношенням ціна/якість/екологічність
Споживачі	Створення служб щодо врегулювання етичних претензій	Створення незалежних умов праці, дотримання світових вимог щодо соціально-трудова відносин, впровадження принципів КСВ			Гідна оплата праці, відсутність заборгованості, наявність соціального пакету
Працівники	Створення етичного кодексу та корпоративної культури на підприємстві	Наявність колективного договору, відображення в ньому додаткових зобов'язань роботодавця, відповідальність за порушення в сфері охорони праці	Підвищення конкурентоспроможності відчизняних підприємств, дотримання вимог СОТ	Стабільність економічної ситуації в регіоні; налагоджені зв'язки з бізнесом; економічна безпека та протидія корупції	
Держава	Створення позитивного іміджу	Виконання зобов'язань угоди, що діє на відповідному рівні соціального партнерства; виконання законодавства про податки і збори, про пенсійне забезпечення			

Продовження таблиці 2.8

Суспільство	Створення позитивного сприйняття підприємства суспільством на основі прозорості інформації про його діяльність, відображеної в нефінансовій звітності відповідно до стандартів GRI, екологічний розвиток на рівні вимог чинного законодавства та міжнародних стандартів в цій сфері	Створення або виділення робочих місць для працевлаштування інвалідів відповідно до встановленої квоти для прийому їх на роботу	Можливості для різних верств суспільства стати учасниками благодійних програм; поліпшення екологічної ситуації в регіоні
-------------	---	--	--

Джерело: [10]