

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра: менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему: *«Формування системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів (на матеріалах ХКП «Спецкомунтранс»)»*

Виконала: студентка магістратури за спеціальністю 073 Менеджмент

Недзельська У.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доцентка,

Захаркевич Н.П.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Рецензент: провідний інспектор з кадрів

ХКП «Спецкомунтранс»

Коваленко І.В.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Недзельська У.В. Формування системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів (на матеріалах ХКП «Спецкомунтранс»). Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Магістерська робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Хмельницький, 2025. 92 с.

У магістерській роботі визначено сутність соціальної відповідальності бізнесу і двох її рівнів: внутрішнього та зовнішнього. Охарактеризовано сучасні практики системи соціальної відповідальності вітчизняних і зарубіжних компаній. Наголошено на змінах, спричинених війною.

Проаналізовано діючу систему соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс». Опрацьовано результати діяльності Центрів управління відходами, Екобусу, Гуфі-центру, Офісу «Розумне довкілля. Хмельницький». Проведено SWOT-аналіз і опитування працівників підприємства з метою оцінювання соціальної відповідальності в умовах сучасних викликів. Виявлено проблеми і шляхи удосконалення.

Досліджено практичні аспекти розробки стратегії соціальної відповідальності, а саме: наведено фактори, які впливають на її формування, адаптовано етапи розробки стратегії та їх зміст до умов функціонування ХКП «Спецкомунтранс», підкреслено важливість керуватися положеннями ISO 26000, описано складові і сформовано можливий зміст стратегії. Обґрунтовано перспективи імплементації нефінансової звітності у практику функціонування підприємства. Опрацьовано її формати, на основі чого запропоновано складати звіт про соціальну відповідальність. Сформовано етапи підготовки звіту і виокремлено три підходи до формування його змісту.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, система соціальної відповідальності, стратегія соціальної відповідальності, нефінансова звітність, сталий розвиток, сучасні виклики, інвестиційна привабливість.

ANNOTATION

Nedzelska U. V. Formation of a system of social responsibility of business in the context of modern challenges (based on materials of the KCE «Spetskomuntrans»). Qualification scientific paper on the basis of copy. Master's degree program for obtaining an open master's degree in the specialty 073 Management. Khmelnytskyi Leonid Yuzkov University of Management and Law, Khmelnytskyi, 2025. 92 p.

The master's thesis defines the essence of business social responsibility and its two levels: internal and external. Modern practices of the social responsibility system of domestic and foreign companies are characterized. The changes caused by the war are emphasized.

The current social responsibility system of the KCE «Spetskomuntrans» is analyzed. The results of the activities of the Waste Management Centers, Ecobus, Gufi Center, and the Office «Smart Environment. Khmelnytskyi» are analyzed. A SWOT analysis and a survey of the company's employees are conducted to assess social responsibility in the face of modern challenges. Problems and ways of improvement were identified.

The practical aspects of developing a social responsibility strategy are investigated, namely: the factors that influence its formation are given, the stages of strategy development and their content are adapted to the conditions of the functioning of the KCE «Spetskomuntrans», the importance of being guided by the provisions of ISO 26000 is emphasized, the components are described and the possible content of the strategy is formed. The prospects for implementing non-financial reporting in the practice of enterprise functioning are substantiated. Its formats are worked out, on the basis of which it is proposed to compile a report on social responsibility. The stages of preparing the report and three approaches to forming its content are developed.

Keywords: business social responsibility, social responsibility system, social responsibility strategy, non-financial reporting, sustainable development, modern challenges, investment attractiveness.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	10
1.1. Сутність та складові формування системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів.....	10
1.2. Сучасні практики імплементації системи соціальної відповідальності вітчизняних і зарубіжних компаній.....	15
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ХКП «СПЕЦКОМУНТРАНС».....	20
2.1. Аналіз діючої системи соціальної відповідальності підприємства...	20
2.2. Оцінювання соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасних викликів.....	32
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ХКП «СПЕЦКОМУНТРАНС».....	44
3.1. Розробка стратегії соціальної відповідальності для комунального підприємства з утилізації побутових відходів.....	44
3.2. Імплементація нефінансової звітності в практику функціонування підприємства.....	55
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
ДОДАТКИ.....	78

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

ВПО – внутрішньо переміщені особи

ЄБРР – Європейський банк реконструкції та розвитку

ЄС – Європейський Союз

ЗСУ – Збройні Сили України

КСВ – корпоративна соціальна відповідальність

ОЗіБП – охорона здоров'я і безпека праці

ООН – Організація Об'єднаних Націй

СВБ – соціальна відповідальність бізнесу

ТПВ – тверді побутові відходи

GRI – Global Reporting Initiative (укр. Глобальна ініціатива зі звітності)

ISO – International Organization for Standardization (укр. Міжнародна організація зі стандартизації)

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Соціальна відповідальність стає дедалі більш важливим елементом діяльності сучасного підприємства. Її поширення в Україні актуалізувалося на фоні війни і набуття державою статусу кандидата на вступ до ЄС, що висуває нові вимоги до бізнесу. В умовах постійних змін та викликів підприємства стикаються з потребою адаптуватися до нових реалій. Застосування принципів соціальної відповідальності допомагає їм розвиватися у правильному напрямку та слідувати сучасним тенденціям. Останні роки питання соціальної відповідальності бізнесу набуло особливої актуальності з декількох ключових причин: зростання прагнення людей в усьому світі споживати продукцію тих підприємств, які турбуються про наслідки їхньої діяльності для навколишнього середовища і готові долучатися до соціальних й екологічних ініціатив; з початком повномасштабного вторгнення благодійність, волонтерство, інші соціально важливі ініціативи бізнесу є маркером залученості до нових умов життя країни; увага до екологічних і соціальних аспектів та звітування про них відповідає прагненням України стати членом ЄС.

На початку 2020 року Уряд схвалив Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, бажаючи розвивати СВБ і демонструючи прагнення держави слідувати сучасним тенденціям, застосовувати міжнародні стандарти СВБ, дотримуватися концепції сталого розвитку, відповідально ставитися до проблем суспільства і довкілля. У жовтні 2024 року схвалено Стратегію запровадження підприємствами звітності із сталого розвитку – документ, що вкотре наголошує на важливості нефінансової звітності підприємств зокрема звіту про соціальну відповідальність, яка є одним з ключових факторів забезпечення сталого розвитку підприємства, підвищення його інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності. Ці нормативно-правові акти підтверджують особливе значення розвитку СВБ в сучасних умовах.

Чимало компаній не обмежуються кількома соціально відповідальними заходами, а комплексно формують систему соціальної відповідальності, яка стає невід'ємною частиною їхньої діяльності. У науковій літературі чимала увага приділяється компаніям, проте згадки саме про комунальні підприємства трапляються вкрай рідко. Зважаючи на все зазначене, дослідження формування і розвитку системи соціальної відповідальності підприємств в умовах сучасних викликів є надзвичайно актуальним.

В роботах таких вітчизняних науковців, як: Білик Р. Р., Варвус А. І., Гавриленко Т. В., Горова К. О., День Цівень, Длугопольська Т. І., Ігнат'єва І. А., Каліна І. І., Ключ Ю. І., Лосовська Н. В., Ніжніков І. М., Подрез О. І., Пучкова С. І., Райко Д. В., Селіверстова Л. С., Сербенівська А. Ю., Червінська Л. П., Червінська Т. М. та ін., соціальна відповідальність бізнесу досліджується з різних сторін: розвиток поняття, складові, напрями реалізації, переваги, стратегія, підкреслюється її роль для сталої діяльності, наголошується на трансформації під час війни, при цьому для прикладів наводиться досвід відомих компаній. Однак недостатньо висвітленим залишається питання системи соціальної відповідальності комунальних підприємств зокрема у сфері утилізації побутових відходів та її формування в умовах сучасних викликів. Це й визначає актуальність і практичну значущість теми дослідження.

Метою магістерської роботи є поглиблення теоретичних засад соціальної відповідальності бізнесу, аналіз сучасного стану системи соціальної відповідальності у ХКП «Спецкомунтранс» та удосконалення підходів до її формування на підприємстві.

Згідно з метою поставлено такі **завдання**:

- визначити сутність та складові формування системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів;
- охарактеризувати сучасні практики імплементації системи соціальної відповідальності вітчизняних і зарубіжних компаній;
- проаналізувати діючу систему соціальної відповідальності підприємства;

- оцінити соціальну відповідальність підприємства в умовах сучасних викликів;
- дослідити практичні аспекти розробки стратегії соціальної відповідальності для комунального підприємства з утилізації побутових відходів;
- обґрунтувати перспективи імплементації нефінансової звітності у практику функціонування підприємства.

Об’єкт дослідження – процес формування системи соціальної відповідальності бізнесу.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти формування системи соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» в умовах сучасних викликів.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань були використані загальнонаукові та спеціальні методи: метод порівняння – при з’ясуванні поглядів науковців на сутність поняття «соціальна відповідальність бізнесу», зіставлені практик українських та зарубіжних компаній, змісту звітів про КСВ декількох компаній, показників діяльності підприємства за останні п’ять років; метод контент-аналізу – при опрацюванні літератури і викладенні на основі цього основних положень, тенденцій розвитку СББ в умовах сучасних викликів; метод узагальнення – при формулюванні логічних висновків; метод аналізу – при аналізі основних техніко-економічних показників, системи соціальної відповідальності підприємства; абстрактно-логічний метод – при формулюванні рекомендацій; метод статистичного групування – при групуванні статистичних даних та їх відображенні у вигляді таблиць; графічний метод – при наочному поданні інформації у вигляді діаграм, рисунків; метод опитування – при оцінюванні соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасних викликів.

Практична значущість роботи полягає в аналізі й оцінюванні соціальної відповідальності комунального підприємства, розроблених та обґрунтованих на їх основі пропозиціях удосконалення підходів до формування системи

соціальної відповідальності підприємства з утилізації побутових відходів в умовах сучасних викликів. Результати дослідження можуть використовуватися під час розробки стратегії і складання звіту про соціальну відповідальність.

Інформаційну базу дослідження складають вітчизняна й зарубіжна література, дослідження українських організацій, нормативно-правові акти України, інформація міжнародних організацій, інтернет-джерела з питань соціальної відповідальності, а також матеріали, офіційний сайт, статистична і фінансова звітність ХКП «Спецкомунтранс».

Апробація результатів дослідження. Окремі положення магістерської роботи висвітлено у таких наукових публікаціях:

1. Захаркевич Н.П., Недзельська У.В. Соціальний тимблдинг як елемент соціальної відповідальності бізнесу. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні перспективи розвитку обліку, фінансів, економіки, управління, права та інженерії». м. Запоріжжя, 5-6 грудня 2024 р.

2. Недзельська У.В. Значення корпоративної соціальної відповідальності для репутації бренду та його розвитку. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали VI міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів: ЛНУП, 27-28 березня 2024 р. Львів, 2024. С. 126-128.

3. Недзельська У.В. Нефінансова звітність як інструмент відображення інформації про соціальну відповідальність підприємства. VI Міжнародна науково-практична конференція «Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації». м. Хмельницький, 16 січня 2025 р.

Структура роботи. Відповідно до мети та завдань дослідження робота складається зі вступу, 3 розділів, 6 підрозділів, висновків, списку використаних джерел із 72 найменувань та 8 додатків. Загальний обсяг роботи – 92 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

1.1. Сутність та складові формування системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів

Сьогодні бізнес не може обмежуватися лише зосередженістю на фінансових результатах, адже діяльність компаній торкається соціального, екологічного, економічного середовищ. Саме тому сучасні компанії прагнуть бути соціально відповідальними, демонструючи свою залученість до соціальних ініціатив, участь у вирішенні екологічних проблем та ін. В умовах високої конкуренції цей фактор може стати ключовим для залучення клієнтів, формування позитивного іміджу, забезпечення сталого розвитку. Зрештою, сучасні компанії не можуть залишатися осторонь екологічних, соціальних, етичних питань, що набувають все більшої ваги. В результаті, компанії, які реагують на сучасні виклики, отримують можливість не лише вплинути на репутацію, а й підвищити свою конкурентоспроможність.

З розвитком суспільства й технологій, висуванням нових вимог до бізнесу, зміною умов сьогодення та появою нових викликів виникає потреба будувати діяльність саме на засадах соціальної відповідальності. У науковому та професійному колах сформувалися різні визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу» (Додаток А). Ознайомившись з ними, можемо помітити, що чи не в кожному визначенні вказуються інтереси зацікавлених сторін та виділяються економічний, екологічний, соціальний напрями. До інших спільних ознак деяких визначень віднесемо згадки про сталий розвиток, дотримання законодавства. Поділяємо позицію авторів щодо системного характеру соціальної відповідальності. Про це ми зазначали у [36, с. 128], наголошуючи, що «для того, аби КСВ дійсно позитивно впливала на репутацію бренду, важливо розробляти стратегію КСВ, а не обмежуватися одиничними

акціями в надії покращення репутації та ставлення споживачів.... У людей присутнє скептичне ставлення до компаній, які лише намагаються справити добре враження, а насправді не переймаються соціальними чи екологічними проблемами та не прагнуть до щирої допомоги».

На законодавчому рівні поняття «соціально відповідальний бізнес» міститься у Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [44]. Відповідно до Концепції поняття «визначає відповідальну поведінку суб'єктів господарської діяльності за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності».

Райко Д. В. та Подрез О. І. пропонують ввести поняття «соціальна відповідальність підприємства» (СВП), під яким розуміється: «...добровільна діяльність підприємства відповідно до законодавства, що направлена на власний сталий розвиток задля збільшення прибутковості, добробуту працівників, мешканців регіону, де працює підприємство, галузь, до якої воно належить, та країни в цілому шляхом виконання економічних, соціальних та екологічних програм...» [47, с. 176]. На наш погляд, наведене визначення вдало підходить для підприємства з утилізації побутових відходів, оскільки вплив його діяльності торкається великого кола людей, а тому, окрім прагнення отримати прибуток та створити гідні умови праці, виникає об'єктивна потреба мінімізувати негативні наслідки роботи для життя й здоров'я громадян, навколишнього середовища.

СВБ включає низку заходів та практик різного характеру і спрямування. Пучкова С. І. з посиланням на документи ООН вказує на пропозицію розподіляти СВБ на внутрішню і зовнішню (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 Елементи внутрішньої та зовнішньої складових СВБ

Внутрішня	Зовнішня
<ul style="list-style-type: none"> – стабільна і справедлива оплата праці; – безпека праці; – гарантії медичного обслуговування; – можливість підвищення кваліфікації та професійного навчання; – додаткова допомога у складних життєвих ситуаціях. 	<ul style="list-style-type: none"> – пожертви до різних соціальних фондів та громадських організацій, патронаж, благодійність тощо; – турбота про екологію та навколишнє середовище; – відповідальність перед клієнтами та споживачами; – реалізація додаткових державних та муніципальних програм, що покращують соціальне середовище міста, регіону, країни загалом.

Примітка. Систематизовано авторкою за даними [46, с. 469].

З табл. 1.1 можна зробити висновок, що внутрішня складова СВБ стосується різних аспектів добробуту працівників: оплата праці, соціальні гарантії, підвищення кваліфікації і навчання, додаткова допомога. Зовнішня спрямована на діяльність поза межами організації, взаємодію з оточуючим світом: охорона довкілля, соціальні ініціативи, відповідальність перед зацікавленими сторонами, участь у громадському житті та ін.

Аналогічний підхід знаходимо у науковій статті Білика Р. Р. та Варвуса А. І., які більш розгорнуто описують складові СВБ [6, с. 321]. До внутрішньої також відносять мотивацію, створення умов для відпочинку та дозвілля працівників, підтримку ефективних внутрішніх комунікацій, заохочення участі працівників у прийнятті управлінських рішень. Зовнішню складову доповнюють сумлінною сплатою податків, дотриманням етичних норм у бізнесі і високих стандартів якості товарів/послуг, забезпеченням прозорості інформації, виконанням національних і міжнародних законодавчих норм, соціально-етичним маркетингом.

В умовах сучасних викликів внутрішня і зовнішня СВБ в Україні дещо змінилася, на чому наголошується у дослідженні Національного інституту стратегічних досліджень «Корпоративна соціальна відповідальність під час війни та в повоєнному відновленні», опублікованому 14 травня 2024 року [34]. Війна в Україні радикально змінила умови функціонування бізнесу в Україні.

Більшість компаній виявилися не готовими до початку війни й не мали планів дій на випадок надзвичайних ситуацій або стратегій зменшення ризиків. Проте для багатьох підприємств саме соціальна відповідальність стала засобом, що дав змогу подолати численні виклики, зумовлені війною. Зокрема, частина українського бізнесу у відповідь на воєнні загрози не лише продовжила роботу, дбаючи про своїх працівників, але й надавала допомогу місцевим громадам, армії, територіальній обороні та внутрішньо переміщеним особам. Протягом війни в Україні встигли сформуватися одразу декілька особливостей, які відрізняють соціальну відповідальність у нашій країні від інших. Така трансформація відбувається у двох напрямках – зовнішньому та внутрішньому (рис. 1.1).

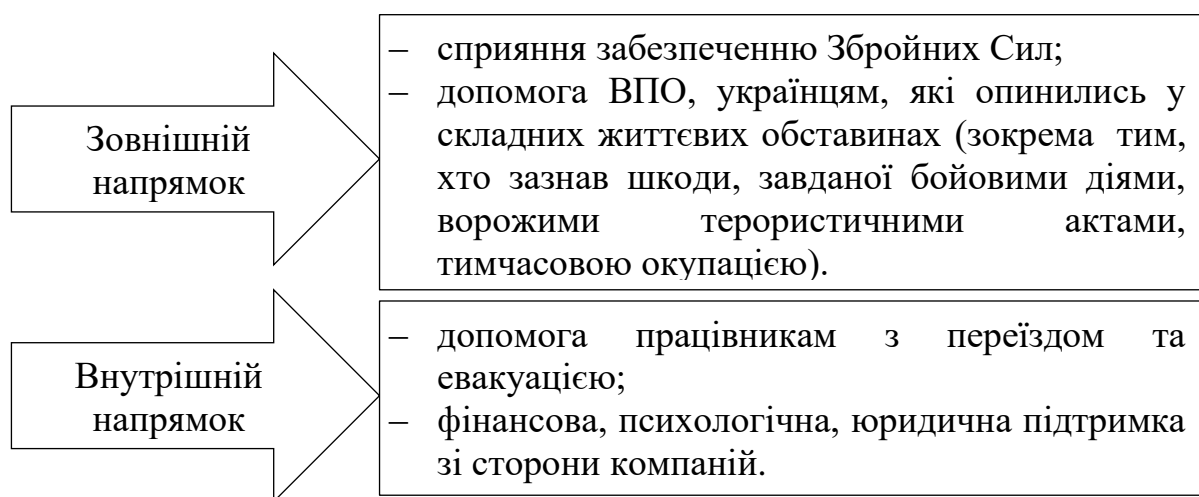


Рисунок 1.1 – Трансформація напрямів СВБ під час війни

Примітка. Побудовано авторкою за даними [34].

Як показано на рис. 1.1, поширеним напрямом зовнішньої СВБ під час війни є допомога Збройним Силам України та українцям, які опинились у складних життєвих обставинах, а внутрішньої – всебічна допомога працівникам.

Аби детальніше ознайомитися із особливостями СВБ в умовах війни, звернемося до результатів дослідження «Індекс КСВ 2023» [53]:

- майже всі компанії надають допомогу ЗСУ;

– всі учасники рейтингу підтримують своїх співробітників, які воюють. 23 компанії зберігають за ними зарплату, 17 забезпечують військовим спорядженням;

– 16 з 30 компаній розпочали реалізовувати програми реінтеграції або підтримки ветеранів і ветеранок серед персоналу;

– 13 з 30 компаній розпочали впровадження програм/заходів підтримки ветеранів і ветеранок на національному рівні;

– 25 з 30 компаній релокували працівників з їхніми родинами у безпечні регіони, надавали матеріальну та психологічну допомогу співробітникам, організували трансфер та розміщення;

– 13 з 30 компаній зазначили, що вони сплачували податки авансом;

– більшість компаній запровадили різні види матеріальної підтримки для тих працівників, які постраждали від військових дій;

– 20 компаній облаштували укриття в офісах та виробничих приміщеннях;

– 20 компаній зазначили, що вони мають окремі програми підтримки працівників із дітьми;

– 25 з 30 компаній допомагали громадам, 26 – підтримували ВПО. Підтримують волонтерський рух 25 компаній.

Слід вказати, що у рейтингу присутні здебільшого відомі компанії, які мають ресурси та можливості у достатній мірі проявляти соціальну відповідальність у складні часи. Меншим компаніям, на нашу думку, складніше втілювати подібні заходи, втім вони докладають зусилля по мірі своїх можливостей. Труднощі, з якими зіткнувся український бізнес, водночас відкривають нові можливості для впровадження ініціатив, що позитивно впливатимуть як на внутрішнє середовище компаній, так і на зовнішнє. Тому в умовах сьогодення компанії мають чи не найкращу нагоду розвивати систему соціальної відповідальності з урахуванням актуальних проблем.

1.2. Сучасні практики імплементації системи соціальної відповідальності вітчизняних і зарубіжних компаній

За даними Комітету промислової екології та сталого розвитку Європейської Бізнес Асоціації, вже у березні 2022 року з боку багатьох українських підприємницьких структур та міжнародних компаній в Україні були реалізовані соціально відповідальні заходи за такими напрямками [46, с. 471]:

- гуманітарна допомога населенню;
- підтримка медичних закладів;
- евакуація та розміщення населення з районів бойових дій;
- організація сховищ для населення.

Dsnews сформувало Топ-10 компаній, які системно впроваджують практики соціальної відповідальності з урахуванням останніх викликів [35], а CSR Ukraine створило та оновлює каталог внеску бізнесу в перемогу у війні [33]. На основі матеріалу вказаних онлайн-ресурсів у табл. Б.1. (Додаток Б) систематизовано заходи соціальної відповідальності українських компаній та підприємств під час війни, проаналізувавши які, можемо виділити таке:

- для більшості наведених організацій соціально відповідальні заходи не є одноразовими діями, а носять системний характер;
- більшість вказаних заходів належать до зовнішньої складової СВБ, але організації прагнуть розвивати обидві складові. Наприклад, Lidea Seeds Ukraine, окрім створення безпечних умов праці, гідної заробітної плати, навчання і розвитку працівників, також допомагає колегам-захисникам і усім співробітникам у різних життєвих обставинах, планує запровадити програму повноцінної реінтеграції ветеранів у колектив;
- найпоширенішими проявами соціальної відповідальності під час війни є допомога ЗСУ і українцям у складних умовах, облаштування укриттів, безкоштовне надання своєї продукції тому, хто її потребує. Поруч з цим, позитивними моментами є продовження реалізації деякими компаніями

проектів, розпочатих до повномасштабної війни, допомога тваринам у притулках, екологічні ініціативи;

– на особливу увагу заслуговує проєкт «Безбар’єрний Фокстрот», зміст якого полягає в адаптації мережі магазинів до можливих наслідків воєнних дій та пристосування сервісів для обслуговування клієнтів з особливими потребами та відвідувачів з дітьми. Проєкт реалізується з метою зміцнення принципів безбар’єрності як частини бізнес-процесів компанії та на підтримку ініціативи першої леді Олени Зеленської «Без бар’єрів».

Як бачимо, системи соціальної відповідальності багатьох компаній адаптуються до сучасних умов. Фокус уваги змістився на соціально орієнтовані практики, які під час війни набули особливого значення, оскільки стають важливим інструментом підтримки людей, що потрапили у складні життєві обставини, ЗСУ, медиків, дітей тощо. Бізнес надає не лише фінансову допомогу, а й ресурси для будівництва/відновлення інфраструктури, гуманітарну допомогу, готується до подальших кроків враховуючи потреби найближчого майбутнього.

Фокус діяльності у сфері СВБ може бути обраний індивідуально, залежно від того, хто найбільше зацікавлений, наприклад, у фінансуванні догляду за дітьми, підтриманні притулків для тварин чи допомозі окремим категоріям людей. Оскільки соціальна відповідальність, як правило, утілює соціальний статус і бренд компанії, її під час війни вже не варто характеризувати як прерогативу великих бізнесів чи спосіб поліпшення репутації. Її варто розглядати як невіддільну складову компанії, яка хоче й надалі працювати в Україні. Незалежно від масштабу та напряму ініціативи, яку здійснює компанія, вона має відповідати лише одній головній вимозі: приносити користь суспільству. Отже, будь-яка компанія не повинна вагатися, чи спрямувати свої ресурси на участь у певній соціальній ініціативі, адже в умовах війни не може бути забагато допомоги, тож якщо проєкт може покращити життя хоча б деяких людей, це треба зробити [52, с. 412-413].

Роботодавці змінили також соціальні пакети співробітників. Нині у фокусі психологічна допомога та фінансова підтримка співробітників у разі складних

життєвих обставин. Алла Мартинова, керуюча партнерка компанії Leader Group, зазначає: «Наразі для великих та середніх підприємств найкращим мотиваційним пакетом є турбота про колектив. Деякі компанії фінансово підтримують сім'ї співробітників, що пішли на фронт, інші забезпечують віддалену команду житлом, або навіть надають «фінансову подушку» у вигляді щомісячної виплати дітям, чиї батьки загинули на фронті. Безпека та турбота про людей є найкращим мотиватором під час війни». Новий тренд у соцпакеті в Україні: фахівцям пропонують пройти курси надання невідкладної допомоги. Отже, попри те, що боротьба за співробітників між роботодавцями не припиняється, соцпакети під час війни стали набагато скромнішими. Українські компанії значно «зрізали» різноманітні стимули для заохочення працівників, але також вводять для них корисні ініціативи [54].

Системи соціальної відповідальності зарубіжних компаній відрізняються від вітчизняних у сучасних умовах своїм наповненням. Якщо останні більше залучені до нагальних питань, причинених повномасштабною війною, то зарубіжні здебільшого продовжують раніше окреслені заходи і враховують актуальні для тієї чи іншої країни виклики. Базуючись на інформації табл. Б.2. (Додаток Б) виділимо ключові моменти систем соціальної відповідальності відомих зарубіжних компаній:

- провідні компанії світу залучаються та інвестують у глобальні проекти такі, як: інвестиції Lego в альтернативні джерела енергії, реалізація компанією Microsoft проекту «You so employed» («Я працюю»), який створив 10000 нових робочих місць, просування stream-освіти для дітей і молоді компанією Intel, фінансування Google ініціатив, спрямованих на сприяння інклюзії та ін.;

- екологічна активність є ще однією особливістю зарубіжних компаній, яка часто базується на сфері діяльності. Наприклад, плани Lego зробити пластиковий конструктор на рослинній основі для подальшої переробки, який буде більш безпечним для навколишнього середовища; зменшення викидів нових авто компанії BMW; перероблення компанією Intel власних нетоксичних

відходів; зобов'язання The Walt Disney Company скоротити викиди та відходи разом із використанням екологічного дизайну та екологічних матеріалів;

– деякі компанії реалізують заходи, спрямовані на досягнення гендерної рівності, поширення інклюзії, недопущення дискримінації за ознаками раси, статі, сексуальної орієнтації тощо, а також долучаються до волонтерства;

– невід'ємним елементом системи соціальної відповідальності багатьох компаній є покращення добробуту працівників. З цією метою впроваджуються гнучкий графік роботи, допомога сім'ям працівників, удосконалення системи мотивації персоналу;

– приклад міжнародної компанії Bayer показав, що її представництво в Україні займається соціальною відповідальністю враховуючи українські реалії і є підтвердженням тези, що заходи СББ певною мірою різняться залежно від країни, її актуальних потреб та «порядку денного».

Виділяють декілька тенденцій соціальної відповідальності зарубіжних компаній [62]:

– залученість і добробут співробітників: компанії визнають важливість добробуту співробітників та інвестують у програми підтримки фізичного та психічного здоров'я, балансу між роботою та особистим життям, а також професійного розвитку. Набувають популярності волонтерські програми та ініціативи для співробітників;

– екологічна стійкість: компанії приділяють більше уваги зменшенню свого вуглецевого сліду, використанню відновлюваних джерел енергії та впровадженню сталих практик у своїх ланцюгах постачання;

– етичні ланцюги постачання: компанії надають перевагу постачальникам, які враховують питання охорони довкілля у своїй діяльності, оцінюючи та зменшуючи фактори екологічного ризику;

– інклюзивне зростання: все більше уваги приділяється вирішенню питань соціальної справедливості, таких як расова та гендерна рівність, розмаїття та інклюзивність;

- технологій та інновацій: ініціативи, спрямовані на цифрову інклюзію, доступ до інформаційно-комунікаційних технологій та ін.;
- прозорість та підзвітність: звітування про екологічні, соціальні та управлінські показники, вплив соціально відповідальних програм;
- локальні ініціативи та залучення зацікавлених сторін: все більше уваги приділяється взаємодії з місцевими громадами та задоволенню їхніх конкретних потреб, оскільки компанії відходять від універсальних заходів соціальної відповідальності і натомість зосереджуються на ініціативах, які мають відчутний вплив на громади, в яких вони працюють.

Можемо підсумувати, що вітчизняні компанії протягом останніх років проявляли доволі активну соціальну відповідальність та втілювали заходи, зважаючи на безпрецедентні події. Наведені практики СВБ показали, що український бізнес надає значну підтримку суспільству під час війни за різними напрямками. У роботі наведені лише декілька прикладів соціально відповідальних компаній, проте їх в десятки разів більше. Потреби, що виникли внаслідок повномасштабної війни, стали визначальними при формуванні систем СВБ. Витрати та масштаби заходів соціальної відповідальності зарубіжних компаній більші, ніж вітчизняних, та мають свої особливості. Наведені тенденції СВБ відображають зростання ролі компаній у просуванні позитивних соціальних та екологічних змін, а також більш цілісний підхід до соціальної відповідальності.

Загалом опрацювання теоретичного матеріалу та практичних аспектів показало, що системи соціальної відповідальності вітчизняних та зарубіжних компаній формуються під впливом сучасних умов, викликів, актуальних питань тих чи інших країн. Компанії реагують на вимоги часу та корегують системи соціальної відповідальності, аби підтримувати конкурентоспроможність, демонструвати позицію та долучатися до важливих речей.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ХКП «СПЕЦКОМУНТРАНС»

2.1. Аналіз діючої системи соціальної відповідальності підприємства

ХКП «Спецкомунтранс» є комунальним унітарним підприємством, створеним відповідно до рішення дванадцятої сесії Хмельницької міської ради від 24.06.2003 року №7 на базі відокремленої частини комунальної власності Хмельницької міської територіальної громади. Місцезнаходження підприємства: Україна, 29008, м. Хмельницький, вул. Князя Святослава Хороброго, 1. Метою створення є господарська діяльність для досягнення економічних і соціальних результатів з метою отримання прибутку.

Предметом діяльності підприємства для реалізації зазначеної мети є:

- поводження (збирання, перевезення, сортування, утилізація, захоронення) з твердими побутовими відходами;
- вивезення великогабаритних побутових відходів;
- вивезення рідких відходів.

Окрім того, підприємство здійснює діяльність з: регулювання чисельності безпритульних тварин (собак та котів); ремонту та обслуговування контейнерів для збору твердих побутових відходів; утримання громадських вбиралень; обслуговування контейнерних майданчиків; ремонту та обслуговування автомобілів; внутрішніх перевезень небезпечних вантажів та відходів вантажними автомобілями (за наявності відповідної ліцензії); надання транспортних послуг підприємствам, організаціям всіх форм власності та населенню Хмельницької міської територіальної громади [43].

Директором підприємства є Зімін Олександр Леонідович, якому підпорядковуються: адміністративно-управлінський відділ у т.ч. головний інженер та заступник директора, а також начальник відділу збуту послуг, начальник центру поводження з тваринами (Додаток В). У підпорядкуванні

головного інженера перебувають начальники транспортної служби, дільниці по прибиранню контейнерних майданчиків, бригади полігону побутових відходів, дільниці сортування побутових відходів, ремонтної майстерні та інженер-енергетик дільниці по господарському обслуговуванню виробництва.

Важливою частиною при характеристиці підприємства є аналіз його основних техніко-економічних показників (Додаток Г, табл. Г.1.). Чистий дохід має стійку тенденцію до зростання протягом останніх 5 років. У 2023 році порівнюючи з 2018 роком зріс на 179,44% і становив 108919 тис. грн. Середньоспискова чисельність персоналу коливається в межах 202-242 осіб. З кожним роком зростає на кілька осіб, причому найвищий показник зафіксований у 2023 році, а найменший – у 2019 році. На фоні цього відбувається й щорічне зростання фонду оплати праці та середньомісячної заробітної плати. Фонд оплати праці у 2019 році складав 21561,8 тис. грн, тоді як у 2023 році зріс на 182,4% та склав 39328,6 тис. грн. Показник середньомісячної заробітної плати також демонструє динаміку до щорічного зростання. Її розмір у 2023 році становив 13542,9 грн, що на 152,25% більше, ніж у 2019 році. Негативною тенденцією за досліджуваний період є сума підвищення заробітної плати, яка з кожним наступним роком зменшується. Протягом 2019-2021 рр. збільшувалася в середньому на 1700 грн, а вже у 2023 році проти 2022 року зросла всього лиш на 360,8 грн. Це пояснюється наслідками війни, здебільшого, «замороженням» розміру мінімальної заробітної плати.

Собівартість реалізованих послуг у 2019 році склала 45925 тис. грн, а у 2023 році сягнула показника вдвічі більшого, продемонструвавши зростання на 212,82%. У 2019-2022 рр. підприємство має позитивну тенденцію чистого прибутку, натомість починаючи з 2022 показник починає знижуватися, досягаючи від'ємного значення у 2023 році. «Падіння» показника чистого прибутку з 531 тис. грн у 2021 році до збитку у розмірі 4710 тис. грн у 2023 році можна пояснити збільшенням суми операційних витрат, що спричинило формування збитку від операційної діяльності у розмірі понад 3800 тис. грн. Таким чином, у 2019-2022 рр. підприємство було прибутковим, але у 2023 році

понесло величезні збитки, що відобразилося на показниках рентабельності. Так, до 2021 року (включно) показники рентабельності послуг і рентабельності продажу демонстрували позитивну динаміку, тоді як у 2023 році зафіксована збитковість на рівні 4,82% і 4,32% відповідно.

Витрати на 1 грн наданих послуг у 2019-2021 рр. зменшуються, але протягом двох останніх років почали зростати. Загальний темп росту показника у 2023 році проти 2019 року склав 104,51%, досягнувши 1,0432 грн на 1 гривню наданих послуг, що є негативним моментом. Вважається, нормою таких витрат є значення менше однієї гривні. Тобто, у 2019-2022 рр. витрати на 1 грн наданих послуг були в межах норми, але у 2023 році перевищили одну гривню. Це свідчить про збільшення витрат для надання послуг, зменшення чистого прибутку і утворення збитку.

Показник середньорічної вартості основних засобів щороку зростає, що вказує на розвиток і модернізацію підприємства. У 2019 році склав 61682,5 тис. грн, а у 2023 році зріс до 237462 тис. грн, тобто майже у 4 рази (темп росту – 384,97%). Показник фондовіддачі продемонстрував суттєве зниження у 2019-2021 рр., але останні 3 роки суттєвих коливань не відбувається, залишаючись в середньому на рівні 0,45 грн/грн. Загалом за досліджуваний період відбулося його зниження у понад 2 рази: з 0,98 грн/грн у 2019 році до 0,46 грн/грн у 2023 році. Це пов'язано з тим, що чистий дохід від надання послуг зростає меншими темпами, ніж середньорічна вартість основних засобів. Можемо говорити про низьку ефективність використання основних засобів на підприємстві. Для підвищення фондовіддачі варто шукати шляхи зниження собівартості послуг, що, з огляду на умови сьогодення, зробити нелегко.

Кожне підприємство на перше місце ставить отримання прибутку, і нерідко з метою досягнення економічних цілей відповідальність за свій вплив на оточуюче середовище стає другорядним питанням. Попри це, чимало сучасних підприємств прагнуть бути соціально відповідальними. У ХКП «Спецкомунтранс» система соціальної відповідальності має внутрішню та зовнішню складові (рис. 2.1).

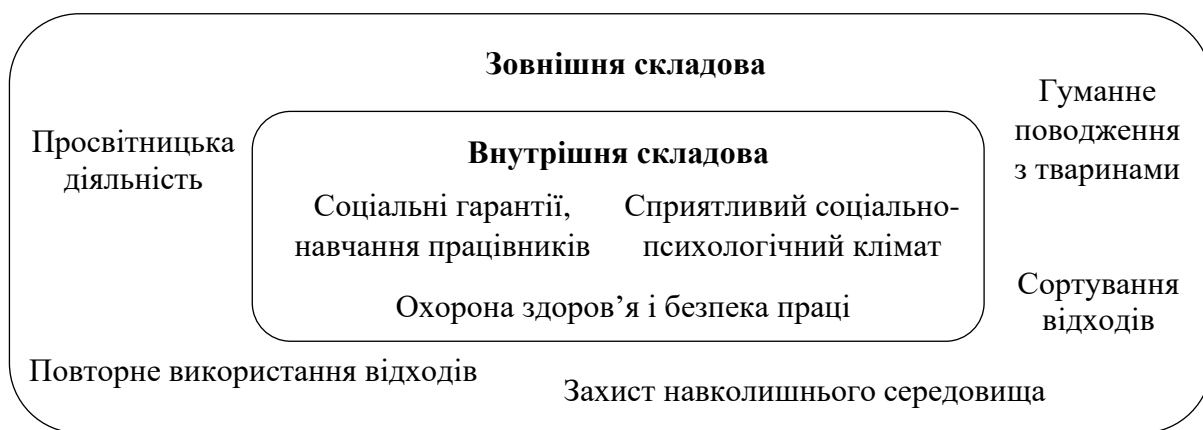


Рисунок 2.1 – Узагальнена система соціальної відповідальності
ХКП «Спецкомунтранс»

Примітка. Складено авторкою.

Як показано на рис. 2.1., внутрішня складова соціальної відповідальності проявляється у системі ОЗіБП, соціальних гарантіях та навчанні працівників, сприятливому соціально-психологічному кліматі, а зовнішня – у захисті навколишнього середовища, залученості до просвітницької діяльності, сортуванні та повторному використанні відходів, гуманному поводженню з тваринами.

Перейдемо до аналізу першої складової системи соціальної відповідальності – внутрішньої. Складно переоцінити важливість охорони здоров'я і безпеки праці на підприємстві, адже це прямо впливає на працездатність та добробут працівників. ХКП «Спецкомунтранс» при виконанні всіх заходів у межах його приміщень та територій визнає найважливіше значення ОЗіБП працівників та третіх сторін. Керівництво та працівники здійснюють свою діяльність з урахуванням прийнятої політики ОЗіБП відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 45001 [40]. За інформацією ХКП «Спецкомунтранс», працівники, які працюють у шкідливих, важких умовах, забезпечуються безкоштовно молоком. Працівникам, робота яких пов'язана із забрудненням, безкоштовно видається мило. Спецодягом та іншими засобами індивідуального захисту забезпечуються працівники, робота яких пов'язана із забрудненням та несприятливими температурними умовами. За весь

період існування підприємства відбувалося постійне збільшення заробітної плати, що враховує вартість споживчого кошика і фактичне зростання обсягів надання послуг. Заробітна плата на підприємстві виплачується вчасно і в повному обсязі.

Наступним елементом внутрішньої соціальної відповідальності є навчання працівників. Працівники ХКП «Спецкомунтранс» постійно підвищують кваліфікацію (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. Інформація щодо професійного навчання кадрів на підприємстві за 2019-2023 рр.

№ з/п	Показник	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Всього
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Кількість працюючих, які підвищили кваліфікацію, всього, у тому числі:	16	10	14	26	38	104
	– робітники	8	5	7	12	10	42
	– керівники	2	2	4	5	4	17
	– спеціалісти	4	2	2	5	12	25
	– службовці	2	1	1	4	12	20
2.	Навчено новим професіям (первинна підготовка)	1	0	0	1	0	2
3.	Перепідготовка	3	4	4	4	4	19
4.	Витрачено власних коштів на усі види навчання, всього, тис.грн у тому числі:	51,4	31,6	26,4	73,2	56,4	239
	– безпосередньо на виробництві	0	0	0	0	26,3	26,3
	– у навчальних закладах різних типів за договорами	51,4	31,6	26,4	73,2	30,1	212,7

Примітка. Складено за даними ХКП «Спецкомунтранс»

Інформація табл. 2.1 дає розуміння кількості працівників, що підвищили кваліфікацію, навчилися новим професіям і пройшли перепідготовку, а також розміру витрачених коштів на усі види навчання. Так, за досліджуваний період 104 особи підвищили кваліфікацію, більшість з яких становлять робітники (42 особи). Первинну підготовку з опанування нової професії за останні 5 років

пройшли 2 осіб, а перепідготовку – 19 осіб. Упродовж 2019-2023 рр. на усі види навчання було витрачено 239 тис. грн.

В контексті навчання працівників доцільно згадати ветеранів праці, які відіграють значну роль у діяльності підприємства, працюючи на різних дільницях і передаючи багатий досвід молодим працівникам. Трудовий колектив визнається основною цінністю ХКП «Спецкомунтранс» [32].

Для підвищення згуртованості колективу, його емоційного здоров'я адміністрацією, профкомом підприємства регулярно проводяться корпоративні заходи, організовуються туристичні поїздки. Колектив характеризується сприятливим соціально-психологічним кліматом. Працівники намагаються підтримувати доброзичливе спілкування, будувати здорові стосунки з колегами, дотримуватися принципів співпраці та взаємодопомоги.

Але важливою проблемою у формуванні трудового потенціалу працівників є відсутність планування кар'єри, у зв'язку з чим у працівників може бути відсутня мотивація покращувати результати роботи, прагнути до саморозвитку тощо. Існує ймовірність виникнення думок про зміну місця роботи на те, де буде більш чітке розуміння перспектив. На підприємстві робітники не знають своїх перспектив, що свідчить про відсутність планування і контролю кар'єри.

Дослідження зовнішньої складової системи соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» почнемо із загальної інформації про екологічну політику. Захист навколишнього середовища є невід'ємною частиною фінансової та операційної діяльності підприємства, основним засобом досягнення стратегічних цілей. Як повідомляється на сайті підприємства, керівництво та працівники здійснюють свою діяльність з урахуванням екологічної політики, що є основою для функціонування системи екологічного менеджменту відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 14001 [13].

Рішенням Хмельницької міської ради від 23.12.2020 №67 було затверджено Програму поводження з побутовими відходами «Розумне довкілля. Хмельницький» на 2021-2023 роки, метою якої є створення умов, що сприятимуть забезпеченню повного збирання, перевезення, утилізації,

знешкодження та захоронення ТПВ, зменшення впливу ТПВ на довкілля, покращення санітарного стану міста та поліпшення епідеміологічного благополуччя населення [42]. Виконавцем більшості заходів з реалізації Програми є ХКП «Спецкомунтранс». Основними заходами визначено такі:

- 1) організація роздільного збору окремих компонентів побутових відходів;
- 2) реконструкція існуючого полігону та створення сучасного полігону побутових відходів із знешкодженням фільтрату та утилізацією біогазу;
- 3) будівництво комплексу з переробки твердих побутових відходів;
- 4) проведення заходів щодо підвищення екологічної свідомості мешканців.

Проведемо аналіз основних елементів екологічної складової соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс». Так, важливим заходом для організації роздільного збору окремих компонентів побутових відходів, крім встановлення спеціальних контейнерів, стало відкриття центрів управління відходами. Перший було відкрито у вересні 2020 року, а другий у жовтні 2023 року. Це місця, куди кожен мешканець міста Хмельницького може безкоштовно здати відходи для їх подальшої переробки чи утилізації. За інформацією ХКП «Спецкомунтранс», центри працюють у режимі самообслуговування та приймають 13 фракцій відходів: папір, пластик, поліетилен, комбіновану упаковку, метал, побутову техніку, будівельні відходи, «зелені» відходи, меблі, одяг, небезпечні відходи. Центри дійсно є корисними, оскільки за період роботи прийняли тисячі кілограмів різних відходів (табл. 2.2).

З табл. 2.2. видно, що найбільше кілограмів зібрано будівельних відходів, відходів зелених насаджень, одягу та взуття, склобою. Приносять також побутову техніку, меблі та інші великогабаритні відходи. Частина з них придатна до подальшого використання іншими власниками, саме тому існує можливість прийти та забрати те, що сподобалося. Звернемо увагу на обсяг відходів зелених насаджень, який у 2023 році склав 32400 кг. Їх вивезення у Центри зменшує випадки незаконного спалювання, внаслідок якого забруднюється атмосферне повітря, завдається шкода ґрунту, існує загроза для оточуючої місцевості та настають інші небезпечні наслідки.

Таблиця 2.2. Кількість зібраних відходів Центрами управління відходами протягом 2020-2023 рр.

№ з/п	Найменування	Одиниця виміру	2020 р.	2021р.	2022 р.	2023 р.
1	2	3	4	5	6	7
1.	Одяг та взуття	кг	4633	15137	8596	15420
2.	Металобрухт	кг	950	2880	3199	4693
3.	Побутова техніка	од.	101	302	338	214
4.	Відходи зелених насаджень	кг	884	15625	22030	32400
5.	Будівельні відходи	кг	18680	134110	130060	140900
6.	Меблі та інші великогабаритні відходи	од.	102	2395	39	26
7.	ПЕТ-пляшка	кг	363	752	1159	1119
8.	Макулатура	кг	1774	7998	6595	10854
9.	Склобій	кг	497	13310	15560	12495
10.	Поліетилен	кг	671	787	1135	1741
11.	Комбіноване пакування	кг	1160	981	417	403

Примітка. Надано ХКП «Спецкомунтранс».

На підтвердження доцільності роботи Центрів наведемо також інформацію про кількість відвідувань. Так, за даними ХКП «Спецкомунтранс», у перший рік роботи Центру 1 (функціонує з вересня 2020 р.) його відвідали 500 разів. Наступного року кількість відвідувань зросла у понад 12 разів та склала 6089, у 2022 р. – 6311, у 2023 р. – 8908 (сумарна кількість відвідувань Центру 1 і Центру 2, який почав працювати з жовтня 2023 р.). Попри щорічне зростання, на наш погляд, показники далекі від бажаних як для міста з чисельністю населення понад 200 тис. ос. Серед причин можуть бути небажання сортувати відходи, низький рівень знань про важливість цього, складнощі з доставкою у Центри, непоінформованість про можливості здачі відходів.

В контексті соціальної відповідальності та розумного поводження з відходами звернемо увагу на переробку відходів та повторне використання. За інформацією ХКП «Спецкомунтранс», у 2023 році Центрами передано:

– на переробку: 10 854 кг макулатури, 1741 кг поліетилену, 1 119 кг ПЕТ-пляшки, 709 кг HDPE-пляшки, 12 495 кг склобою, 4 693 кг металобрухту;

– на подальше використання: 15 420 кг одягу, 66 телевізорів, 17 принтерів, 4 мікрохвильових пічки, 8 пральних машин, 2 комп'ютери, 1 холодильник, 2 пилососи, 25 одиниць меблів.

Центри відіграють важливу роль у сортуванні відходів і скороченні потрапляння на полігон небезпечних відходів та тих, які можуть передаватися на переробку або використовуватися іншими людьми чи в інших цілях.

Для збору саме небезпечних відходів у місті діє Екобус, який почав роботу 15 червня 2018 року і відтоді працює за спеціально розробленим графіком. У 2023 році його послугами скористалося понад 11 000 жителів міста. За інформацією Офісу «Розумне довкілля. Хмельницький», опитування серед відвідувачів Екобуса показали, що 84% «дуже задоволені» роботою і 16% «задоволені». З 477 відповідей жодного негативного відгуку [16, с. 8]. Окремо зауважимо, що на перевезення небезпечних вантажів фургоном Fiat Ducato (Екобусом), було отримано ліцензію, а усі зібрані небезпечні відходи передаються на безпечну утилізацію ліцензійним організаціям. Обсяги зібраних небезпечних відходів представлені у табл. 2.3.

Таблиця 2.3. Обсяг зібраних та переданих ліцензіату небезпечних відходів

№ з/п	Небезпечні відходи	Од.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Батарейки	кг	1951	3117,5	5491,5	4141,5	5557,5
2.	Лампи люмінесцентні та енергозберігаючі	шт	22638	22493	17727	9128	7533
3.	Термометри	шт	1334	860	1718	1061	1102
4.	Медикаменти	кг	429,5	1075,5	2342	866	1297,5
5.	Тара (фарби, клеї, розчинники)	кг	397	1266,5	719,5	750	1544
6.	Відпрацьоване електричне та електронне обладнання	кг	126,5	650	612	573,5	2829
7.	Монітори з ЕПТ	шт	-	-	-	50	133

Примітка. Надано ХКП «Спецкомунтранс».

Дані таблиці 2.3. дають змогу зробити висновок, що батарейки, лампи люмінесцентні та енергозберігаючі є найпоширенішими видами небезпечних

відходів. Обсяг батарейок у 2023 році склав 5557,5 кг., тоді як лампи зберігають тенденцію до зменшення кількості. Обсяги зданих термометрів, медикаментів, тари, відпрацьованого електричного та електронного обладнання, моніторів з електронно-променевою трубкою (ЕПТ) у 2023 році перевищили показники 2022 року. Усі ці відходи не потрапили на сміттєзвалище і в екосистему.

Аналіз соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» не може проводитися без з'ясування стану полігону ТВП. Хмельницький полігон ТПВ функціонує з 1956 року. Як і більшість полігонів по всій країні, він на межі своїх експлуатаційних можливостей. Міська влада визначила питання відходів як пріоритетне. Фактично, з 2016 року і розпочалася активна робота [48].

Полігон планують рекультивувати залучивши 5,5 млн євро безповоротного гранту від інвестиційної платформи сусідства ЄС та 7 млн євро – кредиту від ЄБРР [55]. 30 липня 2024 року ХКП «Спецкомунтранс» підписали угоду із іноземною компанією – переможцем тендеру на рекультивацію діючого полігону побутових відходів та будівництво двох нових карт для складування відходів. В результаті планується отримати: нові карти складування відходів зі всіма інженерними спорудами та мережами, згідно стандартів і норм ЄС; дезбар'єр; монітор радіаційного транспортного; електромеханічну майстерню та додаткові автомобільні ваги, а також навіс для техніки; адміністративно-побутову будівлю; відкриту стоянку автотранспорту; експлуатаційні дороги з майданчиками вивантаження; мережі електропостачання та освітлення; огорожу території земельної ділянки; озеленення та благоустрій території [38].

Наразі на полігоні триває будівництво очисних фільтрувальних споруд, що поруч з рекультивацією є складовою Проекту модернізації інфраструктури твердих побутових відходів у м. Хмельницькому [7]. Встановлення системи очистки фільтрату дозволить поліпшити стан навколишнього середовища і якість життя людей.

Після рекультивації полігону передбачено будівництво сміттєпереробного комплексу. Потужність переробки запропонованого комплексу становить приблизно 107000 тон ТПВ на рік (приблизно 300 тон на добу). Ця система

включає: механічну обробку (просіювання) на сортувальній лінії для вилучення матеріалів, які придатні для повторного використання; виробництво палива з відходів та компостування органічної фракції ТПВ за допомогою аерації та перемішування в закритих, металевих коробах [42].

З метою просвітницької діяльності сфері поводження з відходами ХКП «Спецкомунтранс» долучилося до відкриття у вересні 2021 року «Гуфі-центру» – навчального центру, створеного аби навчати розумному поводженню з відходами [8]. За інформацією ХКП «Спецкомунтранс», центр також практикує організацію і проведення заходів спільно з місцевими та всеукраїнськими громадськими організаціями, які працюють у напрямку охорони навколишнього середовища [11].

На наш погляд, це чудова ініціатива для поширення інформації про важливість сортування сміття, його вплив на довкілля, розумне поводження з небезпечними відходами та ін. За даними ХКП «Спецкомунтранс», «Гуфі-центр» щороку відвідують тисячі людей (рис. 2.3).

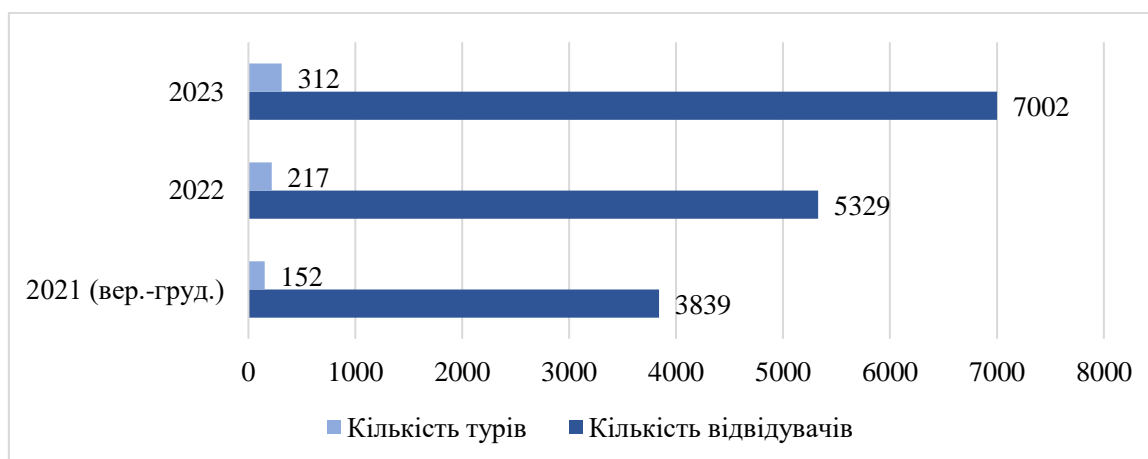


Рисунок 2.3 – Інформація щодо кількості відвідувачів та проведених турів у «Гуфі-центрі»

Примітка. Побудовано авторкою за даними ХКП «Спецкомунтранс».

Як зображено на рис. 2.3, з моменту створення «Гуфі-центру» (вересень 2021 р.) його відвідало 16 170 осіб. У 2023 році було проведено 312 турів та

ознайомлено з інформацією Центру 7002 особи. З кожним роком зростає кількість відвідувачів і проведених турів, що свідчить про зацікавленість темою розумного поводження з відходами.

Крім «Гуфі-центру», задля підвищення екологічної свідомості громадян та впровадження нових стандартів поводження з відходами у місті було створено Офіс «Розумне довкілля. Хмельницький», який розпочав роботу 27 серпня 2019 року і є відокремленим підрозділом ХКП «Спецкомунтранс». Концепція «Розумне довкілля. Хмельницький» передбачає [49, с. 6]:

- комплексний підхід до вирішення проблем зі сміттям у місті;
- рекультивацію діючого полігону ТПВ;
- побудову сміттепереробного комплексу;
- привернення уваги жителів міста до проблеми;
- проведення просвітницьких кампаній серед населення.

Офіс координує роботу Центрів управління відходами, навчального центру поводження з відходами «Гуфі-центру» та Екобуса, активно долучає їх до просвітницької роботи. Крім цього, розповсюджує інформаційні листівки про небезпечні відходи, центри управління відходами, «Гуфі-центр», а також займається волонтерством [16, с. 12]:

– налагодив роботу з виготовлення окопних свічок для захисників та захисниць. Для їх виготовлення використовується вторсировина, яку мешканці приносять в Екобус або Центри управління відходами;

– провів акцію «Ворогам кришка» – на центрах управління відходами збирали кришки від ПЕТ-пляшок для передачі волонтерам, які за виручені кошти купують дрони;

– у центрах управління відходами та в Екобусі приймали електронні сигарети для передачі Благодійному фонду «Волонтери Поділля», які в подальшому використовуються для створення вибухових пристроїв.

Як бачимо, «Гуфі-центр» користується попитом серед небайдужих громадян, підтвердженням чому є статистика кількості відвідувачів, а також залучається Офісом для участі у різноманітних заходах. Останній координує й

інші напрями, спрямовані на покращення ситуації з управління відходами у місті. Їх відкриття й активна робота – вагомий прояв соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс», яке визнає важливість просвітницької діяльності у сфері поводження з відходами та підвищення екологічної свідомості громадян.

Наприкінці згадаємо ще один напрям діяльності підприємства – регулювання чисельності безпритульних тварин, створення умов для їх належного утримання у притулку-стерилізаторі. З цією метою на підприємстві створено Центр поводження з тваринами. Зважаючи на гуманне відношення до тварин, у притулку перебувають на постійному утриманні тварини – інваліди [41]. За інформацією підприємства, станом на 27 листопада 2024 року у притулку перебуває 150 собак. За 11 місяців 2024 року 51 собака знайшла нових господарів. ХКП «Спецкомунтранс» намагається поліпшувати умови перебування тварин у притулку та прагне, щоб якомога більше тварин були передані у добрі руки.

Як показує аналіз діючої системи соціальної відповідальності, підприємство більше зусиль докладає до розвитку зовнішньої складової, особливо екологічного напрямку, що безпосередньо пов'язане зі сферою діяльності, тоді як внутрішня складова, яка спрямована на працівників, не може продемонструвати такі ж результати.

2.2. Оцінювання соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасних викликів

Сучасні виклики, що постали перед Україною (війна, руйнування критичної інфраструктури, зростання вартості життя, забруднення навколишнього середовища, безробіття, еміграція, зменшення чисельності населення, адаптація багатьох сфер до європейських стандартів у зв'язку з євроінтеграцією), змушують переосмислити підходи до соціальної відповідальності підприємств. Відтепер поряд з економічною складовою необхідно приділяти увагу участі у суспільно значущих ініціативах. Оскільки

сфера діяльності ХКП «Спецкомунтранс» може завдавати шкоди навколишньому середовищу, важливості набуває оцінювання екологічної складової соціальної відповідальності. Тож, здійснимо оцінювання системи соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасних викликів.

Проведений у п. 2.1. аналіз показав, що система соціальної відповідальності не є чітко визначеною та наповненою різноманітними елементами. Йдеться про переконливу екологічну політику та відсутність такого ж прогресу за іншими напрямками. Вона є зовнішньою складовою і включає низку заходів різного масштабу: від реалізації проекту будівництва сміттєпереробного комплексу до проведення просвітницьких заходів на тему розумного поводження з відходами. Цілком логічно, що питанню екології приділяється найбільше уваги, оскільки це безпосередньо пов'язано зі сферою діяльності підприємства. Внутрішня складова системи соціальної відповідальності не може продемонструвати такі ж високі результати. Вона складається з елементів, які, з нашої точки зору, повинні бути присутні на будь-якому підприємстві, тобто є базовими, а не такими, що виділяють підприємство з-поміж інших. Виходячи із зазначеного, специфікою системи соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс», на наш погляд, є зосередженість на екологічній політиці, тоді як інші напрями перебувають, здебільшого, на базовому рівні.

Розглянемо сильні сторони та проблемні аспекти виявлені за результатами аналізу системи соціальної відповідальності підприємства. Реалізація великих проєктів, таких як рекультивация полігону, будівництво сміттєпереробного комплексу, відбувається за рахунок залучених коштів: грантів, кредитів від зарубіжних інституцій. На наш погляд, це правильне рішення, а особливо в умовах браку власних коштів та необхідності реалізувати капіталомісткі проєкти. Тому пошук підприємством різних джерел отримання коштів є позитивним моментом і показником рішучого прагнення втілювати важливі проєкти, попри складні обставини сьогодення.

Активна робота у сфері екологічної політики – ще одна сильна сторона підприємства і безперечний прояв соціальної відповідальності. Йдеться не лише

про зменшення прямого негативного впливу на навколишнє середовище шляхом рекультивації полігону ТПВ, будівництва нових карт для складування відходів із врахуванням правил та вимог тощо, а й про проведення інформаційно-просвітницької роботи серед населення з питань розумного поводження з відходами.

Заради справедливості слід вказати, що у 2021 році державними інспекторами з охорони навколишнього природного середовища Хмельницької області було проведено позапланову перевірку ХКП «Спецкомунтранс» у відповідь на звернення жителя міста Хмельницького щодо факту забруднення озера в мікрорайоні Озерна. За результатами перевірки виявили неналежне здійснення заходів щодо попередження забруднення поверхневих вод під час експлуатації полігону ТПВ. Крім того, в березні 2020 року Державною екологічною інспекцією у Хмельницькій області також було встановлено факт витікання стічних вод (фільтрату) за межі полігону та стік його по рельєфу. Розмір збитків внаслідок забруднення поверхневих вод фільтратом полігону ТПВ в місті Хмельницькому, що експлуатується ХКП «Спецкомунтранс» склав 54 млн 607 тис 679 грн [14].

Зважаючи на стан полігону та період його експлуатації, уникнути потрапляння шкідливих речовин у ґрунт, поверхневі води було вкрай складно. Але нагадаємо, що зараз ведуться роботи зі встановлення нової системи очистки фільтрату, а нові місця для скидання відходів будуть відповідати вимогам. Керівництво ХКП «Спецкомунтранс» і посадові особи міської ради усвідомлюють екологічну проблему і спрямовують зусилля на покращення наявного стану. Саме тому дії в межах екологічної політики роблять переконливий внесок у становлення підприємства як соціально відповідального, попри факти порушення екологічного законодавства у недалекому минулому.

Як ми вже зазначали, внутрішня складова соціальної відповідальності не характеризується чимось дійсно цікавим та вагомим. Враховуючи сучасні умови та вимоги працівників до роботодавців, вона потребує покращення. Згадаємо принаймні один із наслідків війни – внутрішнє переміщення осіб. Десятки тисяч

громадян стали біженцями та були змушені облаштувати життя у новому місці. Частина з них зіткнулася з проблемою пошуку роботи, місць проживання, скрутною фінансовою ситуацією. Створюючи гарні умови праці, підприємство зможе залучати нових та зберігати цінних кадрів водночас даючи їм впевненість у стабільній виплаті заробітної плати. З іншої сторони, залучати молодь до роботи на подібних підприємствах стає складніше. Вона у пошуках привабливих умов праці, гідного розміру заробітної плати. Покращивши умови праці, розвинувши корпоративну культуру, створивши систему планування кар'єри з'явиться можливість залучити людей зі свіжими поглядами, підходами, енергією, що потенційно здатне принести вигоду підприємству.

Найбільшими проблемними аспектами, на нашу думку, є відсутність нормативних документів, які б чітко регламентували політику соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс». Підприємством реалізуються чимало заходів, які є проявами соціальної відповідальності, втім розробленої та затвердженої стратегії соціальної відповідальності на підприємстві не існує. Крім того, не впроваджена система екологічного менеджменту, яка б відповідала вимогам стандарту ISO 14001. А також, попри заходи із захисту навколишнього середовища, підприємством не подається екологічна звітність, яка могла б бути підтвердженням дбайливого та відповідального ставлення до природи.

Із врахуванням всього зазначеного проведемо SWOT-аналіз системи соціальної відповідальності підприємства (Додаток Д, табл. Д.1.). Результати показують, що система соціальної відповідальності має багато сильних сторін, водночас важливо вжити заходи, щоб подолати слабкі сторони та реалізувати можливості. Перелік сильних сторін підприємства вказує на реальне виконання Програми поводження з побутовими відходами «Розумне Довкілля. Хмельницький» на 2021-2023 роки, підтвердженням чого є наведена у розділі 2 інформація. Серед слабких сторін відсутнє те, що неможливо було б змінити в кращу сторону протягом найближчого майбутнього, а за деякими напрямками робота вже ведеться. Існує низка можливостей для розвитку системи соціальної відповідальності, серед яких найбільш вагомими є розробка стратегії, введення

в експлуатацію сміттєпереробного заводу, розвиток внутрішньої складової, що спрямована на працівників, провадження діяльності на основі міжнародних стандартів ISO 14001, ISO 26000. Найбільшими загрозами, які можуть ускладнити розвиток соціальної відповідальності, є падіння прибутку, зростання вартості реалізації проєктів, несприйняття громадськістю витрат, на їхню думку, на другорядні заходи, а також війна і спричинені нею загрози.

За допомогою встановлення взаємозв'язків між елементами SWOT-аналізу можна запропонувати подальші кроки, необхідні для розвитку системи соціальної відповідальності, побудувавши матрицю SWOT-аналізу (Додаток Д, табл. Д.2.). Матриця має чотири поля: сильні сторони і можливості, слабкі сторони і можливості, сильні сторони і загрози, слабкі сторони і загрози. Відповідно до цього виділяють чотири типи стратегій:

1) «maxi–maxi» стратегія: ХКП «Спецкомунтранс» може використати свою екологічну активність і багаторічний досвід роботи (сильні сторони) для пошуку нових партнерів і джерел залучення коштів, розробки нормативних документів з розвитку соціальної відповідальності, дослідження питання впровадження міжнародних стандартів у діяльність підприємства.

2) «maxi–mini» стратегія: запобігти більшості слабким сторонам можна використовуючи можливості, а саме: враховуючи положення міжнародних стандартів ISO 26000, ISO 14001, завершивши реалізацію проєкту будівництва сміттєпереробного заводу.

3) «mini–maxi» стратегія: залучення зовнішнього фінансування допоможе протидіяти несприйняттю громадськістю витрат на заходи, які на їхню думку є недоцільним зараз, а також мінімізує витрати з місцевого бюджету. Апелювання до вже втілених заходів і їх важливості посприє вирішенню питання можливого відтермінування проєктів через війну та запроваджений у державі воєнний стан. Тобто стратегія передбачає застосування сильних сторін для мінімізації загроз.

4) «mini–mini» стратегія: з метою мінімізації загроз та уникнення слабких сторін підприємству потрібно побудувати повноцінну систему соціальної відповідальності на основі кращих практик та міжнародних стандартів.

З нашої точки зору, результати SWOT-аналізу показують, що ключовою ціллю ХКП «Спецкомунтранс» має стати розробка стратегії соціальної відповідальності, яка б охопила більшість пунктів SWOT-аналізу та вирішила велику частину проблемних питань.

Для того, щоб провести більш точне оцінювання соціальної відповідальності підприємства, було створено і проведено опитування працівників. Взяти участь виявили бажання десять працівників адміністративно-управлінського відділу ХКП «Спецкомунтранс». Перелік усіх запитань і розподіл відповідей представлений у Додатку Е.

Перейдемо до розгляду результатів опитування й аналізу відповідей респондентів. Загальний блок складається із трьох запитань (рис. 2.4.).

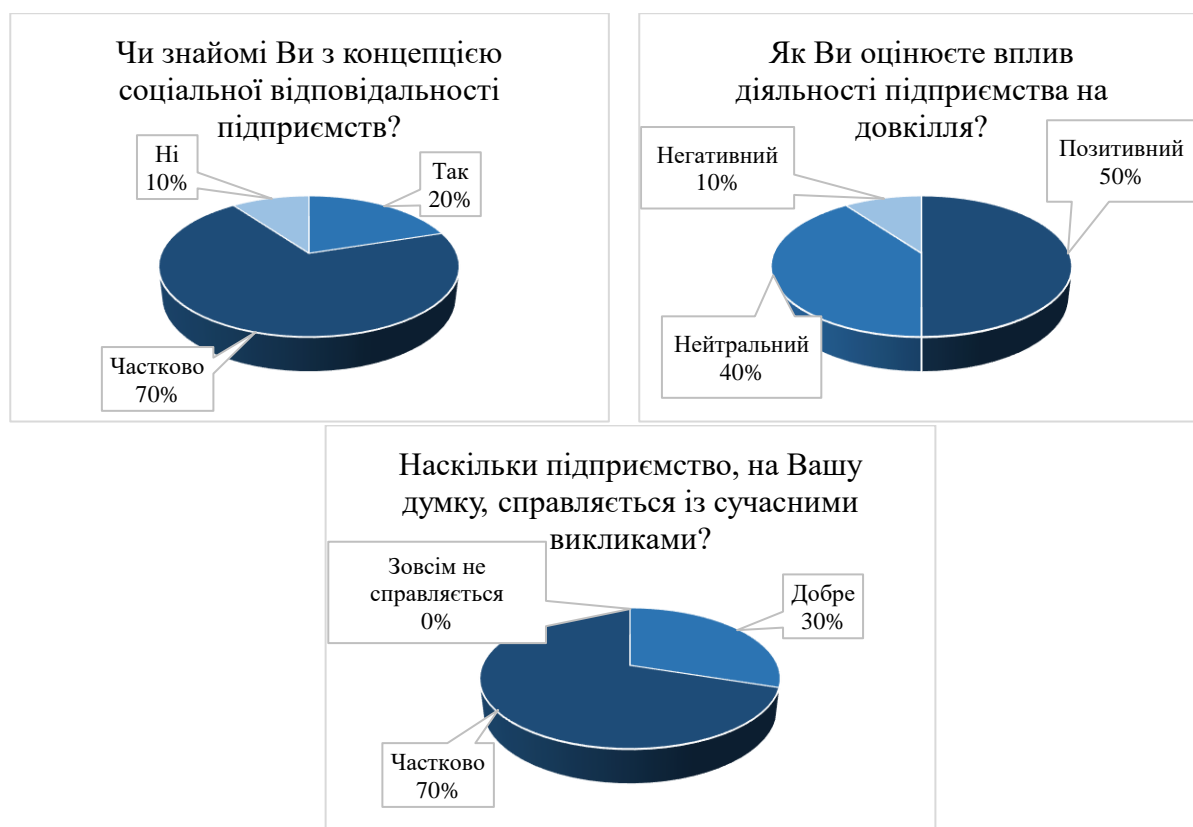


Рисунок 2.4 – Відповіді респондентів у відсотковому співвідношенні на загальний блок запитань

Примітка. Побудовано авторкою на основі опитування працівників ХКП «Спецкомунтранс».

Як видно з рис. 2.4, перше запитання стосувалося обізнаності працівників про зміст концепції соціальної відповідальності. 70% працівників відповіли, що частково знайомі з концепцією. Цих знань може виявитися недостатньо для впровадження повноцінної системи соціальної відповідальності на підприємстві, але це не впливає на проходження опитування, оскільки запитання не містять специфічну термінологію, а деякі з них мають додаткову конкретизацію, що виключає нерозуміння респондентами змісту запитань. Наступне запитання першого блоку стосувалося впливу підприємства на довкілля. Половина опитаних визначила його як «позитивний» і лише 10% вважають, що вплив діяльності на довкілля є негативним. Припускаємо, така відповідь базувалася на стані полігону ТПВ, забрудненні поверхневих вод поблизу нього. Останнє запитання першого блоку покликане дати розуміння, наскільки добре підприємство справляється із сучасними викликами такими, як: екологічні проблеми, адаптація до євроінтеграції, наслідки повномасштабного вторгнення (облаштування укриттів, кадрові проблеми, економічні труднощі). 70% респондентів відповіли «частково» і 30% – «добре». Жоден з опитаних працівників не обрав відповідь «зовсім не справляється». Як і інші підприємства, ХКП «Спецкомунтранс» адаптується до змін, але труднощі безперечно присутні.

Другий блок включає запитання для оцінювання внутрішньої складової системи соціальної відповідальності (рис. 2.5).

Проаналізувавши рис. 2.5, можемо зробити висновок, що блок запитань стосувався умов праці, підтримки у складні часи та прагнення підприємства покращувати добробут працівників. Так, 90% задоволені лише умовами праці. Такий результат може свідчити про ймовірність настання кадрових проблем через низьку заробітну плату, її невідповідність рівню кваліфікації працівників, обсягам обов'язків, рівню життя. Це призводить до зниження мотивації, ймовірності настання фінансових труднощів у працівників. Зрештою, незадоволеність оплатою праці викликає бажання змінити роботу у пошуках більш конкурентної заробітної плати. В сучасних умовах працівникам важливо отримувати від роботодавця підтримку: психологічну, матеріальну допомогу,

гнучкий графік, дистанційний формат роботи. Думки працівників ХКП «Спецкомунтранс» щодо цього питання розділилися порівну: 50% вказали, що підприємство «частково» підтримує у складні часи, і 50% – вважають, що підприємство не підтримує їх. Разом з цим більшість респондентів (80%) зазначили, що підприємство частково докладє зусилля для покращення внутрішньої системи соціальної відповідальності (системи ОЗіБП, соціальних гарантій, соціально-психологічного клімату, кар’єрних можливостей).



Рисунок 2.5 – Відповіді респондентів у відсотковому співвідношенні на блок запитань про внутрішню складову системи соціальної відповідальності

Примітка. Побудовано авторкою на основі опитування працівників ХКП «Спецкомунтранс».

Наступна частина запитань спрямована на оцінювання зовнішньої складової системи соціальної відповідальності (рис. 2.6).



Рисунок 2.6 – Відповіді респондентів у відсотковому співвідношенні на блок запитань про зовнішню складову системи соціальної відповідальності

Примітка. Побудовано авторкою на основі опитування працівників ХКП «Спецкомунтранс».

З відповідей на третій блок запитань, представлених на рис. 2.6, можна зробити такі висновки: 70% працівників оцінюють заходи підприємства щодо захисту навколишнього середовища і зниження екологічного сліду як частково ефективні. Їхня позиція цілком зрозуміла: ХКП «Спецкомунтранс» реалізуючи такі проєкти, як рекультивация полігону ТПВ, будівництво нових карт для складування відходів, встановлення системи очистки фільтрату, намагається мінімізувати забруднення довкілля, а займаючись інформаційно-просвітницькою діяльністю – поширити практику сортування і правильної утилізації відходів. Оскільки якість управління відходами все ж потребує покращення, говорити про ефективність заходів поки передчасно. 80% опитаних ствердно відповіли, що підприємство докладає достатньо зусиль для підвищення екологічної свідомості громадян. У цьому ми переконалися, аналізуючи роботу

«Гуфі-центру», Офісу «Розумне довкілля. Хмельницький». Чимало підприємств сьогодні долучаються до благодійності і, як підтвердили результати опитування, ХКП «Спецкомунтранс» також не стоїть осторонь: 50% вказали, що підприємство долучається до соціально важливих ініціатив, наскільки це можливо, а решта 50% відповіли, що долучаються окремі працівники з власної ініціативи.

Підсумковий блок запитань стосується удосконалення і перспектив розвитку системи соціальної відповідальності (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Відповіді респондентів у відсотковому співвідношенні на підсумковий блок запитань

Примітка. Побудовано авторкою на основі опитування працівників ХКП «Спецкомунтранс».

На рис. 2.7 представлені результати відповідей на чотири підсумкові запитання. На два запитання блоку («Якими ініціативами, заходами, проєктами

(реалізованими / в процесі реалізації) в межах соціальної відповідальності підприємства Ви пишетеся?», «Чи є у Вас пропозиції щодо удосконалення системи соціальної відповідальності підприємства?») пропонувалося вписати свою думку або обрати варіанти відповіді «такі відсутні» і «ні». Жоден із опитаних працівників не виявив бажання надати розгорнуту відповідь. В оцінюванні працівниками рівня розвитку системи соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасних викликів вкотре відсутня однотайність: половина оцінює його як «середній», а інша – як «низький». 60% висловили часткову впевненість у відкритості ХКП «Спецкомунтранс» для впровадження заходів, спрямованих на формування повноцінної системи соціальної відповідальності, а на думку 30% – наразі це другорядне питання. Розвиток сповільнюється через труднощі сьогодення, проте слід відзначити продовження реалізації проектів, які були зупинені через початок повномасштабного вторгнення.

Результати опитування вказують на потребу дослідити керівництвом підприємства питання комплексного розвитку соціальної відповідальності, підвищити обізнаність працівників у цій сфері, а також звернути увагу на наявні проблеми і можливі способи їх вирішення.

Отже, ХКП «Спецкомунтранс» є комунальним підприємством, створеним рішенням Хмельницької міської ради, основним видом діяльності якого є обслуговування населення у сфері управління побутовими відходами. Аналіз основних техніко-економічних показників показав, що 2019-2021 рр. були для підприємства більш вдалим з точки зору прибутковості. У 2022 році показники погіршилися, а у 2023 році підприємство почало нести збитки.

Система соціальної відповідальності має більш розширену зовнішню складову, яка, здебільшого, пов'язана з екологічною політикою. Тимчасом як внутрішня не вирізняється чимось особливим, але є прийнятною: працівники вчасно отримують заробітну плату, мають можливість підвищити кваліфікацію, пройти перепідготовку, панує сприятлива для роботи атмосфера у колективі, реалізується політика охорони здоров'я і безпеки праці.

Основні екологічні заходи визначені у Програмі поводження з побутовими відходами «Розумне довкілля. Хмельницький» на 2021-2023 роки. Виконавцем більшості з них є ХКП «Спецкомунтранс», яке залучає до їх реалізації підпорядковані йому Центри управління відходами, Екобус, «Гуфі-центр», Офіс «Розумне довкілля. Хмельницький». Найбільш масштабними екологічними проєктами є рекультивація полігону ТПВ та будівництво нових карт для складування відходів, побудова сміттєпереробного комплексу. Поруч з цим постійно триває просвітницька діяльність з метою підвищення екологічної свідомості громадян, участь у заходах у сфері управління відходами. Попри усе зазначене, ХКП «Спецкомунтранс» має простір для удосконалення системи соціальної відповідальності, що принесе позитивний результат для усіх зацікавлених сторін, зокрема навколишнього середовища.

За результатами проведеного оцінювання соціальної відповідальності підприємства в умовах сучасних викликів виділимо таке:

- найбільшими проблемними моментами є стан полігону ТПВ і відсутність нормативних документів, які б містили чіткі цілі і заходи соціальної відповідальності у коротко- і довгостроковій перспективі;
- результати опитування вказують на недостатній розвиток соціальної відповідальності, попри наявність окремих заходів;
- зміни у зовнішньому середовищі впливають на діяльність підприємства, яке не без труднощів намагається впоратися з ними;
- працівники відзначають достатні зусилля підприємства для підвищення екологічної свідомості громадян;
- підприємство і окремі працівники долучаються до соціально важливих ініціатив;
- рівень розвитку системи соціальної відповідальності є невисоким, але підприємство відкрите для реалізації окремих заходів за наявності ресурсів і можливостей з огляду на складнощі, спричинені війною.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ХКП «СПЕЦКОМУНТРАНС»

3.1. Розробка стратегії соціальної відповідальності для комунального підприємства з утилізації побутових відходів

Результати аналізу проведеного у розділі 2 вказують на потребу розробки для ХКП «Спецкомунтранс» стратегії соціальної відповідальності – комплексного плану щодо інтеграції відповідальних практик у бізнес-операції та процеси прийняття рішень. Це не просто дотримання вимог чи благодійність; це впровадження сталих та етичних практик у саму структуру бізнесу [60]. В сучасному світі вона набуває актуальності, оскільки суспільство дедалі більше звертає увагу на етичні аспекти діяльності підприємств. Впроваджуючи стратегію та розвиваючи соціальну відповідальність підприємство демонструвало б готовність працювати в інтересах працівників, місцевих жителів, довкілля. В умовах сучасних викликів розробка такої стратегії допомагатиме адаптуватися до змін та нових реалій. Адже підприємства, які не прагнуть підвищувати соціальну відповідальність, не зможуть ефективно реагувати на виклики та слідувати сучасним тенденціям. Для ХКП «Спецкомунтранс» розробка стратегії соціальної відповідальності – можливість вийти на новий рівень розвитку, адже вона торкатиметься ключових аспектів діяльності та удосконалюватиме їх. У результаті її реалізації підприємство створить підґрунтя для довгострокового розвитку в умовах постійних змін та викликів, що відбуваються у сучасному світі.

Важливим заходом як перед розробкою стратегії, так і в подальшому з метою підтримання її актуальності є аналіз внутрішнього і зовнішнього середовищ. Kovban A. і Kohut I. систематизували фактори, що впливають на формування стратегії соціальної відповідальності (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 Фактори, що впливають на формування стратегії СВБ

№ з/п	Зовнішні фактори	Групи внутрішніх факторів		
		3	4	5
1.	Структура ринку	Нематеріальні ресурси компанії	Цінності	Потреби зацікавлених сторін
2.	Конкуренція	Людський капітал	Соціальна складова ідеології компанії	Персонал
3.	Ринкова концентрація	Соціальний капітал	Стратегія	Постачальники
4.	Стадія життєвого циклу продукту/послуги	Гудвіл	Корпоративний імідж	Клієнти
5.	Рівень диференціації ринку	Залучення зацікавлених сторін	Національна / глобальна	Місцеві компанії
6.	Швидкість росту	Нематеріальний капітал	Нематеріальні активи	Інвестори
7.	Бар'єри входу на ринок	Невідповідність стратегії соціальним вимогам конкретного ринку чи його сегмента		Держава і суспільство

Джерело: [67, с. 87].

У табл. 3.1. фактори впливу на формування стратегії соціальної відповідальності поділені на зовнішні та внутрішні. Перші здебільшого стосуються ринку і конкуренції, тоді як внутрішні включають нематеріальні ресурси компанії, цінності, потреби зацікавлених сторін. Опрацювання наведених факторів допомагає для формування якісної стратегії СВБ із врахуванням актуальних змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах. До прикладу, недостатнє вивчення соціальних вимог сегмента ринку може поставити під сумнів дієвість розробленої стратегії.

Для комунального підприємства з утилізації побутових відходів до актуальних факторів при формуванні стратегії соціальної відповідальності, на наш погляд, доцільно насамперед віднести інтереси зацікавлених сторін та сучасні виклики. Його діяльність безпосередньо впливає на екологію, громаду та

економічний розвиток території, а тому положення стратегії повинні відповідати екологічним цілям, потребам громади, умовам сьогодення. Недарма чимало компаній з початком повномасштабного вторгнення були змушені переглянути свою стратегію, аби адаптувати її до нових умов.

На думку Селіверстової Л. С., зважена та обґрунтована стратегія соціальної відповідальності підприємства повинна складатися з 8 етапів [50, с. 313-314]. 1 етап передбачає проведення аналітичних робіт – аналіз внутрішнього і зовнішнього середовищ, огляд можливих напрямів інвестування. Це дозволить визначити сильні і слабкі сторони підприємства, розробити можливі напрями розвитку соціальної відповідальності. З урахуванням результатів такого аналізу на наступному етапі визначаються середньо- та довгострокові цілі, на основі яких розробляються альтернативні цільові програми, які складаються з взаємопов'язаних блоків заходів, націлених на досягнення поставлених цілей. Для оцінювання їх якості та ефективності від впровадження формуються критерії оцінювання. На 4 етапі проводиться оцінка та вибір оптимальної стратегії соціальної відповідальності, аналізуються сформовані раніше сценарії розвитку, визначаються відповідальні особи за реалізацію програм/проектів, за потреби проводиться їх консультування. Далі відбувається офіційне документування стратегії, закріплюються відповідальні особи. 6 етап передбачає реалізацію заходів, які містяться в стратегії. На передостанньому етапі підводяться проміжні підсумки кожного етапу реалізації, оцінюються результати втілення цільових програм, а також можуть вноситися коригування залежно від змін у зовнішньому та/або внутрішньому середовищах підприємства. Завершальним етапом є складання, подання і оприлюднення звітності про соціальну відповідальність.

На основі напрацювань Селіверстової Л. С. адаптуємо етапи розробки стратегії соціальної відповідальності та їх зміст до умов функціонування ЖКП «Спецкомунтранс» (рис. 3.1).

Етапи	Зміст етапів
Етап 1. Оцінювання поточної ситуації	проведення SWOT-аналізу, визначення впливу діяльності підприємства на довкілля, з'ясування соціальної ситуації в громаді та державі загалом
Етап 2. Аналіз зацікавлених сторін	ідентифікація, визначення їхніх потреб, очікувань, рівня можливої залученості до розвитку соціальної відповідальності підприємства, формування реєстру зацікавлених сторін
Етап 3. Створення бачення та встановлення цілей	створення бачення соціальної відповідальності, встановлення екологічних, економічних, соціальних цілей
Етап 4. Визначення напрямів та ініціатив	проведення бенчмаркінгу, врахування інтересів зацікавлених сторін, узгодження заходів із місцевими програмами розвитку, визначення потреби в ресурсах, визначення відповідальних осіб, пріоритезація заходів
Етап 5. Оцінювання ефективності	формування критеріїв оцінювання, вибір форми звітування про виконання стратегії
Етап 6. Оцінювання ризиків	ідентифікація, систематизація заходів управління ризиками, побудова карти ризиків
Етап 7. Підготовка до впровадження	документування, призначення відповідальної особи, початок реалізації стратегії

Рисунок 3.1 – Етапи розробки стратегії соціальної відповідальності
ХКП «Спецкомунтранс»

Примітка. Сформовано авторкою.

На першому етапі розробки стратегії соціальної відповідальності потрібно здійснити комплексне оцінювання поточної ситуації, яке сформує основу для подальших кроків. ХКП «Спецкомунтранс» може провести SWOT-аналіз – один з елементів стратегічного планування, який допомагає виявити не лише сильні і

слабкі сторони, але й визначити можливості та загрози, які виникають у зовнішньому середовищі. Зважаючи на сферу діяльності підприємства, невід'ємним елементом першого етапу є оцінювання впливу на довкілля. Разом з цим слід скласти список наявних ініціатив соціальної відповідальності та з'ясувати соціальну ситуацію в суспільстві.

На другому етапі аналізуються зацікавлені сторони. Для зручності пропонуємо формувати реєстр зацікавлених сторін із відображенням у ньому інтересів, ролей, основних вимог/очікувань, засобів комунікації, сили впливу і важливості та ін. Проведений аналіз допоможе при встановленні цілей, визначенні напрямів та ініціатив соціальної відповідальності. Як для комунального підприємства, діяльність якого впливає на жителів громади, навколишнє середовище, а його керівництво співпрацює з представниками місцевої влади, залучення зацікавлених сторін тісно пов'язане із успішною розробкою і реалізацією стратегії.

На наступному етапі створюється бачення соціальної відповідальності, яке має втілювати стан, якого підприємство прагне досягти завдяки реалізації соціально відповідальних заходів. При встановленні цілей варто стежити за тим, аби вони відповідали методиці SMART: були конкретними, вимірювальними, досяжними, релевантними, обмеженими у часі. Крім цього, цілі повинні відповідати інтересам зацікавлених сторін, бути збалансованими, різними за часовим горизонтом планування. Створення чіткого бачення та правильне встановлення цілей є критично важливими кроками у процесі розробки стратегії.

Четвертий етап включає низку дій, перед тим як остаточно визначити напрями та ініціативи соціальної відповідальності. Має сенс проведення бенчмаркінгу з метою вивчення кращих практик інших організацій, порівняння зі своєю діяльністю, оновлення знань про тенденції у сфері СВБ тощо. Під час визначення ініціатив потрібно брати виявлені на попередніх етапах інтереси зацікавлених сторін, зважати на місцеві програми розвитку. До прикладу, для ХКП «Спецкомунтранс» такими програмами можуть бути: Стратегія розвитку міста Хмельницького до 2025 року, Програма поводження з побутовими

відходами «Розумне довкілля. Хмельницький», Програма економічного і соціального розвитку Хмельницької міської територіальної громади. Реалізація кожної ініціативи потребує певних ресурсів, тому на цьому етапі також визначається потреба в них. Відповідно до окреслених напрямів та ініціатив, відбувається розподіл відповідальності за їх виконання. До прикладу, відповідальною особою за екологічний напрям може бути заступник директора, якому підпорядковується Офіс «Розумне довкілля. Хмельницький», тоді як відповідальність за навчання і розвиток персоналу покладатиметься на провідного інспектора з кадрів. Також можна провести пріоритезацію заходів виходячи з актуальних потреб та наявних ресурсів. Якісне планування, розподіл ресурсів, призначення відповідальних осіб є основоположними для вдалої реалізації запланованих заходів.

На п'ятому етапі формуються критерії оцінювання та обирається форма звітування. Критеріями, до прикладу, можуть бути кількість перероблених відходів, рівень задоволеності працівників умовами та оплатою праці, зменшення викидів CO₂. Звітування може відбуватися у трьох формах: довільна форма, складання комплексних звітів, складання стандартизованих звітів на основі міжнародних стандартів. Моніторинг ефективності, прозорість, звітування допоможуть побудувати довіру із зацікавленими сторонами, позитивно вплинуть на репутацію підприємства.

Під час реалізації стратегії можуть виникати труднощі, тому доцільно на етапі розробки провести оцінювання ризиків. Потрібно ідентифікувати усі можливі ризики, систематизувати заходи управління ними (визначення можливих наслідків від настання того чи іншого ризику, заходів попередження та нейтралізації). Наприкінці можна побудувати карту ризиків, розподіливши їх за критеріями ймовірності та значимості. Вона допоможе виявити ті ризики, які потребують особливої уваги.

Останній, сьомий етап, розробки стратегії передбачає її документування і призначення відповідальної особи за реалізацію. Оскільки на підприємстві відсутній структурний підрозділ, до повноважень якого належить реалізація

програм розвитку, відповідальність за виконання стратегії буде покладена на директора. Після розробки стратегії починається її реалізація, під час якої може виникати потреба коригувати затверджену стратегію. Причинами цього можуть бути як зміни у зовнішньому чи внутрішньому середовищах, результати оцінювання ефективності чи зворотного зв'язку від зацікавлених сторін, так і помилки у процесі розробки.

Важливо підкреслити, що розробка стратегії соціальної відповідальності повинна спиратися на міжнародні стандарти. Одним з таких є ISO 26000 «Настанова щодо соціальної відповідальності». Структура цього стандарту, а також ISO 14001 (екологічний менеджмент), ISO 45001 (менеджмент охорони праці) дуже схожі, а деякі вимоги ідентичні, що значно знижує витрати на впровадження. Соціальна відповідальність охоплює багато аспектів, починаючи від організаційного менеджменту, прав людини, навколишнього середовища, працевлаштування до споживачів, чесної практики роботи та розвитку громади. Організації з впровадженою системою управління соціальною відповідальністю відповідно до ISO 26000 діють етично та прозоро, що сприяє здоров'ю та благополуччю суспільства [57]. Для ХКП «Спецкомунтранс» ISO 26000 може стати корисним інструментом для повноцінного розвитку соціальної відповідальності завдяки чітким настановам щодо інтеграції екологічних та соціальних аспектів у свою діяльність. Саме тому підприємству доцільно керуватися принципами і рекомендаціями ISO 26000 для розробки якісної стратегії соціальної відповідальності. Разом з цим, дотримання положень ISO 26000 дозволило б залучати нових працівників, які цінують відповідальність підприємств, та утримувати цінних кадрів, що в умовах сучасних викликів стає проблемним питанням.

Перейдемо до складових стратегії соціальної відповідальності. З країнами, де немає війни, ми живемо в різній реальності. За кордоном соціально відповідальна компанія зменшує карбоновий слід, турбується про клімат та робить максимально прозорою свою діяльність. В Україні компанії мають приділяти увагу усьому вище зазначеному, а до того ж – допомагати війську та

людям, що страждають від війни. Мабуть, у кожного українського бізнесу, який має бодай кілька десятків працівників, частина з них служить у війську. Чим довше триватиме війна, тим більше буде ветеранів, за таланти яких після демобілізації буде змагатися бізнес. Тому уже сьогодні бізнес разом із державою повинні збільшувати рівень інклюзивності й створювати умови, щоб ветерани й постраждалі внаслідок війни могли реалізувати себе в мирному житті, і продовжувати приносити користь собі, рідним і суспільству. І це не лише облаштування просторів, але й створення спеціальних політик та бенефітів в компаніях, тренінги для максимально ефективного онбордингу та адаптації ветеранів в компанії й багато іншого [58].

Вагоме значення у стратегії соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» має відводитися соціально-трудої відповідальності, яка включала би високого рівня систему охорони і безпеки праці, мотивації працівників, планування кар'єри, навчання та підвищення кваліфікації, справедливу систему оплати праці, розширені соціальні гарантії. Її призначення полягає у забезпеченні добробуту працівників, дотримання прав та врахування інтересів. У зв'язку з недостатнім обсягом коштів і претендентів на вакансії, деякі працівники отримують більше навантаження без підвищення заробітної плати. Робота в умовах великого обсягу обов'язків і без гідного розміру заробітної плати може стати підставою для зниження продуктивності, «вигорання» та, зрештою, звільнення, що спричинить кадровий дефіцит на підприємстві. Саме тому створення належних умов та оплати праці має бути одним з головних завдань соціально-трудої відповідальності ХКП «Спецкомунтранс».

Окремо хочемо звернути увагу на можливість проведення соціального тимбілдингу, який би сприяв згуртованості колективу та водночас приносив користь суспільству. «Чимало компаній проводять заходи тимбілдингу, проте далеко не кожен інтегрує його у стратегію СВБ. Соціальний тимбілдинг – актуальний і вагомий тип командоутворення, якому повинні приділяти увагу більшість компаній світу. Вигоди від нього беззаперечні для усіх сторін. Ми

віримо, що інтеграція соціального тимблдингу у політику СВБ здатна стати важливою частиною діяльності компанії незалежно від форми власності, розміру, характеру діяльності та інших класифікаційних ознак» [15].

Український бізнес останні три роки активізував зусилля у таких напрямках, як благодійність, волонтерство, участь у різноманітних соціально важливих ініціативах. Це зумовлено сучасними умовами життя та потребами, крім того позитивно впливає на ставлення громадян до бізнесу/підприємництва. ХКП «Спецкомунтранс» також може перейняти подібний досвід. Зважаючи на сферу діяльності підприємства, соціальний тимблдинг може проводитися у форматі прибирання території, висадки дерев, інших екологічних ініціатив або можна спробувати віднайти креативні ідеї з використанням побутових відходів. Наприклад, залучення працівників для виготовлення з них іграшок і подальша передача дітям, які того потребують (діти-сироти, діти позбавлені батьківського піклування), або продаж для збору коштів на підтримку ЗСУ. Соціальний тимблдинг здатний стати одним з елементів системи соціальної відповідальності підприємства.

З огляду на запропоновані етапи розробки стратегії, сферу діяльності підприємства та сучасні виклики сформуємо можливий зміст стратегії соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» (Додаток Ж):

Терміни та визначення. На початку стратегії надається перелік ключових понять та їхнє визначення. Такими поняттями є: соціальна відповідальність, зацікавлена сторона (стейкхолдер), нефінансовий звіт, сталий розвиток, ISO 26000, екологічна політика та ін.

Вступ. Наводиться загальна інформація про підприємство, мета створення, напрями роботи, нормативно-правові акти, якими керувалися під час створення стратегії.

1. Принципи та цінності ХКП «Спецкомунтранс» у сфері соціальної відповідальності. Основною цінністю підприємства є трудовий колектив. До інших цінностей слід віднести екологічність, відповідальність. До принципів можуть належати: дотримання законодавства та екологічних норм, пріоритет

збереження життя і здоров'я працівників, прозорість і чесність, нульова толерантність до проявів дискримінації та корупції, захист довкілля тощо.

2. Результати SWOT-аналізу. У розділі надаються результати проведеного SWOT-аналізу та за потреби додаткові пояснення.

3. Бачення і цілі соціальної відповідальності. Бачення потрібно формувати виходячи із прагнень провадити соціально відповідальну діяльність. Запропонуємо бачення для ХКП «Спецкомунтранс»: «Ми прагнемо максимально ефективно утилізувати побутові відходи, забезпечуючи захист довкілля та добробут жителів громади». Цілі розподіляються на три види: економічні, екологічні, соціальні, тобто охоплюють три ключові сфери соціальної відповідальності.

4. Напрями. Цей розділ окреслює напрями, за якими підприємство прагне розвивати соціальну відповідальність. Ми пропонуємо чотири (напрями можуть бути й іншими, як і їх наповнення):

4.1. Працівники. Пункт передбачає викладення положень щодо навчання і розвитку трудового колективу, охорони здоров'я і безпеки праці, соціальних гарантій, системи мотивації, політики недискримінації і гендерної рівності тощо.

4.2. Громада. Напрямок охоплює інформаційно-просвітницьку діяльність серед громадян щодо розумного поводження з відходами, створення нових робочих місць завдяки запуску сміттєпереробного заводу, догляд за безпритульними тваринами у притулку, співпраця з місцевими органами влади та іншими зацікавленими сторонами.

4.3. Навколишнє середовище. У пункті прописуються зобов'язання дотримуватися екологічних норм, природоохоронного законодавства, здійснювати безпечну утилізацію відходів і їх переробку, скорочувати викиди, мінімізувати забруднення поверхневих вод.

4.4. Партнери. Зазначаються принципи поведінки з діловими партнерами. До прикладу, етичне ведення діяльності, прозорість, чесність і відкритість.

5. Соціально відповідальні ініціативи в умовах сучасних викликів. Стратегія соціальної відповідальності повинна бути актуальною. Саме тому цей

розділ буде включати ініціативи підприємства, що відповідають вимогам часу. Зважаючи на війну, як головний виклик, з яким зіткнулася держава, ми виділили два основні напрями:

5.1. Розвиток інклюзивності. Йдеться про реінтеграцію ветеранів у цивільну роботу. Підприємство повинно підготуватися до прийняття ветеранів на роботу та закріпити у стратегії можливі заходи у цьому напрямку: психологічну підтримку, розвиток інклюзивної інфраструктури на території підприємства, за потреби можливість працювати віддалено, проходження перекваліфікації тощо.

5.2. Благодійність, волонтерство. Підприємство в силу своїх можливостей може долучатися до благодійної діяльності у різноманітних формах. Як ми зазначали раніше, соціальний тимбілдинг може стати для ХКП «Спецкомунтранс» одним зі способів залучення до соціально важливих ініціатив водночас сприяючи згуртованості колективу. За наявності ресурсів, підприємство може підтримувати працівників(ць), які долучилися до Сил Оборони.

6. Оцінювання ефективності. Звітування. У цьому розділі підприємство має вказати критерії оцінювання ефективності реалізації визначених заходів та формат звітування про соціальну відповідальність.

Таким чином, стратегія соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» повинна враховувати сучасні виклики і бути всебічною: спрямованою на покращення якості життя громадян, добробуту працівників, збереження екології, соціальну діяльність, економічну ефективність, що допоможе не лише виконати соціальні функції, але й забезпечить довгострокову сталу діяльність підприємства.

3.2. Імплементация нефінансової звітності у практику функціонування підприємства

Як справедливо зазначає Піхняк Т.А., «класична модель діючої фінансової звітності сьогодні не відповідає вимогам сучасності, так як з моменту її створення відбулися певні зміни в способах ведення та цінностях бізнесу, а також у самому середовищі, в якому підприємства ведуть господарську діяльність. Тому від звітності очікується набагато більше, ніж представлення фінансових показників результатів діяльності. Оскільки соціальне інвестування зростає з кожним роком, інвестори проявляють все більше зацікавленості у нефінансових показниках» [39, с. 138]. Ми поділяємо її думку та, вважаємо, що для підприємства з утилізації побутових відходів складання нефінансової звітності є не так бажаним, як обов'язковим зважаючи на сферу діяльності та виклики сьогодення.

Як нами було зазначено в [37], «деякі компанії можуть розцінювати її складання як додатковий тягар, проте ведення діяльності на засадах соціальної відповідальності стає обов'язком свідомої компанії, а тому слід ставитися до нефінансової звітності як до можливості заявити про свою позицію, розповісти про соціально значущі ініціативи та загалом ознайомити зацікавлені сторони із результатами у сфері соціальної відповідальності».

Нефінансова звітність містить інформацію про економічні результати діяльності, результативність у соціальній та екологічній сферах. Відповідно до Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), під нефінансовою звітністю розуміють розкриття інформації та звітування щодо результатів діяльності компанії у галузі сталого розвитку перед внутрішніми та зовнішніми зацікавленими особами (стейкхолдерами). Цілком слушно формулює мету нефінансової звітності Гамкало О.Б.: «допомогти підприємствам вимірювати, зрозуміти та повідомити стейкхолдерам про свою економічну, екологічну, соціальну та управлінську діяльність, а потім встановлювати цілі та ефективніше керувати змінами» [9, с. 80].

Складання нефінансової звітності в інтересах як зацікавлених сторін, так і самих компаній. Останні мають змогу підвищити рівень прозорості діяльності і довіру зацікавлених сторін шляхом надання інформації щодо соціально відповідальних заходів, що, в свою чергу, відкриває для компанії такі можливості: нові партнерські угоди, залучення інвестицій, лояльність працівників, покращення ставлення клієнтів тощо. Крім цього, нефінансова звітність покращує управління ризиками, а її складання відповідно до європейських стандартів спрощує процес порівняння з іншими компаніями [37].

Потреба подавати іншу, крім фінансової, звітність переформулюється з положеннями нещодавно схваленої Кабінетом Міністрів України «Стратегії запровадження підприємствами звітності із сталого розвитку». Зокрема у Стратегії зазначено таке: «Доступ до нефінансової інформації підприємства є одним з ключових факторів забезпечення сталого розвитку підприємства, підвищення його інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності... Міжнародний досвід вказує на наявність одночасно з обов'язковим складенням нефінансової звітності також практики добровільного звітування з питань корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого розвитку (звітність із сталого розвитку). В Україні подібна практика також існує та є характерною для великих підприємств або підприємств, які входять до складу міжнародних груп компаній» [45].

Іншим нормативно-правовим актом, що містить положення щодо подання нефінансової звітності, є згадувана у розділі 1 Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Серед очікуваних результатів її реалізації – «забезпечення відкритості та доступності інформації про діяльність суб'єкта господарської діяльності; збільшення кількості добровільних публічних звітів (інтегрованих та/або нефінансових) суб'єктів господарської діяльності, що містять інформацію про здійснення суб'єктами господарської діяльності заходів із впровадження стандартів ведення соціально відповідального бізнесу» [44]. Як бачимо, на законодавчому рівні закріплено прагнення поширювати практику

складання нефінансової звітності українськими компаніями, потреба у якій актуалізувалася на фоні набуття Україною статусу кандидата на вступ до ЄС, що висуває нові вимоги до звітування.

Гречко А.В. і Очеретяна О.В. з посиланням на дослідження компанії «Ernst & Young» вказують на важливість нефінансової звітності для інвесторів, наводячи результати опитування: 92% опитаних інвесторів вважають, що підготовка нефінансової звітності є обов'язковою для великих компаній; 68% – визнають, що інформація з нефінансової звітності є для них вирішальною при прийнятті рішень; 81% – вважають, що компанії ще не навчилися аналізувати та відображати екологічні та соціальні ризики у нефінансовій звітності. Компанія «PricewaterhouseCoopers» (PwC) провела аналогічне дослідження, результати якого свідчать, що нефінансова звітність високого рівня настільки важлива для великих світових інвесторів, що вони готові надавати фінансову допомогу для встановлення стандартів і розвитку галузі в цілому. Серед суттєвих тем, за якими респонденти-інвестори хотіли б отримувати більше або якіснішу інформацію від компаній, є ризики, політика компанії, менеджмент, контроль, галузеві показники, аналіз кращих практик (для порівняння з підприємствами-конкурентами) та сценарне планування (оцінка перспектив розвитку компанії) [64].

ХКП «Спецкомунтранс» не володіє значними обсягами коштів, які можна було б спрямувати на розвиток соціальної відповідальності, тому для реалізації великих проєктів, таких як рекультивация полігону ТПВ чи будівництво сміттєпереробного комплексу, залучає зовнішнє фінансування. Наведені результати досліджень підтверджують необхідність подання нефінансової звітності зокрема для підвищення інвестиційної привабливості. Демонструючи на практиці прагнення втілювати соціально відповідальні заходи та звітуючи про зроблену роботу, підприємство матиме вищу ймовірність отримувати гранти і кредити від зарубіжних організацій, що в сучасних умовах є важливим для ХКП «Спецкомунтранс».

Нефінансова звітність може складатися у різних форматах з п'яти найбільш поширених (Додаток 3). Найпростіший формат – звіт про соціальну відповідальність (Звіт про КСВ / Звіт про соціальні та екологічні проєкти). Чіткі вимоги до його складання відсутні, тому підприємство самостійно розробляє структуру звіту і визначає показники, які відобразатимуться у ньому. Компанії, які є членами Глобального Договору ООН, складають Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального Договору ООН. Договір ґрунтується на десяти принципах, розподілених за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Найбільш складним нефінансовим звітом є Звіт зі сталого розвитку (Звіт за GRI стандартом), який готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності. Включає п'ять складових: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності. Звіт з управління містить як фінансові, так і нефінансові результати, ризики і перспективи діяльності. Зміст і форма може різнитися залежно від специфіки підприємства. Інтегрований звіт включає також фінансові і нефінансові показники, що дозволяє зацікавленим сторонам комплексно оцінити діяльність підприємства.

На основі порівняльної характеристики видів нефінансової звітності пропонуємо ХКП «Спецкомунтранс» складати звіт про соціальну відповідальність. Оскільки підприємство перебуває лише на шляху до побудови повноцінної системи соціальної відповідальності, складні звіти, такі як звіт за GRI стандартом, на наш погляд, будуть недоречними. Причинами цього вбачаємо нерозвиненість системи соціальної відповідальності, відсутність стратегії її розвитку і досвіду складання подібних звітів. Із розвитком соціальної відповідальності формат звітування може змінюватися.

Звіт із соціальної відповідальності – це практика звітування про результати діяльності організації щодо нефінансових показників, що забезпечує прозорість впливу організації на суспільство та навколишнє середовище. Як правило, публікується щорічно і є добровільним. Такий звіт може функціонувати як важливий PR-інструмент для організацій, даючи їм можливість повідомити про

свої екологічні ініціативи, продемонструвати свої досягнення та представити себе як соціально відповідальних [61].

Процес складання звіту є індивідуальним для кожного підприємства, попри схожість етапів. Сформуємо етапи підготовки звіту про соціальну відповідальність для ХКП «Спецкомунтранс» із врахуванням того факту, що він складатиметься вперше (рис. 3.2).

Етапи	Зміст етапів
Етап 1	Призначення відповідальних осіб/особи для роботи над звітом
Етап 2	Визначення зацікавлених сторін, які будуть залучені до підготовки звіту; узгодження цілей і мети звіту
Етап 3	Збір та опрацювання інформації; визначення форми її подання у звіті, структури
Етап 4	Взаємодія із зацікавленими сторонами, з'ясування думок і очікувань, узгодження ключових моментів
Етап 5	Написання текстової частини і визначення потреби у графічній (таблиці, діаграми тощо)
Етап 6	Перевірка викладеної інформації, отримання схвалення від керівництва, оприлюднення звіту
Етап 7	Отримання зворотного зв'язку

Рисунок 3.2 – Етапи підготовки звіту про соціальну відповідальність ХКП «Спецкомунтранс»

Примітка. Сформовано авторкою.

Як видно з рис. 3.2, підготовка звіту про соціальну відповідальність складається з семи етапів. Процес починається з призначення відповідальних осіб. Залежно від розміру підприємства для підготовки звіту може утворюватися робоча група, проте для ХКП «Спецкомунтранс», на наш погляд, достатньо

однієї чи декількох осіб, оскільки організаційна структура не настільки розгалужена, а масштаб діяльності невеликий.

Оскільки такий звіт складатиметься вперше, доцільно визначити зацікавлених сторін, які будуть залучені до підготовки звіту. Ними насамперед є працівники, представники громадськості і міської ради. Узгодження цілей і мети потрібно для того, щоб з'ясувати на чому акцентувати увагу у звіті. Так як підприємство комунальної форми власності, звіт буде спрямований на покращення репутації, що зокрема сприятиме залученню коштів від зарубіжних організацій.

На третьому етапі відбувається збір та опрацювання інформації, визначається форма подання у звіті, структура. В основі звіту мають бути результати виконання стратегії соціальної відповідальності, звіти підприємства зокрема звіти Офісу «Розумне довкілля. Хмельницький», за наявності відгуки від зацікавлених сторін / результати опитувань (наприклад, опитування працівників щодо внутрішньої складової системи соціальної відповідальності). Ознайомлення зі звітами інших компаній допоможе визначитися зі структурою, наповненням, іншими особливостями подання інформації.

Четвертий етап передбачає взаємодію із зацікавленими сторонами. Це досить важливий момент у процесі підготовки звіту, адже визначає наскільки повно він задовольнить їх потребу в інформації. На цьому етапі з'ясовуються їхні думки та очікування, узгоджуються ключові моменти.

П'ятий етап – написання текстової і графічної частин звіту. Текстова містить опис досягнень у сфері соціальної відповідальності, результати реалізованих проєктів та заходів. Для кращого сприйняття інформації окремі дані слід представляти у вигляді таблиць, діаграм, схем, інших ілюстрацій.

Далі перевіряється викладена інформація, що може включати як перевірку на достовірність, так і повноту висвітлення напрямів соціальної відповідальності, зрозумілість і легкість сприйняття. Сформований звіт надається керівництву підприємства для отримання схвалення або в іншому випадку – зауважень з подальшим внесенням змін. Готовий звіт підлягає

оприлюдненню. Він публікується на сайті підприємства, але також може на інтернет-сторінках Хмельницької міської ради як органу місцевого самоврядування, рішенням якого створено підприємство, та у місцевих ЗМІ для більшого поширення серед зацікавлених сторін.

Останній етап – отримання зворотного зв'язку. Він потрібен для удосконалення наступних звітів і може бути формі відгуків щодо змісту і корисності звіту, висвітлення додаткової інформації та ін. На основі зворотного зв'язку можуть вносити корективи як у звітність, так і в стратегію соціальної відповідальності, якщо це необхідно. ХКП «Спецкомунтранс» повинно прагнути до розвитку і удосконалення, тому відгуки від зацікавлених сторін мають враховуватися.

Наведені етапи сформовані для складання звіту вперше. Наступні рази процес буде більш зрозумілим, швидким і легшим, оскільки відповідальні особи матимуть розуміння потрібної інформації і послідовності її подання, знатимуть очікування зацікавлених сторін тощо. Перший звіт є основою і в подальшому може удосконалюватися, а з розвитком соціальної відповідальності підприємства – змінитися на інший формат.

Перейдемо до з'ясування змісту звіту про соціальну відповідальність. З цією метою наведемо приклади звітів декількох компаній (табл. 3.2.).

У табл. 3.2. наведені розділи, з яких складається звіт про соціальну відповідальність чотирьох різних за сферами діяльності компаній: Auchan Україна, Cygnet Agrocompany, ПрАТ «Київський картонно-паперовий комбінат», ТЕСНІА. Кожен з наведених звітів містить опис діяльності у сферах екології, добробуту працівників, суспільства, коротку інформацію про компанію, а також ініціативи, що є актуальними під час війни. Три з чотирьох компаній складають щорічний звіт, тоді як останній звіт ТЕСНІА був сформований за 2020-2023 рр.

Таблиця 3.2. Приклади змісту звітів з КСВ

№ з/п	Назва компанії	Назва звіту	Розділи звіту
1	2	3	4
1.	Auchan Україна	Звіт з Корпоративної Соціальної Відповідальності 2023	Вступ People Planet Food Визнання Податки Разом до перемоги
2.	Sygnel Agrocompany	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2023 рік	Ключові соціально-економічні показники Інформація про компанію Ні голоду Якісна освіта Гідна праці та економічне зростання Сталий розвиток міст та спільнот Мир та справедливість Партнерство заради стійкого розвитку
3.	ПрАТ «Київський картонно-паперовий комбінат»	Звіт з корпоративної соціальної відповідальності 2023	Вступ Співробітники Прозорість та участь у житті громади Благодійність Екологія
4.	ТЕСНІА	Звіт із корпоративної соціальної відповідальності за 2020-2023 роки	Про холдинг ТЕСНІА Сталий розвиток ТЕСНІА Безпека, добробут та розвиток співробітників Підтримка свободи України Турбота про довкілля Розвиток територій присутності Відповідність стандарту GRI

Примітка. Сформовано авторкою за даними [17-19; 25].

Наведені приклади звітів про соціальну відповідальність підтверджують теоретичну інформацію про їх довільний зміст і порядок викладення інформації. Безперечно, загальні напрями подібні, проте окремі заходи безпосередньо пов'язані зі сферою діяльності компанії. Тож, адаптуємо зміст звіту про соціальну відповідальність до практики функціонування ХКП «Спецкомунтранс» (табл. 3.3.).

Таблиця 3.3. Можливі підходи до формування змісту звіту про соціальну відповідальність ХКП «Спецкомунтранс»

№ з/п	Розділи звіту		
	з огляду на стратегію соціальної відповідальності	зважаючи на напрями соціальної відповідальності	довільний формат
1	2	3	4
1.	Вступ Працівники Громада Навколишнє середовище Партнери Соціальна відповідальність в умовах сучасних викликів	Вступ Економічні аспекти Екологічні аспекти Соціальні аспекти	Вступ Благодійність, волонтерство Відповідальний роботодавець Розвиток працівників Сортування, переробка, безпечна утилізація побутових відходів Інформаційно-просвітницька діяльність

Примітка. Складено авторкою.

У табл. 3.3. нами сформовано три варіанти змісту звіту про соціальну відповідальність підприємства. Якщо стратегія соціальної відповідальності буде розроблена і впроваджена, то для зручності інформацію у звіті відображають за напрямками, визначеними у ній (графа 2). Відповідність розділів звіту напрямкам стратегії не є обов'язковою умовою. Одним з найпростіших способів систематизації інформації у звіті є виокремлення трьох напрямів соціальної відповідальності: економічний, екологічний, соціальний (графа 3). Інший спосіб передбачає довільне формування назв розділів (графа 4), що також є поширеним явищем, у чому ми переконалися завдяки інформації табл. 3.2.

ХКП «Спецкомунтранс» може скористатися будь-яким із запропонованих нами способів формування змісту звіту, кожен з них адаптований до практики функціонування підприємства, проте вважаємо за доцільне комплексно підійти до питання розвитку соціальної відповідальності, що передбачало б розробку стратегії, а згодом – складання звіту за результатами її реалізації.

Отже, сучасні компанії, прагнучи підтримувати конкурентоспроможність і слідувати тенденціям, реалізують соціально відповідальні заходи. Однією з основних ознак зрілого підходу є впровадження стратегії соціальної

відповідальності. На її формування впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Для ХКП «Спецкомунтранс» ключовими факторами визначено інтереси зацікавлених сторін і сучасні виклики. Виокремлено сім етапів розробки стратегії, дотримання яких забезпечить логічну послідовність та мінімізує труднощі, а врахування положень ISO 26000 підвищить її якість. Стратегія повинна охоплювати внутрішню і зовнішню складові системи соціальної відповідальності, враховуючи сучасні виклики. Запропонований зміст стратегії соціальної відповідальності адаптований для підприємства з утилізації побутових відходів і включає усі основні розділи.

Удосконалення підходів до формування системи соціальної відповідальності, окрім розробки стратегії, відбувається також шляхом складання нефінансової звітності. Звітування про інші аспекти діяльності відповідає сучасним вимогам та свідчить про відповідальне ставлення підприємства. Складання нефінансової звітності є актуальним і доцільним для кожного підприємства, яке прагне довго й успішно працювати, реагуючи на виклики. Існує декілька форматів такої звітності, проте ми пропонуємо ХКП «Спецкомунтранс» складати звіт про соціальну відповідальність з можливістю зміни формату звіту у майбутньому. Його складання має супроводжуватися аналізом попереднього досвіду, аби щоразу удосконалювати процес звітування. Окреслені етапи підготовки звіту покликані зробити процес більш зрозумілим і послідовним. Також сформовано три підходи до формування змісту звіту і запропоновано складати звіт за результатами реалізації стратегії соціальної відповідальності.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота присвячена вирішенню важливого науково-практичного завдання, пов'язаного із формуванням системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів. Проведене дослідження дає змогу сформулювати такі висновки і пропозиції:

1. Визначено сутність та складові системи соціальної відповідальності бізнесу. Підходи науковців до визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу» різняться, проте мають декілька спільних ознак: врахування інтересів зацікавлених сторін, сталий розвиток, дотримання законодавства, виокремлення економічного, екологічного і соціального напрямів. В умовах сучасних викликів внутрішня і зовнішня складові системи поповнилися новими елементами, що враховують наслідки, пов'язані з війною. Опрацьовані результати досліджень свідчать про залученість бізнесу до підтримки ВПО і постраждалих громадян, допомоги Силам Оборони, працівникам тощо. Наголошено на тому, що складні обставини спонукають бізнес до формування системи соціальної відповідальності, яка відповідає вимогам часу.

2. Характеристика сучасних практик систем соціальної відповідальності десяти українських та одинадцяти зарубіжних компаній показала, що вони мають різні пріоритети. Якщо перші насамперед враховують українські реалії життя, надаючи гуманітарну допомогу, змінюючи наповнення соціального пакету працівників та ін., то зарубіжні більше уваги приділяють екології, продовжують розвиватися у раніше визначених напрямках, реалізують масштабні проекти, торкаються питань гендерної рівності, інклюзії тощо. Констатовано, що практики СВБ різняться залежно від країни та її актуальних питань, проте спільним для компаній залишається прагнення слідувати тенденціям, реагуючи на зміни у зовнішньому середовищі.

3. Встановлено, що основним видом діяльності ХКП «Спецкомунтранс» є обслуговування населення у сфері управління побутовими відходами. Аналіз фінансової звітності підприємства і розрахунок техніко-економічних показників

показав, що у досліджуваній період (2019-2023 рр.) негативними моментами є падіння чистого прибутку, зниження рентабельності й фондівіддачі, перевищення у 2023 році прийнятої норми витрат на 1 грн наданих послуг, позитивними – зростання фонду оплати праці і середньомісячної заробітної плати, модернізація підприємства, яка відображається на показниках середньорічної вартості основних засобів.

Проаналізувавши діючу систему соціальної відповідальності підприємства, виокремлено внутрішню і зовнішню складові, їх елементи. Внутрішня складова включає: систему ОЗіБП, соціальні гарантії та навчання працівників, сприятливий соціально-психологічний клімат, але говорити про її розвиненість не доводиться. Підсумовано, що вона не може продемонструвати значні досягнення і потребує удосконалення.

Аналіз зовнішньої складової базувався здебільшого на основі екологічної політики підприємства. Ключові завдання викладені у Програмі поводження з побутовими відходами «Розумне довкілля. Хмельницький» на 2021-2023 роки. Відповідно до неї підприємство спрямовує зусилля на виконання таких заходів: організації роздільного збору окремих компонентів побутових відходів, реконструкції існуючого полігону ТПВ та створення сучасного, будівництва сміттєпереробного комплексу, підвищення екологічної свідомості громадян. З метою більш детального розгляду окреслених заходів проаналізовано роботу Центрів управління відходами, Екобусу, «Гуфі-центру», Офісу «Розумне довкілля. Хмельницький». Встановлено, що вони приносять велику користь для зменшення потрапляння на полігон ТПВ небезпечних відходів, пластику, скла, інших відходів, які підлягають переробці й повторному використанню, а також для підвищення екологічної свідомості мешканців міста завдяки проведенню просвітницької діяльності. Офіс долучається також до волонтерства. Наприкінці аналізу зовнішньої складової системи соціальної відповідальності згадано створення Центру поводження з тваринами, до завдань якого входить регулювання чисельності безпритульних тварин. Підприємство докладает зусиль для створення належних умов їх утримання у притулку-стерилізаторі і передачі

новим господарям. Проведений аналіз показав, що ХКП «Спецкомунтранс» реалізує багато екологічних та просвітницьких заходів, проте цілісна система соціальної відповідальності не створена.

4.3 метою оцінювання соціальної відповідальності підприємства, проведено SWOT-аналіз та опитування працівників ХКП «Спецкомунтранс», за результатами яких з'ясовано: половина опитаних вважають вплив діяльності на довкілля позитивним; підприємство частково справляється із сучасними викликами; попри реалізацію окремих проєктів, не достатньо докладається зусиль для формування повноцінної системи соціальної відповідальності; працівники задоволені лише умовами праці, тоді як оплата праці їх не влаштовує; заходи щодо захисту довкілля працівники оцінюють як «частково ефективні»; відсутність стратегії соціальної відповідальності гальмує становлення підприємства як соціально відповідального, а незадовільний стан полігону ТПВ є однією з найгостріших проблем, яка шкодить іміджу як підприємства, так і громади, і над вирішенням якої працюють останні роки. Виявлені проблемні аспекти, проведений SWOT-аналіз і опитування працівників свідчать про достатній простір для розвитку соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс» в умовах сучасних викликів.

5. Досліджено практичні аспекти розробки стратегії соціальної відповідальності для комунального підприємства з утилізації побутових відходів. Наведено фактори, які впливають на формування стратегії, та наголошено, що для ХКП «Спецкомунтранс» важливим є врахування інтересів зацікавлених сторін і сучасних викликів. Адаптовано етапи розробки стратегії соціальної відповідальності та їх зміст до умов функціонування підприємства. Зокрема запропоновано проводити бенчмаркінг для вивчення досвіду подібних підприємств, формувати реєстр зацікавлених сторін, брати до уваги місцеві програми розвитку в частині екології, систематизувати заходи управління ризиками і будувати карту ризиків. Наголошено на важливості врахування положень ISO 26000 «Настанова щодо соціальної відповідальності» у процесі розробки стратегії з метою підвищення її якості.

Під час опрацювання складових стратегії вкотре згадуються наслідки війни, які повинні враховувати роботодавці. Йдеться про прийняття на роботу ветеранів, що вимагає облаштування простору відповідно до їхніх потреб, впровадження політики адаптації тощо. Зважаючи на рівень розвитку внутрішньої складової системи соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс», створення належних умов та оплати праці визначено одним з головних завдань підприємства, що повинно знайти своє відображення у цілях стратегії. Запропоновано звернути увагу на можливість інтегрувати соціальний тимблдинг у систему соціальної відповідальності, який може стати частиною волонтерської діяльності підприємства. Із врахуванням сфери діяльності підприємства і сучасних викликів сформовано можливий зміст стратегії соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс», який охоплює: вступну частину, принципи та цінності підприємства, результати SWOT-аналізу, бачення і цілі соціальної відповідальності, чотири напрями (працівники, громада, навколишнє середовище, партнери), соціально відповідальні ініціативи в умовах сучасних викликів (розвиток інклюзивності, благодійність, волонтерство), оцінювання ефективності.

6. Обґрунтовано перспективи імплементації нефінансової звітності у практику функціонування підприємства. Наведено нормативно-правові акти, які містять положення щодо необхідності її поширення серед сучасних підприємств, та результати досліджень, що вказують на її важливість для інвесторів. На основі опрацювання форматів нефінансової звітності запропоновано для ХКП «Спецкомунтранс» подавати звіт про соціальну відповідальність. Розроблено етапи підготовки такого звіту та виокремлено три підходи до формування змісту звіту для підприємства.

Отже, в результаті написання магістерської роботи мета була досягнута, а завдання – вирішені. Проведений аналіз і сформовані на його основі висновки й рекомендації можуть бути використані ХКП «Спецкомунтранс» для побудови повноцінної системи соціальної відповідальності в умовах сучасних викликів та іншими підприємствами, які прагнуть до удосконалення і сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) ХКП «Спецкомунтранс» за 2019 р.: Форма №2. Хмельницький, 2019. 2 с.
2. Баланс (Звіт про фінансовий стан) ХКП «Спецкомунтранс» за 2020 р.: Форма №2. Хмельницький, 2020. 2 с.
3. Баланс (Звіт про фінансовий стан) ХКП «Спецкомунтранс» за 2021 р.: Форма №2. Хмельницький, 2021. 2 с.
4. Баланс (Звіт про фінансовий стан) ХКП «Спецкомунтранс» за 2022 р.: Форма №2. Хмельницький, 2022. 2 с.
5. Баланс (Звіт про фінансовий стан) ХКП «Спецкомунтранс» за 2023 р.: Форма №2. Хмельницький, 2023. 2 с.
6. Білик Р. Р., Варвус А. І. Соціальна відповідальність бізнесу як основа безпеки підприємництва в сучасних умовах. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Том 8. №3. С. 318-323. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-48>
7. Будівництво очисних фільтрувальних споруд. *ХКП «Спецкомунтранс»*. 2024. URL: <https://skt.km.ua/news/show/83>
8. Відкриття Гуфі-центру. *ХКП «Спецкомунтранс»*. 2021. URL: <https://skt.km.ua/news/show/50>
9. Гамкало О.Б. Нефінансова звітність як інструмент вимірювання соціальної діяльності вітчизняних підприємств. *Статистика України*. 2017. №4. С. 79-86.
10. Гнедіна К.В., Роднєв Д.В. Звіт про управління: сутність та особливості формування. *Сучасні світові тенденції розвитку інформаційних технологій, економіки і права: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Чернігів: ЧПБіП МНТУ ім. акад. Ю. Бугая, 18 квітня 2019 р. Чернігів, 2019. С. 79- 82.*
11. Гуфі-центр в Хмельницькому відзначив свою першу річницю. *Медіаграмотність у регіонах України*. 2022. URL: <https://milukraine.net/2022/10/gufi-czentr-v-hmelnyczkomu/>

12. Длугопольська Т. І., Сентик М. В. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2022. № 4(46). С. 49–57. DOI: <https://doi.org/10.55643/ser.4.46.2022.476>
13. Екологічна політика ХКП «Спецкомунтранс». *ХКП «Спецкомунтранс»*. URL: <https://skt.km.ua/navigations/show/22>
14. За забруднення поверхневих вод Хмельницькому комунальному підприємству «Спецкомунтранс» нараховано збитки. *Державна екологічна інспекція у Хмельницькій області*. 2021. URL: <https://khmeln.dei.gov.ua/post/364>
15. Захаркевич Н.П., Недзельська У.В. Соціальний тимблдинг як елемент соціальної відповідальності бізнесу. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні перспективи розвитку обліку, фінансів, економіки, управління, права та інженерії». м. Запоріжжя, 5-6 грудня 2024 р.
16. Звіт 2023. *Розумне довкілля. Хмельницький*. 13 с. URL: https://drive.google.com/drive/folders/1qrQWwzK5gTXWL1tRYpelj3SPekF0fQa4?fbclid=IwAR29ebWFLzMqxEQkcB6kv19-QiEf9mlyuxdmK4_bPH-F-_p17MxsYd3dI8g
17. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності 2023. *ПРАТ «Київський картонно-паперовий комбінат»*. 2024. URL: https://www.papir.kiev.ua/wp-content/uploads/2024/08/zvit-iz-ksv-za-2023-rik.pdf?fbclid=IwY2xjawEgEcpleHRuA2FlbQIxMAABHZLYHYfRmk11ylXsnkMglwLeh5R7MLtUmXnF4FDiuU7_t2bCXjZbPTpWDw_aem_GAvf7gX55ayDj-gLVeof1Q
18. Звіт з Корпоративної Соціальної Відповідальності. *Auchan Україна*. URL: https://auchan.ua/media/brandPage/Report_CSR_2023.pdf
19. Звіт із корпоративної соціальної відповідальності за 2020-2023 роки. *TECHIIA*. URL: https://techiiia.com/assets/page/2/65ba93f7cbed0/techiiia_csr_report_for_2020_2023.pdf

20. Звіт із праці ХКП «Спецкомунтранс» за січень-грудень 2019 р.: Форма №1-ПВ. Хмельницький, 2019. 16 с.
21. Звіт із праці ХКП «Спецкомунтранс» за січень-грудень 2020 р.: Форма №1-ПВ. Хмельницький, 2020. 18 с.
22. Звіт із праці ХКП «Спецкомунтранс» за січень-грудень 2021 р.: Форма №1-ПВ. Хмельницький, 2021. 12 с.
23. Звіт із праці ХКП «Спецкомунтранс» за січень-грудень 2022 р.: Форма №1-ПВ. Хмельницький, 2022. 14 с.
24. Звіт із праці ХКП «Спецкомунтранс» за січень-грудень 2023 р.: Форма №1-ПВ. Хмельницький, 2023. 12 с.
25. Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2023 рік. *Cygnets Agrocompany*. 2024. URL: <https://cygnets.ua/wp-content/uploads/2024/03/ksv-2023-kinczevyj.pdf>
26. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ХКП «Спецкомунтранс» за 2019 р.: Форма №2. Хмельницький, 2019. 2 с.
27. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ХКП «Спецкомунтранс» за 2020 р.: Форма №2. Хмельницький, 2020. 2 с.
28. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ХКП «Спецкомунтранс» за 2021 р.: Форма №2. Хмельницький, 2021. 2 с.
29. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ХКП «Спецкомунтранс» за 2022 р.: Форма №2. Хмельницький, 2022. 2 с.
30. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ХКП «Спецкомунтранс» за 2023 р.: Форма №2. Хмельницький, 2023. 2 с.
31. Ігнат'єва І. А., Гавриленко Т. В., Сербенівська А. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: практичний аспект в умовах бифуркації. *Економічні науки*. 2020. Том 5, Вип. №1. С. 62-68. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.20205.1.62-68>
32. Історія підприємства. *ХКП «Спецкомунтранс»*. URL: <https://skt.km.ua/navigations/show/12>

33. Каталог внеску бізнесу в Перемогу в російсько-українській війні. *CSR Ukraine*. URL: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/>

34. Корпоративна соціальна відповідальність під час війни та в повоєнному відновленні. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2024. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/korporatyvna-sotsialna-vidpovidalnist-pid-chas-viyny-ta-v>

35. Кузнецов В. Топ-10 соціально відповідальних компаній. *Dsnews*. 2023. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-10-socialno-vidpovidalnih-kompaniy-28112023-491434>

36. Недзельська У.В. Значення корпоративної соціальної відповідальності для репутації бренду та його розвитку. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали VI міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів, 27-28 берез. 2024 р. Львів, 2024. С. 126-128.

37. Недзельська У.В. Нефінансова звітність як інструмент відображення інформації про соціальну відповідальність підприємства. VI Міжнародна науково-практична конференція «Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації». м. Хмельницький, 16 січня 2025 р.

38. Підписання угоди на рекультивуацію полігону побутових відходів. *ХКП «Спецкомунтранс»*. 2024. URL: <https://skt.km.ua/news/show/84>

39. Піхняк Т.А. Інтегрована звітність як невід’ємна складова у діяльності підприємств України. *Управлінські та правові засади забезпечення розвитку України як європейської держави*: збірник тез XXVIII щорічної звітної наукової конференції науково-педагогічних працівників, докторантів та аспірантів, м. Хмельницький: ХУУП імені Леоніда Юзькова, 19 березня 2024 р. Хмельницький, 2024. С. 138-141.

40. Політика системи охорони здоров’я та безпеки праці *ХКП «Спецкомунтранс»*. *ХКП «Спецкомунтранс»*. URL: <https://skt.km.ua/navigations/show/21>

41. Про затвердження Програми підтримки та розвитку Хмельницького комунального підприємства «Спецкомунтранс» на 2023-2027 роки: рішення позачергової двадцять п'ятої сесії від 28.03.2023 р. № 68. *Хмельницька міська рада*. URL: <https://www.khm.gov.ua/uk/content/pro-zatverdzhennya-programy-pidtrymky-ta-rozvytku-hmelnycкого-komunalnogo-pidpryyemstva-0>

42. Про затвердження Програми поводження з побутовими відходами «Розумне довкілля. Хмельницький» на 2021-2023 роки: рішення міської ради від 23.12.2020 року №67. *Хмельницька міська рада*. URL: <https://www.khm.gov.ua/uk/file/151272/download?token=jWH7pGh3>

43. Про збільшення розміру статутного капіталу та затвердження нової редакції статуту Хмельницького комунального підприємства «Спецкомунтранс»: рішення міської ради від 02.05.2024 року №24. *Хмельницька міська рада*. URL: <https://www.khm.gov.ua/uk/content/pro-zbilshennya-rozmiru-statutnogo-kapitalu-ta-zatverdzhennya-novoyi-redakciyi-statutu-7>

44. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 р. №66-2020-р. *Відомості Верховної Ради України*. 2020. №66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

45. Про схвалення Стратегії запровадження підприємствами звітності із сталого розвитку: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.10.2024 р. 1015-2024-р. *Відомості Верховної Ради України*. 2024. № 1015-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1015-2024-%D1%80#Text>

46. Пучкова С. І. Соціальна відповідальність бізнесу: основні складові та пріоритетні напрями реалізації. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023, № 6. С. 467-474. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-73>

47. Райко Д.В., Подрез О.І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства. *Проблеми економіки*. 2020. №1(43). С. 173-189.

48. Розумне Довкілля. Хмельницький — офіс впровадження нових стандартів у поводженні з відходами. *ProMycor*. 2020. URL: <https://promusor.com/articles/rozumne-dovk%D1%96llya-hmelnitskij-of/>
49. Розумне довкілля. Хмельницький: короткий опис концепції. *UAMAP*. 6 с. URL: <https://uamap.org.ua/storage/uploads/admin/SEK%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81%20v3.pdf>
50. Селіверстова Л. С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. №7 (169). С. 309-314.
51. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. *Економіка та держава*. 2019. №7. С. 13-16.
52. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. Червінська Л. П., Червінська Т. М., Каліна І. І. та ін. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2023. Том 6(53). С. 405-416. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.6.53.2023.4187>
53. Сталість українського бізнесу під час війни: що показав «Індекс КСВ 2023». *The Page*. 2023. URL: <https://thepage.ua/ua/rating/stalist-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijni-sho-pokazav-indeks-ksv-2023>
54. Толуб Н. Як під час війни роботодавці змінили соціальні пакети співробітників. *The Page*. 2023. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/socialni-paketi-2023-v-ukrayini>
55. У Хмельницькому рекультивуватимуть сміттєзвалище за 12,5 мільйонів євро. *Суспільне Хмельницький*. 2024. URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/802257-u-hmelnickomu-rekultivuvatimut-smittezvalise-za-125-miljoniv-evro/>
56. Шаповал Г.М., Косяк А.П. Соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021, №1. С. 270-276.

57. Що таке ISO 26000. *Інститут Навчання Менеджерів Якості (Instytut Kształcenia Menadżerów Jakości (IKMJ))*. URL: <https://ikmj.com/uk/iso-26000-%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0-%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%8E-%D0%B2%D1%96%D0%B4/>
58. Як бізнесу будувати ефективні КСВ-стратегії: розповідає Head of CSR в Genesis. *High Bar Journal*. 2024. URL: <https://journal.gen.tech/post/yak-biznesu-buduvaty-efektyvni-csr-strategii>
59. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully. *Digital Marketing Institute*. 2024. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
60. Corporate Social Responsibility - Part 2: CSR Strategy. *ESGVoices*. 2024. URL: <https://www.esgvoices.com/post/corporate-social-responsibility-part-2-csr-strategy>
61. CSR reporting, explained. *IBM*. 2021. URL: <https://www.ibm.com/think/topics/csr-reporting>
62. Emerging trends in CSR to stay relevant, sustainable, and maximise a company's social impact. *Dana Asia*. 2024. URL: <https://danaasia.org/2024-emerging-trends-in-csr-to-maximise-a-companys-social-impact/>
63. Gorova K. O., Deng Qiwen. Definition of the concept of corporate social responsibility in modern conditions. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова*. 2021. Т.26. Вип. 2(87). С. 26-33.
64. Hrechko A., Ocheretiana O. Non-financial reports as a tool to increase the investment attractiveness of the enterprise. *Економіка та суспільство*. 2021. №25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-41>
65. ISO 26000 and OECD Guidelines: Practical overview of the linkages. *The International Organization for Standardization (ISO)*. 2017. 76 p. URL: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100418.pdf>

66. Klius Y., Nizhnikov I. Development of the definition of «Social responsibility of business» and its transformation. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. №1(68). С. 74-80.

67. Kovban A., Kohut I. Formation of a corporate social responsibility strategy of companies in EU countries. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2019. Vol.5, №3. P. 82-90. DOI:10.30525/2256-0742/2019-5-3-82-90

68. Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: taking stock. *The World Bank*. 2004. 30 p. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/548301468313740636/pdf/346560CSR1Taking1Stock.pdf>

69. Rutkowska M., Pakulska J. The Corporate Social Responsibility (CSR) as the Modern Trend in Management and Sustainable Economy. *European Research Studies Journal*. 2021. Vol. XXIV, Issue 2. P. 346-357.

70. Shaikh A., Shetty T., Poddar M., Dr. Varsha Agarwal. A Study on Corporate Social Responsibility as a Marketing strategy. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*. 2022. Vol. 8, Issue 5. P. 281-285.

71. Toolkit for Ensuring Management of Socially Responsible Business Activities. Lytvyn O., Kuryliuk Y., Onyshchenko A., etc. *Agricultural Economics and Social Science Research Association(AESSRA)*. Economic Affairs. 2023. Vol. 68, No. 01s. P. 83-89. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.10

72. What is CSR? *United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)*. 2022. URL: <https://www.unido.org/our-focus-advancing-economic-competitiveness-competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility-corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

Виконала: студентка
2 курсу магістратури
спеціальності
073 Менеджмент
денної форми навчання
« ____ » січня 2025 р.

Підпис

У.В. Недзельська
Ініціали, прізвище

Науковий керівник
завідувачка кафедри
к.е.н., доцентка
« ____ » січня 2025 р.

Підпис

Н.П. Захаркевич
Ініціали, прізвище

Робота допущена до захисту:
завідувачка кафедри
к.е.н., доцентка
« ____ » січня 2025 р.

Підпис

Н.П. Захаркевич
Ініціали, прізвище

ДОДАТКИ

Таблиця А.1. Визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу»

№ з/п	Автор, джерело	Визначення
1	2	3
1.	Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. [51, с. 15]	добровільна діяльність, спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання по добродійному виконанню міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у рамках соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості в цілому), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки.
2.	Горова К. О., День Цівень [63, с. 28]	складова загальної стратегії підприємства, спрямована на вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем, забезпечення сталого розвитку на рівні окремих підприємств та на макrorівні з урахуванням інтересів всіх зацікавлених сторін, які включені в систему управління організацією на основі інтеграції відповідних дій у бізнес-процеси та цінності компанії та допомагають забезпечити цільовий рівень ефективності організації.
3.	Білик Р. Р., Варвус А. І. [6, с. 320]	концепція, за якою компанії враховують інтереси суспільства, приймаючи відповідальність за вплив своєї діяльності на клієнтів, співробітників, акціонерів, громади та навколишнє середовище в усіх сферах своєї діяльності.
4.	Клюс Ю. І., Ніжніков І. М. [66, с. 79]	обов'язкова комплексна діяльність промислових підприємств, спрямована на досягнення цілей сталого розвитку територій присутності, забезпечення екологічної стійкості, розвитку людського капіталу, формування глобального партнерства для реалізації принципів сталого розвитку та розподілу тягаря державних витрат на соціальну політику, причому обсяг фінансової участі безпосередньо залежить від загального розміру збитків, завданих промисловою діяльністю.

Продовження таблиці А.1.

№ з/п	Автор, джерело	Визначення
1	2	3
5.	Lytvyn O., Kuryliuk Y., Onyshchenko A., Kudin V., Parkhomenko V., Filiuk S. [71, p. 85]	самостійна, ініціативна, системна діяльність суб'єктів господарювання у формуванні відносин із суспільством, владою, населенням, партнерами з метою гармонізації та/або задоволення соціальних, економічних, фінансових, етичних інтересів всіх груп зацікавлених користувачів на взаємовигідних умовах для досягнення як економічних, так і соціальних результатів.
6.	ISO 26000 [65, p. 9]	відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки; інтегрована в усю організацію та практикується в її відносинах.
7.	Світовий банк [68, p. 3]	зобов'язання бізнесу робити свій внесок у сталий економічний розвиток – співпрацювати з працівниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством загалом для покращення якості життя способами, які є корисними як для бізнесу, так і для розвитку.
8.	Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО) [72]	концепція управління, за допомогою якої компанії враховують соціальні та екологічні проблеми у своїх бізнес-операціях і взаємодії зі своїми зацікавленими сторонами.
9.	Shaikh A., Shetty T., Poddar M., Agarwal V. [70, p. 284]	маркетинговий інструмент, який компанії використовують, щоб покращити організаційну ефективність, бути кращими за інші компанії, поліпшити лояльність клієнтів і підвищити загальну ефективність компанії.
10.	Rutkowska M., Pakulska J. [69, p. 351]	бізнес, який є соціально надійним, прозорим, з урахуванням етики та права, в сенсі відповідальності перед суспільством, клієнтом, навколишнім середовищем, працівником та інвестором.

Примітка. Систематизовано авторкою.

Таблиця Б.1. Заходи соціальної відповідальності українських компаній та підприємств під час війни

№ з/п	Компанія	Заходи
1	2	3
1.	АТБ	купівля дронів і сучасної автотехніки для ЗСУ; реалізація важливих проєктів («Сертифікат для ЗСУ», «Мене це стосується», «Благодійний внесок» та ін.); продовжуються проєкти з допомоги онкохворим дітям. Загальна сума допомоги під час війни медикам, військовим, рятівникам та іншим вже перевищила 1 млрд грн.
2.	EVA	компанія спрямувала понад 61 млн грн на потреби Сил Оборони, на допомогу постраждалим від російської агресії та на підтримку тварин у притулках; щоденно забезпечує комплексними обідами поранених військових у лікарні ім. Мечникова (Дніпро); у партнерстві з фондом Dignitas мережа зібрала понад 8,6 млн грн на підготовку 100 аеророзвідниць; проводить збори на потреби військових та постраждалих від російських атак.
3.	Фармак	допомога ЗСУ; облаштування сучасних укриттів для українських шкіл; турбота здоров'я споживачів, співробітників та тих, кому необхідна підтримка. Так, за сприяння «Фармак» проєкт «Мобільні лікарі» вже тричі допоміг людям з деокупованих територій безкоштовно пройти обстеження лікарів та отримати ліки.
4.	Lidea Seeds Ukraine	створення безпечних умов праці, гідна заробітна плата, навчання і розвиток персоналу, допомога колегам-захисникам і всім співробітникам у різних життєвих обставинах; плани запровадження комплексної програми повноцінної реінтеграції ветеранів у колектив; допомога насінням аграріям; облаштування дитячого садочка у регіоні присутності.
5.	Фокстрот	допомога ЗСУ та постраждалим українцям; забезпечення технікою загони ДСНС і купівля необхідного обладнання для 25 пунктів незламності в 3 прифронтових областях; придбання понад 7 тис. гаджетів для захисників, понад 150 планшетів для дітей полонених та загиблих захисників; розвиток інклюзивної інфраструктури мережі, впровадження інноваційного комплексу для обслуговування клієнтів з порушеннями слуху через перекладача жестової мови в режимі онлайн (проєкт «Безбар'єрний Фокстрот»).

Продовження таблиці Б.1.

№ з/п	Компанія	Заходи
1	2	3
6.	СЕМАРК	підтримує соціальні ініціативи в містах присутності, надає будівельні матеріали та обладнання для медичних і освітніх закладів, а також актуальну допомогу на підтримку України; проводить щорічну компанію на підприємствах «Подаруй дереву кільце – собі життя!», в межах якої у 2023 році команди Миколаївцементу, Подільського й Одеського цементних заводів зібрали 1632 кг макулатури, що рівноцінно порятунку 20 дерев.
7.	ДТЕК	забезпечує військових, медиків та виробників хліба безкоштовною електроенергією у Києві, Дніпропетровській та Донецькій областях. А також – всі медичні установи, включаючи шпиталі та реабілітаційні центри. ДТЕК Енерго передав понад 350 тонн вугілля на потреби громад і для руху евакуаційних поїздів.
8.	Дніпропетровськгаз	передали 13 власних автомобілів та 2,5 тис. л. пального для перевезення поранених та для потреб територіальної оборони, крім того, спецтранспортом риють траншеї, а працівники наповнюють мішки з піском для захисних споруджень.
9.	Прикарпаттяобленерго	долучилися до надання та логістики гуманітарної допомоги з Івано-Франківська в інші міста України. Організували волонтерський рух в АТ «Прикарпаттяобленерго». Загалом, на допомогу військовим та переселенцям компанія вже спрямувала понад 5,5 мільйонів гривень. Кошти були передані благодійним фондам та організаціям, які забезпечували стратегічні потреби бійців ЗСУ та Тероборони.
10.	Хмельницькгаз	на потреби воїнів виготовили та передали мобільні засоби обігріву «буржуйки», а також пересувні пункти обігріву – металеві «вагончики», які дозволять перепочити захисникам та зігрітися.

Примітка. Систематизовано авторкою за даними [33; 35].

Таблиця Б.2. Заходи соціальної відповідальності зарубіжних компаній

№ з/п	Компанія	Заходи
1	2	3
1.	Lego	етична поведінка, прозорість, чесне ведення бізнесу, активна участь у програмах з охорони навколишнього середовища; інвестування в альтернативні джерела енергії для того, щоб у найближчому майбутньому перейти на відновлювану енергію; пожертви дітям, які постраждали від пандемічної кризи; плани зробити пластиковий конструктор на рослинній основі для подальшої переробки, який буде більш безпечним для навколишнього середовища.
2.	BMW	зменшення викидів нових авто; підтримка масштабних освітніх проєктів та ініціатив з охорони здоров'я; вирішення проблем дорожньої безпеки, інвестиції в сучасне мистецтво, дизайн та архітектуру. Стратегічне значення має екологічна ефективність. Так, ще 1973 року в компанії була запроваджена посада Environmental Officer – співробітник, який стежить за дотриманням екологічних норм на виробництві.
3.	Microsoft	компанія була однією з перших, хто запропонував гнучкий графік роботи, job-sharing (розподіл одного робочого місця на двох як варіант неповної зайнятості), допомогу сім'ям своїх працівників. Співпрацює з урядами, інвесторами, неприбутковими організаціями, проводить активну роботу також зі своїми працівниками. Широкого розголосу набув проєкт компанії «Yo soy empleo» («Я працюю»), спрямований на працевлаштування іспанців під час фінансової кризи. Проєкт орієнтувався на комплексну підтримку незайнятих громадян: організацію тренінгів, перекваліфікацію фахівців, надання фінансової допомоги, юридичні консультації. Результат проєкту – створення 10000 нових робочих місць.
4.	Emirates Airlines	окремим вектором діяльності компанії є підтримка місцевих громад і благодійних проєктів у країнах, де компанія є найбільшим перевізником (Індія, Пакистан тощо). Численні соціальні ініціативи Emirates охоплюють підтримку великих спортивних подій і організацій. Одне з головних завдань авіакомпанії Emirates у сфері КСВ – формування позитивного іміджу Дубая за межами країни та Близькосхідного регіону.
5.	Bayer	з початком повномасштабної війни створено фонд підтримки із загальним бюджетом 3 млн євро на фінансування міжнародних та місцевих громадських організацій; надання партії антибіотиків та стерильних матеріалів через Червоний хрест; створено платформу для забезпечення житлом колег з України та їх родин.

Продовження таблиці Б.2.

№ з/п	Компанія	Заходи
1	2	3
6.	BOSCH	фінансування проєктів у сфері охорони здоров'я, міжнародних відносин та науки; виробництво екологічно чистої продукції з мінімальним вуглецевим слідом; співпраця з постачальниками сировини, що використовують сертифіковану систему екологічного менеджменту.
7.	Intel	реалізація благодійних і соціальних проєктів: навчання комп'ютерної грамотності африканських жінок, просування stream-освіти для дітей і молоді; відновлення інфраструктури постраждалих від стихійних лих регіонів; використання електроенергії з поновлюваних джерел; перероблення власних нетоксичних відходів; реалізація програм із досягнення гендерної рівності в оплаті праці у всіх підрозділах компанії.
8.	Lavazza	програма боротьби з вирубуванням лісу; використання під час виробництва продукції енергозберігаючих технологій; реалізація програми карпулінгу (зменшення використання кількості приватного транспорту).
9.	The Walt Disney Company	у своєму звіті щодо екологічних цілей до 2030 року компанія взяла на себе зобов'язання скоротити викиди та відходи разом із використанням екологічного дизайну та екологічних матеріалів. Забезпечує сувору міжнародну трудову політику для захисту безпеки та прав працівників. Завдяки програмі VoluntEARS працівники та актори Disney по всьому світу віддали 13 млн годин волонтерської роботи своїм громадам, а понад 140 млн дол пожертв Disney спрямовано на програми, що обслуговують недостатньо представлені громади.
10.	Google	волонтерська робота співробітників на створення рівних можливостей у всьому світі; політика нематеріальних бонусів для співробітників; зберігання нейтрального вуглецевого балансу; фінансування ініціатив, спрямованих на сприяння інклюзії як у компанії, так і в суспільстві в таких сферах: расова рівність, інклюзія людей з обмеженими можливостями, гендерна рівність, інтеграція ЛГБТК+, інтеграція ветеранів.
11.	Netflix	забезпечує своїх працівників 52-ма тижнями оплачуваної відпустки по догляду за дитиною біологічним і нерідним батькам (включно з усиновленими дітьми); використовує свої медіа-платформи щоб показати підтримку таких рухів, як Pride Month, екологічна стійкість та Black Lives Matter.

Примітка. Систематизовано авторкою за даними [12, с. 52-53; 46, с. 471; 31, с. 65; 59].

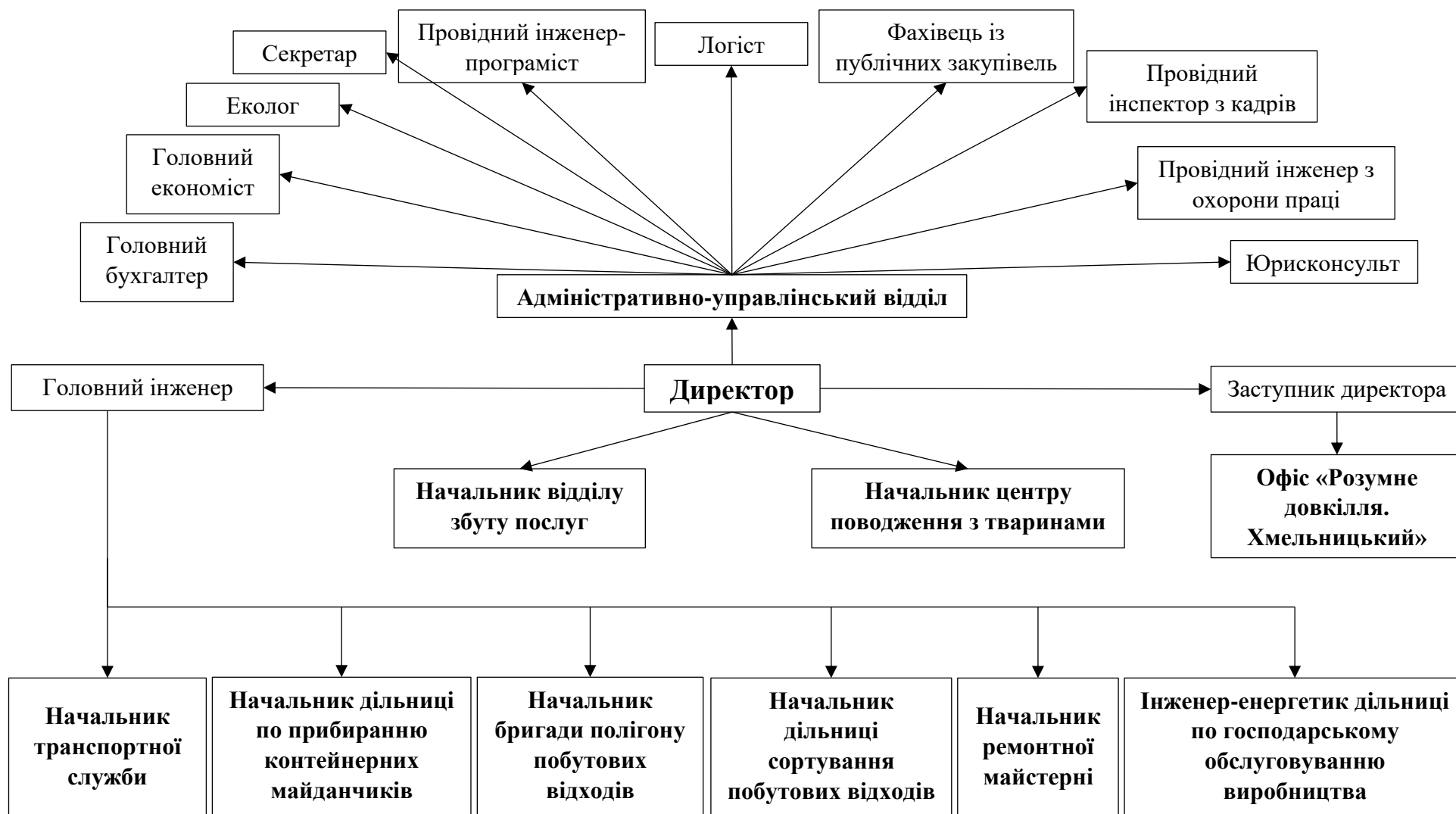


Рисунок В.1 – Організаційна структура ХКП «Спецкомунтранс»

Примітка. Побудовано авторкою.

Таблиця Г.1. Аналіз основних техніко-економічних показників підприємства за 2019-2023 рр.

№ з/П	Показники	Одиниця виміру	2019	2020	2021	2022	2023	Темп росту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг	тис. грн	60701	66434	85895	102120	108919	179,44
2.	Середньоспискова чисельність:	осіб						
	- працівників		202	212	214	227	242	119,80
	- робітників		168	175	175	186	203	120,83
3.	Середньорічний виробіток:	тис. грн						
	- одного працівника		300,50	313,37	401,38	449,87	450,08	149,78
	- одного робітника		361,3	379,6	490,8	549,0	536,5	148,5
4.	Фонд оплати праці	тис. грн	21561,8	27245,4	31617,9	35908	39328,6	182,4
5.	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	грн	8895,1	10709,7	12312,3	13182,1	13542,9	152,25
6.	Собівартість реалізованих послуг	тис. грн	45925	53726	68772	89586	97737	212,82
7.	Чистий прибуток (збиток) всього	тис. грн	107	295	531	59	-4710	-4401,87
8.	Витрати на 1 грн реалізованих послуг	грн	0,9982	0,9956	0,9938	0,9994	1,0432	104,51
9.	Рентабельність/збитковість продукції, робіт, послуг	%	0,23	0,55	0,77	0,07	-4,82	-2095,65
10.	Рентабельність/збитковість продажу	%	0,18	0,44	0,62	0,06	-4,32	-2400
11.	Середньорічна вартість основних засобів (за залишковою вартістю)	тис. грн	61682,5	115393,5	194723	226978	237462	384,97
12.	Фондовіддача	грн/грн	0,98	0,58	0,44	0,45	0,46	46,94

Примітка. Складено та розраховано авторкою за даними [1-5; 20-24; 26-30].

Таблиця Д.1. SWOT-аналіз системи соціальної відповідальності ХКП «Спецкомунтранс»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1) відкриття першого в Україні інтерактивного навчального центру поводження з відходами «Гуфі-центру»; 2) залучення зовнішнього фінансування; 3) амбітні цілі та реальні кроки в межах екологічної політики; 4) організація роздільного збору окремих компонентів побутових відходів (закупівля та встановлення контейнерів для сортування сміття, відкриття центрів управління відходами); 5) волонтерство Офісу «Розумне довкілля. Хмельницький»; 6) скорочення потрапляння на полігон небезпечних відходів; 7) великий досвід роботи (75 років із дня заснування). 	<ol style="list-style-type: none"> 1) жахливий стан полігону ТПВ; 2) слабка внутрішня складова системи соціальної відповідальності; 3) недостатня поінформованість населення щодо важливості та можливостей сортування відходів, екологічну діяльність підприємства; 4) відсутність стратегії соціальної відповідальності; 5) забруднення навколишнього середовища; 6) недостатній рівень обізнаності працівників про концепцію СВБ.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1) розробка нормативних документів з розвитку соціальної відповідальності та призначення осіб, відповідальних за їх реалізацію; 2) повноцінний запуск одного з перших сміттєпереробних заводів в Україні; 3) залучення коштів з нових джерел завдяки розвитку соціальної відповідальності; 4) налагодження партнерських відносин з компаніями з метою обміну досвідом та інформацією; 5) впровадження системи планування кар'єри, проведення тимбілдингу, розвиток корпоративної культури, розширення соціальних гарантій; 6) використання соціальних мереж або месенджерів для поширення інформації про тварин у притулку; 7) впровадження СЕМ відповідно до стандарту ISO 14001; 8) подання нефінансової звітності; 9) побудова системи соціальної відповідальності на основі ISO 26000. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) падіння прибутку, зростання цін і, як наслідок, вартості будь-яких заходів, проєктів, що ускладнить розвиток соціальної відповідальності; 2) несприйняття громадськістю додаткових витрат на реалізацію заходів, які, на їхню думку, не є потрібними зараз; 3) пошкодження майна підприємства, поранення, загибель працівників внаслідок російських обстрілів; 4) фінансові прорахунки, зрив домовленостей щодо тих чи інших проєктів; 5) відтермінування термінів реалізації заходів через війну; 6) ймовірність настання кадрових проблем.

Примітка. Складено авторкою.

Таблиця Д.2. Матриця SWOT-аналізу

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	<p>1) завдяки активним діям в межах екологічної політики підприємство позитивно впливає на свій імідж, що сприятиме пошуку нових партнерів і джерел залучення коштів;</p> <p>2) багаторічний досвід роботи підприємства та стаж працівників дають можливість належним чином забезпечити розробку нормативних документів з розвитку соціальної відповідальності, дослідити питання впровадження міжнародних стандартів у діяльність підприємства.</p>	<p>1) дотримання положень стандарту ISO 26000 дозволить розробити якісну стратегію соціальної відповідальності, зокрема покращити внутрішню складову системи соціальної відповідальності;</p> <p>2) завдяки запуску сміттєпереробного заводу на новий полігон потраплятиме менше відходів, які підлягають переробці, що зменшить його загальний розмір, продовжить термін експлуатації, покращать екологічну ситуацію;</p> <p>3) дотримання положень стандарту ISO 14001 допоможе підприємству побудувати якісну систему екологічного менеджменту, яка передбачатиме зокрема правильний підхід до утилізації відходів задля захисту навколишнього середовища, інформування стейкхолдерів щодо екологічної політики.</p>
Загрози	<p>1) для протидії несприйняттю громадськістю витрат на будь-які заходи під час воєнного стану доцільно залучати зовнішнє фінансування, аби мінімізувати витрати з місцевого бюджету;</p> <p>2) апелювання до низки втілених заходів і їх важливості допоможе переконати партнерів у недоцільності відтермінування проєктів до скасування воєнного стану в державі.</p>	<p>1) побудова повноцінної системи соціальної відповідальності на основі розробленої стратегії із врахуванням кращих практик та міжнародних стандартів.</p>

Примітка. Складено авторкою.

Таблиця Е.1. Результати опитування працівників ХКП «Спецкомунтранс»

№ з/п	Питання	Варіанти відповідей	Кількість відповідей
1	2	3	4
1.	Чи знайомі Ви з концепцією соціальної відповідальності підприємств?	Так	2
		Частково	7
		Ні	1
2.	Як Ви оцінюєте вплив діяльності підприємства на довкілля?	Позитивний	5
		Нейтральний	4
		Негативний	1
3.	Наскільки підприємство, на Вашу думку, справляється із сучасними викликами (екологічними проблемами, адаптацією до євроінтеграції, наслідками повномасштабного вторгнення: облаштування укриттів, кадрові проблеми, економічні труднощі)?	Добре	3
		Частково	7
		Зовсім не справляється	0
4.	Наскільки Ви задоволені умовами праці та оплатою праці на підприємстві?	Задоволений(а) лише умовами праці	9
		Задоволений(а) лише оплатою праці	0
		Не задоволений(а) нічим	0
		Задоволений(а) усім	1
5.	Чи підтримує Вас підприємство у складні часи (психологічна, матеріальна допомога, гнучкий графік, дистанційна робота тощо)?	Активно підтримує	0
		Частково	5
		Не підтримує	5
6.	Чи докладає підприємство зусилля для покращення внутрішньої складової системи соціальної відповідальності (системи ОЗіБП, соціальних гарантій, соціально-психологічного клімату, кар'єрних можливостей)?	Так	1
		Частково	8
		Ні	1
7.	Як Ви оцінюєте заходи підприємства щодо захисту навколишнього середовища, зниження екологічного сліду?	Ефективні	2
		Частково ефективні	7
		Неефективні	1

Продовження таблиці Е.1.

№ з/п	Питання	Варіанти відповідей	Кількість відповідей
1	2	3	4
8.	На Вашу думку, підприємство докладає достатньо зусиль для підвищення екологічної свідомості громадян, зокрема щодо розумного поводження з відходами?	Так, достатньо	8
		Ні, достатньо	2
		Зовсім не докладає	0
9.	Зважаючи на реалії сьогодення, чи долучається підприємство до волонтерства, благодійності, інших соціально важливих ініціатив?	Так, наскільки це можливо	5
		Ні, зовсім не долучається	0
		Долучаються окремі працівники з власної ініціативи	5
10.	Якими ініціативами, заходами, проектами (реалізованими / в процесі реалізації) в межах соціальної відповідальності підприємства Ви пишаєтеся?	Такі відсутні	10
		Ваша відповідь	0
11.	Як ви оцінюєте рівень розвитку системи соціальної відповідальності на підприємстві в умовах сучасних викликів?	Високий	0
		Середній	5
		Низький	5
12.	На Вашу думку, підприємство відкрите для впровадження заходів, спрямованих на формування повноцінної системи соціальної відповідальності?	Так, однозначно	1
		Частково (залежно від конкретного заходу, оскільки сучасні умови створюють труднощі)	6
		Ні, наразі це другорядне питання	3
13.	Чи є у Вас пропозиції щодо удосконалення системи соціальної відповідальності підприємства? Якщо так, зазначте їх, будь ласка.	Ні	10
		Ваша відповідь	0

Примітка. Систематизовано авторкою на основі результатів опитування.

Пропонований зміст Стратегії соціальної відповідальності
ХКП «Спецкомунтранс»

ЗМІСТ

ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ.....	
ВСТУП.....	
1. ПРИНЦИПИ ТА ЦІННОСТІ ХКП «СПЕЦКОМУНТРАНС» У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	
2. РЕЗУЛЬТАТИ SWOT-АНАЛІЗУ.....	
3. БАЧЕННЯ І ЦІЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	
3.1. Економічні цілі.....	
3.2. Екологічні цілі.....	
3.3. Соціальні цілі.....	
4. НАПРЯМИ.....	
4.1. Працівники.....	
4.2. Громада.....	
4.3. Навколишнє середовище.....	
4.4. Партнери.....	
5. СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	
5.1. Розвиток інклюзивності.....	
5.2. Благодійність, волонтерство.....	
6. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ. ЗВІТУВАННЯ.....	

Таблиця 3.1. Порівняльна характеристика видів нефінансової звітності

№ з/п	Вид звітності	Характеристика
1	2	3
1.	Звіт про КСВ (звіт про соціальні та екологічні проекти)	найбільш легкий нефінансовий звіт, який створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні жодні вимоги.
2.	Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору ООН	одна з найпоширеніших та найпростіших щодо впровадження форм нефінансової звітності. Договір ґрунтується на десяти універсальних принципах, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Щорічно обов'язково готують лише компанії-члени Глобального Договору ООН.
3.	Звіт зі сталого розвитку (звіт за GRI стандартом)	є найбільш складним нефінансовим звітом, оскільки готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у звіті за п'ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності.
4.	Звіт про управління	містить інформацію про фінансові та нефінансові результати, ризики та перспективи діяльності підприємства. Форма та зміст не є стандартизованими, а залежать від специфіки діяльності, вимог користувачів, підходів до формування та визначаються підприємством самостійно з урахуванням чинних рекомендацій.
5.	Інтегрований звіт	відображає фінансовий стан та результати діяльності підприємства, стан матеріально-технічних ресурсів, основні економічні показники виробництва і реалізації, витрат на виробництво продукції і послуг. А в системі нефінансових показників інтегрована звітність визначена складниками соціальних показників: чисельністю працівників, витратами на персонал, професійною підготовкою працівників у звітному періоді та підвищенням їх кваліфікації, екологічними складниками.

Примітка. Систематизовано авторкою за даними [56, с. 273; 39, с. 140; 10, с. 82].