

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Економічний факультет

Кафедра економіки та менеджменту

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: «РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА»

Виконала: студентка 4 курсу, групи ЕНз-41

Спеціальності 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійної програми «Менедж-
мент організацій»

_____ Софія ПОНОМАРЕНКО

Керівник наукової роботи: кандидат еконо-
мічних наук, доцент

_____ Володимир ПУРТОВ

Рецензент:

кандидат економічних наук, доцент
проректор з науково-дослідної роботи
Харківського гуманітарного університету
«Народна українська академія»

_____ Ольга ІВАНОВА

Харків – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Факультет _____ економічний _____
 Кафедра _____ економіки та менеджменту _____
 Освітньо-кваліфікаційний рівень _____ бакалавр _____
 Спеціальність _____ 073 «Менеджмент» _____
 Освітньо-професійна програма _____ «Менеджмент організацій» _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Ганна ДОРОШЕНКО
 (підпис) (ініціали, прізвище)

« 07 » червня 2023 року

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

_____ Пономаренко Софії Сергіївни
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності промислового підприємства» _____

керівник роботи _____ Пуртов Володимир Федорович, кандидат економічних наук, доцент _____

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від 13.04.2023 року №2101-5/700

2. Строк подання студентом роботи « 06 » червня 2023 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити: вивчити теоретичні та методичні основи КСВ промислових підприємств; проаналізувати та оцінити рівень розвитку КСВ промислових підприємств мономіста України; розробити методику розвитку КСВ промислових підприємств в мономістах на прикладі Державного підприємства «Східний гірничо-збагачувальний комбінат» (далі – ДП «Схід ГЗК»).

4. План роботи

№ з/п	Назва етапів роботи
1	Розробка та узгодження плану кваліфікаційної роботи бакалавра, ознайомлення з літературними джерелами за темою.
2	Робота над теоретичним розділом.
3	Доопрацювання першого розділу згідно з рекомендаціями наукового керівника. Написання другого розділу кваліфікаційної роботи.
4	Доопрацювання другого розділу згідно з рекомендаціями наукового керівника.
5	Написання вступу, висновків кваліфікаційної роботи бакалавра; оформлення списку використаних джерел.
6	Доопрацювання кваліфікаційної роботи згідно з рекомендаціями наукового керівника, подання до рецензування.
7	Подання роботи на кафедру.

5. Дата видачі завдання « 30 » вересня 2022 р.

Здобувач вищої освіти

_____ Софія ПОНОМАРЕНКО
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ Володимир ПУРТОВ
(підпис) (прізвище та ініціали)

Гарант освітньої програми

_____ Світлана БАБИЧ
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	7
1.1. Розвиток концепції соціальної відповідальності	7
1.2. Методичні підходи до аналізу і оцінки ефективності КСВ підпри- ємств	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РІВНЯ РОЗВИТКУ КСВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	23
2.1. Аналіз рівня КСВ промислових підприємств України	23
2.2. Розробка та апробація інструментарія КСВ на прикладі ДП «Схід ГЗК»	37
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

В Україні незначна частина населення (більше 5% населення країни) проживає в мономістах, які суттєво залежать від функціонування та розвитку містоутворюючих підприємств.

З погляду економіки підприємств містоутворюючого комплексу значну роль відіграє корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ), яка є інструментом підтримки конкурентоспроможності, а також формування моделі зовнішньої і внутрішньої середовища організації.

Внаслідок цього, проблема ефективного ведення соціально спрямованого бізнесу містоутворюючими підприємствами є найбільш значущою та актуальною для сучасного суспільства, оскільки діяльність цих підприємств безпосередньо впливає на підтримку стійкого розвитку мономіста і комфортність проживання у ньому.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є механізми реалізації КСВ на промислових підприємствах мономіст.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є економічні та управлінські відносини, виникаючі при реалізації КСВ містоутворюючими підприємствами.

Мета кваліфікаційної роботи бакалавра полягає у дослідженні специфіки КСВ містоутворюючих підприємств та розробці інструментарію розвитку КСВ промислових підприємств.

Для досягнення поставленої мети визначено ряд завдань:

- вивчити теоретичні та методичні основи КСВ промислових підприємств;
- проаналізувати та оцінити рівень розвитку КСВ промислових підприємств мономіста України;

— розробити методику розвитку КСВ промислових підприємств в моно містах на прикладі Державного підприємства «Східний гірничо-збагачувальний комбінат» (далі – ДП «Схід ГЗК»).

Запропоновано методику оцінки рівня розвитку КСВ містоутворюючих підприємств, заснована на розробленій системі коефіцієнтів для визначення поточного стану, що враховує рівень накопиченого досвіду в реалізації соціальних проектів, ступінь досягнення стратегічних цілей у сфері вкладень у соціальну сферу та забезпеченість необхідною соціальною інфраструктурою, що дозволить отримати об'єктивну оцінку ефективності КСВ, визначити пріоритети в соціальній сфері в моно містах і вибрати варіанти розвитку на перспективу.

Теоретичною основою роботи є фундаментальні положення економічної теорії, праці вітчизняних і зарубіжних вчених, нормативно-правові акти України, навчальна і наукова література, друковані періодичні видання та інтернет-ресурси. У якості емпіричної бази для проведення дослідження були використані дані підприємства ДП «Схід ГЗК», а також статистичні дані, розміщені на офіційному сайті Служби державної статистики.

Практична значимість даного дослідження полягає в можливості застосування розробленого інструментарію промисловими містоутворюючими підприємствами для оцінки корпоративної діяльності соціальної відповідальності та подальшого соціального проектування та інвестування в КСВ.

Апробація результатів роботи відображена у тезах Міжнародної науково-практичної конференції «Правова наука і державотворення в Україні у контексті інтеграційних процесів», а саме: «Соціальне партнерство як фактор забезпечення стійкості підприємницьких структур».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Розвиток концепції соціальної відповідальності

Процеси становлення зрілих індустріальних економік впродовж попереднього століття призвели до соціально-економічної трансформації, внаслідок якої суттєво розширилося розуміння принципів функціонування комерційних організацій, ознаками ефективності роботи яких стала не тільки наявність прибутку як найважливішого фінансового результату, а також прийняття та виконання низки зобов'язань щодо суспільства, з яким взаємодіють. Стратегія формування та розвитку довгострокових відносин з зацікавленими сторонами з перебігом часу стала розглядатися як конкурентна перевага, можливість ясно транслювати суспільству наміри компанії у галузі основних напрямів розвитку, тим самим підвищуючи рівень довіри до своєї діяльності та якості соціального капіталу. Кордони організацій стають у цьому плані більш прозорими, члени товариства поряд з безпосередньо зацікавленими сторонами, такими як працівники, акціонери, партнери та конкуренти, отримують можливість розширити інформаційне поле у сфері принципів та результатів роботи окремих організацій, а в інших випадках прямо впливати на заохочення або обмеження деяких видів організаційної діяльності.

Проблеми КСВ залишаються дуже актуальними для багатьох дослідників, оскільки є шлях до вирішення комплексних завдань, які стоять перед представниками сучасної промисловості та суспільством [7; 12].

У сучасний період питання соціальної відповідальності стосуються будь-яких організацій, і розробка будь-якого практичного інструментарію соціальної відповідальності та соціального фінансування вимагає вивчення теоретичного

фундаменту даних напрямів діяльності організацій. З цією метою необхідно вивчити процеси розвитку концепції у зарубіжній та вітчизняній науковій та практичній літературі.

Логіка процесу становлення концепції соціальної відповідальності у значному обсязі досліджень за даним напрямком нетривіальна, однак найбільшим поштовхом до її розвитку стало усвідомлення соціальної природи організацій, значимості моніторингу їх результативності з погляду кола зацікавлених сторін. Теоретико-методичні основи концепції соціальної відповідальності можна простежити ще в роботах класичних економістів, як-от Дж. З. Мілль, Ж.Б. Сей, К. Маркс та ін., дослідження авторів стосувалися питань продуктивної праці та факторів її визначальних, встановлення соціальної справедливості при розподіл ресурсів між різними сторонами економічних процесів. В економіко-філософських роботах К. Маркса, незважаючи на велику сучасну критику, закладені гострі питання, які не раз будуть виникати у дослідників соціальної відповідальності протягом усіх наступних десятиліть, наприклад, про те, наскільки ефективно з соціального погляду використовуються економічні ресурси і як відбувається їх розподіл між зацікавленими сторонами.

З розвитком теорії організації та організаційної поведінки у другій половині XX століття, вивченням практик функціонування підприємств в розвинених країнах остаточно відокремився науковий напрямок досліджень, пов'язаний із соціальною відповідальністю, проблема соціальної відповідальності остаточно перейшла у сферу академічних інтересів. Певний внесок у становлення подібних поглядів зіграло становлення менеджменту як наукового напрямку, з очевидністю підкресливши необхідність звернутися до працівників як осередків товариства, які також мають інтереси за межами своїх робочих місць.

Вироблення будь-якого підходу до здійснення КСВ ґрунтується, раніше всього, на сучасному розумінні її принципів і розвитку цього поняття в закордонній управлінській думці. Основою таких принципів за загальним визначен-

ням є добровільне взяття підприємством на себе зобов'язань щодо виконання різноманітних соціальних програм на безоплатній основі [26]. Спочатку даний принцип розвивався, раніше всього, в США, будучи основою таких концепцій, як «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сумлінність». Керівництво компаній на інтуїтивному рівні дійшло висновку, що підтримка соціальної активності також важлива, як і отримання прибутку, і є ключем до стійкого розвитку. Згідно Р. Боуєну, соціальна відповідальність складається в прийнятті таких рішень, які б визначали лінію поведінки компанії, бажану і сприятливу для цілей і цінностей товариства [28]. Дослідник зазначав, що феномен соціальної відповідальності корпорацій представляє собою акт філантропії, який продиктований прагненням спільнот підтримати свої цінності [28]. Боуєн також вважав, що будь-які зобов'язання бізнесу бажані для досягнення цілей і завдань товариства, таким чином, складалося враження, що соціальна відповідальність обов'язкова і було б нераціональним кроком відмовлятися від неї зовсім.

Однак, У. Фредерік [34] і До. Девіс [32] відкидали повністю філантропічний підхід, вважаючи, що для кожної організації існують раціональні передумови для прояву в ділових ситуаціях соціально-відповідальної поведінки, які в результаті можуть обернутися значними фінансовими вигодами. Обговорення питань соціальної відповідальності у 1970х роках прийняло новий оборот. Дж. МакГуїр зазначав, що підприємство має не тільки економічні та правові зобов'язання, а й несе соціальну відповідальність перед суспільством [12]. Відповідно до стейкхолдерської моделі, представники менеджменту повинні враховувати інтереси та очікування всіх учасників, які пов'язані з діяльністю підприємств, таким чином, у зону формування соціально-відповідальної політики підприємства потрапляють як працівники, так й члени місцевих громад. На противагу думок про ефективність соціальної відповідальності М. Фрідман [36] зазначав, що для бізнесу вона забезпечується за рахунок підвищення його прибутку для акці-

онерів, а менеджери не повинні включатися до процесів нецільового витрачання коштів підприємств, що лежать поза їх компетенцій. Радикальна думка М. Фрідмана підкріплювалася ще і тезою про те, що соціальна відповідальність не є елементом стратегічної переваги, доки стають очевидними та прозорими вигоди від її застосування. Соціальна відповідальність ефективна тільки в тому випадку, якщо приносить очевидні вигоди всім зацікавленим сторонам, а для самої корпорації самою очевидною вигодою є, раніше всього, прибуток від діяльності.

З часом, у 1980-х і 1990-х роках, зі зростанням середнього розміру компаній, зміною технологічного вигляду промисловості, збільшенням ступеня автономності і характеру доданої вартості, коло зон відповідальності бізнесу надзвичайно розширився, дослідники позначили це явище як «сила» або навіть «влада» бізнесу [39]. У цих умовах бізнес отримував можливість чинити тиск у ході суспільних домовленостей, просувати свої погляди на пріоритетній основі, що призводило до своєрідного збільшення влади бізнесу, і навіть виникнення певного соціального контролю. Здатність бізнесу до соціальних маніпуляцій, однак, незабаром виявилася не настільки значущою в світлі позитивних соціальних ефектів, які досягалися в рамках окремих проектів, які істотно впливають на регіони присутності. Бізнес виявився справді здібним впливати на суспільство, вирішуючи ключові його завдання: наводити до оздоровлення ринку праці, брати участь у формуванні сприятливої податкової політики, брати участь в реалізації громадських інтересів і сприяти нормалізації екологічної обстановки в регіонах.

Розвиваючи (переважно – критикуючи) ідеї М. Фрідмана за умов нової серії функціонування бізнесу і його реальної влади, ряд дослідників зазначає, що корпорації апріорно не можуть виступати агентами, моралі, що дотримуються, оскільки основною їх метою є вилучення прибутку. Соціальна відповідальність не може мати єдиного визначення в практичному плані більшість її аспектів залишаються індивідуальними [20]. Для цього періоду розвитку концепцій

пції характерна велика розмитість у характеристиці сутності відповідальності бізнесу, оскільки в практичній діяльності він сприймався в залежності від соціальної позиції менеджменту. Наявність великої кількості індивідуальних практик передбачало, перш за все, вивчення одиничного досвіду та пошук універсальних принципів, лежачих в основі соціальної діяльності підприємств.

Проте, з виникненням та становленням нових соціально-економічних явищ, які виникли з глобалізацією і регіоналізацією світового господарства, підходи до трактування соціальної відповідальності були суттєво переосмислені та поглиблені [30]. Розквіт благодійності, що почався у 1970х роках і тривав аж до 1990, змінився незабаром систематизованими концепціями «етики бізнесу» і «зацікавлених сторін» («стейкхолдерів»). Сама концепція стейкхолдерів покликана відзначити внесок кожного підприємства на індивідуальному рівні, основним принципом стає розгляд зовнішньої соціальної середовища поряд з прямими зацікавленими сторонами. Новий шлях розвитку бізнесу припускав створення високих стандартів життя для людей всередині і поза корпорацій, поряд з досягненням економічної ефективності.

Умови, що виникають у ХХІ столітті, передбачають якісні зміни в соціальній активності підприємств, пов'язані з технологічними змінами, що дозволили позначити перехід до постіндустріального суспільства [18]. Цінності подібного товариства припускають свободу і особистісний розвиток через найбільш повне професійне залучення, що передбачає високі соціальні гарантії та високу відданість своїй спеціалізації. Ряд дослідників також зазначають, що більшість сучасних компаній відчуває тиск в області необхідності дотримання принципів соціальної відповідальності [23], оскільки представники держави також часто залучені в стимулювання соціальної активності компаній, включаючи вимоги до її реалізації у свої політичні програми.

Проблема соціальної відповідальності в політичному контексті була сформульована на міжнародному рівні в рамках концепції стійкого розвитку, спря-

мованої на гармонійний соціальний та економічний розвиток організацій і навколишнього їх товариства. Стійкий розвиток припускає такі соціальні і економічні зміни, які сприяють використанню ресурсів природи, підтримці інвестиційної політики, досягнень науково-технічного прогресу, розвитку особистості і інституційних змін для забезпечення необхідного рівня людського потенціалу [13]. Ймовірно, що найбільший внесок у становлення економіки стійкого розвитку внесли екологічні проблеми і завдання оптимального розподілу обмежених економічних ресурсів для постійного економічного зростання. Традиційний підхід до використання рідкісних ресурсів ускладнює відтворення нового альтернативного фактора виробництва – соціального капіталу. У рамках концепції з початку 1990-х були поставлені під сумнів закладені в класичних принципах необмеженого економічного зростання передумови, які не відповідали суттєвим потребам всього людства.

Очевидно, що в сучасний період особи, відповідальні за прийняття управлінських рішень, прагнуть декларувати принципи соціальної взаємодії, спрямовані на підтримку етичної організаційної поведінки, підтримку локальних спільнот в рішенні завдань їх розвитку, формування іміджу, певної репутації як серед своїх працівників, так і у зовнішнього оточення [27]. Актуальним завданням в області застосування стандарту, таким чином, стає формування стратегії розвитку компанії на основі дотримання принципів соціальної відповідальності, багато підприємства у внутрішній звітності відзначають високу пріоритетність даного напрямки [12].

У суспільстві XXI століття компаніям все складніше ставати соціально-відповідальними в повній мірі, оскільки коло стейкхолдерів постійно розширюється, а взаємозв'язки між ними ускладнюються. Сучасні дослідники, однак, зазначають, що благополуччя бізнесу, необхідні умови для його розвитку автоматично забезпечать також і розвиток навколишнього суспільства, тому необов'язково, щоб компанії безпосередньо могли відстежувати ефекти своєї соціальної

активності в короткостроковій перспективі [29]. З технічної ж точки зору в сучасних умовах корпоративна соціальна відповідальність стає традиційним інструментом менеджменту, який може розглядатися швидше як моральні зобов'язання, чим елемент тактики дій навколишнього середовища.

Набір стейкхолдерів для кожної організації може бути визначений універсально, однак частина з груп можуть поєднуватися за своїми функціями (наприклад, працівники можуть виступати акціонерами, а постачальники одночасно бути і споживачами), а також формувати нові групи зацікавлених сторін при взаємодії, об'єднуючи свої інтереси за певним напрямом. Далі необхідно визначити особливості кожною із зацікавлених сторін.

Однією з найбільш значущих із зацікавлених сторін є працівники компанії, постійні (штатні співробітники) або тимчасові. Більшості компаній не представляє труднощів безпосередньо визначити вигоди від прийняття принципів соціальної відповідальності для своїх власних співробітників, вважаючи тим самим, що вони дозволять підвищити рівень мотивації, сталості і лояльності цінностям організації, вносячи внесок у підвищення ефективності та прибутковості. Ланцюжок факторів, що впливають на продуктивність фізичної і інтелектуальної праці, пов'язаних з різноманітними соціальними гарантіями може бути надзвичайно різноманітною, тому компанії визначають собі інструменти соціальної відповідальності самостійно, забезпечуючи також обмін інформацією в області найкращих практик управління персоналом [20].

Фундаментом відносин в трудовій сфері є дотримання прав людини (наприклад, неприйняття дискримінації в будь-яких видах), а також дотримання трудового законодавства [2]. Рішення даних проблем належить швидше до базового рівня розвитку соціальної відповідальності на підприємстві. Більш розвинені технології соціальної відповідальності припускають інноваційні підходи до роботи з персоналом: розвиток додаткових, що виходять за межі трудового законодавства, соціальних гарантій у сфері медичного страхування, надання

безкоштовного або пільгового доступу до соціальної інфраструктури, у тому числі психологічна допомога, різні види нематеріального заохочення за підтримки високого професійного статусу та ефективності роботи тощо. Далі ми зазначимо, що відсутність вкладень у соціальну сферу на рівні працівників пов'язана будь-якого підприємства зі значними ризиками і повинна стати областю підвищеної уваги зі сторони менеджменту підприємства.

Клієнти та постачальники – суб'єкти найближчого оточення, для яких використовуються такі практики соціальної відповідальності як сумління та прозоре ведення справ для підвищення довіри до діяльності власної компанії. Керівництво підприємства в плані роботи з даною групою стейкхолдерів повинно забезпечити позиціонування як фінансової, так і соціальної та технологічної стійкості підприємства на всіх рівнях, щоб відобразити свою привабливість для довгострокових партнерських відносин. Підходи до роботи з клієнтами та постачальниками різні для ринків business to business і business to consumer, вони включають в себе елементи комплексу маркетингу, але орієнтовані на етичний бік взаємин і прагнення передбачити очікування клієнтів в області соціальної взаємодії. Для даної групи стейкхолдерів необхідна побудова ефективних комунікаційних каналів на рівні маркетингової середи [23].

Акціонери і інвестори є найважливішими стейкхолдерами, що забезпечують вхідний потік залученого або позикового капіталу, для даної категорії необхідно відобразити інвестиційну привабливість компанії, перспективність її проектів і ефективність розробленої командою управління стратегії довгострокового розвитку [5]. Заходи щодо роботи з даною групою стейкхолдерів повинні бути спрямовані на розкриття інформації про діяльності, підтримка ефективної роботи комунікаційних каналів та орієнтовані як на існуючих акціонерів, так й на потенційних інвесторів.

Локальна спільнота представляє собою коло зацікавлених осіб, які прямо або опосередковано пов'язані з діяльністю компанії або навіть знаходяться в за-

лежності від її діяльності. Усе частіше дана група стейкхолдерів не обмежена географічним фактором, інтереси їх групуються за допомогою різних технологій і коштів комунікації. До даної категорії можуть належати люди, екологічне благополуччя яких залежить від діяльності цього підприємства, члени академічної спільноти, досліджувальні певні технологічні проблеми або питання економічного розвитку, непрямі споживачі продуктів та послуг підприємства (наприклад, переробники упаковки і т.ін.). Природно, що коло цих стейкхолдерів надзвичайно широке, їх інтереси можуть бути різноманітні і, що саме головне, в деяких випадках – протилежні або несумісні, а ефекти від задоволення їх потреб можуть бути визначені лише побічно. Для подібної групи в практичному плані соціальних вкладень велику роль грає благодійність, участь у спільному розвитку відносин та соціальної інфраструктури.

Резюмуючи вищенаведений аналіз теоретичних робіт в області соціальної відповідальності, зазначимо, що актуальною залишається ідентифікація мінімальних вимог до соціальної відповідальності, ступеня її інтеграції з корпоративною стратегією, що зрештою дасть управлінцям подання про рівень розвитку даної системи на загальногалузевому і навіть на загальносвітовому рівні розвитку. Очевидно також, що особливості кожної із систем соціальної відповідальності складатимуться залежно від характеру діяльності конкретної організації, так на промисловому підприємстві в поточних українських умовах актуальним завданням поряд з пошуком найбільш ефективних способів навчання співробітників залишається охорона здоров'я, забезпечення безпечних умов праці. У плані здоров'я мова йде, скоріше всього, про досягненні довгострокових ефектів, зниження канцерогенності виробництва, їх впливу, виникнення хронічних захворювань тощо. Також відзначимо, що промислові підприємства виступають найважливішими суб'єктами соціальної активності з огляду на ту економічну ситуацію, в якій продовжує домінувати традиційна індустріальна система, на

підприємствах з огляду даної особливості концентрується значна частина фізичного, фінансового та інтелектуального капіталу.

1.2. Методичні підходи до аналізу і оцінки ефективності КСВ підприємств

У науковій економічній літературі оцінка КСВ розглядається по різному, виходячи з різних теоретичних методів і підходів, застосовуваних для збору і аналізу даних.

Під методами оцінки КСВ розуміється сукупність дій з оцінки стану практики в сфері соціально відповідальної діяльності фірми. Проте, в процесі оцінки і аналізу КСВ враховуються специфічні особливості організації, такі як: розмір компанії; стадія її життєвого циклу; галузева приналежність фірми, організаційно-правова форма, публічний або непублічний характер організації та ін..

Результати оцінки ефективності КСВ дають можливість організації визначити сильні і слабкі сторони з даної області і обґрунтувати напрямки діяльності з її вдосконалення. Інакше кажучи, методи оцінки ефективності КСВ є важливими інструментами для прийняття управлінських рішень.

У цей час розроблено і застосовується безліч різних методичних підходів до оцінки ефективності КСВ підприємств. Однак, робляться наступні спроби пошуку нових підходів і методів, що дозволяють оцінювати ефективність КСВ фірми в рамках прийнятих систем оцінок та розвитку вже існуючих.

При оцінці ефективності КСВ підприємства часто застосовуються наступні показники: відносні, абсолютні величини, середні і індексні системи.

Ще у 1984 році Ф. Л. Кочран та Р. А. Вуд пропонують два методи оцінки КСВ [31]. Один з них – репутаційний індекс, який полягає в тому, що компетентні спостерігачі (експерти, які проводять оцінку) становлять рейтинг компаній на основі одного або кількох вимірювачів соціального результату. Другий метод, запропонований Ф. Л. Кочраном та Р. А. Вудом – контент аналіз, який дозволяє

виміряти ступінь звітності в різних публікаціях, зокрема в річних звітах. Даний метод допускає використання як якісного, так і кількісного аналізу даних. При цьому самі автори відзначають, що у двох даних методів є як переваги, так і недоліки.

А. Калабрезе, Ф. Розаті, Р. Коста як базу для оцінки дій з розкриття звітності з КСВ визначили посібник зі звітів в області стійкого розвитку глобальної ініціативи звітів (GRI), виходячи з того, що це керівництво є найбільш повним і структурованим для розкриття даних звітів [32].

У ході проведення аналізу понад 50 методичних підходів до оцінки ефективності соціальної відповідальності організацій, Нікітіна Л. М. та Борзаків Д. Ст. класифікують всі методики наступним чином [33]:

- за рівнем створення (мега, макро, мезо і мікро), включаючи активний розвиток регіональних ініціатив даної сфери;
- з позиції розробленої концепції, яка лежить в основі оцінки ефективності соціальної відповідальності корпорації (стійкий розвиток, рівень соціальних інвестицій, соціальний потенціал і ін.);
- за напрямку оцінки КСВ (зовнішня оцінка, самооцінка або змішана);
- за змістом оцінки (системи, методики звітності, рейтингові, індексні, індикативні та конкурсні методики).

Методичні підходи до аналізу ефективності КСВ з погляду оцінки соціального інвестування представлені в роботах Н. А. Кричевського, До. А. Руденко, В. Б. В'язового, Ст. А. Бахметьєва та ін..

Методичний підхід Н. А. Кричевського та С. Ф. Гончарова включає в себе якісні та кількісні показники КСВ [34]. Автори пропонують об'єднати якісні показники в три групи (рис. 1.1).

Кількісні показники оцінки ефективності соціальної активності компанії не завжди можуть в повній мірі відобразити характер соціальної спрямованості бізнесу. Виходячи з цього, С. Ф. Гончаров та Н. А. Кричевський пропонують

використання системи якісних показників для оцінки ефективності КСВ. Тим не менш, недоліком даного методу може бути поверхнева оцінка якісного рівня соціальної активності, яка не показує ступінь прояви критеріїв в діяльності фірми.

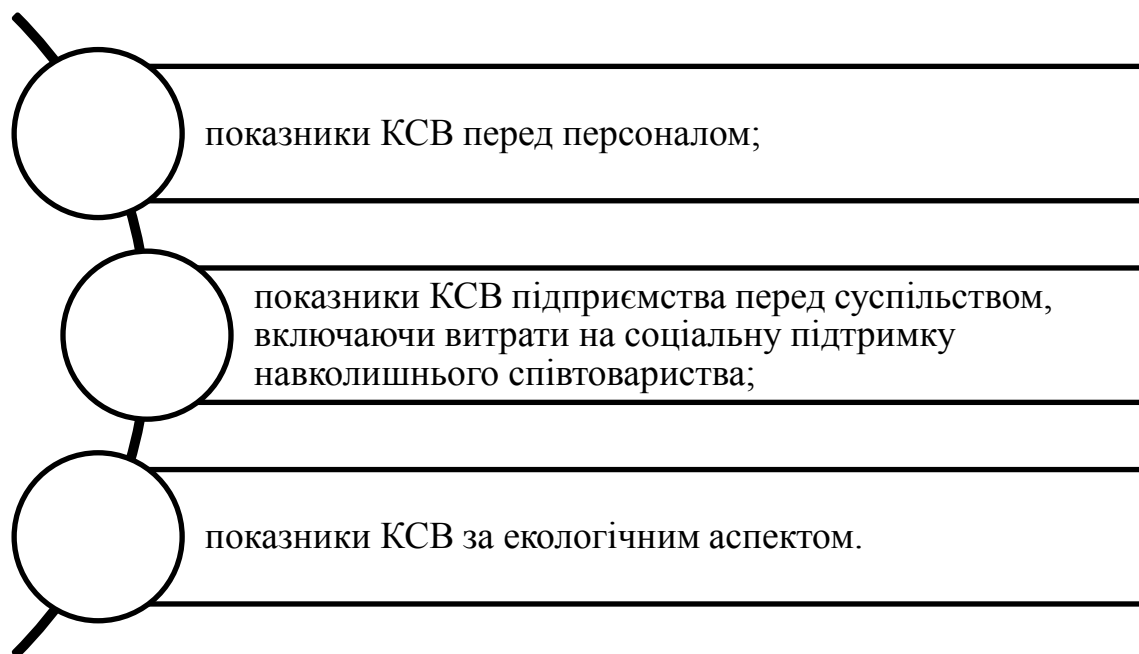


Рисунок 1.1. – Методичний підхід Н. А. Кричевського та С. Ф. Гончарова.
Джерело: складено автором на основі джерел [34]

Також, Г. Л. Тульчинським запропоновано комплексний методичний підхід до оцінки ефективності КСВ, який дозволить комплексно оцінити соціальну активність фірми, порівнювати підприємства незалежно від виду їх діяльності, організаційно-правової форми і відомчого приладдя [35]. Дана методика базується на таких показниках, які характерні для будь-якого підприємства. Аналіз припускає поетапне порівняння. Методика складається з 5 етапів.

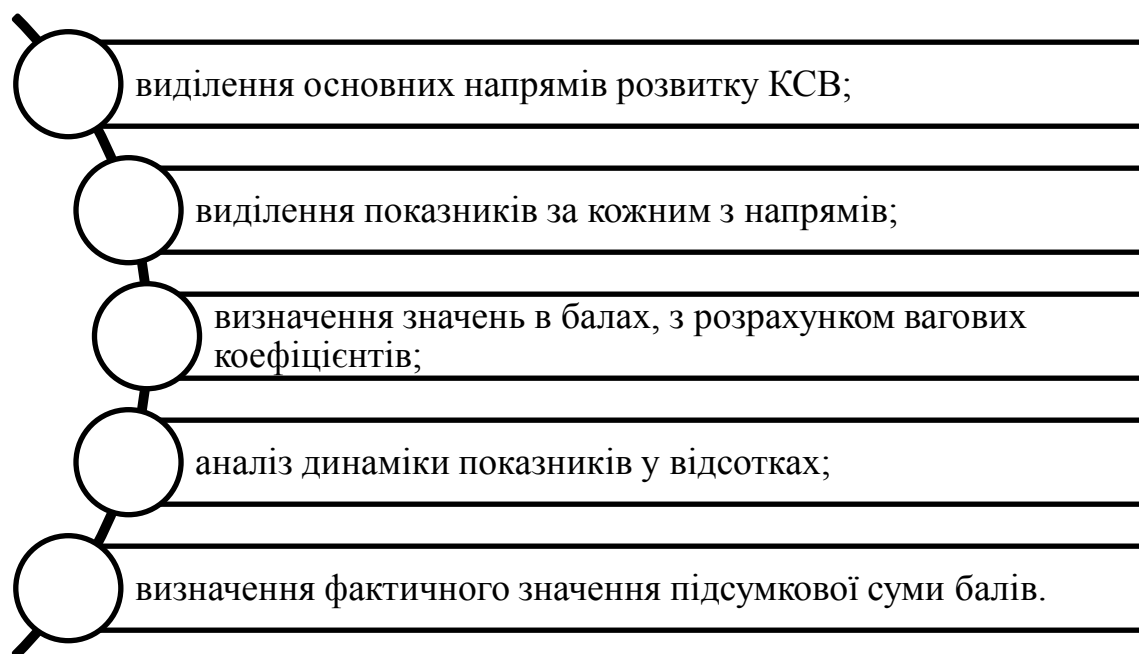


Рисунок 1.2. – Комплексний методичний підхід до оцінки ефективності КСВ за Г. Л. Тульчинським. *Джерело: складено автором на основі джерел [35]*

Даний підхід припускає визначення рівня КСВ і формування рейтингів як за окремим напрямкам КСВ, так і в сукупності. Перевагою методики є можливість об'єктивного порівняння підприємств незалежно від їх спеціалізації, сектора економіки та інших параметрів.

Багатофакторна Модель, розроблена Н. Ю. Псарєва, дозволяє оцінити рівень розвитку КСВ та її відповідність вимогам міжнародних і національних стандартів з даної області [36]. Модель припускає оцінку розвитку соціальної відповідальності за шкалою від 1 до 5 (де 1 – дуже низький, 5 – дуже високий рівень). Оцінка проводиться за наступним групам факторів прояви соціальної активності:

- соціальна політика організації;
- ефективність і результативність;
- навколишнє середовище;

— взаємини зі стейкхолдерами.

Однак, дана методика не містить набір конкретних показників, рекомендацій з самооцінки і роботі з експертами.

Крім вищезгаданих методик, в даний час, в міжнародній практиці аналізу та оцінки ефективності КСВ існує набір індексів та рейтингових інструментів, які отримали широке поширення. Такі інструменти можна розділити на дві групи: фондові і нефондові індекси КСВ [37].

Фондові індекси враховують соціальні, фінансові, етичні, екологічні аспекти: KLD, SAM, EIRIS, Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4Good index і ін.. Нефондові індекси застосовуються здебільшого для порівняльного позиціонування з урахуванням соціальних аспектів діяльності підприємства: CPI (Corporate Philanthropy Index), SI (Social Index).

Незважаючи на доступність даного методу, він також має недолік, яким є те, що з великої кількості зацікавлених сторін частіше всього розглядають тільки дві групи з перелічених вище: взаємодія із споживачами та замовниками та взаємодія із суспільством. Оцінюючи рівень КСВ доцільно також приймати до уваги відносини і з іншими зовнішніми і внутрішніми стейкхолдерами, наприклад, з такими як персонал, акціонери, профспілки, контрагенти, потенційні інвестори, конкуренти і т.ін..

Слід зазначити, що з глибокого аналізу соціальної активності підприємства необхідно якісну та індексну оцінку його соціальної відповідальності доповнювати кількісною. Виходячи з цього, використання системи оцінки, базуються на кількісних показниках КСВ організацій, що дуже доцільно.

Виходячи з цього, для усунення у існуючих методичних підходах до кількісної оцінки ефективності КСВ недоліків необхідно дотримуватися двох принципів:

— уникати оцінки сум, що спрямовуються на соціальні програми підприємствами;

— використовувати для аналізу рівня КСВ найбільш поширені показники, де публікується звітність фінансово-господарської діяльності підприємств. У зв'язку з цим, вплив економічних показників організації, які відбивають його конкурентоспроможність бажано розглядати во взаємозв'язку з показниками КСВ.

Розглянуті методичні підходи до оцінки ефективності КСВ організації базуються на системних засадах, які, своєю чергою, відповідають усім умовам сталого розвитку – соціального спрямування діяльності, економічної стабільності та екологічної безпеки, а також можуть відповідати сучасної мінливості української економіки.

Однак, попри на універсальність представлених методичних підходів, практична соціальна діяльність підприємств вимагає формування надійного інструментарію для раціонального обґрунтування соціальних вкладень. Також, проводячи контент-аналіз літератури, з'ясувалося, що на даний момент на практиці не існує єдиного методичного підходу до економічної оцінки ефективності КСВ підприємств монопрофільних міст. Виходячи з цього, розглянуті методики послужать базою для подальшого дослідження в рамках вивчення і формування авторського інструментарію розвитку КСВ промислових підприємств мономіст і подальшого інвестування в КСВ.

Таким чином, доведено, що актуальним завданням є розробка інструментарію розвитку КСВ промислових підприємств у мономістах. Відповідно до цього, впливає значення подальшого науково-практичного дослідження даного питання для підтвердження значимості КСВ підприємств монопрофільних міст. Зокрема, необхідне проведення аналізу рівня розвитку КСВ промислових підприємств України. Для аналізу рівня розвитку КСВ промислових підприємств в мономістах пропонується проаналізувати розкриття інформації про практики соціальної відповідальності і соціальних вкладень підприємств за наступним параметрам:

- управління персоналом і внутрішні соціальні програми;
- взаємодія з місцевою спільнотою і благодійність;
- економічна результативність і профіль компанії;
- екологія і природоохоронні заходи;
- стратегії, системи управління і політика;
- права людини;
- система комунікацій і взаємодія зі стейкхолдерами;
- управління якістю;
- інші теми.

У рамках проведення аналізу також потрібне вивчення показників КСВ містоутворюючих підприємств, що належать до внутрішнього соціального середовища, що розкриваються у нефінансовій звітності, такі як:

- загальна чисельність персоналу;
- кількість співробітників, які пройшли навчання;
- кількість співробітників, які отримали навчання на внутрішньокорпоративній навчальній базі;
- кількість співробітників, які отримали підвищення розряду або підвищення в посаді, після проходження навчання;
- витрати на навчання співробітників.

Проведення даного аналізу дозволить визначити існуючий рівень розвитку КСВ підприємств, а також виявити їх недоліки, для розробки авторського інструментарію розвитку КСВ промислових підприємств і оцінки економічної ефективності його застосування.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РІВНЯ РОЗВИТКУ КСВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Аналіз рівня КСВ промислових підприємств України

Концепція КСВ в українській практиці ведення бізнесу не є новою: різні відомства, великі містоутворюючі підприємства ще в радянське час приймали участь в розвитку соціальної сфери і підтримували відповідну інфраструктуру. Працівники отримували путівки в санаторії, будинки відпочинку і лікувальні заклади при підприємствах, також мали тривалі оплачувані відпустки. Діяльність такого роду не розглядалася керівниками підприємств як частина бізнес-стратегії їх організацій, спрямованої на підвищення ефективності, стійкості і значимості підприємства. на даному етапі Україна активно інтегрується в світове співтовариство та розуміння КСВ бізнесу також наближається до світових стандартів.

Щоб переконатися чи спростувати подібні заяви, проаналізуємо підприємство ДП «Схід ГЗК», яке займається добування уранових і торієвих руд в Інгульській (Кропивницький район), Смолінській та Новоконстянінівській (Маловисківський район) шахтах.

Розглянемо особливості та характер інформації про практики вкладень у соціальну відповідальність українських компаній, що розкривається в соціальній звітності, яка відноситься до різних періодів діяльності та до різних груп стейкхолдерів. Також проаналізуємо і узагальним тенденції на предмет розкриття соціально значущою інформації.

Багато з досліджуваних компаній для управління та скорочення ризиків у області КСВ публікують нефінансову звітність Це дозволяє визначати основні напрями соціальної діяльності у разі виникнення різних соціальних проблем. Крім цього, значна частина підприємств сприяють розвитку регіонів присутнос-

ті, а також формуванню місцевих і регіональних бюджетів за рахунок податкових надходжень, тим самим забезпечуючи додаткове навантаження в рамках КСВ.

До Національного Реєстру нефінансових звітів станом на квітень 2023 року занесено 176 організацій і зареєстровано 924 звіту, опублікованих в період з 2000 року. У число таких нефінансових звітів входять [2]:

- соціальні звіти (326 звітів);
- звіти в області стійкого розвитку (314) звітів);
- інтегровані звіти (176) звітів);
- екологічні звіти (81) звіт);
- галузеві звіти (27) звітів).

Аналіз нефінансових звітів в Україні показує, що у формуванні практики соціальних вкладень найбільший внесок закріплений за підприємствами металургійної, енергетичної і нафтогазової галузей. Значна частина нафтогазових підприємств формує та публікує звітність про стійкий розвиток, освітлюючи соціальну, екологічну і фінансову детальність організації, а також їх вплив на стратегії стійкого розвитку. Необхідно відзначити, що значиму роль для металургійних компаній грає формування соціальної звітності. При цьому для нафтогазових підприємств важливо оцінити внесок в розвиток екології території присутності, а також формування адекватної оцінки ступеня впливу основної діяльності підприємств на довкілля. Підприємства з виробництва машин і обладнання вносять найменший внесок в рівень активності формування нефінансової звітності серед всіх розглянутих компаній.

Найчастіше компанії розкривають у своїй нефінансовій звітності проблеми управління персоналом (біля 90 % всіх звітів), дана інформація міститься практично у всіх нефінансових звітах, в зокрема – в соціальних. Для значної частини компаній пріоритетними темами також є спонсорство та благодійність. Більшість із них щорічно реалізує спонсорські та благодійні проекти. Найменше

уваги підприємств, як правило, приділено системам взаємодії зі стейкхолдерами.

Для більшості українських підприємств практики по визначенню зацікавлених сторін (стейкхолдерів) і створенню деяких стратегій зі взаємодії з ними є новим досвідом. Деякі з таких компаній працюють з вже створеною і усталеною цільовою аудиторією, а для деяких ідентифікація стейкхолдерів залишається незвіданою. Якщо мова йде про співробітників, то вони є стейкхолдерами з колективних переговорів у трудовій сфері, на інвесторів призначені численні регулярні акціонерні і інші збори, а з громадськістю працюють PR-служби [5]. Незважаючи на це, ці елементи комунікації зі стейкхолдерами повинні мати системний характер, який закріплюється в соціальній політиці компаній. Опублікована нефінансова звітність підприємств спрямована на усі зацікавлені сторони або, щонайменше, які мають бути націлені на розкриття соціальної політики і стратегії задоволення інтересів більшості стейкхолдерів. Кожною соціально орієнтованою організацією самостійно визначаються найбільш соціально значущі напрямки і заходи з розвитку для кожної з зацікавлених сторін. Так, в різні роки для промислових містоутворюючих підприємств високий пріоритет, як було зазначено, можуть мати соціальні аспекти розвитку, екологічні проблеми і тому подібне.

Відносна меншість підприємств розкривають відомості по системі управління і політиці. Формулювання цінності організацій сприяє визначенню їх підходів до управління, довгострокових стратегій і подання бачення керівництву на умовах адекватних управлінських рішень. Так, ДП «Схід ГЗК» зазначає, що корпоративна концепція підприємства базується на забезпеченні безпечних та здорових умов праці, як однієї з найважливіших трудових прав співробітників, а також напрямки соціальної активності в ДП «Схід ГЗК» традиційно ставляться на соціальну підтримку інвалідів, непрацюючих пенсіонерів і інших слабозахищених категорій громадян мономіста [4].

Загальноприйнятим індикатором соціальної ефективності містоутворюючих підприємств є показники вкладу податкових надходжень в формування бюджетів різного рівня. Так, ДП «Схід ГЗК» прагне дбати не лише про співробітників самої компанії, а й про всіх мешканців регіонів, де ведеться робота.

Також, існуючі практики зі стратегічного управління КСВ ґрунтуються на принципі дотримання прав людини для всіх категорій зацікавлених сторін. Наприклад, для організацій споживчого сектора ознакою соціально-спрямованого бізнесу може бути дбайливе ставлення до клієнтів з обмеженими можливостями або допомога в соціальній адаптації подібної категорії співробітників.

Практики корпоративного навчання співробітників є одним з напрямів, що, як правило, найбільш повно відображається в соціальних нефінансових звітах. Щорічно промислові підприємства вкладають мільйони гривень в своїх працівників на їх перепідготовку і підвищення кваліфікації. А також, ці компанії вибудовують внутрішньокорпоративну комплексну систему навчання, приносячи свій внесок у формування спільного фонду фінансування проектів з розвитку людського і інтелектуального капіталу на регіональному, а іноді і національному рівні. Організації, як правило, декларують, що програми корпоративної освіти реалізуються за рахунок підтримки працівників середньої та вищої освіти, а також інноваційного потенціалу освітніх та наукових установ [5].

Далі розглянемо напрямки соціальних вкладень і розкриття інформації про соціальну відповідальність в нефінансовій звітності українських компаній, що розкривають таку інформацію (рис. 2.1).



Рисунок 2.1. – Розкриття інформації (за частотою включення до звітності) про практики соціальної відповідальності та соціальних вкладень на 2021 рік, аналізу звітів компаній, у %. Джерело: складено автором на основі джерел [5]

Типовим прикладом для оцінки практик корпоративного навчання співробітників може стати ДП «Схід ГЗК», підприємство найбільш повно розкриває дані про навчання та її результативність. У 2021 році витрати на навчання персоналу зросли на 35 % порівняно з попереднім періодом та становили 313 тис. грн.. 80 % витрат припало на навчання керівників, спеціалістів та службовців, 20 % – на навчання робітників. Здебільшого зростання витрат на навчання пов'язаний з проведенням нових великих програм для керівників, а також з початком процесу верифікації резервістів на управлінські позиції і зі стартом нової лідерської програми ДП «Схід ГЗК».

Як видно з табл. 2.1, підприємство аналізує результативність корпоративного навчання співробітників через його вплив на кар'єрне просування. При цьому показник соціального розвитку за рахунок вкладень у людський та інтелектуальний капітал є досить прозорим і надійним в оцінці.

Таблиця 2.1. – Показники соціальної активності ДП «Схід ГЗК», що відносяться до внутрішньої соціальної середовищі, розкриваються в нефінансовій звітності в 2019-2021 роках

Показники	Одиниця вимірювання	2019	2020	2021
Загальна чисельність персоналу	чол.	29 267	28 906	29 172
Кількість працівників, що пройшли навчання	чол.	8 814	7 971	10 437
Співробітники, які отримали навчання на внутрішньокорпоративній навчальній базі	чол.	6 101	4 012	5 907
З них отримали підвищення розряду або підвищення в посаді	чол.	4 018	2 988	5 312
Витрати на навчання співробітників	тис. грн.	1947	1 139	2 640
Витрати на навчання у розрахунку на одного навченого співробітника	тис. грн.	0,221	0,143	0,253

Джерело: складено автором

Показники, наведені в табл. 2.1, показують, що соціальні вкладення містоутворюючого підприємства ДП «Схід ГЗК» на навчання і розвиток мають високу ефективність – близько 50-60 % усіх працівників за результатами навчання отримують кар'єрне просування. Більше половини середньооблікової чисельності співробітників навчаються на внутрішньокорпоративній основі, ДП «Схід ГЗК» також задіє зовнішні навчальні організації. Рівень залучення працівників підприємства до програм корпоративного та зовнішнього навчання наближається до 35 %, що каже про задовільну динаміку.

Запитання з охорони здоров'я, в тому числі з покращення здоров'я співробітників та членів їхніх сімей є також пріоритетним напрямком КСВ. Існуючі програми в даній області розділені на три напрямки, які мають практичну значимість для промислового підприємства міста. Першим із цих напрямів є зміцнення та підтримання здоров'я працівників, а також профілактика захворювань (у тому числі профзахворювань) з метою зниження ризиків втрати тимчасової непрацездатності на підприємстві. У рамках даного напрямку КСВ можуть бути віднесено заходи спортивного характеру, надання профілактичного лікування у спеціалізованих установах і організація літнього відпочинку. До другого напрямку соціальної відповідальності містоутворюючих підприємств в області охорони здоров'я відноситься допомога працівникам в лікуванні, які вже виникли захворювань (оплата платного лікування на частковій або повній основі, вкладення у внутрішню медичну інфраструктуру). За третім направленням в даній галузі здійснюється додаткове медичне страхування, яке спрямовано на підтримку обов'язкових стандартів надання медичних послуг відповідно з внутрішньою корпоративною політикою, а також скорочення можливих ризиків, пов'язаних з використанням людського капіталу та капіталу здоров'я.

Приділення уваги закріплення позицій в рамках інвестування в здоров'я працівників більшістю промислових містоутворюючих підприємств обумовлюється низкою причин. Насамперед, значна частина промислових підприємств концентрує небезпечні і шкідливі для здоров'я виробництва (переважно хімічна промисловість і металургія), сприяючи виникненню хронічних захворювань співробітників, які стають певними профзахворюваннями в кожній галузі. Робота на деяких виробництвах також пов'язана з підвищеним навантаженням на всі системи організму працівників та з діяльністю у тяжких природно-кліматичних умовах, що наводить до підвищення захворюваності, тимчасової непрацездатності та скорочення очікуваної тривалості здорового життя працівників. Дру-

гою причиною є рівень якості доступних медичних послуг населенню в рамках обов'язкового медичного страхування, який залишається достатньо низьким. Підприємства прагнуть підтримувати соціальну інфраструктуру будь-якими доступними для них способами (наприклад, створення медсанчастини, корпоративних профілакторіїв тощо). Частина компаній здійснює оплату спеціальних медичних послуг і медичних оглядів, таких як вакцинація від різних інфекційних захворювань, стоматологічне лікування і інше. Також, важливу роль грають заходи з пропаганди здорового образу життя, проведені підприємствами для своїх співробітників і жителів мономіста.

Екологічна ефективність також є значним об'єктом у ході реалізації КСВ. Загальний обсяг екологічної звітності, відведеної оцінці впливу промислових підприємств на навколишню середу і регіони присутності зростає в глобальному масштабі швидше у порівнянні з кількістю соціальних звітів. У різні роки екологічні звіти становили порядку 60-80 % всієї нефінансової звітності, що публікується підприємствами. Тим не менше, зі часом, простежується тенденція об'єднання соціальної і екологічної звітності в єдину звітність про стійкий розвиток.

У ДП «Схід ГЗК», слідуючи принципам екологічної політики, створені умови та вживаються необхідні заходи для захисту довкілля за допомогою:

- систематичного навчання персоналу в області екології;
- дотримання персоналом екологічних вимог при виробничій діяльності;
- проведення заходів, що дозволяють знизити або зберегти на допустимому рівні негативний вплив екологічних аспектів, які утворюються в результаті діяльності підприємства;
- зниження ризику виникнення аварійних ситуацій і їх негативного впливу на навколишнє середовище;
- відкритого співробітництва в області охорони навколишньої середовища з зацікавленими організаціями та громадськістю;

— раціонального використання електроенергії, води, природного газу і відходів виробництва.

Рейтинг, який розраховується за всіма сегментами – від облаштування місця і видобутку аж до переробки корисних копалин. Показники рейтингу базуються на відомостях про діяльність підприємств України. Під даними, розміщеними у публічному просторі, слід вважати дані з річної соціально-екологічної і фінансової звітності, а також доповідей про охорону навколишнього середовища (у т. ч. регіональних), що у вільному доступі. При цьому публікація документів у мережі Інтернет на офіційних сайтах організації (включаючи дочірні товариства і підрядні організації), з обов'язковим включенням посилань на відповідні сторінки в меню (зміст) сайту.

Якість НМА підприємства в свою чергу є важливим направленням розкриття у звітності, характерне лише для нефінансових звітів, має найбільше значення. Організації в цьому аспекті декларують відомості про застосовувані системи управління, якості внутрішніх бізнес-процесів, інноваційної діяльності і подальших перспективних планах реконструкції та технологічної модернізації. Така інформація має непрямий характер при оцінці ефективності КСВ дає розуміння про наміри підприємства продовжувати стратегічний розвиток та демонструвати свою соціальну активність в довгостроковій перспективі. Соціальна звітність дає можливість визначати рівень цілісності соціального, економічного та інтелектуального елементів стратегічного потенціалу організації, а також пов'язувати показники результативності в сферах, на перший погляд, принципово різних інтересів.

Компанія ДП «Схід ГЗК» своєю нефінансовою звітністю розкриває основні напрямки науково-дослідних робіт і публікує інформацію про комерціалізацію об'єктів інтелектуальної власності.

Також значно важливими напрямками КСВ містоутворюючих підприємств є благодійність та спонсорство. Велика кількість організацій створюють

окремі розділи соціальної звітності, присвячені цьому напрямку. При цьому аналіз практики соціальних вкладень показує, що об'єм сукупних коштів, спрямованих на благодійність в українських умовах, часто в багато разів перевищує витрати на навчання співробітників. Спонсорство і благодійність відбивають політику компанії в області розвитку територій присутності та взаємодії із зовнішньою спільнотою. Головною метою таких соціальних вкладень є взаємодія з місцевою спільнотою в регіонах присутності і створення умов нормального відтворення людських ресурсів. Крім цього, заходи з благодійності і спонсорству підтримують імідж підприємств і вносять внесок в формування практик соціально-відповідальної поведінки.

Різноманітність соціальних та благодійних програм, що реалізуються ДП «Схід ГЗК», охоплює практично всі сторони життя працівників підприємства, а також поширюється на пенсіонерів і ветеранів.

ДП «Схід ГЗК» здійснює витрати на благодійність, в том числі через [55]:

- безоплатну допомогу в виді робіт/послуг;
- фінансову і майнову підтримку організацій та фондів;
- участь в некомерційних і саморегулятивних організаціях;
- інші проекти.

Українськими підприємствами практика соціального аудиту в даний час ще достатньо не закріпилася. Процеси соціального аудиту спрямовані на ідентифікацію та підтвердження документально оформлених процесів управління і достовірність даних, які представлені в нефінансовій звітності. Соціальний аудит є невід'ємний етап формування та розвитку системного підходу до КСВ та планування соціальних вкладень та результативності їх застосування. За результатами аудиту, що проводиться на незалежній основі, формується висновок. Як відзначають дослідники, прийнято рахувати, що проведення соціального аудиту звітності є необґрунтовані витрати, а також значно впливає вартість підготовки самої звітності. Але на практиці, отримані ефекти від збільшення довіри до со-

ціальної звітності по відношенню до витрат, особливо для великих підприємств, досить високі.

Для соціального аудиту повинна бути чітко встановлена процедурна сторона процесу, виявлені та уніфіковані відповідні терміни та поняття, що використовуються в ході проведення аудиту та методика оцінки досягнення конкретних показників ефективності КСВ [5]. Також необхідно визначити способи взаємодії аудиторів та представників підприємства, а також предмет та необхідні межі верифікації соціальної інформації. Для більшості організацій дотримання подібних умов пов'язане з додатковими, нераціональними з їхньої точки зору, витратами. Тим не менше, практика запевнення нефінансової звітності посилюється з кожним роком, нехай і не такими темпами, як приріст кількості самих звітів.

Як правило, практика проведення аудиту показує низьку достовірність інформації, що розкривається, що виникає через недбалість в підготовці соціальної звітності – неадекватним або непорівнянним відображенням статистичної інформації, спотворенням показників системи GRI. Це зауваження стосується, наприклад, показника заробітної плати – підприємства найчастіше зіставляють показник середньої зарплати плати в організації та в регіоні, тоді як стандарт вимагає порівняння мінімального початкового рівня заробітної плати на підприємстві і мінімального розміру оплати праці в регіоні. Деякі підприємства віддають перевагу самотійному громадському заповненню декларованої звітності, а більшість звітів, як правило, не включають в себе аудиторських висновків.

Провівши аналіз рівня розвитку КСВ промислових містоутворюючих підприємств України, можна зробити висновок, що українські промислові компанії мономіст розширили спектр інструментів, підходів і технологій для підтримки соціально-відповідальної поведінки. У ряду підприємств сформовані стійкі системи управління соціальною діяльністю і, що важливо, накопичений позитивний досвід соціальних вкладень і підтримки громадських програм [5]. Незважа-

ючи на це розвиток КСВ містоутворюючих підприємств, проблеми промислових мономіст зберігаються, а у деяких аспектах навіть збільшуються. Так, до найбільш гострих дисбалансів можна віднести: безробіття, злочинність, зріст захворюваності, скорочення тривалості життя, міграція, збільшення обсягів ветхого та аварійного житла, забруднення навколишнього середовища та ін.. Також, виходячи з проблем мономіста виникають і проблеми самих містоутворюючих підприємств, такі як, збільшення захворюваності, міграція, ведуть до втрат робочого часу, зниження продуктивності праці та до інших негативних економічних явищ.

Розглядаючи рівень захворюваності жителів досліджуваних районів (рис.2.2), також спостерігається негативна динаміка. Кількість звернень за медичною допомогою у мономістах за 2019-2021 рр. має тенденцію зростання.

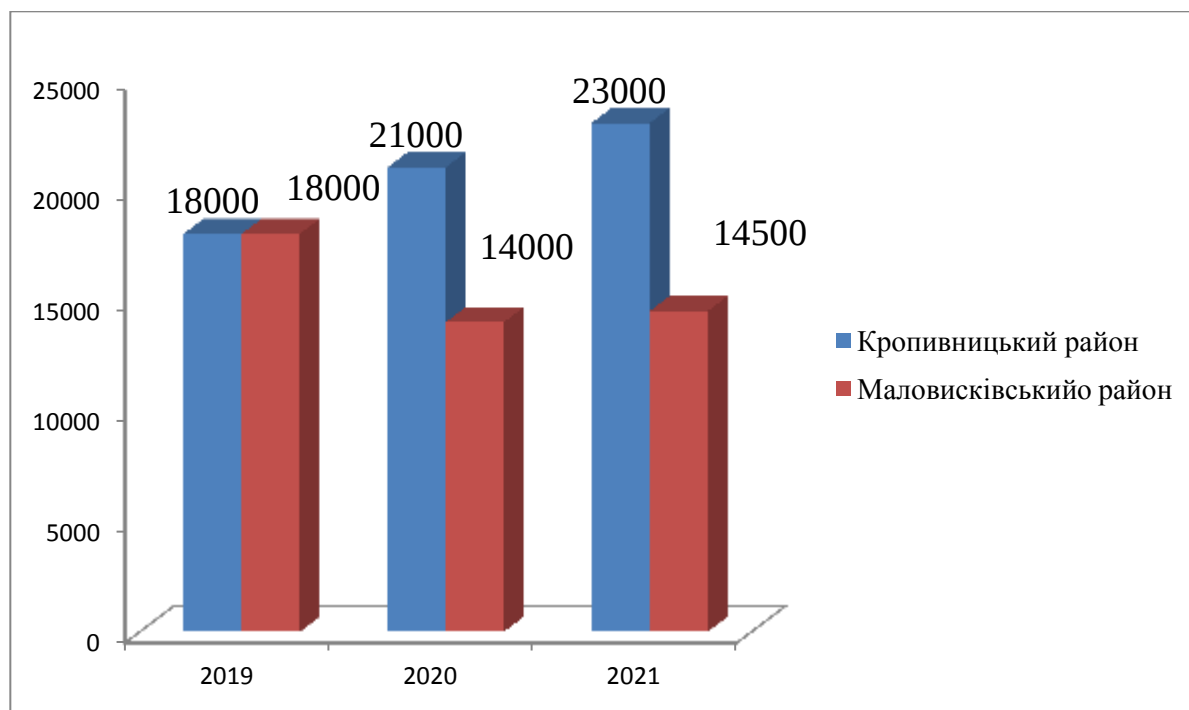


Рисунок 2.2. – Захворюваність населення досліджуваних районів Кіровоградської області за 2019-2021 рр., у кількості звернень. Джерело: складено автором

При аналізі структури захворюваності співробітників одного з цехів ДП «Схід ГЗК» виділено основні захворювання, представлені у табл. 2.2.

Таблиця 2.2. – Структура захворюваності за лікарняними листами одного з цехів ДП «Схід ГЗК» за 2021 рі

№ п/п	Причина непрацездатності	Кількість захворювань за період, випадки
1	Інфекційні хвороби	8
2	Новоутворення	4
3	Хвороби крові	0
4	Хвороби нервової системи	5
5	Хвороби очей	4
6	Хвороби вуха	8
7	Хвороби системи кровообігу	36
8	Хвороби органів дихання	139
9	Хвороби органів травлення	30
10	Хвороби шкіри	6
11	Хвороби кістково-м'язової системи (остеохондрози, артрити)	107
12	Хвороби сечостатевої системи	4
13	Травми, отруєння	76
	Усього за захворюваннями	427

Джерело: складено автором

Виходячи з даних табл. 2.2, можна зробити висновок, що в загальній структурі захворюваності працівників одного цеху містоутворюючого підприємства ДП «Схід ГЗК» основна частка припадає на хвороби органів дихання – 32,55 % і хвороби кістково-м'язової системи (остеохондрози, артрити) – 25,05 %, які відносяться до профзахворювань співробітників даної промисловості. Що, в свою чергу, каже про необхідність приділення більшої уваги на ці категорії в рамках здійснення КСВ.

Таким чином, проведений аналіз підтверджує висунуту в теоретичному розділі гіпотезу про те, що незважаючи на існуючий розвиток КСВ промисло-

вих містоутворюючих підприємств, в мономістах зберігається негативна динаміка соціально-значимих показників. З цього витікає необхідність в розробці інструментарію розвитку КСВ промислових підприємств мономіст, що включає в себе оцінку соціально-економічних показників для наступного, більш грамотного вибору напрямків інвестицій у КСВ таких підприємств.

Проведений аналіз також показав, що існує необхідність в створенні іншого економічного підходу до оцінки КСВ і розподілу наявних у містоутворюючих підприємств фінансових коштів, приділяючи більше уваги соціальним аспектам як на підприємстві, так і в самому місті.

Виходячи з цього, слідує, що оцінка ефективності КСВ повинна містити всі необхідні параметри соціальної відповідальності бізнесу в монопрофільних містах, а також має базуватися не на довільному наборі коефіцієнтів, а на показниках, що характеризують саме ті аспекти діяльності, які мають суттєве значення для соціальної відповідальності містоутворюючих підприємств. До таких показників можна віднести:

- співвідношення середньомісячної заробітної плати працівників містоутворюючого підприємства та в регіоні;
- використання робітників за кваліфікацією;
- рівень технологічної модернізації виробництва;
- стабільність кадрів;
- умови виробничого побуту і підвищення безпеки умов праці працівників містоутворюючого підприємства;
- забезпеченість житлом співробітників і населення мономіста;
- забезпеченість лікувально-оздоровчими установами;
- забезпеченість дитячими установами в мономісті;
- забезпеченість спортивними спорудами культурно-просвітницькими установами;
- рівень благоустрою території освіти.

Проведення багатовимірного рейтингового аналізу, дозволить зробити висновки, що приналежність підприємства до територіального місцезнаходження і соціально-економічна ситуація, в якій підприємство здійснює свою діяльність, надають суттєвий вплив не тільки на рівень соціальної політики, але й на вибір напрямів соціальних інвестицій.

Таким чином, на нашу думку, розробка такого інструментарію дозволить містоутворюючим підприємствам проводити самоаналіз, оцінюючи соціально-економічні показники діяльності для подальшого вибору напрямів соціального проектування та інвестування у КСВ. Все це позитивно вплине на фінансово-господарську діяльність підприємства, його конкурентоспроможність і інвестиційну привабливість самого містоутворюючого підприємства і мономіста загалом.

2.2. Розробка та апробація інструментарія КСВ на прикладі ДП «Схід ГЗК»

У якості апробації пропонованого інструментарію розвитку КСВ обрано містоутворююче підприємство ДП «Схід ГЗК».

Корпоративне управління ДП «Схід ГЗК» спрямоване на створення та збереження довірчих відносин корпорації з інвесторами, захист прав та інтересів зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів, а також збільшення вартості акцій. Система корпоративного управління на підприємстві створено відповідно з вимогами законодавства і з обліком сучасних практик ведучих вітчизняних і зарубіжних компаній.

ДП «Схід ГЗК» – містоутворююче підприємство, яке, слідуючи принципам соціальної відповідальності, реалізує соціальну політику, спрямовану на ефективну взаємодію з персоналом, з метою його залучення, утримання і мотивації до продуктивної праці. Корпоративна соціальна політика спрямована на

забезпечення соціальної політики підтримки через систему гарантій, компенсацій і пільг, наданих працівникам, членам їх сімей і непрацюючим пенсіонерам. Основним інструментом реалізації соціальної політики підприємства є Колективний договір, який містить норми про наданні працівникам корпоративного соціального пакету (КСП).

У статуті підприємства також наголошується, що соціальна відповідальність корпорації полягає у своєчасній та повній сплаті податків та зборів, підтримання гідного рівня заробітної плати для працівників, дотримання принципів соціального партнерства, встановлення гарантій і компенсацій для працівників шляхом укладання колективного договору. Розміри соціальних виплат щорічно встановлюються Спільним наказом-постановою роботодавця, профспілкових комітетів ДП «Схід ГЗК». У 2021 року розмір корпоративного соціального пакету в середньому на 1 працівника ДП «Схід ГЗК» склав 68 тис.грн..

Оскільки підприємство є соціально-орієнтованим підприємством, у 2021 році обсяг коштів, спрямованих на виконання його соціальних зобов'язань, становив 1740 тис. грн.. Крім того, компанія приділяє велику увагу захисту навколишнього середовища, приймає на себе зобов'язання в сфері промислової безпеки.

Інформація про діяльності ДП «Схід ГЗК» в рамках КСВ містить екологічні та соціальні аспекти, розкриття якої здійснюється у річному звіті за результатами роботи промислового підприємства за кожен рік.

Для проведення апробації розробленого інструментарію на ДП «Схід ГЗК» була проведена оцінка економічних показників, характеризуючих ті аспекти діяльності підприємства, які мають суттєве значення для КСВ містоутворюючих підприємств.

Після імовірного впровадження розробленого інструментарію розвитку КСВ промислових підприємств в моно містах буде проведено розрахунок економічної ефективності його умовного використання. Для даного розрахунку бу-

дуть оцінені наступні показники: продуктивність праці, зміна кількості простоїв обладнання, зміна обсягу випуску продукції, зміна виручки і інших видів прибутку.

Для оцінки стану ДП «Схід ГЗК» використано метод багатовимірного рейтингового аналізу. Складемо таблицю показників комплексної оцінки КСВ ДП «Схід ГЗК» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. – Показники КСВ ДП «Схід ГЗК» за 2019-2021 рр.

№ п/п	Показник	2019	2020	2021
1	Коефіцієнт підвищення кваліфікації кадрів	0,90	0,75	0,85
2	Коефіцієнт використання робітників за кваліфікацією	0,90	1,0	1,0
3	Коефіцієнт співвідношення середньомісячної заробітної плати працівників містоутворюючого підприємства і в регіоні	0,75	0,85	0,90
4	Коефіцієнт технологічної модернізації виробництва	0,90	0,95	1,0
5	Коефіцієнт стабільності кадрів	0,80	0,70	0,60
6	Коефіцієнт умов виробничого побуту і підвищення безпеки умов праці працівників містоутворюючого підприємства	0,90	0,90	0,95
7	Коефіцієнт забезпеченості санітарно-побутовими приміщеннями	1,0	1,0	1,0
8	Коефіцієнт забезпеченості спортивними спорудами культурно-просвітницькими установами	0,80	0,85	0,85
9	Коефіцієнт забезпеченості лікувально-оздоровчими установами	0,75	0,70	0,75
10	Коефіцієнт забезпеченості дитячими установами в місті	0,85	0,90	1,0
11	Коефіцієнт забезпеченості житлом співробітників і населення мономіста	0,45	0,50	0,60
12	Коефіцієнт благоустрою території освіти	0,90	0,90	0,95

Джерело: складено автором

Далі оцінимо кожен показник за п'ятибальною шкалою на підставі матриці угруповання вихідних даних для порівняння (табл. 2.4).

Таблиця 2.4. – Матриця угруповання вихідних даних оцінки показників КСВ містоутворюючих підприємств

№ п/п	Показник	Відповідність значення показника підсумковому балу				
		1 бал	2 бала	3 бала	4 бала	5 балів
1	Коефіцієнт підвищення кваліфікації кадрів	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
2	Коефіцієнт використання робітників за кваліфікацією	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
3	Коефіцієнт співвідношення середньомісячної заробітної плати працівників містоутворюючого підприємства і в регіоні	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
4	Коефіцієнт технологічної модернізації виробництва	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
5	Коефіцієнт стабільності кадрів	$\geq 0,40$	$\geq 0,50$	$\geq 0,60$	$\geq 0,70$	$= 0,80$
6	Коефіцієнт умов виробничого побуту і підвищення безпеки умов праці працівників містоутворюючого підприємства	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
7	Коефіцієнт забезпеченості санітарно-побутовими приміщеннями	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
8	Коефіцієнт забезпеченості спортивними спорудами культурно-просвітницькими установами	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
9	Коефіцієнт забезпеченості лікувально-оздоровчими установами	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
10	Коефіцієнт забезпеченості дитячими установами в місті	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
11	Коефіцієнт забезпеченості житлом співробітників і населення мономіста	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$
12	Коефіцієнт благоустрою території освіти	$\geq 0,20$	$\geq 0,40$	$\geq 0,60$	$\geq 0,80$	$= 1,0$

Джерело: складено автором

Грунтуючись на матриці, поданій у табл. 2.4, проведемо оцінку стану КСВ ДП «Схід ГЗК» за 2019-2021 рр. в балах (табл. 2.5).

Таблиця 2.5. – Бальна оцінка стану КСВ розглянутого містоутворюючого підприємства ДП «Схід ГЗК» за 2019-2021 рр.

№ п/п	Показник	2019	2020	2021	Сумарний бал
1	Коефіцієнт підвищення кваліфікації кадрів	4	3	4	11
2	Коефіцієнт використання робітників за кваліфікацією	4	5	5	14
3	Коефіцієнт співвідношення середньомісячної заробітної плати працівників містоутворюючого підприємства і в регіоні	3	4	4	11
4	Коефіцієнт технологічної модернізації виробництва	4	4	5	13
5	Коефіцієнт стабільності кадрів	5	4	3	12
6	Коефіцієнт умов виробничого побуту і підвищення безпеки умов праці працівників містоутворюючого підприємства	4	4	4	12
7	Коефіцієнт забезпеченості санітарно-побутовими приміщеннями	5	5	5	15
8	Коефіцієнт забезпеченості спортивними спорудами культурно-просвітницькими установами	4	4	4	12
9	Коефіцієнт забезпеченості лікувально-оздоровчими установами	3	3	3	9
10	Коефіцієнт забезпеченості дитячими установами в місті	4	4	5	13
11	Коефіцієнт забезпеченості житлом співробітників і населення мономіста	2	2	3	7
12	Коефіцієнт благоустрою території освіти	4	4	4	12

Джерело: складено автором

Як видно з проведеного дослідження та оцінки соціально-економічних показників ДП «Схід ГЗК», рівень КСВ розглянутого підприємства знаходиться не на вищому рівні, і вибір напрямів соціальних інвестицій в КСВ ДП «Схід ГЗК» слід робити ґрунтуючись на виявлених слабких областях КСВ підприємства, позначених вище.

Застосуємо основні етапи соціального проектування для створення соціального проекту досліджуваного підприємства:

1 етап: розробка загальної концепції соціальної політики ДП «Схід ГЗК». Концепція містить ключові моменти, включаючи розгляд слабких сторін корпоративної соціальної відповідальності ДП «Схід ГЗК», виявлені на основі проведеного аналізу соціально-економічних показників даного підприємства.

Як другий етап розробленого методичного інструментарію розвитку корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств в моно містах для апробації необхідно здійснення соціального проектування для розвитку КСВ містоутворюючого підприємства ДП «Схід ГЗК» за вибраними напрямками.

У рамках дослідження і проведення апробації більше докладно розглянемо тільки одне з напрямів для соціального проектування, яке має найменший сумарний бал, за проведеною оцінкою стану КСВ ДП «Схід ГЗК», і яке, на наш погляд, є найбільш фінансовоємним – забезпеченість житлом працівників та населення моно міста.

Економічна обґрунтованість реалізації соціального проекту з покращення житлово-комунальних умов для працівників ДП «Схід ГЗК»: застосування соціальної політики нерозривно пов'язане з ключовими бізнес-процесами ДП «Схід ГЗК», ефективністю здійснюваних видів діяльності.

Для ДП «Схід ГЗК» пріоритетно досягнення довгострокового стійкого ефективного розвитку, ніж отримання короткострокових вигод та прибутку з досягнення стратегічно важливих цілей.

2 етап: оцінка життєздатності соціального проекту, основним завданням якої є встановлення ступеня ризику при його реалізації.

У рамках соціального прогнозування припустимо три можливих варіанти зміни ситуації в моно місті при реалізації соціального проекту з покращення житлово-комунальних умов для співробітників ДП «Схід ГЗК» на 2022-2025 роки.

Розглянемо один із значимих показників, на який вплине розроблюваний соціальний проект – чисельність населення мономіста. Оскільки, в свою чергу, цей показник впливає на середньорічну облікову чисельність працівників містоутворюючого підприємства досліджуваного мономіста, обсяги продукції, що випускаються, а також на виручку та інші фінансові показники організації.

Таким чином, необхідно враховувати, що після закінчення проекту є певні ризики, пов'язані з погіршенням становища мономіста, отже і з ускладненням ситуації в корпорації.

3 етап: при плануванні проекту для встановлення орієнтовного переліку і порядку заходів реалізації соціального проекту скористаємося таблицею, представленою в рамках розробленого інструментарію (табл. 2.6).

Розмір необхідного фінансового забезпечення, представлений в табл. 2.6, визначено виходячи з ринкових цін будівельного сектора і банківських послуг з придбання та будівництва житла на кінець 2021 р. – початок 2022 р..

4 етап: для складання бюджету під час реалізації соціального проекту з покращення житлово-комунальних умов для працівників ДП «Схід ГЗК» необхідно визначити, скільки і які ресурси потрібні.

Фінансове забезпечення за проектом становить 1100 млн. грн.. А також, для реалізації соціального проекту крім фінансових ресурсів слід враховувати необхідність у матеріально-технічних та людських ресурсах. У рамках проекту виявлено, що необхідна кількість працівників і фахівців у галузі будівництва, консультування з кредитування та іпотечного житла і інших фахівців складає 70 осіб. Будемо рахувати, що витрати на дані ресурси включені у підсумкову суму фінансового забезпечення проекту.

Після розробки концепції, прогнозування і планування соціального проектування і складання бюджету, крім цього необхідний захист проекту, попередній контроль, а також корекція проекту та його реалізація. В рамках апробації опустимо дані етапи через неможливість їх здійснення.

Таблиця 2.6. – Складання плану соціального проекту щодо покращення житлово-комунальних умов для працівників ДП «Схід ГЗК» на 2022-2025 рр.

№ п/п	Зміст заходів	Відповідальні за виконання	Фінансове забезпечення, млн. грн.	Терміни виконання
1	Будівництво 150-квартирного житлового будинку для постійного і тимчасового проживання співробітників ДП «Схід ГЗК»	Проектна команда, керівник проекту	700	2022-2025 рр.
2	Надання цільової фінансової допомоги на оплату початкового внеску з банківського іпотечного житлового кредиту працівникам ДП «Схід ГЗК»	Бухгалтер, менеджер соціальних програм	56	2022-2025 рр.
3	Компенсація витрат з сплати відсотків за програмою іпотечного кредитування	Виконавець проекту, бухгалтер	40	2022-2025 рр.
4	Компенсація вартості найму житла або оренди житлових приміщень приватного, житлового фонду	Проектна команда, керівник проекту	290	2022-2025 рр.
5	Компенсації працівникам з будівництва власного житла	Проектна команда, керівник проекту	12	2022-2025 рр.
6	Витрати з оформлення угод	Виконавець проекту, бухгалтер	1	2022-2025 рр.
7	Компенсація ремонту квартир незаможних сімей	Проектна команда	1	2022-2025 рр.

Джерело: складено автором

5 етап: при завершенні робіт і ліквідації соціального проекту необхідно провести заключну оцінку його імовірної реалізації, яка є процесом збору інформації для оцінки передбачуваних досягнутих результатів, пояснення того, за

допомогою чого можуть бути отримані результати і для кращого планування майбутніх проектів.

Оскільки ефективність соціальних проектів проявляється в можливості досягнення позитивних і уникнення негативних змін на підприємстві і в суспільстві з соціального погляду, розглянемо ймовірні зміни при здійсненні корпоративної соціальної відповідальності за допомогою соціального проектування. До числа позитивних змін при реалізації розробленого соціального проекту можна віднести такі:

- збільшення середньорічної чисельності працівників містоутворюючого підприємства ДП «Схід ГЗК» за рахунок рішення житлового питання співробітників в поєднанні з механізмами підвищення мотивації до праці і закріплення персоналу на робочих місцях;
- збільшення продуктивності праці на містотворчому підприємстві;
- збільшення обсягів випуску продукції, а також виручки і інших фінансових показників корпорації.

Також, після ймовірної реалізації соціального проекту містоутворюючим підприємством, зробимо орієнтовний прогноз його економічної ефективності. Грунтуючись на аналізі, який показав, що при реалізації корпоративної соціальної відповідальності та вкладення грошових коштів в працівників містоутворюючого підприємства спостерігається слабка динаміка змін в суспільстві. Але саме при грамотному розподілі грошових коштів в КСВ промисловими підприємствами в моно містах досягаються значні позитивні результати їх діяльності.

Так, вкладення фінансових коштів в КСВ в рамках розробленого проекту щодо покращення житлово-комунальних умов у розмірі 1100 млн. гривень дозволить збільшити динаміку чисельності населення моно міста до завершення реалізації проекту на 2-3 % у порівнянні з 2021 роком, що в свою чергу вплине

на середньорічну чисельність працівників ДП «Схід ГЗК», яка збільшиться на 5,5-7 % по порівнянні з 2020 р.

З цього слідує, що даний проект з покращення житлово-комунальних умов дозволить ДП «Схід ГЗК» залучити молодих фахівців та утримати висококваліфікованих працівників та працівників держдефіцитних професій, що, в свою чергу, вплине на фінансово-господарську діяльність підприємства, його конкурентоспроможність і інвестиційну привабливість.

Отже, розроблений інструментарій дозволив провести апробацію, в рамках якого було проведено оцінку КСВ містоутворюючого підприємства ДП «Схід ГЗК», виявлено його слабкі сторони, а також здійснено вибір напрямку соціального проектування і інвестування в КСВ досліджуваного підприємства.

Таким чином, передбачається, що розроблений інструментарій розвитку корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств в мономістах дозволить містоутворюючим підприємствам проводити самоаналіз, оцінюючи соціально-економічні показники для подальшого вибору напрямів соціального проектування і інвестування в КСВ. Усе це позитивно впливає на фінансово-господарську діяльність підприємства, його конкурентоспроможність і інвестиційну привабливість самого містотворчого підприємства та мономіста загалом.

ВИСНОВКИ

Соціальна відповідальність містоутворюючих підприємств має особливу актуальність і значимість в плані збереження соціальної стабільності та розвитку цілого населеного пункту. При цьому зацікавлені сторони подібного підприємства, загалом, збігаються зі стейкхолдерами будь-якої іншої організації. Відмінності укладаються в тому, наскільки соціальна відповідальність підприємства впливає на стейкхолдерів. Наприклад, у разі безвідповідальних відносин по відношенню до співробітників, найбільш кваліфіковані з них часто їдуть в інші міста в пошуку більш сприятливих умов життя, бо в подальшому, знайти їм заміну в монопрофільних містах дуже складно.

Благополуччя і розвиток мономіст, в яких здійснюють діяльність містоутворюючі підприємства, безпосередньо залежить від рівня здійснення корпоративної соціальної відповідальності та стійкості його розвитку.

Розглянуті в теоретичному розділі методичні підходи до оцінки ефективності КСВ організації базуються на системних принципах, які, в свою чергу, відповідають всім умовам стійкого розвитку – соціальної спрямованості діяльності, економічної стабільності і екологічної безпеки, а також можуть відповідати сучасній мінливості української економіки. Однак, попри на універсальність вивчених методичних підходів, практична соціальна діяльність підприємств вимагає формування надійного інструментарію для раціонального обґрунтування соціальних вкладень. Також, проводячи контент-аналіз літератури, з'ясувалося, що на даний момент на практиці не існує єдиного методичного підходу до економічної оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств монопрофільних міст. Виходячи з цього, розглянуті методики послужили базою для дослідження в рамках вивчення та формування авторського інструментарію розвитку корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств в мономістах і подальшого інвестування в КСВ.

Для українських підприємств одним із пріоритетних напрямів є збереження навколишнього середовища і вкладення в людський капітал (у том числі капітал здоров'я і інтелектуальний капітал), однак основним бар'єром для здійснення подібної діяльності є високий рівень витрат і складність оцінки їх економічної ефективності. А також збільшення витрат промислових містоутворюючих підприємств на корпоративну соціальну відповідальність не завжди дає позитивний результат. Зріст захворюваності жителів мономіст, скорочення чисельності населення вказують на недосконалість системи КСВ даних підприємств.

Таким чином, проведений аналіз підтвердив висунуту в теоретичному розділі гіпотезу про те, що незважаючи на існуючий розвиток КСВ промислових містоутворюючих підприємств, в мономістах зберігається негативна динаміка соціально-значимих показників. Виходячи з цього підтвердилася необхідність розробки інструментарію розвитку корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств мономіст, що включає в себе оцінку соціально-економічних показників для наступного, більш грамотного вибору напрямків інвестицій в КСВ таких підприємств.

Проведений аналіз також показав, що існує необхідність в створенні іншого економічного підходу до оцінки КСВ і розподілу наявних у містоутворюючих підприємств фінансових коштів, приділяючи більше уваги соціальним аспектам як на підприємстві, так і в самому мономісті. Виходячи з цього, слідує, що оцінка ефективності КСВ має містити всі необхідні параметри соціальної відповідальності бізнесу в монопрофільних містах, а також має базуватися не на довільному наборі коефіцієнтів, а на показниках, що характеризують саме ті аспекти діяльності, які мають суттєве значення для соціальної відповідальності містоутворюючих підприємств.

Також, в рамках оцінки КСВ організацій існує необхідність у побудові деякого графіка, який міг би дати наочне уявлення та зорову оцінку, як виглядає узагальнений критерій КСВ кожного містоутворюючого підприємства. Перева-

гою даного методу є те, що він комплексний та враховує найбільшу кількість факторів, які впливають на соціальну відповідальність організації.

Таким чином, передбачається, що розроблений інструментарій розвитку корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств в мономістах дозволить містоутворюючим підприємствам проводити самоаналіз, оцінюючи соціально-економічні показники для подальшого вибору напрямів соціального проектування і інвестування в КСВ. Усе це позитивно впливає на фінансово-господарську діяльність підприємства, його конкурентоспроможність і інвестиційну привабливість самого містоутворюючого підприємства та мономіста загалом.

СПИСОК ВИКОРИСАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амоша О., Новікова О. Соціальна відповідальність в контекст і розвитку людського потенціалу [Електронний ресурс] // Держава і суспільство. 2011. № 1. Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pubupr/2011-1/doc/3/01.pdf
2. Брич В. Я. Роль міграції робочої сили у формуванні світового ринку праці // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. 2010. С. 737-739.
3. Брич В. Я. Трансформація ринку праці та її вплив на життєвий рівень населення (теорія, методологія, тенденції розвитку) : дис. - ступеня докт. екон. наук: 08.09. 01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика»/ВЯ Брич.-Львів, 2004. 36 с.
4. Брич В. Я., Борисяк О. В. Інноваційні технології формування персоналу підприємств в умовах оптимізаційного розвитку. Науковий вісник Ужгородського університету. 2017. Вип. 2 (50). С. 172-179.
5. Брич В. Я., Колодницька О. З. Людські ресурси як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Інноваційна економіка. № 4. 2015. С.72-76.
6. Брич В. Я., Саєнко М. Г. Трудовий потенціал АПК. Тернопіль : Підручники і посібники, 2001. 288 с.
7. Брич В. Я., Шевченко І. Б. Регіональний ринок праці // Тернопіль: Підручники і посібники. - 2003.
8. Гоголя О. П., Кудінова І. П. Соціальна відповідальність бізнесу. – Київ : Видавництво Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2008. 79 с.
9. Грішнова О. А. Людський розвиток: навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 2006. 308 с.

- 10.Грішнова О. А. Соціальна відповідальність в контексті подолання системної кризи // Демографія та соціальна економіка. 2011. № 1(15). С. 32-40.
- 11.Грішнова О. А., Міщук Г. Ю., Олійник О. О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків: Монографія. – Рівне : НУВГП, 2014. 216 с.
- 12.Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч.-метод. посіб.; за заг. ред. Є. П. Качана. – Тернопіль : ТДЕУ, 2006. - 373 с.
- 13.Крикун В. А. Сутність та еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 6. Ч. 1. С. 91-94.
- 14.Ласукова А. С. Порівняльний аналіз моделей корпоративної соціальної відповідальності в банках світу // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових праць. Економічні науки. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2012. №3(15). С. 181-188.
- 15.Лебедев І. В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності //Актуальні проблеми економіки. 2013. № 1(139). С. 106-116.
- 16.Лебедев І. В. Корпоративна соціальна відповідальність: концепція і модель для України // Україна: аспекти праці. 2014. № 5. С. 13-19.
- 17.Македон В. В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_126/27.pdf
- 18.Марущак Н. В. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності // Європейські перспективи. 2012. № 2(1). С. 213-221.
- 19.Мелашич Ж. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент стратегії підприємства: можливості та ризики [Електронний ресурс] //

Управление качеством. – Режим доступу :

<http://www.klubok.net/article2639.html>

20. Михайловська О. Держава і розвиток інститутів громадянського суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=40&c=788>

21. Організація Об'єднаних Націй в Україні [Електронний ресурс]. – Ре-

жим доступу : <http://un.org.ua/ua/main/corporate-social-responsibility-and-global-compact/the-ten-principles-of-the-198global-compact>

22. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.

23. Політологія для вчителя : навч. посіб. для студ. пед. ВНЗ / К. О. Ващенко [та ін.] ; заг. ред. : К. О. Ващенко, В. О. Корнієнко. – Київ : Вид-во ім. М. П. Драгоманова, 2011. 406 с.

24. Поляруш О. О. Інститути громадянського суспільства як засіб реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України // Інформація і право. 2011. № 1(1). С. 62-68.

25. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор. : Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – Київ : Видавництво «Енергія», 2008. 96 с.

26. Регулювання ринку праці: регіональні аспекти. Київ : НЦ ЗРП, 1997.

27. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. – Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.

28. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: моногр. / О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк, 2012. 534 с.

29. Сталий розвиток суспільства: навчальний посібник / А. Садовенко, Л. Масловська, В. Середа, Т. Тимочко. 2 вид. – Київ : 2011. 392 с.
30. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку // Економіка і прогнозування. 2009. С. 61-74.
31. Управління проектами. Навч. посібн. / П.П. Микитюк, В.Я. Брич, Т.Л. Желюк та ін.. – Тернопіль, Економічна думка, 2017. 320 с.
32. Шафалюк О. К. Методологічні наслідки розвитку прогресивних науково-дослідних підходів у вивченні поведінки споживачів // Збірник наукових праць ЧДТУ. 2009. Випуск 22. С. 66-72.
33. Brych V., Borysiak O., Brych B. Digital marketing of energy service companies' personnel in the context of socio-economic development // Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension : collective monograph / edited by M. Bez-partochnyi, in 3 Vol. // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia : VUZF Publishing House «St. Grigorii Bogoslov», 2019. Vol. 3. P. 309-317.
34. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct // Business and Society. 1999. № 38 (3). P. 268-295.
35. Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders. Business Horizons. 1991. № 34 (4). 42 p.
36. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. – Boston : Pitman, 1984. 275 p.

ДОДАТКИ