

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту
(повна назва факультету)
менеджменту та адміністрування
(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня
бакалавр

(назва освітнього ступеня)

на тему: Удосконалення управління корпоративною соціальною
відповідальністю підприємства, на прикладі ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Виконала: студент 4 курсу, групи БМз-41
спеціальності 073 “Менеджмент”

(шифр і назва спеціальності)

(підпис)

Ковальчук О.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник

(підпис)

Котовська І.В.

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль

(підпис)

Мосій О.Б.

(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис)

Сороківська О.А.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(підпис)

Шерстюк Р.П.

(прізвище та ініціали)

Тернопіль
2025

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту
(повна назва факультету)

Кафедра менеджменту та адміністрування
(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

« _____ » Сороківська О.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)
« » 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

на здобуття освітнього ступеня **бакалавр**
(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю **073 “Менеджмент”**
(шифр і назва спеціальності)

студенту **Ковальчук Олені Олегівні**
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи **Удосконалення управління корпоративною соціальною
відповідальністю підприємства, на прикладі ТзОВ “Електроконтакт Україна”**

Керівник роботи **к.е.н., доц. Котовська І.В.**
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом ректора від «07» лютого 2025 року № 4/7-86

2. Термін подання студентом завершеної роботи _____

3. Вихідні дані до роботи **фінансово-економічна звітність**

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства

2. Аналіз системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”

3. Пошук шляхів покращення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”

4. Безпека життєдіяльності та охорона праці

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів):
рисунки: принципи реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, філіали ТзОВ “Електроконтакт Україна”, логотип ТзОВ “Електроконтакт Україна”, порівняльна динаміка кількості працівників ТзОВ “Електроконтакт Україна”, структура управління ТзОВ “Електроконтакт Україна”, основні елементи соціальної відповідальності ТзОВ “Електроконтакт Україна” щодо персоналу, очікувані результати від впровадження посади менеджера з КСВ та Кодексу КСВ, місце додавання розділу “КСВ” на веб-сайт ТзОВ “Електроконтакт Україна”, ін.; таблиці: топ вітчизняних виробників комплектування для світових авто концернів станом на кінець 2023 р., основні фінансові показники господарювання ТзОВ “Електроконтакт Україна” у 2023-2024 рр., ключові аспекти культури якості ТзОВ “Електроконтакт Україна”, основні цілі щодо політики довкілля, охорони здоров'я і безпеки праці товариства “Електроконтакт Україна”, характеристика аспектів корпоративної соціальної відповідальності згідно Директиви КСВ ТзОВ “Електроконтакт Україна”, динаміка фонду оплати праці персоналу ТзОВ “Електроконтакт Україна”, підсумки щодо SWOT-аналізу існуючої системи управління КСВ ТзОВ “Електроконтакт Україна”, узагальнення аргументів необхідності просування запропонованого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на офіційному веб-сайті ТзОВ “Електроконтакт Україна”, ін.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Безпека життєдіяльності, основи охорони праці	к.т.н., доц. Окіпний І. Б.		

7. Дата видачі завдання 07.02.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	лютий	виконано
2.	Розділ 1 Теоретичні основи управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства	лютий	виконано
3.	1.1 Корпоративна соціальна відповідальність: сутність, значення та показники оцінювання	лютий	виконано
4.	1.2 Особливості управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства	березень	виконано
5.	Розділ 2 Аналіз системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”	березень	виконано
6.	2.1 Загальна характеристика господарської діяльності ТзОВ “Електроконтакт Україна”	березень	виконано
7.	2.2 Аналіз процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю досліджуваного підприємства	квітень	виконано
8.	Розділ 3 Пошук шляхів покращення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”	квітень	виконано
9.	3.1 Впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному підприємстві	квітень	виконано
10.	3.2 Обґрунтування доцільності публікації розробленого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на веб-сайті підприємства	травень	виконано
11.	Розділ 4. Безпека життєдіяльності, основи охорони праці	травень	виконано
12.	4.1 Особливості заходів електробезпеки на підприємствах	травень	виконано
13.	4.2 Ураження електричним струмом	червень	виконано
14.	Висновки	червень	виконано

Студент

(підпис)

Ковальчук О. О.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Котовська І. В.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Ковальчук О. О. Удосконалення управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства, на прикладі ТЗОВ “Електроконтакт Україна”.

Кваліфікаційна робота бакалавра: 61 сторінка, 10 рисунків, 14 таблиць, 3 додатків, 28 літературних джерел.

Об’єкт дослідження – корпоративна соціальна відповідальність підприємства.

Предмет дослідження – система управління корпоративною соціальною відповідальністю ТЗОВ “Електроконтакт Україна”.

Метою роботи є пошук шляхів удосконалення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТЗОВ “Електроконтакт Україна”.

Методи дослідження – систематизація та узагальнення даних, порівняння, графічні, аналіз показників рядів динаміки, економічної ефективності.

Розроблено ряд пропозицій щодо удосконалення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТЗОВ “Електроконтакт Україна”, які охоплюють впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному підприємстві, обґрунтування доцільності публікації розробленого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на веб-сайті підприємства.

Результати дослідження можуть бути впроваджені у діяльність ТЗОВ “Електроконтакт Україна”.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, політики довкілля, охорони здоров’я і безпека праці, соціальні гарантії для персоналу, менеджер із КСВ, Кодекс КСВ.

SUMMARY

Kovalchuk O. O. Improvement of corporate social responsibility management in an enterprise: LLC “Electrocontact Ukraine” as a case study.

Qualifying bachelor work consists of 61 pages, 10 figures, 14 tables, 3 appendixes, and 28 references.

The object of investigation is the enterprise’s corporate social responsibility.

The subject of investigation is the corporate social responsibility management of LLC “Electrocontact Ukraine”.

The aim of the work is to find ways to improve the corporate social responsibility management of LLC “Electrocontact Ukraine”.

The results are obtained with the following research methods: data systematization and generalization, comparison, graphical, time series analysis, economic efficiency.

A number of proposals have been developed to improve the corporate social responsibility management of LLC “Electrocontact Ukraine”, which include the introduction of the CSR manager position and the CSR Code at the enterprise under study, substantiation of the feasibility of publishing the developed CSR Code and measures for its implementation on the enterprise’s website.

The research results could be implemented at the LLC “Electrocontact Ukraine”.

Key words: corporate social responsibility, environmental policies, occupational health and safety, social guarantees for personnel, CSR manager, CSR Code.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1 Корпоративна соціальна відповідальність: сутність, значення та показники оцінювання.....	9
1.2 Особливості управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства	15
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТЗОВ “ЕЛЕКТРОКОНТАКТ УКРАЇНА”	
2.1 Загальна характеристика господарської діяльності Тзов “Електроконтакт Україна”.....	22
2.2 Аналіз процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю досліджуваного підприємства.....	30
РОЗДІЛ 3 ПОШУК ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТЗОВ “ЕЛЕКТРОКОНТАКТ УКРАЇНА”	
3.1 Впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному підприємстві	39
3.2 Обґрунтування доцільності публікації розробленого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на веб-сайті підприємства.....	46
РОЗДІЛ 4 БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОХОРОНА ПРАЦІ	
4.1 Особливості заходів електробезпеки на підприємствах	55
4.2 Ураження електричним струмом.....	57
Висновки	60
Бібліографія.....	62
Додатки.....	65

ВСТУП

Актуальність теми бакалаврської роботи зумовлена зростаючими соціальними очікуваннями, потребою в сталому розвитку, зовнішнім тиском з боку ринків і регуляторів на діяльність господарюючих суб'єктів. Саме тому корпоративна соціальна відповідальність повинна бути повноцінною частиною управлінської системи сучасного підприємства.

Зважаючи на те, що суспільство дедалі більше очікує від суб'єктів господарювання не лише прибутків, а й етичної поведінки, прозорості, відповідальності перед працівниками, споживачами, громадами та довкіллям, то управління корпоративною соціальною відповідальністю дозволяє підприємству ефективно реагувати на ці очікування. Крім цього, правильно організована система корпоративної соціальної відповідальності зміцнює репутацію підприємства, підвищує довіру з боку клієнтів, інвесторів, партнерів, сприяє зниженню ризиків, підвищенню енергоефективності, розвитку людського капіталу. Це стає фактором довгострокового успіху, особливо в умовах відкритого ринку та міжнародної конкуренції.

Підприємства, які впроваджують корпоративну соціальну відповідальність, здатні швидше адаптуватися до кризових умов, підтримувати персонал і громаду, не порушуючи бізнес-процеси. Це особливо важливо в умовах війни в Україні та глобальних викликів XXI століття.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є пошук шляхів удосконалення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТЗОВ “Електроконтакт Україна”.

Об'єктом дослідження виступає корпоративна соціальна відповідальність, а **предметом** дослідження — система управління корпоративною соціальною відповідальністю досліджуваного підприємства.

Для досягнення мети бакалаврської роботи поставлено ряд важливих **завдань**:

- охарактеризувати теоретичні основи управління корпоративною

соціальною відповідальністю підприємства;

- здійснити дослідження господарської діяльності та структури управління ТзОВ “Електроконтакт Україна”;

- проаналізувати процес управління корпоративною соціальною відповідальністю досліджуваного підприємства;

- здійснити пошук шляхів покращення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”;

- обґрунтувати доцільність впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному підприємстві;

- визначити економічні вигоди від публікації розробленого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на веб-сайті підприємства;

- вивчити особливості заходів електробезпеки на підприємствах та ураження електричним струмом.

Для написання бакалаврської роботи нами використано такі методи дослідження: систематизація та узагальнення даних, порівняння, графічні, аналіз показників рядів динаміки, економічної ефективності.

Інформаційним підґрунтям для написання бакалаврської роботи стали наукова література та Інтернет-джерела за обраною тематикою, звітні дані та дані офіційної веб-сторінки досліджуваного підприємства. **В практичному значенні**, запропоновані рекомендації для ТзОВ “Електроконтакт Україна” щодо покращення системи управління корпоративною культурою є актуальними та стратегічно необхідними в умовах сьогодення.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Корпоративна соціальна відповідальність: сутність, значення та показники оцінювання

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція згідно з якою підприємства добровільно враховують соціальні, екологічні та етичні аспекти у своїй діяльності та взаємодії із зацікавленими сторонами (споживачами, працівниками, партнерами, громадою та ін.) [2].

На сьогодні існує велика кількість визначень щодо корпоративної соціальної відповідальності. Проаналізувавши деякі з них, ми прийшли до висновку, що вона часто сприймається як добровільне дотримання принципів, що виходять за межі законодавчих норм і стандартів. Це означає зобов'язання діяти етично та відповідально стосовно працівників, партнерів, акціонерів і навколишнього середовища [1].

До основних аспектів КСВ відносять:

1. Економічну відповідальність – чесне ведення бізнесу, створення робочих місць, забезпечення прибутковості та довгострокової стійкості компанії.
2. Етичну відповідальність – дотримання норм етики, прозорість у веденні бізнесу, справедливе ставлення до працівників, клієнтів і партнерів.
3. Юридичну відповідальність – дотримання законодавства, виконання всіх правових зобов'язань перед державою та суспільством.
4. Соціальну відповідальність – сприяння розвитку суспільства через благодійність, підтримку освіти, науки, культури та спорту.
5. Екологічну відповідальність – зменшення негативного впливу на довкілля, впровадження екологічно чистих технологій, ощадливе використання ресурсів [2].

Корпоративна соціальна відповідальність в Україні стає дедалі важливішою, особливо в умовах сучасних викликів. Згідно з дослідженням, оприлюдненим у 2023 році, українські компанії, навіть за складних обставин війни, зберігають базовий рівень соціальної відповідальності. Проте для ефективного вирішення нагальних суспільних проблем цього рівня недостатньо.

Серед основних форм реалізації КСВ можна виділити наступні:

- благодійні програми та соціальні ініціативи,
- підтримка освіти та професійного розвитку працівників,
- поліпшення умов праці та дотримання прав співробітників,
- дотримання етичної реклами та покращення клієнтського сервісу,
- відповідальне ставлення до партнерів та постачальників,
- волонтерські проєкти та допомога місцевим громадам,
- впровадження екологічних стандартів та ініціатив (наприклад, переробка відходів, зниження викидів CO₂) [3].

Сутність корпоративної соціальної відповідальності представлено у таблиці 1.1.

Визначення корпоративної соціальної відповідальності включає моральні та етичні зобов'язання компанії щодо її ставлення до працівників, довкілля, конкуренції, економіки та інших важливих аспектів. Впровадження ефективних практик КСВ також приносить значні економічні переваги. Зокрема значення КСВ для підприємства полягає у наступному:

- покращення іміджу та репутації,
- підвищення довіри з боку споживачів і партнерів,
- залучення та утримання талановитих працівників,
- створення довгострокової конкурентної переваги,
- підвищення лояльності клієнтів,
- сприяння соціальному розвитку [3].

Низький рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні зумовлений низкою обмежувальних факторів. Серед основних

перешкод можна виокремити недостатність фінансових ресурсів, недосконалість чинного законодавства у сфері соціальної відповідальності бізнесу, складність оцінки економічної ефективності соціально відповідальної діяльності, а також відсутність належних стимулів для її розвитку.

Таблиця 1.1 – Сутність корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Ознака	Характеристика
Мета КСВ	Гармонійне поєднання економічних, соціальних та екологічних аспектів діяльності підприємства з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін
Суб'єкти КСВ	Акціонери, інвестори, фінансові інститути, партнери, споживачі, співробітники, громада.
Складові КСВ	Внутрішня, зовнішня.
Напрями впровадження КСВ: відповідальність щодо акціонерів відповідальність щодо персоналу відповідальність щодо споживачів відповідальність щодо суспільства	Оптимізація фінансових результатів та зростання доходів шляхом ефективного управління бізнесом у чесному конкурентному середовищі, відсутність будь-яких форм шахрайства. Гарантування права кожного працівника на вільне об'єднання у професійні спілки та активну участь у колективних переговорах; забезпечення рівноправного ставлення до всіх співробітників незалежно від расової приналежності, статі, віросповідання, національного або соціального походження, політичних поглядів чи віку; запобігання будь-яким формам дискримінації на робочому місці; сприяння розвитку командної роботи та взаємоповаги між колегами; створення комфортного, безпечного та продуктивного робочого середовища. Випуск та реалізація високоякісних товарів і надання послуг; надання достовірної, повної та прозорої інформації про характеристики продукції та послуг; гарантування збереження та захисту персональних даних споживачів. Підтримки регіональних постачальників і виробників; інвестування в розширення та диверсифікацію економічної діяльності на місцевому рівні; впровадження інноваційних технологій та підтримка ініціатив, що сприяють розвитку регіонів; реалізація та підтримка соціально значущих програм і проєктів, спрямованих на допомогу вразливим верствам населення; зменшення рівня всіх видів забруднень; розвиток і впровадження інноваційних технологій, орієнтованих на раціональне та ефективне використання енергетичних, водних та інших природних ресурсів.
Цілі впровадження КСВ	Забезпечення сталого розвитку; поліпшення соціального середовища; екологічна відповідальність; етичне ведення бізнесу; підвищення конкурентоспроможності.

Вплив цих факторів на підприємства залежить від їхнього розміру. Для малих підприємств основним стримуючим чинником є недосконалість законодавчої бази, що ускладнює дотримання КСВ-стандартів. Водночас середні та великі підприємства найбільше потерпають від нестачі фінансування, що обмежує їхню здатність реалізовувати соціально відповідальні ініціативи.

Що стосується причин впровадження КСВ, то їх можна поділити на такі основні групи [3]:

1. Економічні цілі. Запровадження КСВ у компанії нерідко пов'язане з прагненням отримати економічну вигоду. Основна мета полягає в тому, щоб підвищити конкурентоспроможність, залучити нових клієнтів та зміцнити їхню лояльність до бренду. Крім того, відповідальне управління постачальниками в межах ланцюга поставок відповідно до принципів КСВ відіграє важливу роль у забезпеченні стабільного розвитку бізнесу.

2. Внутрішня мотивація. Для малих і середніх підприємств важливим фактором є особисте бажання власників чи керівництва зробити позитивний внесок у суспільство та сталий розвиток. У таких компаніях КСВ часто впроваджується не для зовнішньої комунікації чи маркетингових цілей, а радше як спосіб дотримання внутрішніх етичних принципів.

3. Зовнішній тиск та суспільні очікування. Останніми роками корпоративна соціальна відповідальність перетворилася на необхідний стандарт для великих компаній. Громадськість, клієнти та інші зацікавлені сторони все частіше очікують від бізнесу активної участі у соціальних та екологічних ініціативах. Компанії, які не демонструють соціальної відповідальності, можуть стикатися з негативною реакцією та зниженням довіри з боку споживачів.

4. Залучення та мотивація співробітників. КСВ є важливим інструментом у боротьбі за таланти на ринку праці. Підприємства, які пропонують комфортні умови праці, підтримують рівні можливості, соціальні ініціативи та екологічну свідомість, сприймаються як привабливі роботодавці.

Це особливо актуально для невеликих організацій, де залученість співробітників значно впливає на рівень продуктивності та успішність бізнесу.

5. Оптимізація витрат. Впровадження КСВ допомагає не лише підвищити соціальну відповідальність компанії, а й суттєво зменшити витрати. Наприклад, інвестиції в енергоефективне обладнання або модернізація виробничих процесів дозволяють скоротити витрати на ресурси. Також економія може досягатися шляхом зменшення споживання паперу в офісах або переходу на цифровий документообіг, що одночасно сприяє захисту навколишнього середовища.

6. Відповідність законодавчим вимогам. Державні регулятори як на національному, так і на міжнародному рівнях активно впроваджують законодавчі ініціативи, спрямовані на посилення соціальної та екологічної відповідальності. Наприклад, у Німеччині діє Закон про ланцюг поставок, а також посилено Закон про захист клімату. На рівні ЄС, Європарламент ухвалив резолюцію від 10 березня 2021 року, яка містить рекомендації щодо корпоративної відповідальності та належної обачності компаній.

На сьогодні оцінювання корпоративної соціальної відповідальності здійснюється за різними показниками, які охоплюють економічні, соціальні та екологічні аспекти. Основні показники включають [4]:

1. Економічні показники:

1.1. Обсяг інвестицій у КСВ – загальна сума коштів, виділених на соціальні, екологічні та благодійні проєкти.

1.2. Дотримання етичних стандартів – наявність кодексу корпоративної етики, політики прозорості та антикорупційних заходів.

1.3. Рівень взаємодії з постачальниками та партнерами – впровадження принципів відповідального постачання.

1.4. Податкові виплати та фінансова підтримка громади – обсяг сплачених податків і внесків у місцеві бюджети.

2. Соціальні показники:

2.1. Умови праці та захист прав співробітників – рівень зарплат,

дотримання трудового законодавства, соціальні гарантії.

2.2. Рівень залученості працівників – наявність програм професійного розвитку, навчання та можливостей кар'єрного зростання.

2.3. Дотримання рівноправності та інклюзії – відсутність дискримінації, підтримка різноманітності в колективі.

2.4. Соціальні ініціативи – підтримка освітніх, культурних, спортивних і благодійних проєктів.

2.5. Відносини з клієнтами та якість обслуговування – рівень задоволеності споживачів, наявність механізмів зворотного зв'язку.

3. Екологічні показники:

3.1. Енергоефективність та споживання ресурсів – використання відновлюваних джерел енергії, заходи з енергозбереження.

3.2. Зменшення впливу на довкілля – скорочення викидів CO₂, управління відходами, мінімізація шкідливих викидів у повітря та воду.

3.3. Екологічні інновації – впровадження технологій для зниження екологічного сліду компанії.

3.4. Сертифікація екологічних стандартів – наявність екологічних сертифікатів (ISO 14001, EMAS).

4. Корпоративне управління:

4.1. Прозорість і підзвітність – регулярна публікація нефінансових звітів, відповідність міжнародним стандартам звітності (GRI, ESG).

4.2. Антикорупційна політика – впровадження заходів для боротьби з хабарництвом і корупцією.

4.3. Взаємодія із зацікавленими сторонами – активна співпраця з громадськими організаціями, державними установами та інвесторами [4].

Слід зазначити, що дані показники дають змогу оцінити рівень соціальної відповідальності підприємства та визначити напрямки для подальшого розвитку.

У 2011 році Центр «Розвиток КСВ» запровадив Індекс прозорості та підзвітності українських компаній щодо впровадження КСВ та інформування

громадськості. Цей індекс аналізує політику та результати її реалізації за кількома аспектами КСВ, використовуючи чотири основні критерії. На його основі формується національний рейтинг найбільш прозорих компаній України з різних секторів економіки.

З початком повномасштабної війни у 2022 році пріоритети корпоративної соціальної відповідальності змінилися. Чимало підприємств перенаправили свої ресурси на підтримку армії, допомогу внутрішньо переміщеним особам та відновлення інфраструктури. Це свідчить про збільшення значення КСВ в умовах криз, хоча точні суми витрат залишаються конфіденційними [5].

Отже, сучасний бізнес все більше усвідомлює важливість соціальної відповідальності, оскільки вона сприяє не лише розвитку суспільства, а й успіху самого підприємства в довгостроковій перспективі. Компанії, які враховують не лише економічні, але й соціальні та екологічні аспекти своєї діяльності, отримують значно ширшу підтримку в різних сферах. Разом з тим, встановлено, що перспективними кроками для стимулювання соціально-відповідальної діяльності українських підприємств можуть стати впровадження податкових стимулів, спрощення адміністративних та регуляторних процедур для бізнесу, а також активне залучення компаній до участі в соціальних і екологічних ініціативах, спрямованих на розвиток місцевих громад.

1.2 Особливості управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства

Поняття “соціальна відповідальність” є багатограним і вимагає впровадження комплексних підходів до ефективного управління. Зважаючи на складність цього процесу, на початкових етапах його реалізації важливо чітко розмежовувати внутрішню та зовнішню складові соціальної відповідальності.

Внутрішня соціальна відповідальність охоплює заходи, спрямовані на забезпечення гідних умов праці, соціального захисту працівників, професійного розвитку та підтримку корпоративної культури. Натомість зовнішня соціальна відповідальність передбачає взаємодію підприємства із суспільством,

включаючи благодійну діяльність, екологічну відповідальність, дотримання етичних стандартів у бізнесі та підтримку соціальних ініціатив.

Для ефективного впровадження соціальної відповідальності необхідно розробити та застосовувати відповідні управлінські інструменти. Це може включати механізми моніторингу та оцінки впливу КСВ-ініціатив, розробку стратегічних програм, створення системи мотивації для співробітників та налагодження партнерських відносин із громадськими організаціями, органами влади та іншими зацікавленими сторонами [7].

Для ефективного впровадження корпоративної соціальної відповідальності важливо розробити чітку стратегію, забезпечити її практичну реалізацію та налагодити комунікацію щодо КСВ-ініціатив. Крім того, значну роль відіграє відкритість до діалогу, здатність адаптуватися до змін і готовність до постійного навчання. З огляду на це вважаємо, що увагу варто приділити таким аспектам [7]:

1. Цінності як основа діяльності. Компанії, керівництво яких орієнтоване на цінності, зазвичай досягають більшого успіху в реалізації КСВ. Важливим фактором є безпосередня взаємодія між керівниками та співробітниками, що створює сприятливі умови для впровадження корпоративних принципів у повсякденну діяльність.

2. Ефективна комунікація. Спілкування щодо КСВ потребує збалансованого підходу. З одного боку, воно не повинно зводитися лише до рекламних заяв, а з іншого — про соціальні ініціативи компанії не слід мовчати. Для поширення інформації часто немає потреби у дорогих рекламних матеріалах — класичні PR-інструменти, соціальні мережі та радіо можуть бути ефективними для донесення ключових повідомлень.

3. Інтеграція КСВ у бізнес-стратегію. Корпоративна соціальна відповідальність не може успішно працювати без підтримки керівництва компанії. Особливо в середніх підприємствах саме управлінці виступають рушійною силою впровадження відповідальних практик. Важливо, щоб соціальні ініціативи були пов'язані з основною діяльністю бізнесу.

4. Оцінка ефективності КСВ. Для забезпечення довгострокового успіху корпоративної соціальної відповідальності необхідно систематично відстежувати результати реалізованих заходів. Наприклад, екологічні показники можна легко моніторити завдяки сучасним технологіям. Інші аспекти КСВ також можуть бути оцінені без значних зусиль – проведення опитувань серед ключових стейкхолдерів допоможе зробити досягнення більш видимими та ефективно повідомляти про успіхи.

У той час як великі корпорації вже мають значний досвід у сфері корпоративної соціальної відповідальності, середнім компаніям часто бракує чіткої стратегії для ефективного впровадження КСВ. Основна проблема полягає у відсутності системного підходу. Щоб успішно інтегрувати соціальну відповідальність у діяльність організації, важливо чітко усвідомлювати власні зобов'язання, прозоро формулювати цілі та відкрито повідомляти про вжиті заходи [8]. Разом з тим, варто звернути увагу на такі ключові моменти:

- Підтримка з боку керівництва. Стратегія КСВ має ґрунтуватися на підтримці вищого керівництва. Ідеально, якщо топ-менеджмент не лише ініціює, а й активно бере участь у впровадженні відповідальних ініціатив. Це дозволяє показати, що КСВ не є просто маркетинговою стратегією, а є невід'ємною частиною корпоративної культури.

- Інтеграція КСВ у загальну стратегію компанії. Соціальна відповідальність повинна охоплювати всі рівні діяльності організації. Важливо не лише заявити про прихильність до КСВ, але й активно втілювати відповідні заходи та комунікувати їхню значущість як для компанії, так і для суспільства. Першим кроком є визначення стратегічних цілей і їх інтеграція у корпоративну культуру. Так зване “добровільне зобов'язання” може включати принципи щодо якості продукції, захисту прав споживачів, екологічної відповідальності чи підтримки різноманітності.

- Залучення зацікавлених сторін. У процесі стратегічного планування важливо взаємодіяти з ключовими стейкхолдерами та підтримувати відкритий діалог. Це дозволяє отримати цінний зворотний зв'язок та визначити нові

можливості для розвитку КСВ-ініціатив. До основних зацікавлених сторін належать працівники, бізнес-партнери, постачальники, інвестори, споживачі, некомерційні організації, а також представники соціального, культурного та політичного середовища. Ефективне впровадження КСВ допомагає середнім компаніям не лише посилити свою конкурентоспроможність, а й створити позитивний імідж у суспільстві, що сприяє довгостроковому успіху бізнесу.

- Прозора комунікація відіграє центральну роль у стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Важливо забезпечити відкритість не лише після завершення ініціатив, а й на етапі їхнього планування. Постійне інформування про цілі та заходи як всередині компанії, так і для зовнішніх зацікавлених сторін сприяє зміцненню довіри та підвищенню ефективності реалізації КСВ.

- Співпраця та партнерство. Корпоративна соціальна відповідальність виходить за межі внутрішніх процесів компанії. Активна участь у громадських ініціативах, професійних асоціаціях та партнерських програмах дозволяє створювати спільні цінності. Важливо також залучати постачальників та ділових партнерів до реалізації спільних КСВ-цілей.

- Фокус на місцеві та регіональні потреби. Будь-яке підприємство є частиною свого соціального, культурного та економічного середовища. Тому стратегія КСВ має враховувати регіональні особливості та сприяти розвитку громади. Це може включати екологічні ініціативи, соціальні програми або підтримку місцевих освітніх і культурних проєктів.

- Чітка концепція КСВ. Ефективна реалізація КСВ потребує розробки чіткої концепції, яка міститиме визначені цілі, напрями та методи комунікації. Інтеграція КСВ у корпоративну стратегію допоможе зробити її невід'ємною частиною діяльності компанії. Важливу роль у цьому процесі відіграють системи управління, які встановлюють конкретні правила та стандарти.

- Постійний розвиток КСВ-проєктів. Впровадження КСВ – це динамічний процес, який потребує регулярного оновлення та вдосконалення. Компанія має адаптувати свої заходи до нових викликів, переглядати застарілі

стандарти та впроваджувати нові підходи, що відповідають сучасним вимогам сталого розвитку.

- Демонстрація успіху в сфері сталого розвитку. Висвітлення досягнень у сфері КСВ сприяє зміцненню довіри з боку клієнтів, партнерів і співробітників. Окрім публічної комунікації, вагомим підтвердженням відповідального підходу є отримання сертифікатів, які підтверджують відповідність міжнародним стандартам. Вони демонструють зразковий рівень управління та сприяють покращенню репутації компанії як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівнях [10].

Сертифікація дозволяє офіційно засвідчити, що компанія добровільно дотримується визначених стандартів. Використовуючи системи управління, підприємство може впроваджувати та контролювати якісні показники у сфері екології, соціальної відповідальності та взаємодії з зацікавленими сторонами. Це не лише підтверджує зобов'язання компанії, а й допомагає підвищити довіру до неї серед клієнтів і партнерів.

Для успішної реалізації КСВ, вона повинна відбуватися згідно принципів поданих на рисунку 1.1.

Встановлено, що для стимулювання розвитку КСВ серед українських компаній доцільно впровадити низку заходів. Зокрема, ефективними кроками можуть стати запровадження податкових пільг для соціально відповідального бізнесу, зниження адміністративного та регуляторного навантаження на підприємства, а також активне залучення бізнесу до реалізації соціальних та екологічних проєктів, спрямованих на розвиток місцевих громад [6].

За реалізацію та результати впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на підприємстві відповідають кілька ключових груп та осіб [8]:

1. Керівництво компанії (вищий рівень управління). Генеральний директор/вищий керівник компанії несе загальну відповідальність за впровадження КСВ у стратегію підприємства. Його роль полягає в тому, щоб ініціювати та підтримувати соціально-відповідальні ініціативи, забезпечити

ресурси для їх реалізації та контролювати результати. Рада директорів: вони забезпечують стратегічний напрямок і приймають ключові рішення щодо політики КСВ, затверджують бюджети та оцінюють ефективність діяльності в цій сфері [12].

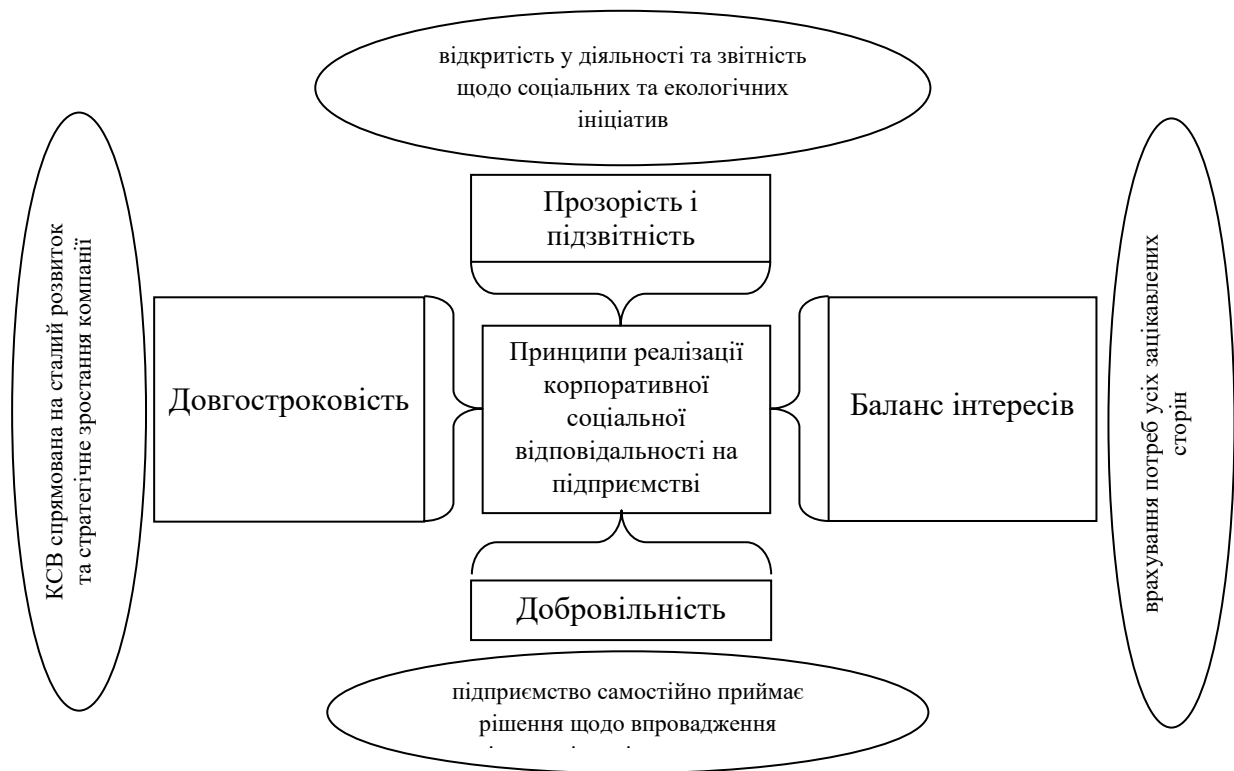


Рисунок 1.1 – Принципи реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

2. Відділ корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Багато компаній створюють спеціальні відділи або департаменти для управління КСВ. Цей відділ займається розробкою та впровадженням політик, планів і програм КСВ, координацією ініціатив та моніторингом їх виконання. Він також відповідає за взаємодію з іншими підрозділами компанії та за залучення партнерів для реалізації соціальних проєктів.

3. Фінансовий відділ. Фінансовий відділ має важливу роль у виділенні коштів на ініціативи КСВ, плануванні бюджету для проєктів, а також у забезпеченні ефективного використання ресурсів. Він контролює витрати та оцінює економічні результати від реалізації соціальних та екологічних проєктів.

4. HR-відділ (відділ управління персоналом). HR-відділ відіграє важливу роль у впровадженні ініціатив КСВ, які стосуються працівників, таких як програми навчання, розвитку, інклюзивність, рівні можливості, створення позитивного корпоративного середовища. Він також відповідає за залучення працівників до волонтерських ініціатив та інших соціальних програм компанії.

5. Маркетинговий та PR-відділи. Ці підрозділи компанії часто відповідають за комунікацію результатів КСВ зовнішнім зацікавленим сторонам, таким як споживачі, акціонери та громадськість. Вони створюють кампанії для підвищення обізнаності про соціально відповідальну діяльність, а також взаємодіють із ЗМІ та громадськими організаціями.

6. Менеджери проектів та відповідальні особи. Для кожної конкретної ініціативи КСВ можуть бути призначені відповідальні менеджери або проєктні команди, які забезпечують реалізацію програм та ініціатив, здійснюють нагляд за виконанням і оцінюють їх результати. Вони працюють безпосередньо над соціальними та екологічними проєктами компанії.

7. Співробітники. Важливою складовою реалізації КСВ є участь всіх співробітників компанії. Їх залучення до різноманітних ініціатив, волонтерських програм та діяльності, спрямованої на поліпшення умов праці та соціального середовища, є частиною корпоративної культури відповідальності.

8. Зовнішні партнери та консультанти. У разі необхідності компанії можуть залучати зовнішніх консультантів, експертів або партнерські організації для реалізації та оцінки програм КСВ, зокрема в питаннях екології, сталого розвитку, прав людини та інших аспектах [8].

Отже, управління КСВ це спільна відповідальність різних підрозділів і осіб на підприємстві. Залучення кожного рівня організації дозволяє досягти ефективних результатів та забезпечити сталий розвиток соціально відповідальних ініціатив. Разом з тим, нами було встановлено, що управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства має низку особливостей, що залежать від характеру діяльності компанії, її розміру, галузі та соціально-економічних умов.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТЗОВ “ЕЛЕКТРОКОНТАКТ УКРАЇНА”

2.1 Загальна характеристика господарської діяльності ТЗОВ “Електроконтакт Україна”

ТЗОВ “Електроконтакт Україна” засноване у 2007 році та знаходиться в м. Перемишляни, Львівської області. Дане товариство є одним із підрозділів німецької компанії під назвою “Elektrokontakt GmbH”, яка, в свою чергу, входить до всесвітньовідомого французького концерну “Nexans”. На момент створення товариства німецької стороною внесено статурний капітал у розмірі 402,839 млн. грн. [12].

Сферою діяльності самого французького концерну “Nexans” є виготовлення кабельної продукції – кабелів, кабельних систем для передавання енергії з допомогою надпровідників, кабельних систем для авіа- та автомобілета суднобудування, телекомунікаційних, енергетичних мереж, залізничного транспорту, промисловості нафтогазової, будівництва та житлового сектору. До складу концерну входить ряд підприємств-заводів, які знаходяться в більш як 30 країнах світу.

Історія розвитку та функціонування ТЗОВ “Електроконтакт Україна” почалася у 2007 році, тоді, коли було орендовано та відремонтовано виробничі площі відкритого акціонерного товариства “Перемишляни Агропостач”. Персонал досліджуваного товариства проходив відповідні навчання на підприємствах-заводах концерну за кордоном. У 2008 році започатковано випуск кабельних мереж для автівок марки BMW [13].

На основі укладеного договору оренди із Золочівським радіозаводом у 2011 році досліджуване товариство значно розширило виробничі потужності, відремонтувавши зруйновані та занедбані будівлі, цехи. Проведена реконструкція орендованих цехів дозволила започаткувати виготовлення

кабельної продукції не тільки для автомобілів BMW, але й автомобілів марок Opel та Mercedes [13].

У 2012 році у ТзОВ “Електроконтакт Україна” започатковано такий вид діяльності як нарізка проводів та комплектуючих. Також у 2014 році, орендовано та реконструйовано додаткові виробничі потужності у вигляді двох виробничих цехів у м. Золочеві, в один з яких здійснено запуск нових додаткових виробничих проектів Audi та Porsche. Розширення ТзОВ “Електроконтакт Україна” та функціонування Золочівського виробничого підрозділу дозволило у 2016 році добудувати ще один цех, де було встановлено додаткові конвеєрні лінії згідно виробничого проекту BMW. У цьому ж році відбулося будівництво нового адміністративного корпусу Перемишлянського виробничого підрозділу [13].

У 2017 році завершилося будівництво 3-го заводу (яке входить до складу ТзОВ “Електроконтакт Україна”), розташованого в м. Броди, де започатковано виробництво кабельних мереж для концерну BMW. За десятиліття існування досліджуваного товариства “Електроконтакт Україна” було створено понад 2500 робочих місць у регіоні. Досліджуване товариство планує здійснити будівництво другої черги Бродівського виробничого підрозділу та запустити випуск кабельної продукції для нових покупців [13].

ТзОВ “Електроконтакт Україна” позиціонує себе як соціально відповідальне підприємство, яке забезпечує свій персонал додатковими благами: забезпечення транспортування співробітників на робочі місця, пільгами на харчування у їдальні, направлення на курси з вивчення іноземних мов – англійської та німецької, безкоштовне медичне страхування для співробітників, які працюють більше 1-го року, функціонування здоровопункту на території заводу з лікарями, створено належні умови праці, які відповідають встановленим нормам [13].

Отже, основним видом діяльності ТзОВ “Електроконтакт Україна” є вид за КВЕДом 29.32 під назвою “Виготовлення вузлів, деталей і приладдя для автотранспортних засобів”. Серед інших видів діяльності даного підприємства

слід вказати на випуск іншого електричного, електронного устаткування для автотранспортних засобів, а також електророзподільчої та контрольної апаратури [12].

Склад відокремлених підрозділів ТЗОВ “Електроконтакт Україна” зображено на рисунку 2.1.

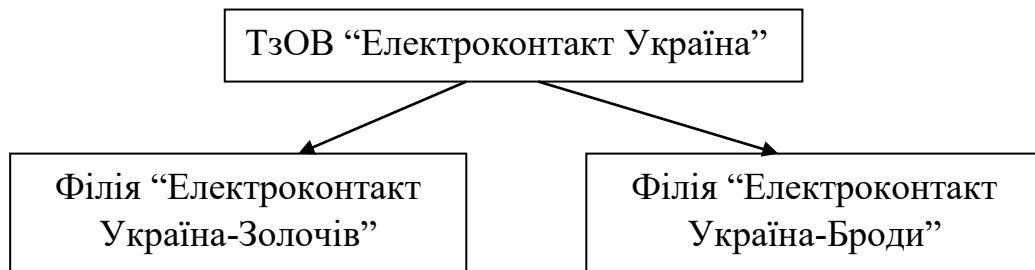


Рисунок 2.1 – Філіали ТЗОВ “Електроконтакт Україна”

Досліджуване товариство “Електроконтакт Україна” здійснює виготовлення та продаж кабельно-провідникової продукції для автомобілів під логотипом – рисунок 2.2.



Рисунок 2.2 – Логотип ТЗОВ “Електроконтакт Україна”

Серед підприємств-виробників, які займаються аналогічним видом діяльності і становлять конкуренцію для досліджуваного товариства слід вказати на:

- ТЗОВ “ОДВ-ЕЛЕКТРИК”, яке знаходиться у м. Новий Розділ та є виробником кабельної продукції (кабельні джгути, соленоїди, мехатронні системи) для автомобільної галузі, зокрема для таких автомобілів як Volvo, Volkswagen, Opel, Porsche, BMW;

- ТОВ “СЕ Борднетце-Україна”, яке знаходиться в м. Тернополі та має філії у м. Чортків, м. Чернівці, займається випуском кабельно-провідникової продукції для автомобілів таких марок як Volkswagen, Audi, Porsche та ін.;

- ТзОВ “ЛЕОНІ Ваерінг Системс УА ГмбХ” розташоване у м. Коломия та займається розробкою і виготовленням комплексних бортових систем з інтегрованою електронікою, кабельних мереж для комплектування автомобілів світових брендів Opel, Porsche, Volkswagen, Audi, Lamborghini, MAN SE, BMW та Mercedes;

- ТОВ “Кромберг енд Шуберт” має два заводи-виробники у м. Житомирі та у Волинській області, де здійснюється виготовлення електричних бортових кабельних системи для автомобілів Volkswagen, BMW, Mercedes та Audi;

- ТОВ “Костал Україна” знаходиться в м. Переяславі та здійснює випуск електроніки для автомобілів – кермових колонок, перемикачів, контактних систем для компаній-клієнтів таких як Ford, Audi, DAG, VW, Skoda, Renault, Lamborghini, SEAT та BMW;

- ТОВ “Ядзакі Україна” є частиною іноземної корпорації “YAZAKI”, створеною у 2022 році, що здійснює випуск комплектуючих та електрокабельної продукції для автомобілебудівної галузі поблизу м. Ужгород. Завдяки вдалому географічному становищу, це товариство здійснює постачання продукції для автомобільної індустрії, зокрема компанії BMW [14].

За даними дослідження Forbes понад 60 тис. українських працівників забезпечують виконання контрактів поставки кабельно-провідникової продукції, електронних систем та інших деталей для автомобілів для 22 світових виробників автомобільної галузі.

У таблиці 2.1 показано характеристику основних вітчизняних виробників (які створені на основі іноземного капіталу) комплектування для світових автоконцернів за назвою компанії, видом продукції, кількістю виробництв та робочих місць та для яких автомобільних брендів здійснюється постачання продукції [15].

Таблиця 2.1 – Топ вітчизняних виробників комплектування для світових авто концернів станом на кінець 2023 р.

Назва компанії	Вид продукції	Кількість виробництв	Кількість робочих місць	Основні іноземні замовники
1.LEONI	кабельні мережі	2	6000	   
2. SEBN	кабельні мережі	4	6000	
3. BADER	шкіряні оббивки	2	3800	 
4.KROMBERG & SCHUBERT	кабельні мережі	2	3000	
5. NEXANS	кабельні мережі	3	2500	   
6. PRETTL	кабельні мережі	2	2000	   
7. YAZAKI	кабельні мережі	1	1300	
8. ODW ELEKTRIK	кабельні мережі	1	1300	    
9. APTIV	кабельні мережі	1	1000	   

З наведених даних таблиці видно, що ТзОВ “Електроконтакт Україна”, яке створене автоконцерном NEXANS є соціально відповідальним, адже кількість створених робочих місць у регіоні складає більше ніж 2500.

Загалом з проведеного дослідження видно, що багато іноземних компаній, які працюють у галузі виробництва автомобілів зосередили свої інвестиції на вкладенні у підприємства-виробники комплектуючих до автомобілів саме у західному регіоні України. Це пояснюється тим, що існує логістична близькість до кінцевих споживачів, якими є країни ЄС. Згідно статистичних даних, українські підприємства-виробники кабельно-провідникової продукції, електроніки та іншої продукції для автомобілів забезпечують понад 20% постачань на європейський ринок. Крім цього,

близько 75% електричних джгутів для європейських автомобілів виготовляють вітчизняні підприємства. Кабельні мережі постачаються на автомобільні заводи більше ніж 12-ти країн Європейського Союзу, де здійснюється комплектування моделей автомобілів відомих світових брендів [14].

Успішна діяльність досліджуваного ТзОВ “Електроконтакт Україна” характеризується рядом фінансових показників, які проаналізовано з допомогою показників динаміки у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Основні фінансові показники господарювання ТзОВ “Електроконтакт Україна” у 2023-2024 рр.

Фінансові показники	2023	2024	Абсолютне відхилення, (+/-)	Темп приросту, %
1. Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	687,43	712,33	24,9	3,6
2. Обсяг чистого прибутку / збитку, млн. грн.	-99,54	-63,22	-36,32	-36,5
3. Середньорічна вартість оборотних та необоротних активів, млн. грн.	1049,51	1011,91	-37,6	-3,6
4. Середньорічна вартість зобов'язань, млн. грн.	80,44	91,32	10,88	13,5

Фінансові показники господарювання товариства “Електроконтакт Україна” свідчать про те, що у 2024 р. порівняно із 2023 р. мало місце зростання обсягу реалізованої продукції, а отже і доходу від реалізації на 24,9 млн. грн. або 3,6%. Основними причинами такого зростання стало покращення логістичних ланцюжків постачання ресурсів, сировини, а також готової кабельної продукції не зважаючи на війну в країні; стабілізація обсягів виробництва світових автоконцернів. Також, можна побачити, що товариство було збитковим у 2023-2024 роках, однак, розмір збитку у 2024 р. порівняно із 2023 роком знизився на 36,5%. Динаміка середньорічної вартості оборотних та необоротних активів показала зниження за досліджуваний період на 37,6 млн.

грн. або 3,6%. Щодо динаміки середньорічної вартості зобов'язань за період 2023-2024 роках, то тут має місце їхнє зростання на 10,88 млн. грн. або 13,5%.

ТзОВ “Електроконтакт Україна” є роботодавцем для Львівщини, забезпечуючи робочими місцями багатьох місцевих жителів. Так, у 2021 році середньорічна чисельність працюючих на досліджуваному підприємстві становила 2470 осіб; у 2022 році – 2467 осіб, у 2023 році – 1757 осіб, у 2024 році – 1449 осіб. Порівняльну динаміку кількості працівників даного підприємства зображено на рисунку 2.3.

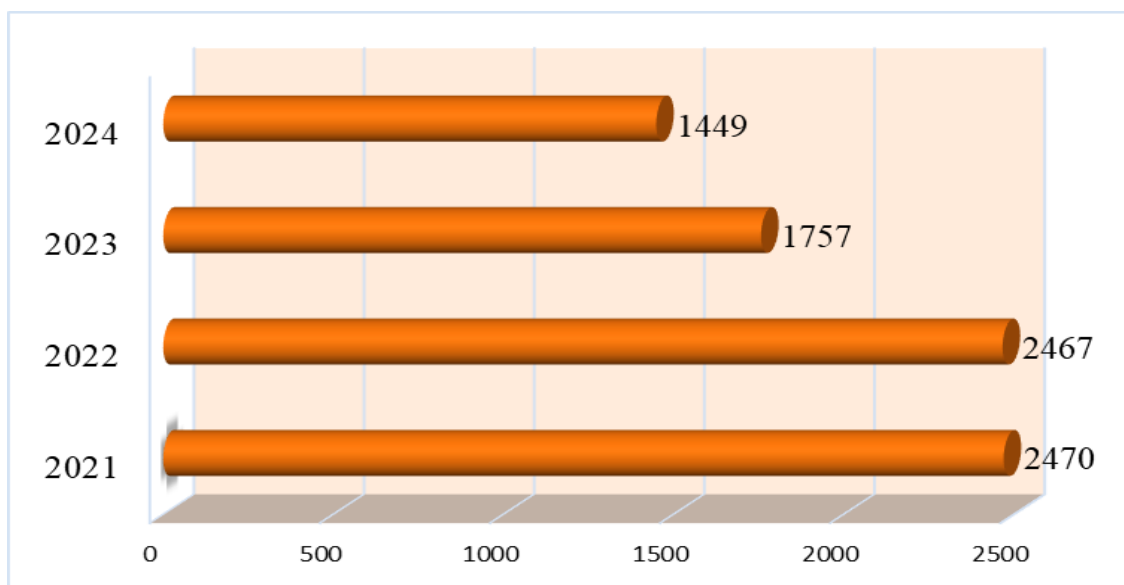


Рисунок 2.3 – Порівняльна динаміка кількості працівників
ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Динаміка чисельності персоналу ТзОВ “Електроконтакт Україна” свідчить про скорочення чисельності працівників за період 2021-2022 рр. на 3 особи, тоді як за період 2022-2023 рр. – на 710 осіб та за період 2023-2024 рр. – на 308 осіб, що стало негативною динамікою. Скорочення числа працівників пов'язано із економічною ситуацією, війною в Україні, оскільки відбулося зменшилася чисельність працівників чоловічої статі, також мало місце зменшення працівників жіночої статі за рахунок виїзду закордон. Ці фактори негативно позначилися на якості трудових ресурсів підприємства.

Структура товариства “Електроконтакт Україна” представлена трьома управлінськими рівнями на чолі з директором, який здійснює стратегічне планування господарської діяльності заводу, організування усіх важливих бізнес-процесів, мотивування та розвиток персоналу, контроль динаміки показників ефективності та ключових аспектів роботи підприємства. Схематичне зображення організаційної структури управління досліджуваного заводу “Електроконтакт Україна” подана на рисунку 2.4.



Рисунок 2.4 – Структура управління ТзОВ “Електроконтакт Україна”

В рамках структури управління здійснюються управлінські, основні та допоміжні процеси, починаючи від закупівля матеріалів і завершуючи відправленням готової кабельної продукції з метою задоволення попиту замовника та вчасного виконання зобов'язань.

2.2 Аналіз процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю досліджуваного підприємства

ТзОВ “Електроконтакт Україна” позиціонує себе як соціально-відповідальний завод, який здійснює інтеграцію кліматичних та екологічних умов функціонування у стратегію підприємства, дбає про безпеку та здоров’я кожного працівника, допомагає їм у розвитку професійних здібностей, розкритті трудового, творчого потенціалів та кар’єрного зростання.

Як зазначалося вище, ТзОВ “Електроконтакт Україна” відноситься до французького концерну Nexans, яке також позиціонує свою діяльність як соціально відповідальну, ґрунтовану на стратегії сталого розвитку, то досліджуване товариство дотримується аналогічних принципів. Стратегія сталого розвитку концерну Nexans поєднує відповідальність за навколишнє середовище, економічну ефективність та соціальну заможність задля формування сталого майбутнього електрифікації. В рамках стратегії сталого розвитку даного концерну визначено підхід корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), в якому зазначено його мету – виготовлення продукції та надання послуг, корисних для навколишнього середовища та суспільства в цілому, а також створення стійкої бізнес-моделі [17].

Розвиток підходу КСВ концерну Nexans охоплював певні етапи:

1) приєднання до Глобального договору ООН у 2008 році та використання його фундаментом для КСВ. Серед пріоритетів корпоративної соціальної відповідальності слід вказати на кілька цілей сталого розвитку (ЦСР), зокрема: ЦСР 9 (промисловість, інновації та інфраструктура), ЦСР 12 (відповідальне споживання та виробництво) і ЦСР 13 (кліматичні дії);

2) приєднання до Carbon Disclosure Project (CDP), яка є організацією, що представляє інформацію про навколишнє середовище та констатувала непохитну прихильність концерну до захисту клімату та екологічної прозорості;

3) прагнення досягти “Zero emmissions” (нуль викидів) до 2050 року відповідно до ініціативи науково обґрунтованих цілей;

4) приєднання до індексу CAC SBT 1,5°, що є новою орієнтованою на клімат версії CAC 40, призначеної для організацій, цільові показники скорочення викидів яких визнані такими, що відповідають Паризької угоді;

5) сертифікація Corper Mark ливарних підприємств в Монреалі (Канада) та Ленс (Франція) за глобальною програмою, яка сприяє застосуванню відповідальних практик у мідній промисловості, зокрема тим, які спрямовані на зменшення викидів CO₂, обмеження споживання енергії та використання чистіших технологій видобутку. Об'єкти оцінювали за 32 міжнародними критеріями стійкості, що стосуються соціальних, екологічних стандартів і стандартів управління [17].

Стратегія сталого розвитку французького концерну Nexans зосереджена на трьох пріоритетних сферах: навколишнє середовище, люди та культура та ділова етика в нашій екосистемі. Концерн вкладає кошти у сталу електрифікацію, що включає справедливий доступ до відновлюваних джерел енергії, через фонд Nexans, а також різні благодійні ініціативи. Крім цього, концерн розширює можливості для персоналу, сприяючи професійному розвитку команд через роботу навчального центру експертів, які пропонують як внутрішні, так і зовнішні програми для підтримки кар'єри співробітників. Завдяки щорічному опитуванню здійснюється з'ясування потреб щодо інформації, навчання, безпеки на робочому місці [17].

Основним показники дотримання стратегії корпоративної соціальної відповідальності концерну Nexans у 2024 році були:

- 1) на 36% відбулося скорочення викидів парникових газів (сфери 1, 2 і 3);
- 2) 75% від доходу від реалізації продукції були спрямовані на підвищення ефективності використання енергії;
- 3) на 80% відбулося скорочення відходів виробництва;
- 4) 13 проектів сталої електрифікації профінансовано Фондом Nexans [17].

Діяльність щодо захисту навколишнього середовища концерну Nexans сконцентрована на:

- розвитку ринку електрифікації, враховуючи питання клімату.

- використанні підходу до економіки замкнутого циклу та методів виробництва з низьким вмістом вуглецю, повторного використання відпрацьованих матеріалів через відновлення кабелів для переробки міді та алюмінію;
- вимірюванні впливу діяльності на навколишнє середовище, щоб забезпечити постійне вдосконалення [17].

Зважаючи на те, що ТзОВ “Електроконтакт Україна” відноситься до французького концерну Nexans, то корпоративна соціальна відповідальність також в центрі уваги менеджменту підприємства. Дотримання КСВ на підприємстві відбувається згідно такого документу як Директива корпоративної соціальної відповідальності, а також Положення про політику довкілля, охорони здоров’я і безпеки праці товариства, а також Принципів культури якості [18]. Культура якості досліджуваного ТзОВ “Електроконтакт Україна” базується на певних аспектах, які охарактеризовано у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Ключові аспекти культури якості ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Аспект	Характеристика
1. Персонал	професійний та компетентний персонал, який піклується про дотримання високих стандартів якості
2. Інтеграція замовника	зміцнення взаємозв’язків із замовниками через ефективне управління взаємовідносинами з клієнтами та комунікацію
3. Планомірна співпраця із постачальниками	обрання постачальників та співпраця з ними здійснюється на основі багатофункціонального та послідовного використання управлінських методів
4. Постійне покращення	залучення всього персоналу у процеси покращення через відкрите обговорення, систематичний аналіз
5. Стандарти у процесах і проектах	використання перевірених методів, інструментів та процедур у бізнес-процесах
6. Чітка звітність	забезпечення взірцевої та першокласної якості продукції за допомогою послідовної та стандартизованої інформаційної системи
7. Методи	стандартизовані, постійне наслідування результативних областей діяльності

Для реалізації політики довкілля ТЗОВ “Електроконтакт Україна” розроблено та впроваджено Положення про політику довкілля, охорони здоров’я і безпеку праці товариства. Згідно даного Положення безпека праці, робочого місця та збереження навколишнього середовища є основними цінностями діяльності товариства. У Положенні прописано основні цілі, які стосуються таких аспектів як вторинна сировина, енергія, альтернативні ресурси, виробничий брухт та інше (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Основні цілі щодо політики довкілля, охорони здоров’я і безпека праці товариства “Електроконтакт Україна”

№	Основні цілі
1.	мінімізація використання традиційних джерел енергії та надання пріоритету відновлюваним джерелам
2.	мінімізація використання традиційних ресурсів та надання пріоритету альтернативним ресурсам
3.	збільшення питомої ваги вторинної переробки матеріалів з метою технічного застосування
4.	зменшення обсягів виробничого брухту
5.	скорочення викидів CO ₂
6.	удосконалення системи менеджмент навколишнього середовища та менеджменту охорони здоров’я

У Директиві корпоративної соціальної відповідальності ТЗОВ “Електроконтакт Україна” (Додаток В) зазначено, що товариство дотримується загальної домовленості ООН та здійснює впровадження принципів КСВ у свою корпоративну стратегію через залучення усього персоналу до впровадження принципів Директиви у власну діяльність та сфери впливу товариства – етику та ділову поведінку (боротьба з корупцією, подарунки та запрошення, антиконкурентна політика, конфлікт інтересів), навколишнє середовище та продукцію (захист довкілля, відповідальність за продукцію), права працівника та умови праці (праця, різноманітність та справедливість, трудові відносини, умови праці та навчання, здоров’я та безпека), закупівлі (конфліктні мінерали) (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Характеристика аспектів корпоративної соціальної відповідальності згідно Директиви КСВ ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Аспект КСВ	Характеристика
Етика та ділова поведінка	
Боротьба з корупцією	Корупційні прояви не сумісні з політикою підприємства Електроконтакт та її підтримкою договору ООН, тому персонал дотримується антикорупційних правил
Подарунки та запрошення	Персонал не може приймати та пропонувати подарунки, які суперечать правилам ділового етикету та поведінки
Антиконкурентна політика	Персонал підприємства працює з урахуванням принципів чесної конкуренції, при дотриманні чинного законодавства та правил
Конфлікт інтересів	Персонал не бере участі в ухваленні тих рішень, які можуть супроводжуватися конфліктом інтересів
Довкілля на продукція	
Захист довкілля	Підприємство зобов’язане мінімізувати вплив на довкілля, ухвалювати рішення з енергозбереження, дотримуватися законодавства у сфері охорони навколишнього середовища
Відповідальність за продукцію	Персонал бере до уваги усі екологічні та безпекові умови виготовлення продукції, зазначає точну інформацію про продукцію та її вплив на довкілля
Права працівника та умови праці	
Праця	Підприємство дотримується усіх вітчизняних та міжнародних законів у галузі захисту прав людини та праці
Різноманітність та справедливість	Підприємство дотримується рівних правовідносин, де до працівника ставляться гідно, справедливо, а також гарантує безпечне робоче місце (від дискримінації, конфліктів та надмірних стресів)
Трудові відносини,	Персонал підприємства має право приєднуватися до профспілок з метою захисту трудових інтересів
Умови праці та навчання	Підприємство дотримується умов чинного законодавства щодо режиму праці, робочого часу, мінімальної оплати праці, програм підвищення кваліфікації та ін.
Здоров’я та безпека	Підприємство вкладає кошти у превентивні заходи для підтримки безпеки та здоров’я працівників на робочих місцях
Закупівлі	
Конфліктні мінерали	Підприємство при виготовленні продукції не використовує конфліктні матеріали (та матеріали, які добуваються у зонах військових конфліктів)

Працівники ТзОВ “Електроконтакт Україна” зобов’язані повідомляти

безпосереднього керівника про порушення КСВ, а також можуть вносити свої пропозиції для покращення КСВ через спеціальні поштові скриньки.

Досліджуване товариство забезпечує соціальними гарантіями своїх працівників: офіційним працевлаштуванням, комфортними умовами роботи, безкоштовним медичним страхуванням, харчуванням, довозенням на роботу й додому (рис. 2.5).

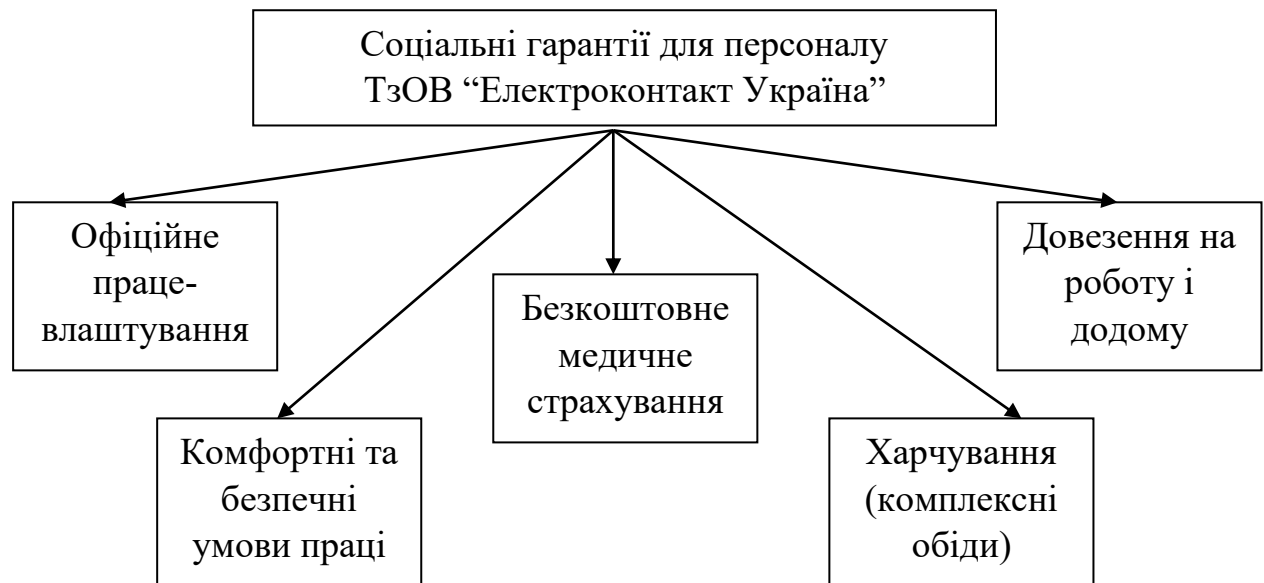


Рисунок 2.5 – Основні елементи соціальної відповідальності
ТзОВ "Електроконтакт Україна" щодо персоналу

Офіційне працевлаштування здійснюється тоді, коли особа пройшла відповідне 5-ти денне базове навчання. Відбувається працевлаштуємо осіб від 18 років по трудовій книжці. Крім цього молоді особи віком 16-18 років приймаються на роботу сезонного характеру в канікулярний період.

Підприємство забезпечує персонал комфортними та безпечними умовами праці та робочими місцями, об лаштованими відповідно до вимог законодавча. Праця на виробничих лініях зумовлює потребу працювати стоячи та досягати потрібний матеріал, тому що 2 години передбачена перерва для відпочинку працівників. Крім цього передбачені сидячі місця на виробничих лініях для осіб передпенсійного віку, працівників з інвалідністю та вагітних жінок.

На підприємстві є корпоративна бібліотека, яка розширюється та поповнюється щороку, де працівники можуть обрати для себе цікаві та надихаючі книжки.

На досліджуваному товаристві затверджено 8-ми годинний робочий день та робочий тиждень – з понеділка по п'ятницю. Іноді, у зв'язку з виробничою необхідністю, субота може бути робочою, однак за роботу у вихідний вона оплачується понаднормово (у подвійному розмірі). Підприємство працює безперервно у тризмінному режимі.

На території ТзОВ “Електроконтакт Україна” функціонує здоровопункт з цілодобовим чергуванням лікарів, тому підприємство дбає про здоров'я персоналу. З 1 січня 2017 року підприємство гарантує безкоштовне медичне страхуванням персоналу, які працюють більше 1-го року.

Дане товариство забезпечує персонал комплексними обідами, які готується в їдальні. Обід включає в себе першу страву, гарнір, салат, м'ясну страву, напій, хліб та десерт.

ТзОВ “Електроконтакт Україна” забезпечує довозення працівників до Перемишлянського виробничого підрозділу із 27-ми населених пунктів, Золочівського виробничого підрозділу із 43-ої населених пунктів, Бродівського виробничого підрозділу із 61-го населеного пункту.

Досліджуване товариство також здійснює бронювання критично важливих військовозобов'язаних працівників, забезпечуючи підтримку та гарантії для них.

Підприємство мотивує працівників зарплатою та виплатою преміальних, розмір яких залежить від показників роботи. Оплата праці включає оклад та додаткові премії (30% до окладу за продуктивність, якість та присутність), доплати та надбавки (90% до окладу за роботу в нічний час, подвійний оклад – за роботу у вихідні та святкові дні). Для ново прийнятого персоналу, який розпочав роботу на підприємстві встановлено форму доплат – до продуктивності у перші 3 місяці.

Заробітна плата на підприємстві виплачується двічі на місяць: аванс – до

20-го числа поточного місяця, остаточна оплата (кошти за відпрацьований час протягом другої половини місяця включно з усіма видами надбавок та премій за весь місяць) – до 7-го числа наступного місця. Зарплата нараховується на банківський рахунок працівника. Працівник має право отримувати розрахункові листи із заробітної плати, де зазначено всі нарахування та утримання.

Здійснено дослідження фонду оплати праці персоналу ТзОВ “Електроконтакт Україна” за даними поданими у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Динаміка фонду оплати праці персоналу ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Фонд оплати праці, тис. грн.	2023	2024	Абсолютне відхилення, (+/-)	Темп приросту, %
1. Основна зарплата	195334,82	226060,97	30726,15	15,7
2. Додаткова зарплата, в т.ч.:	96209,69	106381,63	10171,95	10,6
2.1 премії	69970,68	74799,59	4828,91	6,9
2.2 надбавки	14577,23	18284,34	3707,12	25,4
2.3 доплати	11661,78	13297,70	1635,92	14,0
Всього ФОП	291544,5	332442,6	40898,1	14,0

За даними таблиці можна побачити, що розмір основної зарплати у 2024 р. порівняно із 2023 р. зріс на 30726,15 тис. грн. або на 15,7%; розмір додаткової зарплати збільшився на 10471,95 тис. грн. або 10,6%. У складі додаткового фонду оплати праці на досліджуваному підприємстві можна побачити три складові – преміальні виплати, виплати надбавок та доплат. Так, обсяг преміальних виплат за період 2023-2024 рр. зріс на 4828,91 тис. грн. або 6,9%; надбавок – на 3707,12 тис. грн. або 25,4%; доплат – на 1635,92 тис. грн. або 14%. Загалом, фонд оплати праці, який включає основні та додаткові виплати збільшився на 40898,1 тис. грн. або на 14% за аналізований період, що свідчить про те, що ТзОВ “Електроконтакт Україна” є відповідальним у виплаті зарплати та доплат своїм працівникам.

Також, вивчимо структуру фонду оплати праці персоналу ТзОВ “Електроконтакт Україна” за даними поданими у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Результати аналізу структури фонду оплати праці персоналу ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Фонд оплати праці, тис. грн.	2023	Структура у 2023 р., %	2024	Структура у 2024 р., %
1. Основна зарплата	195335	67,0	226061	68,0
2. Додаткова зарплата, в т.ч.:	96210	33,0	106381,6	32,0
2.1 премії	69971	24,0	74799,59	22,5
2.2 надбавки	14577	5,0	18284,34	5,5
2.3 доплати	11662	4,0	13297,7	4,0
Всього ФОП	291545	100,0	332442,6	100,0

Щодо структури фонду зарплати, то тут можна побачити, що питома вага основного заробітку персоналу підприємства становила 67% у 2023 р. та 67% у 2024 р. Питома вага додаткового заробітку становила 33% та 32% відповідно у 2023 р. та 2024 р. Питома вага преміальних виплат коливалася від 24% до 22,5%; надбавок – від 5% до 5,5% за період 2023-2024 рр. Питома вага доплат була на рівні 4% за обидва роки.

Крім цього, середній зарбіток по підприємству у 2023 р. становив 13,73 тис. грн. (чисельність працівників 1757 ос.), у 2024 р. – 14,52 тис. грн. (чисельність працівників 1908 ос.). Це також вказує на соціальну орієнтацію досліджуваного підприємства, адже не зважаючи на складні часи йому вдалося працевлаштувати на 151 ос. більше у 2024 р. ніж у 2023 р.

Також, у стратегічних планах заводу “Електроконтакт Україна” передбачено здійснення масштабного розширення, тобто будівництво нових виробничих підрозділів для виготовлення кабельних мереж під замовлення. Досліджуване підприємство має сторінку у соціальних мережах Facebook [19] та Instagram [20], де публікує інформацію про роботу підприємства, відкриті вакансії, підсумки року, привітання колег та ін.

РОЗДІЛ 3

ПОШУК ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТЗОВ “ЕЛЕКТРОКОНТАКТ УКРАЇНА”

3.1 Впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному підприємстві

У попередньому розділі роботи здійснено дослідження системи управління корпоративною соціальною відповідальністю, з якого стає зрозумілим, що на досліджуваному ТЗОВ “Електроконтакт Україна” уже існують елементи КСВ запозичені у материнської компанії Nexans, однак існує потреба у розробці та впровадженні власного Кодексу КСВ та представленні його на сайті підприємства. Для того, щоб зрозуміти, які складові має містити новий Кодекс КСВ нами здійснено SWOT-аналіз існуючої системи управління КСВ досліджуваного підприємства, результати якого подано у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Підсумки щодо SWOT-аналізу існуючої системи управління КСВ ТЗОВ “Електроконтакт Україна”

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Розуміння керівництвом підприємства потреби у розвитку КСВ 2. Документи, які стосуються КСВ: Директива КСВ, Положення про політику довкілля, охорони здоров’я і безпеку праці товариства 3. Розроблено принципи культури якості	1. Не передбачено у структурі управління посадової особи, яка би займалася питаннями КСВ на підприємстві 2. Положення Директиви КСВ, а також політики довкілля, охорони здоров’я і безпеку праці запозичено у материнської компанії Nexans
Можливості	Загрози
1. Розробка власного Кодексу КСВ з урахуванням реальних потреб підприємства 2. Підвищення репутації підприємства 3. Оптимізація внутрішніх процесів та утримання перспективних працівників	1. Нерозуміння або супротив з боку персоналу новому Кодексу КСВ 2. Фінансові та часові витрати на впровадження Кодексу та комунікаційної роботи із працівниками

Отже, сильними сторонами існуючої системи управління КСВ досліджуваного ТЗОВ “Електроконтакт Україна” є:

- підтримка з боку керівництва, тобто активна участь топ-менеджменту у розвитку КСВ-політики сприяє її реалізації на всіх рівнях підприємства через відповідні Директиви, Положення та принципи;

- наявність чіткої структури управління, що дасть змогу призначати відповідальних осіб за КСВ дозволить систематизувати діяльність й здійснювати ефективний моніторинг результатів;

- політика забезпечення соціальними гарантіями кадрів: офіційне працевлаштування, належні умови роботи, медичне страхування, харчування, налагодження довозення працівників на роботу й додому.

Сильні сторони системи управління КСВ підсилюються можливостями, які досліджуване підприємство може використати, зокрема:

- можливості інтеграції Кодексу КСВ у загальну стратегію підприємства, що це забезпечить узгодженість дій, стабільність ініціатив та ефективне управління;

- підвищення репутації підприємства, формування його позитивного іміджу серед існуючих працівників, новоприбулих працівників, партнерів і споживачів;

- залучення інвестицій з боку закордонних партнерів, які дедалі частіше орієнтуються на ESG-критерії (екологічні, соціальні та управлінські показники);

- оптимізація внутрішніх процесів через інтеграцію принципів КСВ сприятиме зниженню витрат, підвищенню енергоефективності та поліпшенню трудових відносин;

- залучення та утримання талантів через хороші умови праці, розвиток персоналу та соціальні цінності;

- можливість представлення нефінансової звітності (наприклад, за стандартами ESG) сприятиме зміцненню репутації підприємства на місцевому та національному рівнях.

Аргументуючи існування слабких сторін існуючої системи управління КСВ ТЗОВ “Електроконтакт Україна” слід зупинитися на детальному роз’ясненні:

- відсутність Кодексу КСВ та його інтеграції у загальну стратегію підприємства може викликати несистемне впровадження ініціатив, зниження його ефективності та сприйняття зовнішнім середовищем;

- положення Директиви КСВ, а також політики довкілля, охорони здоров’я і безпеки праці запозичено у материнської компанії Nexans, що викликає потребу у їх пристосуванні до реальних умов функціонування підприємства (виклики воєнного часу, економічна нестабільність).

Слабкі сторони системи управління КСВ даного підприємства підсилюються загрозами з боку:

- персоналу через їхнє нерозуміння або супротив новому Кодексу КСВ;
- внутрішньої комунікації щодо ініціатив КСВ;
- фінансових та часових витрат на впровадження Кодексу та комунікаційної роботи із працівниками;
- відсутності системи оцінювання впливу КСВ на діяльність підприємства.

Зважаючи на проведений аналіз існуючої системи управління КСВ ТЗОВ “Електроконтакт Україна” ми розробили декілька пропозицій щодо її покращення:

- 1) призначення відповідальних осіб за розробку та впровадження нового Кодексу КСВ;

- 2) розробка та впровадження в дію нового Кодексу КСВ на підприємстві.

Відповідальність за реалізацію Кодексу корпоративної соціальної відповідальності на ТЗОВ “Електроконтакт Україна”, як правило, варто розподілити між кількома рівнями управління. До цього процесу пропонуємо залучити таких учасників:

1. Директор, на якого буде покладено стратегічну відповідальність за інтеграцію КСВ у загальну стратегію підприємства, визначення пріоритетних

напрямів КСВ та затвердження бюджетів на відповідні програми.

2. Відділ управління персоналом, у складі якого доцільно затвердити посаду фахівця із КСВ, який буде займатися розробкою положень Кодексу, відповідати за соціальний аспект КСВ, проводити моніторинг ефективності заходів із КСВ, координувати всю діяльність у сфері корпоративної відповідальності, інформаційний супровід КСВ-діяльності.

3. Відділ охорони праці матиме додаткові обов'язки щодо екологічної та технічної відповідальності, дотриманням екологічних стандартів, зменшенням впливу на довкілля, питаннями енергоефективності та управлінням відходами.

4. Усі працівники залучатимуться до реалізації окремих ініціатив КСВ, оскільки вони є безпосередніми учасниками формування соціально відповідального середовища на підприємстві.

Також, нами рекомендовано складові, на розробці яких варто зосередити увагу фахівцю із КСВ у новому Кодексі (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Рекомендовані складові Кодексу КСВ ТЗОВ “Електроконтакт Україна”

№	Складові Кодексу КСВ	Коротка характеристика
1	2	3
1.	Економічна результативність	тут доцільно висвітлювати економічні результати господарювання, які мають вплив на розмір податків та платежів до держбюджету, економічні впливи та політику залучення інвестицій, економічне забезпечення зобов'язань підприємства щодо соцвиплат, ін.
2.	Відповідальність перед споживачами за продукцію	тут варто подавати повну інформацію щодо відповідності продукції встановленим законодавчим, екологічним, міжнародним вимогам щодо впливу на здоров'я та безпеку
3.	Персонал, організація праці та соціальна відповідальність	тут варто відображати результати аналізу кількості та структури зайнятості на підприємстві, показники створення нових робочих місць як частину вкладення коштів у добробут працівників; кількості та різноманітності робочих місць, виплату конкурентних зарплат, заходи для забезпечення здоров'я та безпеки

Продовження табл. 3.2

1	2	3
		працівників на робочому місці, удосконалення трудового потенціалу, оцінка результативності та рівня задоволеності працівників
4.	Взаємодія із суспільством	тут варто висвітлювати питання етичної відповідальності та впливу ділової поведінки підприємства на здоров'я та безпеку громади у зв'язку із інфраструктурою підприємства, шкідливість речовин чи викидів в результаті діяльності
5.	Екологічні ініціативи та відповідальність	тут варто представляти інформацію про впровадженні екологічні рішення та їхній вплив навколишнє середовище, показники використаної енергії на 1-цю виробленої продукції, ефективність використання альтернативних джерела енергії для виробництва, впровадження енергозберігаючих технологій, результати моніторингу ефективності використання сировини та матеріалів, їх витратної складової та ін.
6.	Корпоративне управління та прозорість	тут доцільно показувати інформацію про те, як на практиці впроваджуються та діють принципи прозорості, підзвітності та етичного управління, включаючи механізми звітності та контролю.

Як уже зазначалося роботу із розробки Кодексу КСВ на ТЗОВ “Електроконтакт Україна” потрібно доручити фахівцю із КСВ. Таку посаду доцільно створити у рамках відділу управління персоналом.

Щоб розрахувати зарплату менеджера з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), потрібно врахувати низку факторів, які впливатимуть на розмір зарплати:

$$\text{Місячна зарплата} = \text{Базовий оклад} + \text{Надбавки} + \text{Премії} - \text{Податки} \quad (3.1)$$

При визначенні розміру базового окладу врахуємо розмір та можливості підприємства, а також досвід такого працівника. Менеджер з КСВ на ринку праці в Україні в середньому отримує 20 тис. грн. в місяць.

Далі для такої посади можна передбачати надбавки та бонуси: за

володіння іноземною мовою у розмірі 2000 грн.; за успішну реалізацію соціальних проєктів у розмірі 3000 грн. Тоді, нарахована зарплата буде становити: $20000 + 2000 + 3000 = 25000$ грн.

Далі, врахуємо величну податків, таких як Єдиний соціальний внесок у розмірі 22% (які сплачує роботодавець і не знімається із зарплати); ПДФО (податок на доходи фізичних осіб) у розмірі 18%, обсяг військового збору 1,5%, тоді обсяг вирахувань із зарплати становитиме: $(25000 * 19,5\%) = 4875$ грн.

Обсяг місячної зарплати для менеджера із КСВ:

$$\text{Місячна зарплата} = 25000 - 4875 = 20125 \text{ грн.}$$

Річний обсяг заробітної плати менеджера із КСВ становитиме:

$$\text{Річна зарплата} = 20125 * 12 = 241500 \text{ грн.}$$

Далі, здійснимо оцінку впливу впровадженої посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на показники доходу ТЗОВ “Електроконтакт Україна”. Очікується приріст доходу у розмірі 35% після впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Результати розрахунків очікуваного впливу впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на дохід ТЗОВ “Електроконтакт Україна” у 2025 р.

Показники	Значення показника
1. Дохід у 2024 р., тис. грн.	712,33
2. Очікуваний приріст доходу, %	35
3. Очікуваний обсяг доходу у 2025 р., тис. грн.	961,65
4. Очікуваний річний приріст доходу, тис. грн.	249,32

Отже, очікуваний розмір доходу підприємства “Електроконтакт Україна” у 2025 р. буде складати 961,65 тис. грн. від впровадження посади менеджера із КСВ та реалізації усіх складових Кодексу КСВ.

Ефективність впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ ТзОВ “Електроконтакт Україна” визначимо шляхом порівняння приросту річного доходу до річних витрат на оплату праці:

$$\text{Ефективність КСВ} = 249,32 / 241,5 = 1,03.$$

Також, розрахуємо рентабельність вкладення коштів у створення посади менеджера з КСВ та Кодексу КСВ досліджуваного підприємства:

$$\text{Рентаб.} = ((\text{Дохід після} - \text{Дохід до}) - \text{Витрати}) / \text{Витрати} * 100\% \quad (3.2)$$

$$\text{Рентаб.} = ((961,65 - 712,33) - 241,5) / 241,5 * 100\% = 3,23\%.$$

Згідно проведених обчислень можна зробити висновок, що річний приріст доходу від впровадження посади менеджера з КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному ТзОВ “Електроконтакт Україна” перевищуватиме річні витрати (рис. 3.1), при чому відбудеться зростання рентабельності на 3,23%.

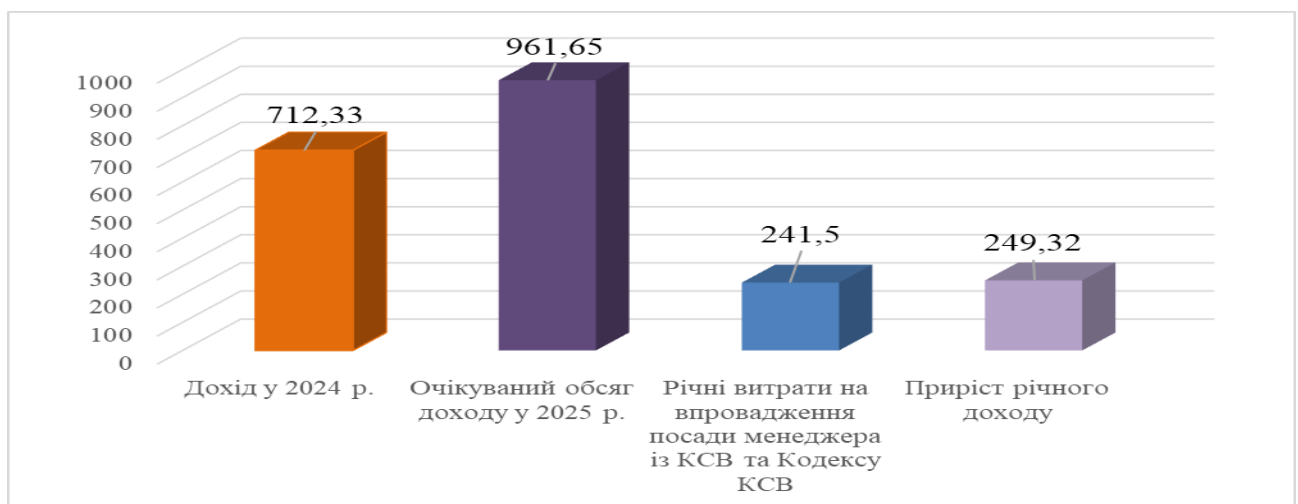


Рисунок 3.1 – Очікувані результати від впровадження посади менеджера з КСВ та Кодексу КСВ

Впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ буде стратегічно важливим кроком для ТзОВ “Електроконтакт Україна” для сталого розвитку, репутаційної стабільності та соціального партнерства.

3.2 Обґрунтування доцільності публікації розробленого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на веб-сайті підприємства

У сучасних умовах розвиток та підтримка корпоративної соціальної відповідальності набуває все більшої важливості для успішного функціонування суб'єктів господарювання та їхньої взаємодії із різними стейкхолдерами [21]. Одним з ефективних інструментів для демонстрації соціальної відповідальності є публікація та просування Кодексу корпоративної соціальної відповідальності та заходів його реалізації на офіційному веб-сайті підприємства “Електроконтакт Україна”.

Одним із аргументів необхідності просування заходів з розробленого кодексу КСВ є те, що вони можуть мати позитивний вплив на імідж, коли підприємство вкладає кошти не лише в економічний розвиток, але у реалізацію програм підтримки своїх працівників чи їхніх сімей, задоволенням їхніх потреб. Формування соціально відповідального корпоративного іміджу досліджуваного ТзОВ “Електроконтакт Україна” створить конкурентні переваги для його продукції.

Іншими аргументами необхідності просування запропонованого Кодексу корпоративної соціальної відповідальності та заходів його реалізації на офіційному веб-сайті ТзОВ “Електроконтакт Україна” є:

1) забезпечення прозорості та відкритості у питаннях етики, соціальної відповідальності та сталого розвитку, що дозволить зацікавленим сторонам – партнерам, клієнтам, працівникам ознайомитися з принципами та практиками, яких дотримується підприємство. Такий крок демонструватиме готовність підприємства діяти в рамках етичних стандартів та відповідати на суспільні виклики;

2) покращення репутації, тобто вражень про переваги та недоліки підприємства, які складаються у внутрішніх колах, бізнес-партнерів. Впровадження та просування заходів КСВ на сайті допоможе вибудувати позитивний імідж підприємства серед споживачів, інвесторів та партнерів. Це дозволить покращити відносини з персоналом, залучати нових клієнтів та

посилювати довіру до продукції, що є ключовим фактором у конкурентній боротьбі;

3) залучення нових інвесторів та партнерів з допомогою публікацій Кодексу КСВ та заходів з його реалізації на веб-сайті демонструватиме зобов'язання підприємства виконувати соціальні та екологічні стандарти, що може стати додатковим стимулом для залучення інвестицій, оскільки інвестори все більше звертають увагу на соціальну відповідальність підприємства, в яке готові вкладати свої кошти;

4) забезпечення корпоративної культури та етики через просування Кодексу КСВ на сайті підприємства допоможе створити середовище, в якому дотримуються високих етичних стандартів, що сприяє покращенню взаємодії між співробітниками, підвищує рівень мотивації та лояльності;

5) покращення взаємодії з працівниками завдяки поширенню Кодексу КСВ та заходів з його реалізації через офіційний сайт дозволить працівникам підприємства краще ознайомитися з принципами корпоративної культури, що допоможе зміцнювати моральний дух, сприяти взаємній повазі та залучати співробітників до реалізації стратегії сталого розвитку;

6) забезпечення відповідності діяльності підприємства нормативним вимогам національних і міжнародних стандартів, яка може бути відслідкована через наявність розробленого та презентованого Кодексу КСВ на веб-сайті підприємства. Зважаючи на те, що досліджуване підприємство здійснює експорт своєї продукції, то відповідність стандартам таким як ISO 26000 (набір міжнародних стандартів соціальної відповідальності) є вкрай важливою;

7) інтерактивність та доступність інформації може бути забезпечена через веб-сайт, що дозволить донести інформацію до всіх зацікавлених сторін. За допомогою інтерактивних елементів, таких як відео, блоги, відгуки, підприємство може оперативно інформувати свою аудиторію про досягнення в рамках КСВ, реалізовані заходи та їхню результативність;

8) стимулювання сталого розвитку та інновацій через просування заходів КСВ на сайті може стати платформою для підтримки інноваційних

ініціатив, що сприятимуть розвитку сталих технологій та практик. Окрім того, це може сприяти залученню уваги до соціально відповідальних ініціатив як серед партнерів, так і серед працівників;

9) забезпечення конкурентних переваг через демонстрацію активної позиції щодо КСВ може стати важливим конкурентним фактором, що дозволяє підприємству виділятися серед інших, залучаючи нових споживачів і партнерів, що орієнтуються на етичні та соціальні аспекти бізнесу.

Згрупуємо аргументи для обґрунтування необхідності просування запропонованого Кодексу корпоративної соціальної відповідальності та заходів його реалізації на офіційному веб-сайті ТЗОВ “Електроконтакт Україна” у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Узагальнення аргументів необхідності просування запропонованого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на офіційному веб-сайті ТЗОВ “Електроконтакт Україна”

Аргумент	Характеристика
1	2
1. Забезпечення прозорості та відкритості	Публікація Кодексу та реалізованих заходів із КСВ на веб-сайті дозволить відкрито і доступно демонструвати принципи соціальної відповідальності підприємства, що сприятиме підвищенню рівня довіри з боку клієнтів, партнерів, інвесторів та інших зацікавлених сторін
2. Покращення репутації та іміджу	Впровадження та просування заходів КСВ на сайті допоможе вибудувати позитивний імідж підприємства серед споживачів, інвесторів та партнерів, а також покращити відносини з персоналом
3. Залучення нових інвесторів та партнерів	Публікація Кодексу та заходів із КСВ на веб-сайті дозволяє продемонструвати зацікавленим сторонам, що підприємство дотримується міжнародних стандартів і норм, що сприятиме залученню нових інвестицій та розширенню партнерських відносин
4. Забезпечення корпоративної культури та етики	Просування Кодексу та заходів із КСВ допоможе створити середовище, в якому дотримуються високих етичних стандартів
5. Покращення взаємодії з працівниками	Просування Кодексу та заходів із КСВ сприятиме покращенню взаємодії між співробітниками, підвищенню рівня мотивації та лояльності

Продовження табл. 3.1

1	2
6. Забезпечення відповідності вимогам та стандартам	Впровадження та просування заходів КСВ на сайті допоможе забезпечити відповідність діяльності підприємства нормативним вимогам, принципам та стандартам
7. Інтерактивність та доступність інформації	Публікація Кодексу КСВ і реалізація заходів з його виконання через інтернет-ресурс дозволить надавати актуальну інформацію та забезпечити інтерактивну взаємодію з зацікавленими сторонами
8. Стимулювання сталого розвитку та інновацій	Просування Кодексу та заходів із КСВ на сайті дозволить продемонструвати прихильність підприємства до сталого розвитку, підтримки інноваційних технологій та екологічних ініціатив
9. Забезпечення конкурентних переваг	Демонстрація активної позиції підприємства щодо КСВ є важливим конкурентним фактором, що дозволить йому виділятися серед інших

Інформація подана в таблиці свідчить про те, що реалізація заходів з розробленого Кодексу корпоративної соціальної відповідальності на веб-сайті ТЗОВ “Електроконтакт Україна” є не лише доцільним, а й стратегічно важливим кроком для підвищення ефективності взаємодії з різними зацікавленими сторонами, покращення репутації та залучення нових можливостей для ведення бізнесу.

Далі постає питання, хто саме буде розміщувати інформацію про розроблений Кодекс КСВ та заходи з його реалізації на веб-сайті досліджуваного підприємства, а також в якому розділі веб-сайту варто розміщувати таку інформацію. Тому, ми пропонуємо в обов’язки адміністратора веб-сайту ТЗОВ “Електроконтакт Україна” додати ще і розміщення інформації (даних та відомостей, фото та відео) про сам Кодекс, а також заходи, які були реалізовані в рамках кодексу щодо працівників, навколишнього середовища, партнерів та інших зацікавлених сторін. Крім цього, пропонуємо додати розділ КСВ між розділами “Новини” та “Запитання-відповіді” (рис. 3.2).

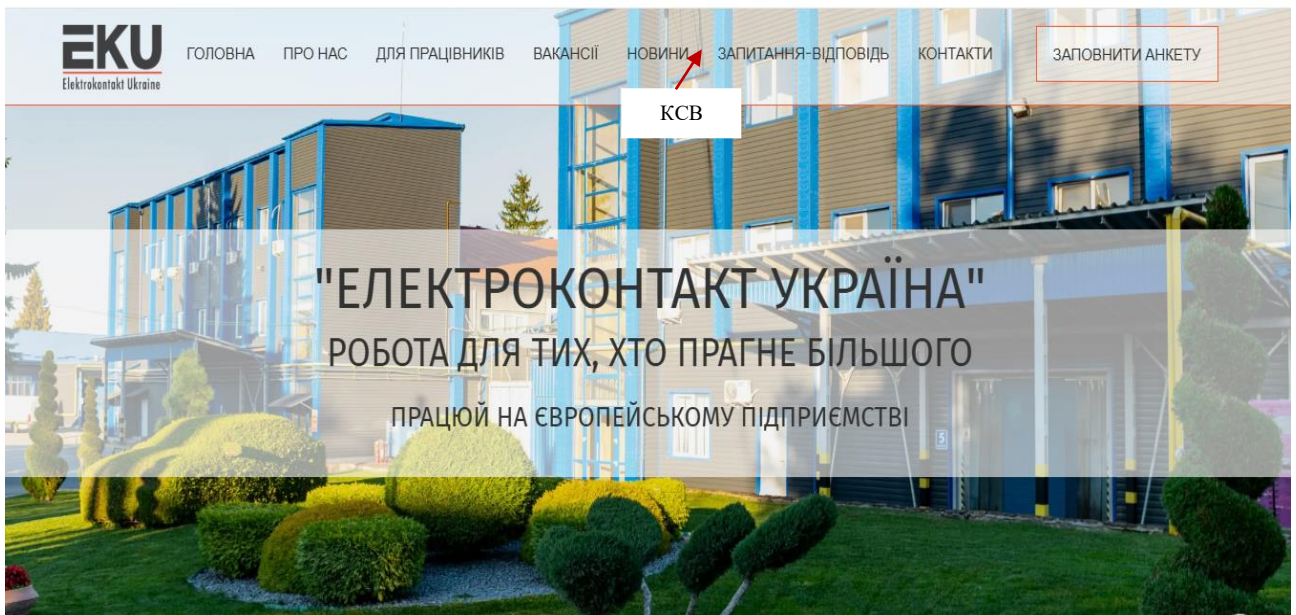


Рисунок 3.2 – Місце додавання розділу “КСВ” на веб-сайт
ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Запропонований розділ КСВ на веб-сайт ТзОВ “Електроконтакт Україна”, на нашу думку, має складатися із таких підрозділів (рис. 3.3):

1) екологічні ініціативи та відповідальність – тут варто висвітлювати заходи щодо зменшення негативного впливу підприємства на навколишнє середовище за такими напрямками як політика підприємства у сфері енергозбереження та відновлюваних джерел енергії, управління відходами та переробкою, зменшення викидів парникових газів; використання екологічно чистих матеріалів та технологій, охорона біорізноманіття;

2) персонал та соціальна відповідальність – тут можна подавати інформацію про заходи для забезпечення гідних умов праці та справедливої оплати, підтримки інклюзивності та рівних можливостей для всіх працівників, сприяння розвитку навичок та професіоналізму співробітників, дотримання принципів соціальної справедливості та прав людини, підтримки місцевих громад та благодійних ініціатив;

3) етична відповідальність та ділова поведінка – тут можна публікувати інформацію про здійснені заходи із етичного ведення бізнесу, а саме висвітлювати прозорість у фінансових операціях, у взаємовідносинах з

партнерами та клієнтами; дотримання законів і регулювань, зокрема в питаннях оподаткування; підтримку сталого економічного розвитку через інвестиції в інновації та розвиток нових технологій; створення робочих місць і забезпечення розвитку місцевої економіки; дотримання етичних стандартів в рекламі та маркетингу; підтримку етичних норм у всіх бізнес-процесах;

4) відповідальність перед споживачами – тут можна подавати інформацію про заходи, які забезпечують високу якість своїх продукції, а також можливості для зворотного зв'язку від клієнтів, підвищення якості продукції; захист прав споживачів; прозорість щодо складу та безпеки продукції;

5) Кодекс КСВ – тут розмістити електронний варіант Кодексу корпоративної соціальної відповідальності підприємства, підписаний керівництвом і з печатками.



Рисунок 3.3 – Запропоновані розділи КСВ для додавання на сайт ТзОВ “Електроконтакт Україна”

Так як функції із розміщення інформації про Кодекс КСВ досліджуваного підприємства, а також заходи, які були реалізовані в рамках кодексу щодо працівників, навколишнього середовища, партнерів та інших зацікавлених сторін ми пропонуємо додати до обов’язків адміністратора веб-сайті, то ця

робота повинна бути мотивована. Тому за цю роботу пропонуємо доплату у розмірі 5% до місячного заробітку. Середньомісячна зарплата адміністратора становить 20 тис. грн., то обчислимо розмір місячної зарплати із такою доплатою за формулою:

$$ЗП_{\text{міс}} = 20000 * 105\% = 21000 \text{ грн.}$$

Як свідчать дослідження, ділова репутація має значний вплив на дохід підприємства, і в залежності від галузі, розміру суб'єкта господарювання та інших факторів, цей вплив може становити від 20% до 40% або навіть більше. Хороша репутація сприяє довірі споживачів, партнерів та інвесторів, що може призводити до збільшення продажів, залучення нових клієнтів, лояльності існуючих та покращення умов для співпраці. Водночас, погана репутація може значно знизити доходи через втрату клієнтів, негативні відгуки та зниження конкурентоспроможності на ринку [21].

Тому, ми вважаємо, що реалізація заходів із Кодексу КСВ матиме вплив на репутацію на імідж ТзОВ “Електроконтакт Україна”, а в кінцевому підсумку на дохід досліджуваного підприємства. Якщо дані досліджень вказують на 20%-40% вплив, то ми припустимо, що очікуваний вплив буде коливатися на рівні 35% на рік. Проведемо розрахунки та визначимо вартісне вираження впливу реалізації заходів корпоративної соціальної відповідальності на імідж та дохідність підприємства у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Результати розрахунків очікуваного впливу реалізації заходів КСВ на дохід ТзОВ “Електроконтакт Україна” у 2025 р.

Показник, тис. грн.	Очікуване зростання (мінімальне/максимальне), %	Прогнозований показник, тис. грн.
Дохід	Приріст	Дохід
712,33	35%	961,65

Отже, очікуваний розмір доходу досліджуваного підприємства “Електроконтакт Україна” у 2025 р. буде 961,65 тис. грн. від реалізації заходів КСВ.

Також, в рамках КСВ пропонуємо перегляд розміру додаткової оплати праці в розрізі доплат, надбавок та премій. Такий перегляд дозволить щорічно визначати ті категорії персоналу, праця яких повинна бути оцінена справедливо зважаючи на умови виробництва. Для того, щоб орієнтуватися яку додаткову зарплату очікувати, її розмір можна спрогнозувати за допомогою тренду. Вихідні дані для проведення розрахунків занесено в Excel та побудовано лінію тренду, на якій відображено рівняння прогнозу додаткової зарплати (рис. 3.4).

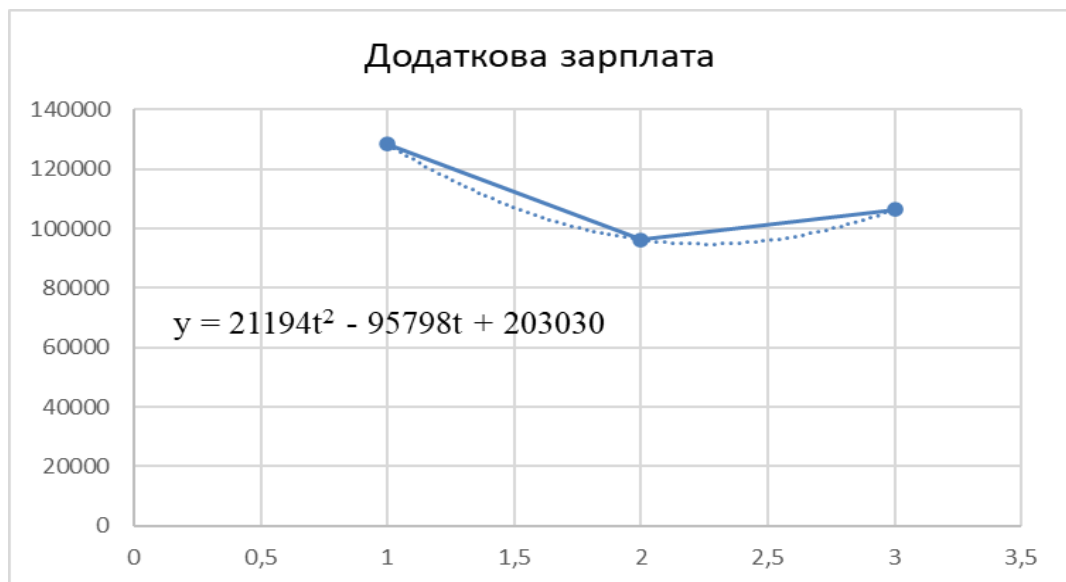


Рисунок 3.4 – Рівняння прогнозу для додаткової зарплати

Використовуючи рівняння $y = 21194t^2 - 95798t + 203030$, спрогнозуємо величину додаткової зарплати для працівників досліджуваного підприємства “Електроконтакт Україна” у 2025 р.:

$$y = 21194 \cdot 4^2 - 95798 \cdot 4 + 203030 = 158942 \text{ тис. грн.}$$

Результати розрахунків обсягу додаткової зарплати на досліджуваному підприємстві у 2025 р. подано у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Результати розрахунків обсягу додаткової зарплати у 2025 р.

Роки	Додаткова зарплата, тис. грн.
2022	128426,9
2023	96209,69
2024	106381,6
2025 (прогноз)	158942

Обчислений прогноз буде справджуватися за умови, якщо кількість працівників залишиться не змінною, тобто такою самою як минулого 2024 року, або зросте. Перегляд розміру додаткової зарплати в розрізі доплат, надбавок, премій та здійснення прогнозування з допомогою трендів допоможе керівництву досліджуваного підприємства ухвалювати управлінські рішення залежно від ситуації, скорочення чи збільшення чисельності персоналу за певний період. На сьогодні, важко оцінити конкретний відсоток впливу заходів КСВ на оплату праці, оскільки це залежить від багатьох факторів, зокрема від конкретних програм КСВ, фінансових можливостей компанії та її внутрішньої культури. Однак, використовуючи інструменти прогнозування можна прив'язати таке передбачення до показників роботи підприємства. Заходи корпоративної соціальної відповідальності відображені у розділі працівники та соціальна відповідальність можуть впливати на зарплату персоналу, рівень задоволеності працівників, їхню лояльність і, як наслідок, на продуктивність та мотивацію.

Отже, реалізація заходів та висвітлення заходів з розробленого кодексу КСВ на веб-сайті ТЗОВ “Електроконтакт Україна” є обґрунтованою і доцільною, оскільки матиме вплив на репутацію та імідж підприємства, персонал та його продуктивність.

РОЗДІЛ 4

БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1 Особливості заходів електробезпеки на підприємствах

Для досліджуваного підприємства “Електроконтакт Україна” питання електробезпеки є актуальними, тому в структурі даного підприємства є такі посадові особи як головний енергетик, інженер з охорони праці, які забезпечують дотримання законодавчих норм у сфері охорони праці. Під електробезпекою розуміємо низку заходів, спрямованих на запобігання небезпечному впливу електричного струму на персонал. Електробезпека на виробництві передбачає відсутність загрози життю та здоров'ю для працівників від ураження електричним струмом.

Організаційні та технічні заходи з електробезпеки потрібні для попередження широкого переліку потенційних електричних травм. Найбільш поширеними причинами є: недостатня обізнаність співробітників, відповідальних за обслуговування електроустановок; неправильна експлуатація обладнання; торкання неізольованих струмопровідних частин електричних установок; відсутність належного контролю за діями персоналу; неправильно виставлена напруга в обладнанні; обрив заземлюючого провідника; проведення робіт без використання спеціальних засобів електрозахисту; подача електричного струму на обладнання у неробочі періоди; несвоєчасно проведені перевірки заземлювальних пристроїв та ізоляції; відсутність або недостатня кількість огорож та попереджень (плакатів, маркувань) у місцях, де здійснюються електротехнічні роботи; застосування кабелів, які не відповідають умовам виробництва та/або напругі, що використовується [24].

Відповідальність за організацію безпечної експлуатації електричних установок та дотримання електробезпеки на досліджуваному підприємстві покладається на керівника (директора) та інших посадових осіб, які ухвалюють рішення про реалізацію низки дій, включаючи формування електротехнічної

служби, забезпечення періодичних оглядів електроприладів та ін. Заходи з електробезпеки на підприємстві включають встановлення певного порядку на виробництві. Щоб забезпечити повноцінну електробезпеку на підприємстві, керівник проводить низку заходів, представлених нижче.

Формування електротехнічної служби, яка здійснює затвердження внутрішніх актів та інструкцій щодо нюансів здійснення небезпечних робіт; розробку та затвердження програм проведення перевірок електроприладів, а також графіки планового ремонту та огляду обладнання; вживання заходів щодо оптимізації та модернізації виробничого процесу; ініціює проведення навчальних курсів та інструктажів з електробезпеки; контроль виробничої діяльності; призначає особу, відповідальну за електрогосподарство.

Електробезпека передбачає, що будуть проведені як організаційні, так і технічні заходи електробезпеки. А саме: ізоляція струмопровідних елементів устаткування; обмеження доступу до струмоведучих елементів, наприклад, за допомогою встановлення огорож; використання наклейок, інформаційних дошок, маркувань або запобіжних табличок; забезпечення захисного заземлення; встановлення ручних, автоматичних або електромагнітних блокувальників безпеки; проведення захисного розмежування електричних зон; застосування розділових трансформаторів, ін. [24].

Крім дотримання правил експлуатації електроустаткування, на виробництві застосовують різні додаткові захисні засоби електробезпеки: 1) ізолювальні – кліщі, штанги, діелектричні рукавички, спеціальні килимки; 2) огорожувальні – щитки, плівки, плакати, огорожі, різноманітні сигналізатори; 3) превентивні – каски, окуляри, запобіжні пояси та ін. [24].

Безпека при експлуатації електроприладів в адмінбудівлі підприємства “Електроконтакт Україна” залежить від таких факторів: поточний стан офісної електропроводки; дотримання правил електробезпеки із боку співробітників офісу; наявність статичної електрики.

Отже, електробезпека робочого місця на підприємстві “Електроконтакт Україна” поєднує комплекс організаційних та технічних заходів.

4.2 Ураження електричним струмом

Проблематика ураження струмом є також актуальною на досліджуваному підприємстві “Електроконтакт Україна”. Проходячи крізь тіло людини, електричний струм спричиняє термічну, електролітичну, механічну (динамічну), та біологічну дію. Термічна дія струму проявляється через опіки окремих ділянок тіла, нагрівання до високої температури кровоносних судин, нервів, серця, мозку та інших органів, котрі знаходяться на шляху струму, що викликає в них суттєві функціональні розлади [25].

Тяжкість термічної дії струму залежить від величини струму, опору проходження струму та часу проходження. При короткочасній дії струму термічна складова може бути визначальною в характері і тяжкості ураження.

Електролітична дія струму проявляється в розкладі органічної рідини (її електролізі), в тому числі і крові, що призводить до зміни їх фізико-хімічних і біохімічних властивостей. Останнє, в свою чергу, призводить до порушення біохімічних процесів в тканинах і органах, які є основою забезпечення життєдіяльності організму [25].

Механічна (динамічна) дія – це розшарування, розриви та інші подібні ушкодження тканин організму, в тому числі м'язової тканини, стінок кровоносних судин, судин легеневої тканини внаслідок електродинамічного ефекту, а також миттєвого вибухоподібного утворення пари від перегрітої струмом тканинної рідини та крові [25].

Біологічна дія струму проявляється через подразнення та збудження живих тканин організму, в тому числі і на клітинному рівні, а також через порушення внутрішніх біологічних процесів, що відбуваються в організмі і тісно пов'язані з його життєвими функціями [25].

Вплив може бути прямим, коли струм проходить безпосередньо через тканини організму (мимовільне скорочення м'язів) і важливі органи та рефлекторним – через центральну нервову систему і призводити до серйозних порушень діяльності життєво важливих органів, у тому числі серця та легень, навіть коли ці органи не лежать на шляху струму.

Приблизно 75% випадків ураження людей струмом супроводжуються виникненням місцевих електротравм – яскраво виявлених порушень щільності тканин тіла у місцях входу і виходу електричного струму на тілі потерпілого (м'яких тканин, зв'язок, кісток): електричні опіки I-IV ступеня – 40%; електричні знаки – 7%; металізація шкіри – 3%; електрофтальмія – 1,5%; механічні пошкодження – 0,5%; змішані травми – 23% [25].

Електричний удар – збудження живих тканин організму електричним струмом, що супроводжується судомним скороченням м'язів, при цьому порушується функціонування серцевої, дихальної і мозкової системи людини навіть без жодних зовнішніх ознак, що бувають при електротравмах.

Електричні удари в залежності від наслідків ураження можна умовно поділити на 5 ступенів:

I – судомні ледь відчутні скорочення м'язів;

II – судомні скорочення м'язів, що супроводжуються сильним болем, що ледь переноситься без втрати свідомості;

III – судомні скорочення м'язів із втратою свідомості без порушень дихання і кровообігу;

IV – втрата свідомості та порушення серцевої діяльності або дихання (або одного і другого разом);

V – клінічна смерть, тобто відсутність дихання та кровообігу [25].

Причинами летальних наслідків від електричного удару можуть бути зупинка серця чи його фібриляція, припинення дихання внаслідок судомного скорочення м'язів грудної клітки, електричний шок.

Фібриляція серця – це хаотичне скорочення волокон серцевого м'язу (фібрил), що призводить до порушення кровообігу.

Електричний шок – важка нервово-рефлекторна реакція організму у відповідь на подразнення електричним струмом, що супроводжується розладами кровообігу, дихання, обміну речовин [25].

Електричний шок має дві форми:

– сильне нервово збудження;

– глибоке гальмування і знесилення нервової системи.

Шоковий стан може тривати від кількох десятків хвилин до декількох діб. При тривалому шоковому стані настає згасання життєво-важливих функцій організму [25].

Електричний удар може викликати серйозні розлади в організмі, які проявляються відразу після дії струму або через кілька годин, днів і навіть місяців.

При ураженні електричним струмом в першу чергу потрібно звільнити потерпілого від струмопровідних частин обладнання. Необхідно швидко відключити від мережі ту частину електрообладнання, до якої доторкається людина. Після звільнення потерпілого від дії струму потрібно відразу ж надати йому першу медичну допомогу. Негайно сповістіть службу екстреної медичної допомоги та почніть серцево-легеневу реанімацію у будь-якої людини, що не подає ознак життя [25].

Якісний непрямий масаж серця (якомога швидше починайте виконувати непрямий масаж серця, виконуйте натискання у нижній половині грудини («в центрі грудної клітки»)), натискайте на глибину не менше 5, але не більше 6 см, натискайте на грудну клітку зі швидкістю 100-120 натисків/хв з якомога меншою кількістю переривань, дайте грудній клітці повністю випрямитися після кожного стиснення; не спирайтеся на груди (грудну клітку); виконуйте натискання на грудну клітку на твердій поверхні.

Штучне дихання (потрібно чергувати 30 натискань та 2 вдихи; якщо не можливо забезпечити штучну вентиляцію легень, то потрібно виконати безперервне натискання на грудну клітку) [25].

Якщо потерпілий після звільнення від дії електричного струму і надання медичної допомоги прийшов до тями, його не слід самого відпускати додому. Над таким потерпілим встановлюють спостереження у лікарні, так як наслідки від впливу електричного струму можуть проявитися через кілька годин і призвести до більш важких наслідків.

ВИСНОВКИ

Перший розділ бакалаврської роботи присвячений висвітленню теоретичних основ управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства через розкриття сутності, значення та показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, а також особливостей управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства.

Сутність корпоративної соціальної відповідальності підприємства висвітлено через характеристику основних аспектів КСВ, причин впровадження КСВ, форм реалізації КСВ. Виокремлено процедура оцінювання корпоративної соціальної відповідальності здійснюється за різними показниками, а також охарактеризовано принципи реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. З'ясовано, що для ефективного впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві важливо розробити чітку стратегію, забезпечити її практичну реалізацію та налагодити внутрішню комунікацію щодо КСВ-ініціатив.

Другий розділ бакалаврської роботи зосереджений на вивченні системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”. Тут здійснено загальну характеристику господарської діяльності досліджуваного підприємства та проведено ґрунтовний аналіз процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю ТзОВ “Електроконтакт Україна”.

Аналіз господарської діяльності підприємства дозволив охарактеризувати структуру управління та філіали ТзОВ “Електроконтакт Україна”, здійснити вивчення динаміки кількості працівників ТзОВ “Електроконтакт Україна” основних фінансових показників господарювання підприємства у 2023-2024 рр. вітчизняних виробників-конкурентів які виготовляють комплектування для світових авто концернів у 2023 р. Також, досліджено ключові аспекти культури якості ТзОВ “Електроконтакт Україна”, основні цілі щодо політики довкілля,

охорони здоров'я і безпека праці товариства, аспекти корпоративної соціальної відповідальності згідно Директиви КСВ ТЗОВ “Електроконтакт Україна”. Вивчено динаміку та структуру фонду оплати праці персоналу ТЗОВ “Електроконтакт Україна”. За результатами аналізу виокремлено сильні та слабкі сторони КСВ товариства, а також виявлено можливості та загрози для розвитку КСВ.

Третій розділ бакалаврської роботи зосереджений на пошуку шляхів покращення системи управління корпоративною соціальною відповідальністю ТЗОВ “Електроконтакт Україна”, серед яких було виявлено потребу впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на досліджуваному підприємстві, а також публікації розробленого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на веб-сайті підприємства. Запропоновано складові Кодексу КСВ ТЗОВ “Електроконтакт Україна”, проведено розрахунки очікуваного впливу впровадження посади менеджера із КСВ та Кодексу КСВ на дохід товариства у 2025 р. Узагальнено аргументи необхідності просування запропонованого Кодексу КСВ та заходів його реалізації на офіційному веб-сайті підприємства, запропоновано розділи КСВ для додавання на сайт ТЗОВ “Електроконтакт Україна”, здійснено прогнозування додаткової зарплати персоналу.

Четвертий розділ бакалаврської роботи розкриває питання охорони праці, серед яких важливими є вивчення особливостей заходів електробезпеки на підприємстві та питання ураження електричним струмом.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. №4. С. 5-26.
2. Костєва Т. Б. Корпоративна соціальна відповідальність. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. 56 с.
3. Гирик О., Денис О., Дубовик О. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник. К.:УБС НБУ, 2009. 314 с.
4. Станасюк Н., Пасінович І., Томашевська А. Сучасні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. Серія “Проблеми економіки та управління”. 2021. Т.5. № 2. С. 109-120.
5. Письменна О.О. Інтегральна оцінка корпоративної соціальної відповідальності промислового підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. № 19. С. 548-554.
6. Трут О.О., Ляшук К.П. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності. *Economic journal Odessa polytechnic university*. №3(9), 2019. С. 143-148
7. Саприкіна М.А., Ляшенко О., Саєнсус М.А., Місько Г.А., Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О.С.). К.: Вид-во “Фарбований лист”, 2011. 480с.
8. Лиска П.О. Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства як фактор сталого розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. Вип. 54. 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-89>
9. Бочарова Н.А., Федотова І. В. Дослідження КСВ як основи концепції сталого розвитку підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. №36. С. 57-76.
10. Рекуненко І.І., Кубатко В.В., Мирошніченко Ю.О., Лютий В.О.

Управління корпоративною соціальною відповідальністю у контексті досягнення цілей сталого розвитку. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2021. № 4. С. 88-98.

11. Касич А.О., Стояненко В.О. Теоретичні основи управління соціальною відповідальністю підприємств у сучасних умовах. *Приазовський економічний вісник*. 2017. № 5 (05). С. 186-191.

12. Інформація про ТЗОВ “Електроконтакт Україна”. URL: <https://opendatabot.ua/c/35101874>

13. Офіційна веб-сторінка ТЗОВ “Електроконтакт Україна”. URL: <https://eku.com.ua/>

14. Релокувались одиниці. Як працює та що виробляє український автопром в умовах великої війни. URL: <https://tech.liga.net/ua/ukraine/article/relotsirovalis-edinitsy-kak-rabotaet-i-chto-proizvodit-avtoprom-ukrainy-v-usloviyah-voyny>

15. 60000 українців виробляють деталі для BMW, Volkswagen та інших автогігантів. Чи можуть українські заводи виконувати контракти під виття сирен. URL: <https://forbes.ua/inside/60-000-ukraintsiv-viroblyayut-detali-dlya-bmw-volkswagen-ta-inshikh-avtogigantiv-chi-mozhut-ukrainski-zavodi-vikonuvati-kontrakty-pid-vitya-siren-30042022-5758>

16. Семенюк І.Ю., Іванченко Г.В., Віртов Б.І. Перспективи виходу українських виробників на ринок кабельно-провідникової продукції ЄС. *Економічний простір*. № 194. 2024. С. 164-169.

17. Nexans CSR strategy. URL : <https://www.nexans.com/group/our-strategy/our-csr-strategy/>

18. Директива корпоративної соціальної відповідальності, Положення про політику довкілля, охорони здоров'я і безпеки праці URL: <https://eku.com.ua/pro-nas/>

19. Сторінка ТЗОВ “Електроконтакт Україна” у Facebook. URL: https://www.facebook.com/elektrokontakt.ukraine/?locale=uk_UA

20. Сторінка ТЗОВ “Електроконтакт Україна” у Instagram. URL:

<https://www.instagram.com/eku.com.ua/>

21. Лозова О. Корпоративна соціальна відповідальність, як чинник формування позитивного іміджу та ділової репутації компанії. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 82. № 3. С. 118-127.

22. Andrushkiv B., Melnyk L., Palianytsia V., Sorokivska O., Sherstiuk R. Prospects for implementation of corporate environmental responsibility concept: the EU experience for Ukraine. *Independent Journal of Management & Production*. 2020. Vol 11, No 8. P. 600-614. DOI: [dx.doi.org/10.14807/ijmp.v11i8.1220](https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i8.1220)

23. Sorokivska O., Lutsykiv I., Shveda N., Kuzhda T. Social Responsibility as a Strategic Orientation of Modern Business Development. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village: Monograph edited by Nataliia Marynenko, Pradeep Kumar, Iryna Kramar. India, Nysa: Publishing House of University of Applied Sciences, 2019. P. 387-398.

24. Жидецький В.Ц. Основи охорони праці : підручник. 5-те вид. доповн. К. : Знання, 2014. 373 с.

25. Серіков Я.О., Халмурадов Б.Д. Основи охорони праці. К.: ЦУЛ. 2024. 250 с.

26. Андрушків Б.М., Головкова Л.С., Кирич Н.Б. Організаційно-економічні механізми розв'язання екологічних проблем викликаних війною, у європейських повоєнних контекстах. *Review of transport economics and management*. 2024. Iss. 11(27). С. 159-166.

27. Юрик Н., Краузе О. Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці. Електронне наукове видання. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2023. №4. URL: <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2023-4>

28. Юрик Н.Є., Шведа Н.М. Соціальна відповідальність та особливості реалізації проєктів для підвищення її рівня. *Галицький економічний вісник*. 2021. Том 71. № 4. С. 108-115.

ДОДАТКИ

Фінансові показники

	2023	2022	2021	2020
Дохід	687 431 000 ₴	825 414 000 ₴	745 638 000 ₴	812 475 000 ₴
Чистий прибуток	-99 539 000 ₴	-135 181 000 ₴	20 595 000 ₴	31 938 000 ₴
Активи	1 048 508 000 ₴	1 079 362 000 ₴	1 081 766 000 ₴	1 058 018 000 ₴
Зобов'язання	80 440 000 ₴	59 206 000 ₴	113 734 000 ₴	641 886 000 ₴
Кількість працівників	1 757	2 467	2 470	—

Фінансові показники

Показники фінансового стану підприємства

Група	Показник	Значення
Показники оцінки стану основних засобів	Частка основних засобів в активах підприємства	56.52 %
Ліквідність	Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	5.5
Оцінка фінансової стійкості	Коефіцієнт фінансової залежності	5.19
	Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	4.19
	Поточна платоспроможність	-700 354 ₴
Оцінка рентабельності	Рентабельність продукції	5.63 %

Показники фінансового стану підприємства



ПОЛОЖЕННЯ про політику довкілля, охорони здоров'я і безпеки праці

Ми зобов'язуємось забезпечувати **безпечне та здорове робоче середовище для усього працюючого персоналу** компанії та виконувати обов'язкові зобов'язання. Безпека праці та збереження навколишнього середовища є важливими цінностями компанії, які повинні завжди враховуватись у всіх аспектах нашої ділової активності.

Кожна людина, яка перебуває у будь-якому з наших виробничих підрозділів - **внутрішній персонал, працівники зовнішніх компаній, відвідувачі** - повинні дотримуватись вимог та діяти у відповідності до даної політики.

Запобігання нещасним випадкам та професійним захворюванням - наш головний пріоритет. Ми досягаємо цього шляхом результативних запобіжних дій, постійно переглядаючи наші підходи та впроваджуючи структуровані заходи реагування.

Наша оголошена мета полягає у тому, щоб наші працівники та люди, які стикаються з ризиками нашої сфери діяльності, піддавалися цим ризикам **якомога менше**. З цієї причини ми використовуємо безпечні технології і процеси та виконуємо юридичні зобов'язання.

Запобіжні дії та превентивний принцип вжиття заходів щодо забезпечення безпеки праці, а відтак і здоров'я наших працівників, мають велике значення, у зв'язку з чим процес постійного вдосконалення рівня безпеки праці стоїть на першому місці.

Ми націлені на:

- мінімізацію використання енергії з традиційних джерел та сприяння використанню **відновлювальних джерел енергії**, коли це можливо
- мінімізацію використання природних ресурсів шляхом використання **альтернативних ресурсів**
- збільшення частки вторинної переробки матеріалів з обсягу дозволених для технічного використання
- послідовне скорочення обсягів виробничого брухту
- зменшення показника викидів діоксиду вуглецю (CO₂), спричиненого діяльністю групи компаній Nexans Autoelectric

Ми повинні створити позитивний діалог із залученими зацікавленими сторонами та враховувати їх точку зору та пропозиції.

Прагнення до безпеки та прозорість — дві ключові здібності наших керівників. На кожному рівні керівник **завжди відповідальний за результативне впровадження** даної політики у своїй сфері діяльності. У випадках, коли відповідність вимогам не забезпечується або вимоги не дотримуються, повинні ініціюватись та впроваджуватись відповідні коригувальні дії.

Наші **системи менеджменту** навколишнього середовища, та менеджменту охорони здоров'я і безпеки праці ставлять цілі з метою **постійного вдосконалення результатів**.

Системи менеджменту навколишнього середовища, та менеджменту охорони здоров'я і безпеки праці базуються на чіткому **розподілі відповідальності**, залученні персоналу, керівних принципах, взаємодії, управлінні ризиками, навчаннях, оцінках та аудитах.

Ми переконані, що для Nexans Autoelectric GmbH безпека праці та збереження навколишнього середовища - це інструменти досягнення **операційної продуктивності**, а також вирішення проблемних питань поведінкових, організаційних та технічних спрямувань.

Генеральний директор

травень 2024

А. В. Гаврильчик



Положення CSR Корпоративної соціальної відповідальності

Принципи підприємства

За допомогою цього Положення CSR (Корпоративної соціальної відповідальності), компанія Електроконтакт Україна дотримується загальної домовленості ООН (Організації Об'єднаних Націй) та інтегрує дані принципи корпоративної соціальної відповідальності у свою корпоративну стратегію. Таким чином, компанія Електроконтакт Україна підтверджує своє зобов'язання дотримуватися основних принципів у сферах прав людини, трудових норм, захисту навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Крім того, це Положення з питань корпоративної соціальної відповідальності має на меті сприяти застосуванню принципів CSR разом з її працівниками на основі взаємної довіри та спільних інтересів. Згідно з цим, компанія Електроконтакт Україна вибирає своїх працівників відповідно до політики рівних можливостей та гарантує пристойні умови праці. Разом із своїми співробітниками, компанія Електроконтакт Україна формує відносини зі своїми діловими партнерами через відкриті та конкурсні запити та комунікацію і докладає всіх зусиль для забезпечення однакової рівності всіх пропозицій.

Основні правила для працівників

Компанія Електроконтакт Україна закликає своїх працівників до активної участі у впровадженні Положення CSR (Корпоративної соціальної відповідальності), які зі свого боку беруть на себе зобов'язання постійно вдосконалювати виконання принципів, наведених у даному положенні. Це Положення CSR (корпоративної соціальної відповідальності) встановлює принципи, згідно з якими всі працівники повинні дотримуватися своєї діяльності у межах компанії Електроконтакт Україна у всьому світі. Працівники Електроконтакт Україна повинні виконувати всі принципи, перераховані у цьому Положенні, а також дотримуватися всіх відносно міжнародних, національних та місцевих законів і правил, які застосовуються у їхній діяльності в усіх країнах, де вони працюють. Дотримання положення стосується всіх трудових відносин. Компанія Електроконтакт Україна заохочує своїх співробітників сприяти впровадженню даних принципів у власній сфері впливу.

Етика та ділова поведінка				Навколишнє середовище та продукція	
Боротьба з корупцією Корупція несутісна з етичними стандартами компанії Електроконтакт Україна та її підтримкою загальносвітового договору ООН. Таким чином, працівники повинні проводити свої угоди відповідно до принципів чесності, справедливості та відповідно до антикорупційних правил.	Подарунки та запрошення Працівники не повинні пропонувати або приймати будь-які подарунки або запрошення, які можуть впливати або можуть бути розглянуті як такі, що мають на меті вплив на компетентність одержувача. Подарунки, які пропонуються виключно як любов'язність, можуть бути прийняті лише відповідно до чинного законодавства та звичаїв. Подарунки в грошовій формі ніколи не приймаються!	Антиконкурентна поведінка Працівники діють відповідно до принципів чесної конкуренції при дотриманні чинного законодавства та правил.	Конфлікт інтересів Працівники не беруть участі у рішеннях, які можуть призвести до фактичних або відчутних конфліктів інтересів. Це можуть бути інтереси як ділового, так і особистого, економічного або іншого характеру, прямого або опосередкованого через добре знайому особу. У випадку можливого конфлікту інтересів, працівник повинен негайно про це повідомити.	Захист навколишнього середовища Працівники беруть на себе зобов'язання мінімізувати вплив своєї діяльності на навколишнє середовище та розробляти рішення, які сприяють його збереженню та енергозбереженню. Працівники дотримуються національних законів про охорону навколишнього середовища, зобов'язуються впроваджувати принципи захисту навколишнього середовища та прагнуть до постійного вдосконалення в даній галузі.	Відповідальність за продукцію Працівники зобов'язані брати до уваги у своїй діяльності критерії екології, здоров'я та безпеки (закупівля/ продаж, дизайн, виробництво). Працівники надають точну інформацію компанії Електроконтакт Україна про вплив своєї діяльності на продукти на навколишнє середовище, про який вони знають чи дізналися.
Права людини та умови праці				Закупівля	
Примусова праця та дитяча праця Компанія Електроконтакт Україна зобов'язується дотримуватися всіх міжнародних законів, що стосуються прав людини, ліквідувати всі форми нелегальної, примусової або обов'язкової праці та відмовитися від дитячої праці.	Різноразмірність та справедливість Компанія Електроконтакт Україна дотримується рівних правових відносин та намагається забезпечити своїх працівників робочим середовищем, вільним від дискримінації та будь-якого жорстокого поводження. До працівників ставляться з гідністю та справедливостю.	Трудові відносини Компанія Електроконтакт Україна поважає право своїх працівників на створення або приєднання, за їх вибором, до профспілок та організацій, які представляють інтереси найманих працівників, а також участь у колективних	Умови праці та навчання Компанія Електроконтакт Україна дотримується чинного законодавства щодо робочого часу та мінімальної заробітної плати та намагається забезпечити своїх працівників програмами підвищення кваліфікації та навчання.	Здоров'я та безпека Компанія Електроконтакт Україна інвестує необхідні кошти в поточні заходи для забезпечення здоров'я та безпеки своїх працівників на робочому місці шляхом постійного вдосконалення відповідно до чинного законодавства та системи управління заходами техніки безпеки.	Конфліктні мінерали Компанія Електроконтакт Україна зобов'язується вживати заходів для припинення незаконного або неетичного постачання корисних копалин/металу з Демократичної Республіки Конго та прилеглих до неї країн. Крім того, компанія дотримується процесів, спрямованих на те, щоб 3TG компоненти в їхніх продуктах звідти не походили.

Продовження додатку В

Рішення — Впровадження та постійне вдосконалення — Повідомлення про порушення

Впровадження та постійне вдосконалення цього Положення CSR (Корпоративної соціальної відповідальності) є першочерговою метою компанії Електроконтакт Україна та її працівників. Вступаючи в договірні відносини, компанія та її працівники Електроконтакт Україна зобов'язуються намагатися дотримуватися принципів директиви CSR та здійснювати постійне вдосконалення відповідно до даного положення.

Працівників закликають відкрито повідомляти про порушення принципів цього Положення та інформувати про них свого керівника або, при необхідності, наступного за службовою ієрархією керівника або вище керівництво. Повідомлення про порушення ніколи не служать для працівників негативним чином, але відображає активну співпрацю у дотриманні принципів підприємства.

Для реалізації можливості звернень працівників, встановлені спеціальні поштові скриньки, де працівник може залишити свою скаргу або звернення.

01.01.2022

[Signature] - Навгулобук