

ХАРКІВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ»
Факультет «Бізнес-управління» (денна форма навчання)
Кафедра економіки та права

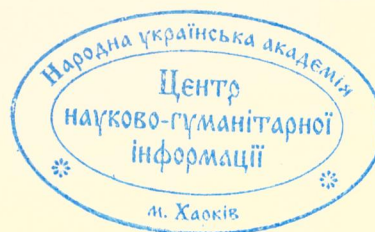


**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему «Оцінка стратегічних конкурентних переваг підприємства в
контексті соціальної відповідальності
(на прикладі ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»)»

Виконала: студентка 6 курсу, групи БУ-61
спеціальності 051 Економіка
Кубарева М. В.

Керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е.І.
Рецензент: Пасічник Т. О.



Харків – 2019

Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»
Факультет «Бізнес-управління» (денна форма навчання)
Кафедра економіки та права
Рівень вищої освіти – магістерський (другий)
Спеціальність 051 Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ

/ завідувач кафедри
економіки та права
Сумець О. М.



ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Кубаревій Марії Володимирівні

(фамілія, ім'я, отчество)

1. Тема роботи «Оцінка стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності (на прикладі ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»)»

керівник роботи канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І.

(фамілія, ім'я, отчество, научна ступень, ученое звання)

затверджена наказом вищого навчального закладу від 12.10.2017 року № 223

2. Термін подачі студентом роботи 25 січня 2019 р.

3. Вихідні дані до роботи праці зарубіжних та вітчизняних вчених, законодавчі акти, статистичні дані та фінансова звітність, інша комерційна інформація.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства з урахуванням соціальної відповідальності

2. Аналіз фінансового стану та рівня соціальної відповідальності підприємства.

3. Методичні рекомендації щодо оцінки та формування стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових графіків)

Концептуальна модель впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства

Аналіз динаміки основних фінансово-економічних показників роботи підприємства.

Аналіз програм соціальної відповідальності підприємства.

Методика розрахунку інтегрального конкурентного індексу корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Оцінка ефективності розроблених заходів.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Підрозділ 1.3 (правовий)	Кравчина І. Б., ст. викл. каф. економіки та права ХГУ «НУА»	12.10.17	15.01.19
Підрозділ 2.3 (охорона праці)	Мінка С. В., канд. техн. наук, доцент кафедри філософії та гуманітарних дисциплін ХГУ «НУА»	12.10.17	15.01.19

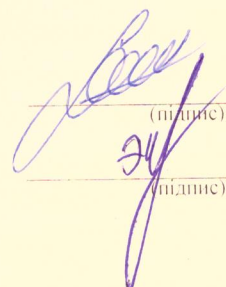
7. Дата видачі завдання 12.10.2017 г.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Приміт
1	Теоретичний розділ (перший)	12.05 – 30.06. 2018	
2	Аналітичний розділ (другий)	01.09 – 30.09. 2018	
3	Розрахунковий розділ (третій)	01.10 – 31.10. 2018	
4	Вступ	01.11 – 10.11. 2018	
5	Висновки	11.11 – 20.11. 2018	
6	Список літератури	21.12 – 28.12. 2018	
7	Додатки	13.01 – 17.01. 2019	
8	Роздатковий матеріал	18.01 – 21.01. 2019	
9	Презентація	22.01 – 26.01. 2019	
10	Доповідь	27.01 – 31.01. 2019	

Студент

Керівник роботи


(підпис)

Кубарева М. В.
(прізвище та ініціали)

Цибульська Е. І.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 113 с., 17 табл., 4 додатка, 77 джерел.

Об'єкт дослідження – процес оцінки стратегічних конкурентних переваг підприємства на основі соціальної відповідальності.

Мета дослідження – розробка та апробація методичного підходу щодо оцінки стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності.

Методи дослідження – аналіз, синтез, систематизація, узагальнення.

Наукова новизна дослідження: отримала подальший розвиток теоретична база оцінки конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності; удосконалена методика оцінки стратегічних конкурентних переваг соціально відповідального підприємства.

Розкрито зміст поняття «корпоративна соціальна відповідальність»; досліджено теоретичні основи конкурентоспроможності та механізм формування стратегічних конкурентних переваг підприємства з урахуванням соціальної відповідальності; розглянуто правові аспекти забезпечення державно-приватного партнерства в Україні; виконано аналіз фінансового стану та рівня соціальної відповідальності підприємства; розглянуто питання охорони праці на підприємстві; вдосконалено та апробовано методику оцінки стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності; проведена оцінка економічної доцільності запропонованих заходів.

Галузь застосування результатів дослідження – комерційна нерухомість, медіабізнес.

СТРАТЕГІЧНА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА, КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, МЕТОДИКА, ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА, СОЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

РЕФЕРАТ

Квалификационная работа: 113 с., 17 табл., 4 приложения, 77 источников.

Объект исследования — процесс оценки стратегических конкурентных преимуществ предприятия на основе социальной ответственности.

Цель исследования — разработка и апробация методического подхода к оценке стратегических конкурентных преимуществ предприятия в контексте социальной ответственности.

Методы исследования — анализ, синтез, систематизация, обобщение.

Научная новизна исследования: получила дальнейшее развитие теоретическая база оценки конкурентных преимуществ предприятия в контексте социальной ответственности; усовершенствована методика оценки стратегических конкурентных преимуществ социально ответственного предприятия.

Раскрыто содержание понятия «корпоративная социальная ответственность»; исследованы теоретические основы конкурентоспособности и механизм формирования стратегических конкурентных преимуществ предприятия с учетом социальной ответственности; рассмотрены правовые аспекты обеспечения государственно-частного партнерства в Украине; выполнен анализ финансового состояния и уровня социальной ответственности предприятия; рассмотрены вопросы охраны труда на предприятии; усовершенствована и апробирована методика оценки стратегических конкурентных преимуществ предприятия в контексте социальной ответственности; проведена оценка экономической целесообразности предлагаемых мер.

Область применения результатов исследования — коммерческая недвижимость, медиабизнес.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО,
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, МЕТОДИКА,
ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА, СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

SUMMARY

Master's research project: 113 pages, 17 tables, 4 appendices, 77 references.

The object of the research is the process of assessing the company's strategic competitive advantages based on social responsibility.

The purpose of the research is to developing and testing a methodological approach to the assessment of the company's strategic competitive advantages in the context of social responsibility.

The research methods employed are: analysis, synthesis, systemization, generalization.

The innovative value of the research lies in a further development of theoretical base for assessment of the company's strategic competitive advantages in the context of social responsibility; an improvement of methodology for assessing strategic competitive advantages of a socially responsible enterprise.

The task accomplished can be summarized as follows: the meaning of the notion "corporate social responsibility" has been explicated; theoretical basis of competitiveness and the mechanism of forming the company's strategic competitive advantages with consideration of its social responsibility have been studied; legal aspects of facilitating public-private partnership in Ukraine have been reviewed; the company's financial standing and social responsibility have been analyzed; the company's work safety aspects have been addressed; methodology of assessing the company's strategic competitive advantages in the context of social responsibility have been improved and tested; economic expediency of the proposed measures has been evaluated.

The area of application of the research is commercial real estate, media business.

STRATEGIC COMPETITIVE ADVANTAGE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, METHODOLOGY, INTEGRAL EVALUATION, SOCIAL REPORT, EFFECTIVENESS.

ЗМІСТ

Вступ.....	8
1. Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства з урахуванням соціальної відповідальності.....	11
1.1. Соціальна відповідальність підприємства: сутність та взаємозв'язок з конкурентоспроможністю.....	11
1.2. Корпоративна соціальна відповідальність у формуванні стратегічних конкурентних переваг підприємства та практика її оцінки.....	22
1.3. Правові аспекти забезпечення державно-приватного партнерства в Україні .	30
2. Аналіз фінансового стану та рівня соціальної відповідальності підприємства .	39
2.1. Динаміка основних фінансових показників роботи підприємства та характеристика його програм соціальної відповідальності.....	39
2.2. Аналіз основних фінансових коефіцієнтів підприємства.....	55
2.3. Охорона праці на підприємстві	63
3. Методичні рекомендації щодо оцінки та формування стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності...	73
3.1. Розробка інтегрального показника оцінки приросту стратегічних конкурентних переваг соціально відповідального підприємства.....	73
3.2. Формування стратегії конкурентних переваг підприємства з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності	82
3.3. Оцінка ефективності розроблених заходів.....	96
Висновки.....	103
Список літературних джерел.....	106
Додатки.....	114

ВСТУП

Діяльність багатьох компаній пов'язана з низкою соціальних і економічних ризиків, подолання яких дозволить їм зайняти більш високу конкурентну позицію, як на вітчизняному, так і міжнародному ринках. Тому питанням соціальної відповідальності приділяється все більше уваги, а їх дискусійний характер накладає відбиток на правила ведення конкурентної боротьби в нових економічних умовах.

Незважаючи на значний обсяг зарубіжних і вітчизняних робіт у області конкурентоспроможності, конкурентних переваг, а також соціально відповідальної діяльності та інструментів її фінансування, проблема формування та оцінки стратегічних конкурентних переваг промислових компаній в контексті соціальної відповідальності вивчена недостатньо. Це зумовило необхідність проведення даного дослідження, визначило його мету і завдання.

Мета дослідження полягає в розробці та апробації методичного підходу щодо оцінки стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності.

Завдання дослідження:

- дослідити теоретичні основи конкурентоспроможності та механізм формування стратегічних конкурентних переваг підприємства з урахуванням соціальної відповідальності;
- розглянути правові аспекти забезпечення державно-приватного партнерства в Україні;
- проаналізувати фінансовий стан підприємства та рівень його соціальної відповідальності;
- розглянути питання охорони праці на підприємстві;
- розробити методичні рекомендації щодо оцінки та формування стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності.

Об'єкт дослідження – процес оцінки стратегічних конкурентних переваг підприємства на основі соціальної відповідальності.

Предмет дослідження – система методів оцінки та вимірювання соціальної відповідальності підприємства.

Інформаційною базою дослідження послужили матеріали фінансової звітності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

Обґрунтованість і достовірність результатів дослідження підтверджується використанням теоретичної, методичної, статистичної аналітичної інформації, отриманої з достовірних джерел; всебічним вивченням праць вітчизняних і зарубіжних дослідників в області забезпечення та оцінки конкурентоспроможності та корпоративної соціальної відповідальності, опублікованих в авторитетних наукових виданнях.

Серед зарубіжних вчених слід відмітити праці Аккермана Р. [1], Боуена Г. [2], Девіса К. [3–4], Давіла А. [5], Дональдсона Т. [6], Епстейна Е. [7], Фітча Г. [8], Фредріка У. [9], Фрідмана Е. [10], Фрідмана М. [11–12], Керолла А. [13], Джоунса Т. [14], Китзмуелла М. [15], Клеймера М. [23], Кока Р. [16], Клейне А. [17], Котлера Ф. [18], Маклагана П. [19], Палацці М. [22], Пісані Н. [21], Портера М. [23–24], Поуста Дж. [20], Уільяма М. [25], Вінздора Д. [26], Вуда Дж. [27–28], Заде С. [29], Женешека Т. [30].

Сутність корпоративної соціальної відповідальності досліджували такі вчені ближнього зарубіжжя як Бакша Н. [31], Біляєва І. [32], Благов Є. [33–34], Гончаров С. [35], Колбасенко С. [36], Коротков Е. [37], Костин А. [38], Сисоєв Т. [39], Супян Н. [40], Тамбовцев В. [41].

В Україні питаннями корпоративної соціальної відповідальності займаються Антошко Т. [42], Гловінов О. [43], Гоголя О. [44], Колот А. [45], Король С. [46], Мурашко М. [47], Новікова О. [48], Пермінова Г. [49], Петрушенко Ю. [50], Торута С. [51], Хоружій Г. [52], Цирик І. [53], Шаповал В. [54].

Методи дослідження – аналіз, синтез, систематизація, узагальнення.

Наукова новизна дослідження полягає в наступному: отримала подальший розвиток теоретична база оцінки конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності; удосконалена методика оцінки стратегічних конкурентних переваг соціально відповідального підприємства, а саме запропоновано інтег-

ральний показник оцінки припрошення стратегічних конкурентних переваг (конкурентний індекс соціальної відповідальності), що агрегує соціальний, економічний і екологічний показники в рамках корпоративної стійкості, використання якого дозволяє диференціювати позицію компанії в полі конкурентних стратегій і своєчасно коригувати стратегічні рішення промислових компаній.

Практичне значення отриманих результатів – удосконалена методика оцінки стратегічних переваг соціально відповідального підприємства. Результати дослідження можуть використовуватися на вітчизняних підприємствах в сфері девелопмента. Результати дослідження будуть впроваджені в практичну діяльність ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в 2018–2019 рр. (Довідка про впровадження додається).

Особистий внесок магістра. Робота є самостійно виконаним науковим дослідженням з використанням вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі корпоративної соціальної відповідальності.

Результати дослідження апробовані на міжнародній науково-практичній конференції, проведеній на база НО «Перспектива» (м. Дніпро, 12 травня 2018 р.) [55].

За результатами дослідження опубліковано одну наукову статтю в спеціалізованому фаховому журналі Науковий вісник Ужгородського національного університету, серія «Міжнар. економічні відносини та світове господарство» на тему : «Оцінка стратегічних конкурентних переваг компанії на основі корпоративної соціальної відповідальності» (0,5 д.а.) [56].

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1.1 Соціальна відповідальність підприємства: сутність та взаємозв'язок з конкурентоспроможністю

Соціальний прогрес суспільства передбачає в якості обов'язкової передумови відповідальну поведінку бізнесу, перш за все це стосується великих корпоративних структур. Становлення нової техніко-економічної парадигми, яка враховує мінливі основи економічного розвитку, зростаючу динаміку і напруженість конкуренції, неминуче зумовлює еволюцію соціальної відповідальності бізнесу. В його зону відповідальності включаються нові фактори неекономічного характеру, розширюється просторовий аспект соціальної відповідальності.

Розвиток і зміцнення інститутів громадянського суспільства в умовах глобалізації світової економіки детермінує необхідність відповідності вітчизняної ділової практики вимогам міжнародних стандартів, що ставить проблему забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства на якісно новий рівень. Компанії змушені відповідати не тільки за результати виробничо-господарської діяльності, а й за інші аспекти, такі як екологія, соціальні програми, освіта, охорона праці та інші, тобто, змушені бути соціально відповідальними.

Соціальна відповідальність як окремих компаній, так і всього бізнес-середовища у своїй еволюції проходить ряд етапів розвитку, починаючи від більш простих форм до повної інтеграції соціальної відповідальності в діяльність суб'єктів господарювання (табл.1.1). Це шлях від нормативного суперечливого визначення Р. Боуена – «батька корпоративної соціальної відповідальності» [2] – до системоутворюючого універсального стандарту ISO26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності». Існує ряд робіт, які докладно досліджували еволюцію концепції КСВ. Серед зарубіжних дослідників слід в першу чергу відзначити роботи А. Кер-

олла [13], Д. Віндзора [26], Ван Маррейвика та ін. Серед вітчизняних дослідників цієї проблеми слід виділити роботи Ю. О. Благова [33–34].

Таблиця 1.1 – Систематизація понять корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Автор/організація	Формулювання поняття КСВ
Г. Боуен, 1953 [2]	Соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень чи дотримання такої лінії поведінки, які були б бажані з позицій цілей і цінностей суспільства
М. Фрідман, 1970 [10]	Соціальна відповідальність бізнесу – це створення її прибутку
К. Девіс, 1973 [4]	Зацікавленість компанії в досягненні сприятливих соціальних та/або громадських ефектів спільно з традиційними економічними цілями, переслідуваними фірмою
А. Керролл, 1991 [13]	Зобов'язання бізнесу здійснювати добровільний внесок у розвиток суспільства, включаючи соціальну сферу, сферу та екологічну сферу, ухвалене компанією крім того, що вимагають закон і економічна ситуація
Ф. Котлер, Н. Лі, 2005 [18]	Вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту місцевої спільноти за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів
А. Костін, 2013 [38]	Система етичних норм і цінностей компанії, а також послідовних економічних, екологічних і соціальних заходів, що реалізуються в системі корпоративного управління компанії на основі постійної взаємодії з зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) і спрямованих на зниження фінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу та ділової репутації компанії, зростання капіталізації та конкурентоспроможності, які забезпечують прибутковість і стабільний розвиток підприємства
ISO26000: 2010 «Настанова по соціальній відповідальності»	Відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; – враховує очікування зацікавлених сторін; – відповідає застосовуваному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; – інтегровано у діяльність всієї організації і та застосовується у її взаємовідносинах

На сьогоднішній день найбільшу популярність одержало трактування КСВ, що представлено в стандарті ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності», яке дозволяє виділити характерні особливості ведення соціально відповідального бізнесу з позиції сталого розвитку суб'єкта господарювання. В умовах глобалізації та інтеграції ринкових відносин та зростання конкуренції підприємства прагнуть бути соціально відповідальними. Тому соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, безпосередньо пов'язаний з основною діяльністю компанії і виходить за рамки визначеного законом мінімуму.

Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальність суб'єктів бізнесу за дотримання норм і правил, неявно певних або невизначених законодавством (в області етики, екології, милосердя, людинолюбства, жалю і т.д.), що впливають на якість життя, як окремих соціальних груп, так і суспільства в цілому. Соціальну відповідальність бізнесу (СВБ) можна розглядати як:

- добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства (у соціальній, економічній і екологічній сферах);
- внесок, пов'язаний з основною діяльністю організації;
- внесок, що виходить за рамки певного законом мінімуму.

Враховуючи, що прибутковість продажів, активів і капіталу в соціально активних організацій вище, чим в організацій, які не проявляють себе в цій сфері, сучасний менеджмент передбачає перехід до соціально-орієнтованої концепції управління. Дана концепція полягає в збільшенні уваги до вимог різних "зацікавлених сторін", під впливом яких перебуває комерційна організація – від питань збереження навколишнього середовища до питань розвитку громадянського суспільства, як у регіонах присутності, так і в країні в цілому. Реалізація даної концепції управління передбачає, що ледве чи не в усі сфери бізнес діяльності організації в більшій або меншому ступені включають соціально-значимі компоненти, у тому числі:

- чи дотримуються норми безпеки й екологічні норми, а також охорона й гігієна роботи при здійсненні виробничих процесів;

- політика відносин з персоналом, задіяним у виробництві – рівень оплати праці й "соціального пакета", стратегії в навчанні співробітникам, подоланні негативних наслідків реструктуризації, скорочення штатів тощо;
- політика закупівель і продажів, робота на внутрішньому й зовнішньому ринках, чи забезпечуються якість товарів і їх безпека для споживача;
- які механізми використовуються для вибудовування відносин між організацією та її клієнтами, органами державного й місцевого керування, а також громадськістю;
- заходи щодо охорони навколишнього середовища й інше.

Відповідальність бізнесу, яка пов'язана з реалізацією регіональних соціальних проблем, здійснюється через конкурсні гранти разом з місцевим самоврядуванням, а корпоративна діяльність організацій, як правило, регулюється нормами, стандартами й законами відповідних держав. Так, наприклад, у багатьох європейських країнах існує законодавчо закріплена відповідальність бізнесу у вигляді обов'язкового медичного страхування, пенсійного регулювання, природоохоронної діяльності й ін..

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція соціальної відповідальності бізнесу, при якій бізнесом ураховуються інтереси суспільства, а також бізнес покладає на себе відповідальність за вплив власної бізнес діяльності на власних працівників, акціонерів, усіх контрагентів (замовників і постачальників), місцеві співтовариства та інші зацікавлені сторони суспільної сфери.

Такий підхід до ведення бізнесу припускає вихід за рамки встановлених законом зобов'язань бізнесу й припускає, що організації добровільно вживають додаткових заходів для підвищення якості життя працівників і їх родин, а також місцевого співтовариства й суспільства в цілому, поширюючи відповідальність бізнесу на:

- умови роботи й доходи найманих робітників;
- виплату дивідендів акціонерам;
- випуск якісної та конкурентної продукції й надання послуг;

– охорону навколишнього середовища й зайнятість населення в конкретно-му регіоні;

– реалізацію соціальних проектів та ініціатив населення регіону.

Ситуація з розвитком соціальних аспектів бізнесу в Україні визначається багатьма факторами.

По перше, запорукою успіху бізнесу, який прагне усталити свої конкурентні переваги, як і в будь-якій ринково орієнтованій економіці, багато в чому є потенціал його людських ресурсів, від якого залежить стабільність розвитку організації, а також її успіх на ринку. Тому одним з головних завдань бізнесу, яке потребує розв'язання, є завдання формування стабільного й професійного людського ресурсу, здатного продукуватися й реалізовувати всі нові ідеї вдосконалення бізнес-процесів і підвищення ефективності бізнесу в цілому. При цьому, як і будь-який ресурс, задіяний у бізнесі, використання цього ресурсу вимагає певних видатків, що відображаються на результатах діяльності.

По друге, працівники, які задіяні в бізнес-процесах, зі своєї сторони, усе більш вимогливі до своїх роботодавців – віддаючи багато часу роботі, вони не бажають задовольняти тільки певним рівнем заробітної плати, вимагаючи певну соціальну захищеність, а також відчуття своєї причетності до загального положення як в організації, так і в регіоні присутності бізнесу.

По третє, держава, здійснивши перехід до ринкової економіки, відійшла не тільки від прямого централізованого регулювання умов оплати праці й розмірів зарплати більшості працівників, але також і від регулювання значної частини соціальних пільг, надаваних працюючому населенню, повністю сконцентрувавши свою увагу на соціально-незахищених верствах населення. Навіть у назві центрального органа влади, який здійснює державне регулювання даних питань, скасоване «робота» і збережені лише питання регулювання «соціальної політики».

Четвертий фактор - це змушення профспілки, у якості представників найманих робітників, звертатися до бізнесу, з вимогою забезпечити працюючим окремі соціальні пільги й гарантії, які не пов'язані з характером і профілем бізнесу. Держава, зі своєї сторони, також покладає на бізнес ряд вимог щодо фінансування

соціальних програм по розвитку територій і підтримці певних верств населення, які не мають відносини до бізнесу.

Проблеми взаємодії органів державної влади, бізнесу, громадських організацій та інвестиційних інститутів, спрямованих на підтримку соціально відповідального бізнесу, в різних аспектах сьогодні особливо актуальні і є предметом дослідження вчених.

Сутність концепції СББ необхідно розглядати в соціальному, економічному і політичному аспектах з урахуванням взаємодії всіх зацікавлених сторін, а структуру СББ, що включає виробничу, управлінську та інвестиційну складові, доцільно аналізувати на мікро - , мезо- , макро - і мегарівні.

На мікрорівні соціально відповідальний бізнес містить в собі економічну ефективність діяльності підприємства, включаючи якість продукції та компетенції трудових ресурсів. На мезорівні (галузевому) формуються партнерські відносини з урахуванням аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів середовища. На макрорівні формуються соціально-економічні відносини з приводу ведення відповідального бізнесу на рівні держави при взаємодії з різними бізнес-структурами та громадськими організаціями. На мегарівні створюються умови для створення міжнаціональних корпорацій, що підвищує конкурентоспроможність країни на міжнародному рівні.

Представляє інтерес розгляд структури корпоративної соціальної відповідальності для визначення місця і ролі соціального інвестування. Найбільш відома багаторівнева структура корпоративної соціальної відповідальності, яка представлена у вигляді так званої класичної «піраміди КСВ» Керролла. Вона включає чотири рівні [13]. В основі піраміди – економічна відповідальність компанії – отримання прибутку через задоволення потреби клієнта в товарах і послугах. Другий рівень відображає дії компанії в рамках законодавчого правового поля, що відображає правову відповідальність. На третьому рівні – етична відповідальність, що визначає межі етичної поведінки компанії, дотримання яких хоча й не потрібно на законодавчому рівні, але суспільство чекає такої поведінки у відповідності зі сформованими соціальнокультурними та моральними нормами. Четвертий рівень – філантропічна (дискреційна) відповідальність, що передбачає

той чи інший ступінь добровільної участі соціального характеру в житті суспільства. При цьому економічна і правова відповідальність відповідають вимогам суспільства, які необхідно враховувати бізнесу. Дотримання етичних зобов'язань очікуване суспільством, а філантропічних – бажане. В пізнішій роботі А. Керролл об'єднав філантропічну та етичну відповідальність в один рівень.

Вітчизняні реалії при здійсненні соціальних інвестицій такі, що найбільш впливовими стейкхолдерами є органи влади різних рівнів, задоволення інтересів яких є запорукою успішної діяльності компанії і на які витрачаються значні суми. Окремі особливості діяльності вітчизняних компаній в області КСВ проаналізовано в роботі Ю. Є. Благова [33–34], В. І. Кабаліної, А. А. Савченко, І. С. Соболева [32]. Так, автори відзначають загальну відповідність глобальної тенденції посилення стратегічного характеру КСВ – вибудовування системи управління «портфелем» соціальних інвестицій, з широким охопленням тим і виділенням при цьому ряду проблем, що обумовлюють суперечливість появи даної тенденції:

- існує група компаній-лідерів в області КСВ, діяльність яких не призводить до загального прискорення темпів інтеграції принципів КСВ в стратегію компанії;

- делегування повноважень з управління КСВ підрозділам зв'язків з громадськістю та управління персоналом. На наш погляд, це істотно звужує перелік інтересів, що фінансуються компанією, до іміджевих проектів в першому випадку та інтересів персоналу у другому;

- взаємодія із зацікавленими сторонами будується з позиції ризиків, які можуть виникнути від реалізації їх дій, а не як процес спільного створення цінності для бізнесу і суспільства.

В рамках існуючих концепцій [34] нами були виділені шість етапів еволюції соціальної відповідальності: концептуалізації, інструменталізації, інституціоналізації, персоніфікації, соціального інвестування та сучасний етап – імпакт-інвестування.

Далі розглянемо феномен імпакт-інвестування.

Незважаючи на те, що як соціальне, так і імпакт-інвестування здійснюється з урахуванням екологічних і соціальних факторів, відмінності між ними досить істотні.

Соціально відповідальне інвестування полягає в обліку (при прийнятті рішення) можливості виникнення соціальних та екологічних ризиків, пов'язаних з об'єктами фінансування, створенням систем управління цими ризиками. Поняття соціальних інвестицій було визначено таким чином: «соціальні інвестиції бізнесу — це матеріальні, технологічні, управлінські або інші ресурси, а також фінансові кошти компаній, що направляються по рішення керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у припущенні, що в стратегічному відношенні компанією буде отриманий визначений (хоча і не завжди і не просто вимірюваний) соціальний і економічний ефект» [32].

Пізніше визначення було змінено, під соціальними інвестиціями розуміються ресурси компанії, що спрямовуються на реалізацію корпоративних соціальних програм, здійснення яких у стратегічному відношенні передбачає отримання компанією певного економічного ефекту [42].

Перш ніж розглянути феномен імпаکت-інвестування та фактори, що впливають на його розвиток, уточнимо його сутність. Поява терміна «impact investment» пов'язують з діяльністю Фонду Рокфеллера в 2007–2008 рр., яка була б «більш конкретною, ніж існуюча і не асоціювалася з благодійністю та філантропією» [23]. Імпакт-інвестування сфокусовано на отримання комбінованої цінності (blended value) — термін, введений Дж. Емерсоном [22, с. 9]. Комбінована цінність — поєднання фінансової та нефінансової ефективності — «органічне та нерозривне поєднання соціальної, екологічної та економічної результативності» [48]. Таким чином, імпакт-інвестування має на увазі вирішення соціальних та екологічних проблем за рахунок використання нових інвестиційних інструментів на територіях інвестування. Основними учасниками імпакт-інвестування є одержувач інвестицій, посередник, що визначає критерії проектів, що претендують на фінансування, і інвестор. При цьому інвестор при досягненні своїх цілей свідомо враховує цілі та цінності інших учасників. Поняття імпакт-інвестування не є усталеним в українській економічній науці.

Імпакт-інвестування передбачає вирішення соціальних та екологічних проблем за рахунок використання нових інвестиційних інструментів на територіях інвестування. Основними учасниками імпакт-інвестування є одержувач інвестицій, посередник, який визначає критерії проектів, що претендують на фінансування, і інвестор. При цьому інвестор при досягненні своїх цілей свідомо враховує цілі і цінності інших учасників.

На нашу думку, українська модель імпакт-інвестування набуває таких характерних рис:

- рішення соціальних і екологічних проблем на територіях присутності компанії за рахунок внутрішнього відбору ініціатив (внутрішній венчур);
- прийняття рішень про імпакт-інвестування базується в основному на репутаційному капіталі, людському капіталі;
- ефективність імпакт-інвестування оцінюється за трьома напрямками: екологічне, соціальне і економічне (в аспекті нарощування стратегічних конкурентних переваг).

Аналіз основних підходів до дослідження корпоративної соціальної відповідальності дозволив простежити трансформацію концептуальних засад, на підставі яких можна виділити перспективність імплементації елементів імпакт-інвестування, де результатом є отримання комбінованої цінності: соціальної, економічної, екологічної.

Розглянемо взаємозв'язок конкурентоспроможності та соціальної відповідальності підприємства.

Аналіз літератури з питань дослідження взаємовпливу корпоративної соціальної відповідальності та конкурентоспроможності компаній показав відсутність загальноприйнятої моделі впливу і практично повну відсутність емпіричних досліджень даної проблематики.

Так, у роботі А. Б. Анкудінова, А. В. Гізатулліна підтверджується гіпотеза ресурсної теорії про відсутність причинно-наслідкового зв'язку між корпоративною соціальною відповідальністю і фінансовою ефективністю компанії. Підвищення рівня соціальної відповідальності імовірно пояснюється наяв-

ністю вільних грошових коштів, які менеджмент витрачає на проекти, що покращують репутацію компанії [48].

Ряд зарубіжних дослідників приділили особливу увагу проблемі пошуку взаємозв'язку між соціальною та фінансовою ефективністю діяльності компанії. Особливий інтерес представляє внесок групи авторів на чолі з М. Орлицким, якими був проведений мета-аналіз 52 первинних кількісних досліджень, відібраних за останні 30 років.

Метою дослідження було визначення характеру взаємозв'язку між корпоративною соціальною / екологічною ефективністю та корпоративною фінансовою ефективністю. Найбільш значущим результатом було виявлення позитивного взаємозв'язку між корпоративною соціальною / екологічною ефективністю та корпоративною фінансовою ефективністю. Характер взаємозв'язку був визначений як двонаправлений і одночасний. Автори відзначають, що одні показники фінансової ефективності, зокрема частка ринку, ринковий прибуток, мають більш високий ступінь впливу на показники соціальної ефективності діяльності компанії.

Вплив корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії характеризується непрямим характером і можливою затримкою в часі. Аналіз досліджень з ефективності соціальних інвестицій дозволив скласти концептуальну модель впливу КСВ на конкурентоспроможність компанії (рис.1.1).

Необхідно відзначити, що напрямки корпоративної соціальної відповідальності можна поділити на внутрішні і зовнішні по відношенню до груп стейкхолдерів.

Зовнішня КСВ представлена наступними напрямками: охорона здоров'я; освіта і наука; культура і мистецтво; відродження духовної спадщини (традицій, обрядів, культурних спадщин численних народів країни); розвиток інфраструктури області, регіону, міста; адресна допомога; спорт; екологія.

Внутрішня КСВ спрямована, в першу чергу, на задоволення інтересів персоналу компанії. Одним з пріоритетних напрямів соціальної політики компанії є програми, спрямовані на поліпшення умов праці (сюди також входить підтримка корпоративної культури, проведення свят тощо), забезпечення охорони праці та безпеки на

підприємстві. Все це сприяє створенню комфортних умов для високопродуктивної праці співробітників.

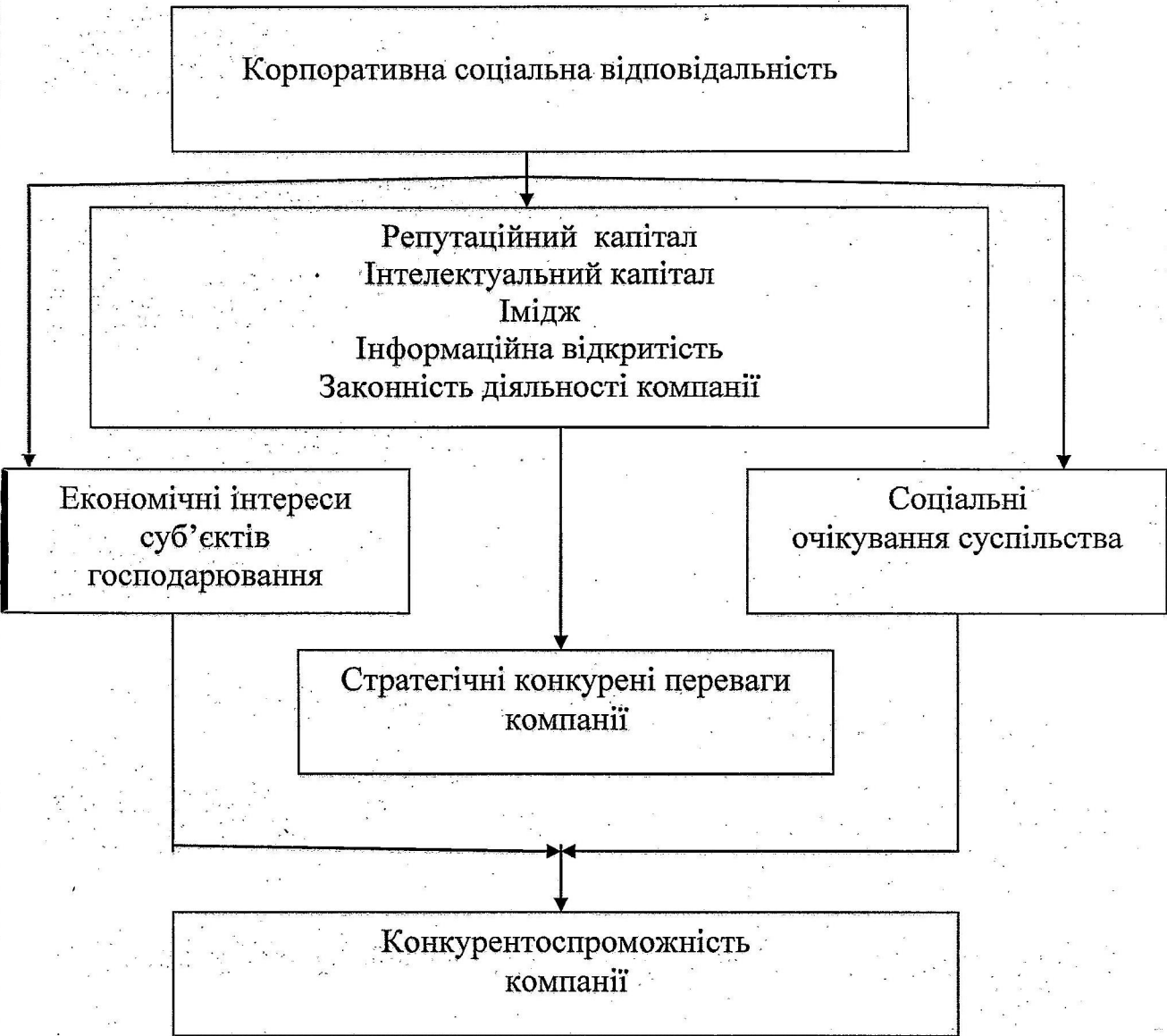


Рис.1.1 – Концептуальна модель впливу КСВ на конкурентоспроможність компанії
(Складено автором)

Наступним пріоритетним напрямком внутрішньої КСВ є програми з оздоровлення персоналу, спрямовані на створення умов для повноцінного відпочинку і, як наслідок, підвищення працездатності співробітників (сюди можна віднести: за-

безпечення санітарно-курортного лікування працівників і членів їх сім'ї, добровільного медичного страхування і підтримка здорового способу життя серед працівників, а також різні спортивні заходи).

Не менш значущим напрямом є програми по підготовці і перепідготовці кадрів, а також професійного розвитку співробітників, що дозволяє компанії ефективно управляти знаннями персоналу і формувати кадровий потенціал, здатний забезпечити її динамічний розвиток.

До наступного напрямку соціальної політики компанії можна віднести надання соціальних пільг і матеріальної підтримки працівників.

І останній напрям – це реалізація житлової програми для співробітників компанії, що включає фінансування будівництва житлових будинків та продаж квартир працівникам підприємств за пільговими цінами, продаж житла на вторинному ринку, забезпечення гуртожитками і т. д.

Концептуальна модель впливу КСВ на конкурентоспроможність компанії послужила основою для подальших досліджень по розробці механізму формування стратегічних конкурентних переваг компанії.

1. 2. Корпоративна соціальна відповідальність у формуванні стратегічних конкурентних переваг підприємства та практика її оцінки

З точки зору ресурсної теорії соціальна відповідальність надає компанії цінний нематеріальний ресурс – репутацію. З одного боку, репутація являє оцінку відповідності діяльності компанії, що пред'являються їй зобов'язаннями, а також задоволення очікувань стейкхолдерів. З іншого боку, репутація компанії має темпоральний характер, дозволяючи пояснити дії компанії в минулому і передбачити її поведінку у майбутньому. Соціально відповідальна діяльність створює незамінні нематеріальні ресурси, наявність яких стає невід'ємною умовою утримання стабільної конкурентної позиції в сучасному високо конкурентному бізнес-середовищі.

Нами були виділені чотири ключові компоненти репутаційного капіталу компаній: інтелектуальний капітал, інформаційна відкритість, імідж і законність діяльності компанії. Репутаційний капітал сприятливо впливає на подолання соціальних та екологічних ризиків, що виникають у процесі ведення господарської діяльності, надаючи можливості для нарощування стратегічних конкурентних переваг за допомогою реалізації соціальних та імпакт-інвестицій як фактора забезпечення конкурентоспроможності, спрямованого на підвищення ефективності розвитку промислових компаній.

На основі концептуальної моделі впливу КСВ на конкурентоспроможність (рис. 1.2), нами запропоновано механізм формування стратегічних конкурентних переваг підприємства з урахуванням соціальної відповідальності. Цей механізм відображає послідовність створення конкурентних переваг за допомогою інвестування у внутрішню і зовнішню корпоративну соціальну відповідальність.

Фінансування соціально орієнтованих проектів націлене на отримання результативності за чотирма основними напрямками: імідж, інформаційна відкритість, законність діяльності компанії, інтелектуальний капітал. Це утворює репутаційний капітал компанії, який виконує моделюючу функцію, яка полягає у створенні цінностей, що формують стратегічні конкурентні переваги компанії. Створення цінностей здійснюється за рахунок використання нематеріальних ресурсів і відображає задоволення інтересів різних стейкхолдерів, які також беруть участь в процесі їх генерації.

Економічні інтереси суб'єктів господарювання взаємообумовлюють соціальні очікування суспільства. Здійснення соціально відповідальної діяльності компанії множує репутаційний капітал компанії – ключовий нематеріальний актив, який виступає в ролі медіатора, що регулює взаємовідносини, які виникають між корпоративною соціальною відповідальністю компанії та її конкурентоспроможністю. Необхідно враховувати, що витрати на КСВ носять амбівалентний характер, оскільки їх вплив опосередковано і зворотність інвестицій в КСВ може бути отримана лише в пролонгованому періоді, що визначає довгостроковий характер конкурентних переваг.

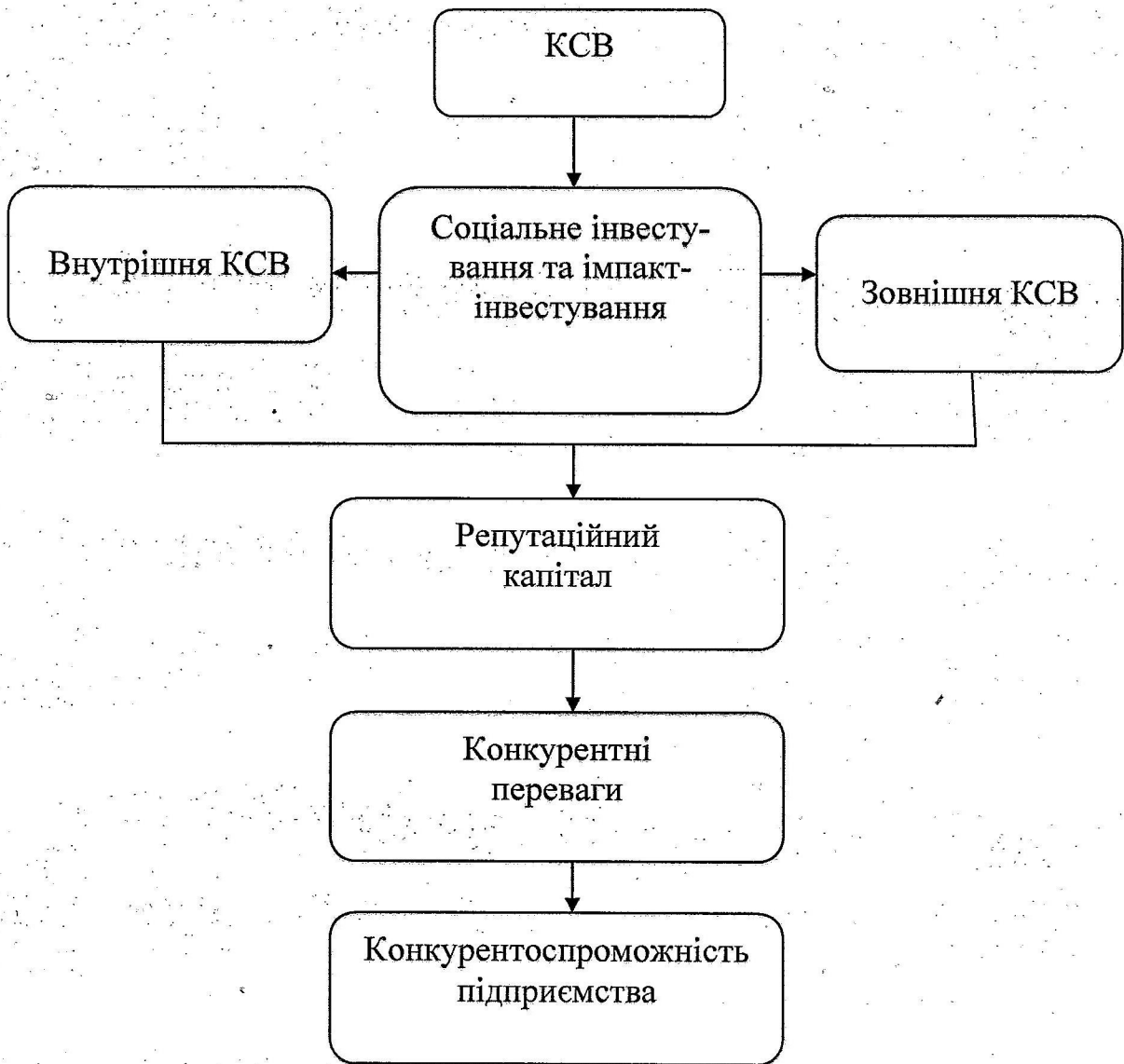


Рис. 1.2 – Механізм формування стратегічних конкурентних переваг підприємства з урахуванням соціальної відповідальності

(Складено автором)

Дослідимо вплив КСВ на інтелектуальний капітал компанії. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності дозволяє сформувати унікальні конкурентні переваги компанії за допомогою розвитку інтелектуального капіталу (рис.1.3).

Інтелектуальний капітал розглядається як сукупність людського капіталу – сукупність здібностей і навичок персоналу компанії і структурного капіталу. Структурний капітал являє собою сукупність клієнтського капіталу, цінність ком-

панії, формована взаємовідносинами з клієнтами, та організаційного капіталу, що включає процесний (ефективні бізнес-процеси) та інноваційний (об'єкти інтелектуальної власності – патенти, ліцензії тощо) капітал.



Рис. 1.3 – Процес підвищення конкурентоспроможності компанії

Незважаючи на дедалі зростаючу роль інтелектуальних ресурсів, ключові рішення власниками, менеджерами та інвесторами приймаються на основі фінансової звітності компанії, що призводить до недооцінки ризиків і вигод, пов'язаних з інтелектуальним капіталом. Отже, незалежно від того, яку модель структури інтелектуального капіталу розглядати, очевидно, що фінансування заходів КСВ буде сприяти його підвищенню.

Розглянемо вплив КСВ на імідж компанії. Для цього введемо визначення стратегічного управління. Стратегічне управління виходить з твердження того, щоб створити конкурентну перевагу, необхідно запропонувати споживачеві цін-

ність, яка сприймається в більшій мірі, ніж у конкурентів. Сприйняття може бути пов'язане як з характеристиками вироблених товарів і послуг, так і з характеристиками самої компанії і її становищем на ринку. Таким чином, сприйняття клієнтів являє собою емоційно забарвлену поведінку зацікавлених груп щодо компанії, її товарів і послуг. Аналіз ставлення клієнтів дозволяє отримати наступні переваги:

- визначення сильних і слабких сторін марки товару й іміджу компанії допомагає з достатньою точністю ідентифікувати можливості і загрози;
- вимір відношення до і після впливу на ринок дозволяє оцінити ефективність стратегій;
- знання відношення допомагає прогнозувати реакцію на дії, що вживаються компанією.

Високий показник іміджу компанії є підтвердженням того, що вона володіє унікальними діловими можливостями (навичками, уміннями), що дозволяють підвищувати показник сприйняття споживачем цінності її товарів і послуг.

Слід зауважити, що створення і підтримка сильного іміджу вимагає великих фінансових витрат, великих витрат часу. Виникає протиріччя між необхідністю постійно мати досить високий прибуток і довгострокові інвестиції в імідж, що не дають швидкої віддачі. Проте, якщо компанія поступиться своїми позиціями на ринку, повернути їх буде дуже складно. Імідж компанії – це результат взаємодії великої кількості факторів, тобто, зовнішній образ, що володіє емоційно-психологічним підтекстом.

Проаналізуємо вплив КСВ на інформаційну відкритість компанії. Діяльність у соціально відповідальній сфері компанії розкривають у нефінансовій звітності, яка містить комплексний аналіз ділової практики. Наявність нефінансової звітності істотно збільшує прозорість діяльності організації. Нефінансовий звіт являє собою офіційно опублікований компанією документ, призначений для всіх зацікавлених сторін, в якому вона висвітлює свою діяльність в області КСВ. Як правило, нефінансова звітність є річною та містить інформацію про стратегії КСВ у взаємозв'язку зі стратегією розвитку компанії, про описи етичних принципів ведення бізнесу та їх дотриманні, якості корпоративного управління, заходи з екології та

охорони навколишнього середовища, управління персоналом, дотримання прав людини, підтримки місцевих громад, підвищення якості продукції та послуг, представлення внеску компанії в розвиток суспільства на територіях її присутності. Вся інформація, що міститься в нефінансовій звітності, може бути зведена до трьох груп факторів – екологічних, соціальних та корпоративного управління (environmental, social, governance), тому в міжнародному співтоваристві нефінансову звітність називають ESG-звітність.

Розглянемо вплив КСВ на законність діяльності компанії. З розкриттям нефінансової звітності пов'язаний і вплив діяльності компанії у сфері КСВ на рівень законності її діяльності. На основі даних звітів можна зробити висновки про те, наскільки діяльність компанії відповідає законодавчим нормам, а в деяких випадках перевершує їх. Такі аспекти КСВ компанії, як розкриття інформації щодо дотримання прав людини, охорону навколишнього середовища, умов праці, антикорупційної діяльності, все частіше знаходять відображення у законодавчих вимогах або правилах.

З кожним роком збільшується число країн, в яких прийняті вимоги про необхідність нефінансової звітності. Так, наприклад, у Франції, Данії та ПАР введені обов'язкові вимоги до публікації звітності з ESG-факторів, її публікують практично всі компанії.

Можна зробити висновок, що тільки ефективна діяльність у сфері КСВ робить благотворний вплив на конкурентоспроможність. Таким чином, слід більш точно визначити конкурентоспроможну КСВ з позиції концептуальної моделі впливу. Конкурентоспроможною КСВ є відповідальна діяльність компанії, яка здійснюється відповідно до вимог законодавства та сприяє підвищенню її репутації, прозорості бізнесу, зниженню ризиків, що збільшує вартість компанії. Здійснюючи інвестиційну діяльність у сфері КСВ, компанія отримує стратегічні конкурентні переваги, що в контексті нової техніко-економічної парадигми розвитку конкурентоспроможності представляється виправданим.

Наявність можливості для оцінки соціальної результативності компанії підтвердив Керролл [8], враховуючи важливість цього питання для бізнесу та суспільства. Ав-

тор зазначив, що розробка достовірного та надійного інструменту оцінки та вимірювання буде нелегким завданням. Оцінка вимірювання КСВ, незважаючи на притаманні їй очевидні обмеження, залишається об'єктом наукових досліджень. Д. Галлардо-Васкуес та ін. зробили спробу об'єднати деякі наукові підходи до кількісної оцінки і вимірювання соціально відповідальної поведінки компанії, в основу методів кількісної оцінки і вимірювання КСВ були закладені способи оцінки індикаторів в доповненні з іншими альтернативними методиками оцінки.

В кінці 1970-х і початку 1980-х років чисельні показники були запропоновані в якості синтезу соціальної інформації, що міститься у звітах компанії. Даний метод передбачає багатовимірність вимірювання, оскільки виділення одного показника буде накладати суттєві обмеження. Аупперле та ін. розробили шкалу для вимірювання індивідуальної цінності менеджерів і їх ставлення до КСВ. Вона була заснована на чотиривимірній моделі, описаній Керролом в 1979 р. [13]. Це можна розглядати як першу серйозну спробу представити багатовимірний характер КСВ.

До альтернативних методів виміру й кількісної оцінки КСВ можуть бути віднесені контент-аналіз відповідних документів, тематичні дослідження (кейси), анкетні опитування, бази даних або індексів. У 1984 році Ф. Кочран і Р. Вуд в роботі «Корпоративна соціальна відповідальність і фінансовий результат» пропонують два, на їх думку, найбільш загальноприйнятих методів оцінки корпоративної соціальної відповідальності. Перший з них – репутаційний індекс. Метод репутаційного індексу полягає в тому, що компетентні спостерігачі (експерти) складають рейтинг фірм на основі одного або декількох вимірників соціального результату. Надалі такі автори, як В. Руф та ін., розробили шкалу для оцінки відносної важливості вимірювань, включених до деяких репутаційних індексів, підтверджуючи застосовність шкали індексів і відзначаючи збігу зі шкалою вимірювань Керолла.

Ф. Кочран і Р. Вуд вважають, що метод репутаційного індексу володіє певними перевагами: це «внутрішня послідовність» – вона полягає в тому, що експерт, який здійснює оцінку, застосовує однакові, хоча часом і суб'єктивні, критерії до кожної з фірм; «відсутність удавання». Метод не претендує на застосування

строгих об'єктивних критеріїв до вимірювачів КСВ, які спочатку можуть носити суб'єктивний характер, «групове сприйняття», він дозволяє підсумувати сприйняття одного з ключових компонентів різних фірм. У свою чергу, автори відзначають наступні недоліки даного методу вимірювання КСВ: найбільш важливий і очевидний недолік полягає в тому, що ранжування, так чи інакше, відбувається вкрай суб'єктивно, тому отриманий рейтинг фірм може значно відрізнятись від експерта до експерта, що знижує ступінь надійності отриманих результатів; що стосується розміру вибірки, то більшість рейтингових індексів згенеровані таким чином, що покривають лише незначне число фірм, що ускладнює його поширення на всю сукупність вибірки.

Наступний метод – метод контент-аналізу. Піонером в галузі контент-аналізу можна вважати роботу Еббота і Монсена, що описує шкалу для вимірювання КСВ, засновану на контент-аналізі корпоративних річних звітів журналу «Fortune firm». Метод дозволяє виміряти ступінь звітності в різних публікаціях, особливо в річних звітах. Контент-аналіз допускає використання як якісного, так і кількісного аналізу даних. На думку авторів, у даного методу є дві основні переваги. По-перше, суб'єктивно обрані змінні підлягають досить об'єктивній процедурі аналізу в подальшому. Таким чином, результати кожного дослідження стають незалежними. По-друге, перевага полягає в тому, що механічний характер методу дозволяє використовувати більшу вибірку.

Однак, як і будь-який метод, контент-аналіз має низку недоліків. Такі автори, як С. Сейрунг і М. Мюллер, вказують на суб'єктивний вибір змінних для вимірювання; контент-аналіз дозволяє ідентифікувати наміри фірми, тобто, що вона планує робити в тій чи іншій області КСВ, а не сам безпосередній результат.

До економіко-математичних методів оцінки і вимірювання КСВ можна віднести методи з використанням аналітичної процедури ієрархічного аналізу. Варто відзначити спосіб оцінки і вимірювання корпоративної соціальної відповідальності, запропонований В. Руфом, К. Муралідхаром і К. Полом. На думку О. А. Лещенко та О. В. Корчагіна, даний метод відповідає вимогам, що пред'являються до інструментів оцінки вимірювання КСВ – забезпечувати відображення різних параметрів соціальної

відповідальності бізнесу, а також не залежати від іміджу компанії [52]. Метод сфокусований на оцінці фактичних результатів соціально відповідальної діяльності компанії, а не на оцінці намірів і бажань підвищити свій імідж в очах стейкхолдерів. В основу методу закладена аналітична процедура ієрархічного аналізу АНР (Analytic Hierarchy Process). Дана процедура включає три етапи: декомпозиції досліджуваного об'єкта, порівняльний аналіз і синтез.

Таким чином, можна відзначити, що найбільш популярними методами оцінки і вимірювання КСВ залишаються контент-аналіз і різні рейтингові інструменти. Контент-аналіз дозволяє ідентифікувати наміри фірми (планування в тій чи іншій області КСВ), а не сам безпосередній результат. Метод відрізняється підвищеною трудомісткістю, а також можливою нерепрезентативністю вибірки, що виникає внаслідок суб'єктивності людського кодування. Що стосується рейтингових інструментів, то основні обмеження, що виникають при використанні даних методів, пов'язані з складанням уніфікованого набору показників для кількісної оцінки, які не завжди відображають структуру витрат на інвестиційні проекти в області КСВ.

1.3. Правові аспекти забезпечення державно-приватного партнерства в Україні

Ефективне соціальне партнерство – важливий елемент ринку праці та соціальної політики. Розвиток соціального партнерства сприяє покращенню соціально-економічної ситуації, збільшенню рівня оплати праці, зайнятості та призведе до скорочення рівня безробіття й бідності, удосконалення законодавства у сфері соціальної політики. За умов реалізації принципів та механізмів соціального партнерства можна прослідкувати становлення соціального та людського капіталу, ступінь розвитку суспільства, рівень розвитку корпоративного управління, соціальної відповідальності бізнесу, держави і суспільства.

Поглиблення взаємодії державних та приватних партнерів в інтересах соціально-економічного розвитку є однією з характерних рис сучасної економічної політики розвинених країн. Позитивний досвід країн Західної Європи з публічно-приватного партнерства (у національному законодавстві воно визначено як державно-приватне партнерство) може виступати орієнтиром для формування національної моделі державно-приватного партнерства. Слід зазначити, що західний підхід до регулювання відносин у сфері публічно-приватного партнерства відзначається відсутністю уніфікованої або єдиної нормативно-правової бази, натомість в Україні намагаються створити всеохоплююче нормативно-правове підґрунтя з питань державно-приватного партнерства.

Одним із основних напрямів трансформації економіки України на сучасному етапі є подальше реформування системи управління економікою. Дійовим засобом підвищення ефективного функціонування державної власності є розвиток партнерських відносин держави та бізнесу, що дозволить залучити в державний сектор економіки додаткові ресурси, насамперед інвестиції. У такій системі відносин відбувається об'єднання ресурсів і потенціалів держави і бізнесу, що сприяє підвищенню ефективності використання наявних ресурсів, розподілу ризиків між державним і приватним сектором та їх мінімізації.

В Україні актуальність використання державно-приватного партнерства зумовлена багатьма чинниками. По-перше, у світлі реформаторських тенденцій, які простежуються останнім часом, є підстава говорити про привабливість і перспективність державно-приватного партнерства. У довгостроковій перспективі державно-приватне партнерство може стати затребуваною формою реалізації проектів через відсутність якісних механізмів залучення приватних інвестицій та обмеженість бюджетних коштів для їх реалізації. По-друге, державно-приватне партнерство є дієвим важелем активізації та стимулювання економічного зростання, забезпечення технологічного оновлення й розвитку галузей реального сектору економіки.

Державно-приватне партнерство в Україні почало розвиватися відносно недавно. Вирішення проблем нової форми співпраці держави та бізнесу започатковано в роботах таких учених, як О. Вінник, Г. Знаменський, П. Надолішній та

Н. Піроженко, В. Устименко, Р. Джабраїлов. Вони присвячені проблемним питанням нормативно-правового регулювання державно-приватного партнерства, зокрема, формуванню правових засад, недосконалості національного законодавства, а також перспективам упровадження державно-приватного партнерства. При цьому недостатньо уваги приділяється комплексному аналізу нормативно-правової бази, яка регулює відносини у цій сфері.

З урахуванням викладеного, метою правового розділу в рамках магістерської роботи, що присвячена соціальній відповідальності бізнесу, є визначення нормативно-правового забезпечення здійснення державно-приватного партнерства в Україні, а також перешкод, що заважають його поширенню.

Загальними базовими законодавчими актами у сфері державно-приватного партнерства є: Конституція України [57]; Цивільний кодекс України, який у контексті державно-приватного партнерства регулює питання, пов'язані із правом власності, типами зобов'язань, загальними умовами укладання угод тощо [58]; Господарський кодекс України, що регулює відносини у сфері господарської діяльності, та інші. Зазначені законодавчі акти є первинними не тільки для державно-приватного партнерства, тому вони не містять конкретних положень та норм, що регулюють такі відносини. З метою заповнення цієї прогалини в законодавстві, а також разом із розвитком та поширенням державно-приватного партнерства у 2010 р. було прийнято спеціальний законодавчий акт – Закон України «Про державно-приватне партнерство» [59]. На виконання Закону прийняті підзаконні акти, зокрема: постанови Кабінету Міністрів України від 11 квітня 2011 р. № 384 «Деякі питання організації здійснення державно-приватного партнерства» та від 26 квітня 2017 р. № 298 «Про затвердження Порядку заміни приватного партнера за договором, укладеним у рамках державно-приватного партнерства», наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 07.06.2016 № 944 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо застосування Методики виявлення ризиків здійснення державно-приватного партнерства, їх оцінки та визначення форми управління ними» та інші.

Закон України «Про державно-приватне партнерство» є основним законодавчим актом, що регулює відносини у сфері державно-приватного партнерства, зокрема, він визначає правові, економічні та організаційні засади взаємодії держави та приватних партнерів, регулює відносини, пов'язані з підготовкою, виконанням і розірванням договорів, які підписуються в рамках державно-приватного партнерства, а також установлює гарантії дотримання прав і законних інтересів сторін цих договорів. Крім того, Законом передбачено принципи здійснення державно-приватного партнерства, обов'язковість проведення попереднього аналізу ефективності його здійснення, а також особливості надання державної підтримки для реалізації проектів державно-приватного партнерства.

Відповідно до цього закону державно-приватне партнерство є співробітництвом між державою Україна, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних і комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору. При цьому проекти державно-приватного партнерства повинні забезпечити вищу ефективність діяльності порівняно з її здійсненням лише державним партнером, мати довготривалий характер (від 5 до 50 років), передбачати фінансування (або співфінансування) проекту з боку приватного партнера, а також встановлювати розподіл відповідальності та ризиків між приватним і державним партнерами у процесі здійснення державно-приватного партнерства.

Слід зазначити, що національне законодавство широко розуміє державно-приватне партнерство та не конкретизує виключні форми його реалізації, йдеться про те, що в рамках державно-приватного партнерства можуть укладатися договори про концесію, спільну діяльність та інші договори. І для того, щоб такі договори відносилися до державно-приватного партнерства, вони мають відображати спільну зацікавленість партнерів в ефективному використанні наявних ресурсів на всіх стадіях життєвого циклу проекту – від проектування до експлуатації або передачі.

Таким чином, законодавством чітко встановлено договірну форму державно-приватного партнерства, але відсутність повного переліку видів договорів, які

можуть визнаватися державно-приватним партнерством, призводить, з одного боку, до можливості використання широкого спектру договорів, а з іншого – до можливості невизначеності при реалізації спільних проектів через неточність законодавства та порушення прав однієї зі сторін. [60]. Відповідно до цього законодавство про державно-приватне партнерство має визначати повний перелік форм його здійснення, що вимагає внесення відповідних змін до Закону України «Про державно-приватне партнерство».

Положеннями статті 20 Закону встановлено перелік гарантій, що надаються державою Україна на користь приватного партнера, а саме:

- заборони втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування в діяльність приватного партнера;
- гарантування права приватного партнера на відшкодування втрат, понесених ним внаслідок встановлення цін (тарифів) на послуги, що надаються приватним партнером, у розмірі, нижчому від розміру економічно обґрунтованих витрат на їх надання;
- гарантування права приватного партнера на відшкодування збитків, заподіяних йому внаслідок прийняття органами державної влади або органами місцевого самоврядування незаконних рішень, які впливають на договір державно-приватного партнерства та можливість його виконання приватним партнером [59].

Не менш важливою нормою чинного законодавства є закріплення гарантій прав приватних партнерів від змін цивільного та господарського законодавства, яке регулює майнові відносини. З точки зору залучення інвесторів та створення сприятливого інвестиційного клімату дана норма може сприйматися як запрошення до співробітництва, однак вона має враховувати й необхідність захисту інтересів держави проти можливих збитків від виконання такого договору. Крім того, механізм надання державою гарантій приватним партнерам у межах державно-приватного партнерства до кінця не сформований і вимагає уточнення та відповідного правового закріплення.

Державно-приватне партнерство не відміняє приватизацію. Звичайно, є сфери, де приватний сектор може працювати без державної участі. Однак є тра-

ційні сфери державної відповідальності: оборона, соціальна сфера, інфраструктура. З чисто ринкової позиції вони мало привабливі і можуть зникнути, якщо їхні активи передати у приватну власність. До того ж держава не може повністю передати їх у власність. Тому на практиці логічно виникає так звана напівприватизація (semi-privatization), з якою часто ототожнюють партнерство. Поділяємо точку зору, [61] що такі крайні позиції не зовсім коректно практикують співвідношення категорій «приватизація» і «партнерство». Під приватизацією розуміється відчуження майна, що знаходиться у власності держави (державне майно) і органів місцевого самоврядування (комунальне майно) у власність фізичних і юридичних осіб за певну плату. Якщо приватизація означає передачу державної і комунальної власності у приватне володіння і вихід держави із певного виробництва сфери діяльності, то створення партнерств означає лише передачу приватному сектору частини функцій держави стосовно державних об'єктів і функцій місцевої влади стосовно об'єктів комунальної власності. Однак ці об'єкти залишаються у власності держави. На відміну від приватизації у партнерствах держава зберігає певну економічну активність. Її діяльність при цьому можна розглядати як державне регулювання економічних процесів. З точки зору економічної теорії такі партнерства означають інституціональні перетворення державного сектора економіки і являють собою реформування державної політики і управління для забезпечення поступального розвитку економіки і надання населенню суспільних послуг.

Основа успішності об'єднання фінансових ресурсів у концепції державно-приватного партнерства полягає в тому, що і держава, і приватний сектор мають свої спеціалізації діяльності і свої переваги, при об'єднанні яких формується ця кооперація і створюється ефект синергії. З'являється можливість ефективніше працювати і досягати кращих результатів, насамперед у сфері інфраструктури.

З точки зору держави об'єднання фінансових ресурсів державного та приватного секторів дозволяє вирішувати цілий ряд важливих завдань: підвищення ефективності розбудови і управління інфраструктури; максимізація, на вкладені ресурси; витрачання державних фінансових ресурсів в сучасних умовах задля їх економії в майбутньому; концентрація інвестицій у ключових для суспільства

проектах; передача значної частини ризиків до приватного сектора; стимулювання інноваційної діяльності через механізми конкуренції.

Партнерство бізнесу і влади дозволяє істотно збільшити шанси на успіх при реалізації крупних проектів. Об'єднання ресурсів і справедливий розподіл ризиків між сторонами партнерства дозволяють активно залучати інвестиції для реалізації суспільно і соціально значущих проектів, багато з яких навряд чи могло бути реалізованим без об'єднання зусиль приватного і державного секторів.

Державно-приватне партнерство дозволяє не просто реалізовувати проект, але реалізовувати його якісно, вводити його в строк, без затримок, це дозволяє підвищити якість державних послуг населенню і значно збільшити ефективність управління інфраструктурою, що сприяє ефективному розвитку об'єктів державного майна. При цьому механізми державно-приватного партнерства дозволяють успішно використовувати досвід і професіоналізм приватного сектора при збереженні державного контролю над активами. Віддача в майбутньому на інвестиції в рамках державно-приватного партнерства значно вище, ніж при традиційних схемах реалізації тих або інших соціальних проектів. Це, у свою чергу, допомагає успішно здійснювати великі інфраструктурні проекти, які інакше навряд чи могли бути реалізовані в досяжному майбутньому. При цьому реалізація проектів державно-приватного партнерства дозволяє знижувати фінансове навантаження на платників податку і надає можливість доведення коштів до кінцевих споживачів [62].

В Україні існуюча законодавча та нормативно-правова база здійснення державно-приватного партнерства потребує вдосконалення, її неоднотайність та недостатня впорядкованість перешкоджають поширенню використання державно-приватного партнерства як інструменту розвитку державного сектору економіки і більш активному залученню вітчизняних та іноземних партнерів [63].

Узагальнюючи основні положення національного законодавства, можна вказати на такі найбільш значущі недоліки. Так, відповідно до прийнятих нормативних актів на попередньому етапі до підписання угоди про державно-приватне партнерство приватному партнеру необхідно пройти складні процедури узгоджень, що не надає йому жодних гарантій відносно виконання державним парт-

ером його зобов'язань. Зокрема, спочатку підписується контракт про державно-приватне партнерство та починається його реалізація і тільки після цього держава приймає рішення про надання фінансової підтримки даного проекту, хоча будь-які зобов'язання державний партнер, так само як і приватний, має брати на себе одночасно із підписанням угоди.

Крім того, існують певні суперечності в інституційному забезпеченні державно-приватного партнерства. Так, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики державно-приватного партнерства, а до його основних завдань віднесено формування та забезпечення реалізації політики у сфері державно-приватного партнерства. Відповідно до покладених на нього завдань Міністерство проводить моніторинг ефективності діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у сфері державно-приватного партнерства; організовує перевірки виконання договорів, укладених у рамках державно-приватного партнерства; проводить моніторинг, узагальнення та оприлюднення в установленому порядку результатів здійснення державно-приватного партнерства, у тому числі оцінку та моніторинг загального рівня ризиків державного партнера в договорах, укладених у рамках державно-приватного партнерства; проводить моніторинг дотримання вимог законодавства у сфері державно-приватного партнерства, у тому числі під час проведення конкурсів з визначення приватного партнера; бере участь в організації навчання і підвищення кваліфікації фахівців у сфері державно-приватного партнерства; веде облік договорів, укладених у рамках державно-приватного партнерства [64].

З іншого боку, інші центральні органи виконавчої влади беруть участь у реалізації політики державно-приватного партнерства у відповідних сферах, що спричиняє дублювання одних і тих самих функцій різними органами влади та перешкоджає розробці єдиної стратегії розвитку державно-приватного партнерства та ефективній реалізації проектів [65].

Слід також наголосити на тому, що існують певні суперечності у строках відносин, що визнаються державно-приватним партнерством. Йдеться про Закон України «Про державно-приватне партнерство», у якому зазначено, що однією з характеристик державно-приватного партнерства є тривалість відносин від 5 до 50 років. А в Законі України «Про концесії» зазначено, що концесійний договір укладається на строк, який має бути не менше 10 років та не більше 50 років. Відповідно до цього, що концесії є формою здійснення державно-приватного партнерства (ст. 5 Закону України «Про державно-приватне партнерство»), ці норми неповною мірою відповідають одна одній. Отже, вони потребують врегулювання.

Висновки. На сучасному етапі відносини державно-приватного партнерства регулюються достатньо розгалуженою нормативно-правовою базою, що заснована на низці законів та підзаконних актів.

Головним спрямуванням нормативно-правового забезпечення має бути невідмінність форми власності та цільового призначення об'єкта, який споруджується, модернізується чи управляється за допомогою механізмів державно-приватного партнерства, протягом усього строку партнерства; справедливий розподіл ризиків, пов'язаних з виконанням договорів державно-приватного партнерства; справедливий розподіл прибутку між державою та приватним сектором.

Також можна сформулювати основні напрямки розвитку державно-приватного партнерства в Україні.

1. Удосконалення законодавчої бази й розширення правозастосовної практики державно-приватного партнерства.
2. Вироблення єдиної концепції розвитку державно-приватного партнерства в Україні на середньо - та довгострокову перспективу.
3. Створення «центрів компетенцій» – організаційних структур по ініціюванню й управлінню проектами державно-приватного партнерства, у тому числі в регіонах.
4. Проведення інформаційної й освітньої роботи в рамках просування державно-приватного партнерства на регіональному та місцевому рівні.

2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Динаміка основних фінансових показників роботи підприємства та характеристика його програм соціальної відповідальності

ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» (Концерн АВЕК) – це провідна компанія, яка займається управлінням і розвитком активів у Харкові. У портфелі Концерну зосереджені проекти в сфері комерційної нерухомості, медіа-бізнесу, а також ряд соціальних ініціатив.

Концерн АВЕК реалізує проекти в декількох сферах бізнесу. У сфері комерційної нерухомості АВЕК виконує повний цикл девелопменту, а саме будівництво, управління, брокеридж. Портфель медіа-проекту концерну включає друковані та електронні ЗМІ. АВЕК працює в секторі комерційної нерухомості з 1994 року і є одним з провідних підприємств в цьому ринковому сегменті. В активі концерну – реалізовані проекти девелопменту оптово-роздрібних торгових центрів, супермаркетів, торгових і офісних центрів. У структурі активів особливу роль відіграє ТЦ «Барабашово» – найбільший торговий об'єкт в Україні. Портфель медіа-проектів концерну включає друковані та електронні ЗМІ.

Концерн АВЕК реалізує проекти в кількох сферах бізнесу. У сфері комерційної нерухомості АВЕК виконує повний цикл девелопменту, що включає будівництво, управління і брокеридж. Портфель медіа-проектів Концерну включає друковані та електронні ЗМІ.

ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» має широко розгалужену організаційну структуру. Вона передбачає наявність п'яти рівнів управління. В середньому, загальна чисельність персоналу підприємства становить 332 людини. У складі концерну працює 12 директорів напрямків, 39 відділів, 4 служби, 5 секторів, 1 склад і 1 ремонтно-будівельна ділянка.

Концепція і стратегія розвитку торгового центру «Барабашово» були розроблені ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» більше 15 років тому, але і сьогодні вони є яскравим прикладом успішного бізнес-планування, поклавши початок створенню інших подібних проектів, що реалізуються підприємством.

Також ТЦ «Барабашово» є великим українським роботодавцем.

Структура виручки за видами послуг, що надаються підприємством в 2017 р., представлена на рис. 2.1, з якого видно, що в структурі виручки частка розвитку становить 32,2%, на другому місці послуги оренди – 25,2%, на третьому – організація роботи ТЦ «Барабашово» – 19,0%, на четвертому медіа-послуги – 15,5%, частка транспортних послуг в загальній виручці – 8,1%.



Рис. 2.1 – Структура виторгу ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2017 г., %

Розглянемо фінансову діяльність підприємства. Фінансова діяльність – це цілеспрямовано здійснюваний процес практичної реалізації функцій підприємства, пов'язаних з формуванням та використанням його фінансових ресурсів для забезпечення економічного і соціального розвитку, який здійснюється на всіх стадіях життєвого циклу підприємства. Процес здійснення фінансової діяльності підприємства характеризується широким спектром його фінансових відносин з різними суб'єктами фінансової системи країни.

Фінансова діяльність ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» являє собою рух фінансових потоків – сукупності грошових коштів, згрупованих за будь-якою ознакою, в часі. За своїм характером, вся сукупність фінансових відносин підприємства поділяється на зовнішні і внутрішні.

Система зовнішніх фінансових відносин концерну містить:

- фінансові відносини концерну з органами державних фінансів – державними та місцевими бюджетами; державними позабюджетними цільовими фондами; іншими органами державних фінансів;
- фінансові відносини концерну з партнерами по фінансово-інвестиційній діяльності – комерційними банками, фінансово-кредитними небанківськими інститутами, інвестиційними фондами та компаніями, страховими компаніями, органами фінансово-інвестиційної інфраструктури. Цей вид відносин має велике значення, так як в рамках здійснення операційної діяльності підприємство постійно користується короткостроковими кредитами, зокрема овердрафтами.
- фінансові відносини концерну з партнерами по операційній діяльності – постачальниками комунальних та інших послуг; споживачами послуг концерну; підприємствами комерційної інфраструктури;
- фінансові відносини концерну з іншими суб'єктами господарювання та домашніми господарствами.

До системи внутрішніх фінансових відносин концерну належать:

– фінансові відносини «АВЕК і Ко» в рамках об'єднання – концерну. Ця група фінансових відносин значною мірою регулюється внутрішніми нормами, що діють в конкретному об'єднанні;

– фінансові відносини в рамках окремих частин концерну – з засновниками-акціонерами і акціонерами-учасниками; з персоналом; між органами управління підприємством та його структурними підрозділами; між різними структурними підрозділами підприємства – його «центрами відповідальності».

Концерн «АВЕК та Ко» – це публічне акціонерне товариство, яке зосереджує управління та розподіляє відповідальність між акціонерами таким чином, що встановлюється пріоритет єдиноначальності управління над диверсифікацією ризиків, тому в концерні є два великих акціонери, які є і засновниками.

Слід зазначити, що концерн майже не виробляє додаткову емісію акцій, так як керівництво підприємства не націлене на розмиття відповідальності і розширення статутного капіталу, а залучення грошових коштів переважно виробляється з допомогою залучення короткострокового позикового капіталу, хоча у концерну також є досвід випуску цільових облігацій.

Проаналізуємо динаміку основних фінансових показників роботи підприємства за 2015–2017 рр. : виручки, собівартості реалізації, валового прибутку, прибутку до сплати податків, чистого прибутку. Інформаційною основою для аналізу послужили дані бухгалтерської звітності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. :

- форма №1-м «Баланс»;
- форма №2-м «Звіт про фінансові результати діяльності підприємства» (додаток А–В).

Динаміка виручки від реалізації послуг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015-2017 рр. представлена на рис. 2.2, з якого видно, що виручка від реалізації послуг за 2015–2017 рр. впала на 26,0%. . В основі падіння лежить зміна курсу вітчизняної економіки на користь євроінтеграції. Зміна курсу потягла за собою розрив господарських зв'язків з Росією і починаючи з 2014 року відбулося різке падіння на 38% обсягів української економіки [66].

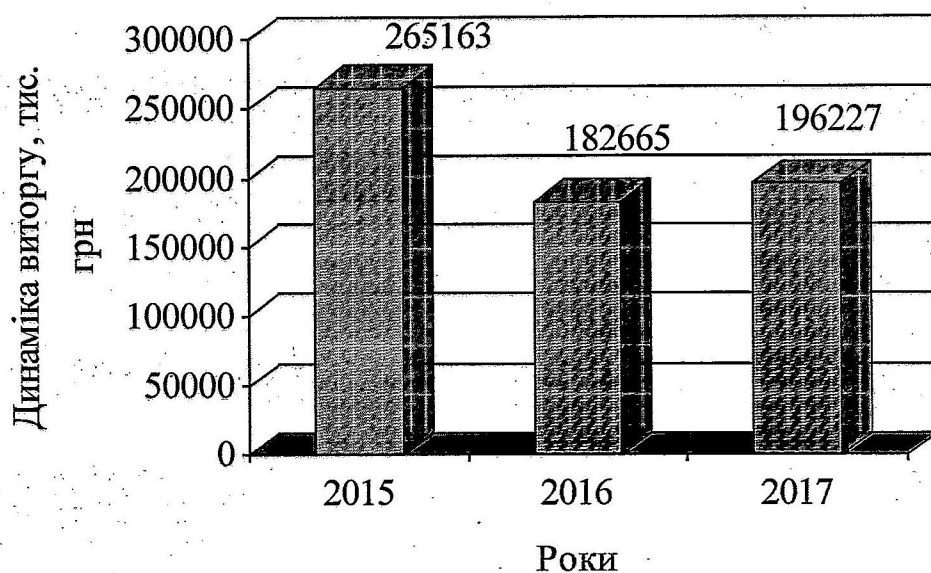


Рис. 2.2 – Динаміка виручки від реалізації послуг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 гг.

Розглянемо динаміку доходів ПрАТ «АВЕК і Ко» за 2015–2017 рр. (рис. 2.3).

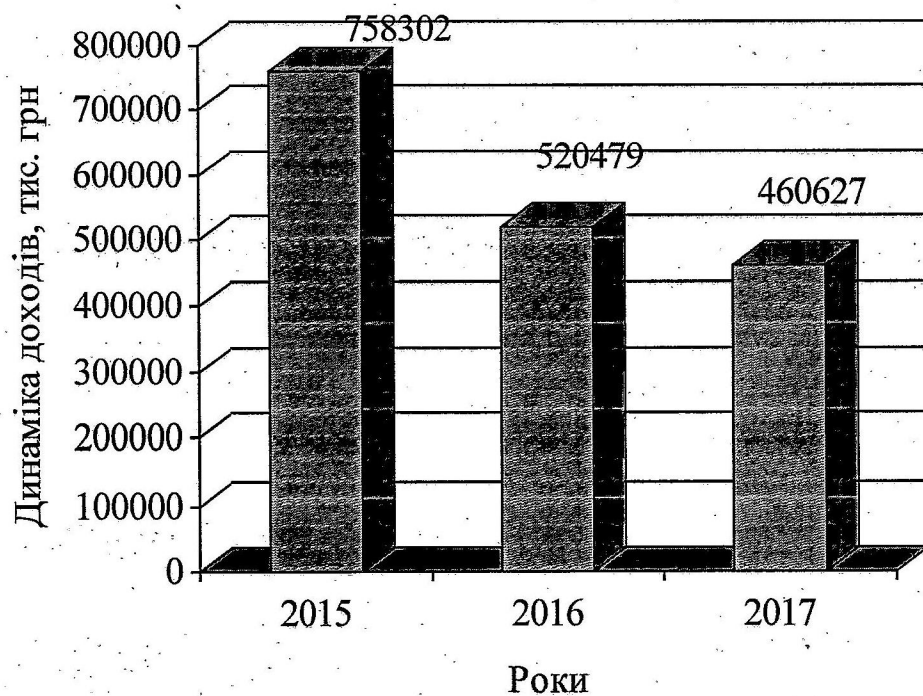


Рис. 2.3 – Динаміка доходів ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 гг.

З рис. 2.3 видно, що доходи ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» мають таку ж тенденцію падіння за досліджуваний період, як і виторг. Але інтенсивність падіння доходів вища ніж у виторгу. Якщо виторг за 2015–2017 рр. знизився на 24,0 %, то загальні доходи на 40%. Пояснення тут одне – різко впали операційні та фінансові доходи. Частка виторгу в загальних доходах за досліджуваний період виросла: в 2015 р. виторг від реалізації в загальному обсязі доходів складав 34,98%, а в 2017 р. ця частка зросла до 42,60 %, що можна оцінити як позитивний факт. Чим більшу частку займає виторг в загальних доходах тим більш конкурентоспроможна його продукція та послуги. Коли підприємство починає отримувати доходи від видів діяльності, які не пов'язані з його статутною діяльністю, то підприємство має проблеми зі своєю основною (операційною) діяльністю.

Розглянемо динаміку собівартості ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. (рис.2.4).

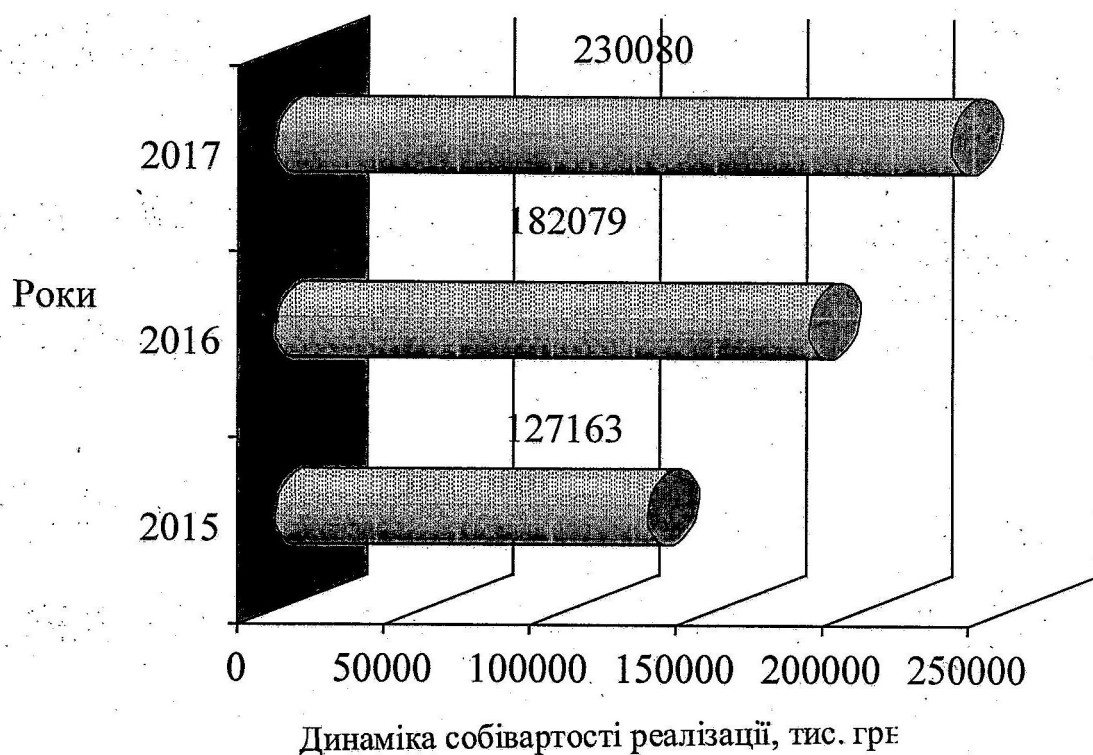


Рис. 2.4 – Динаміка собівартості реалізації послуг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

З рис. 2.3 видно, що собівартість реалізації послуг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. зросла на 80,64%, в той же час виторг за той же період зменшився на 24%. Це свідчить про падіння ефективності роботи підприємства, що є несприятливим фактором.

Проаналізуємо динаміку чистого прибутку ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. (рис. 2.5).

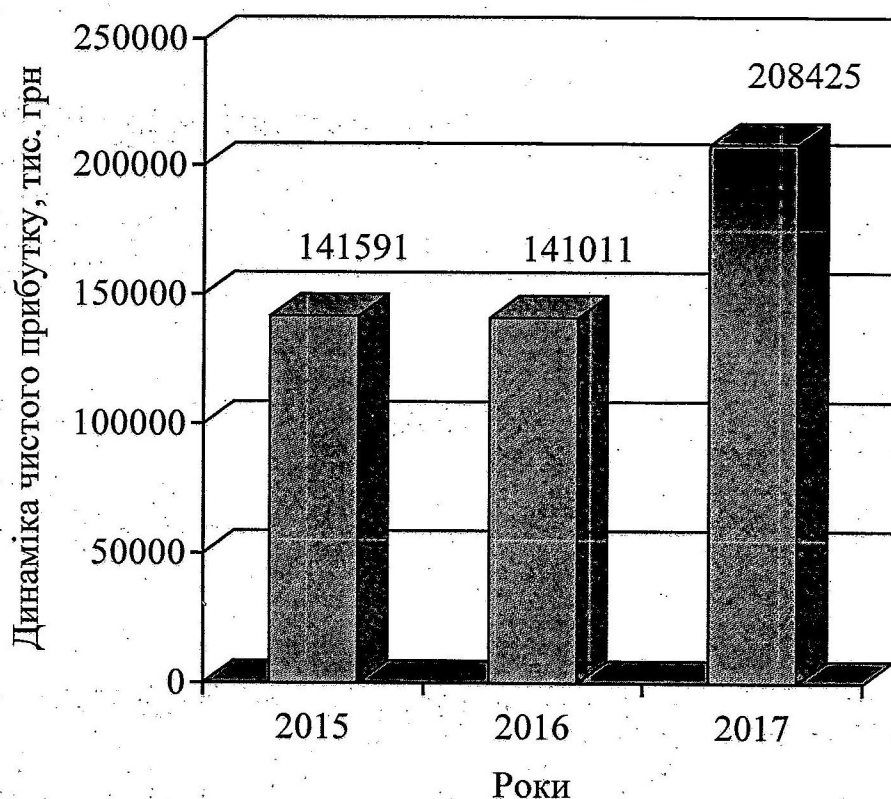


Рис. 2.5 – Динаміка чистого прибутку ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

За досліджуваний період показник чистого прибутку зріс з 149 591 тис. грн в 2015 р до 208 425 тис. грн в 2017 р. Це зростання відбулося за рахунок зростання медіа-послуг.

Розглянемо динаміку валового прибутку ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. (рис. 2.6).

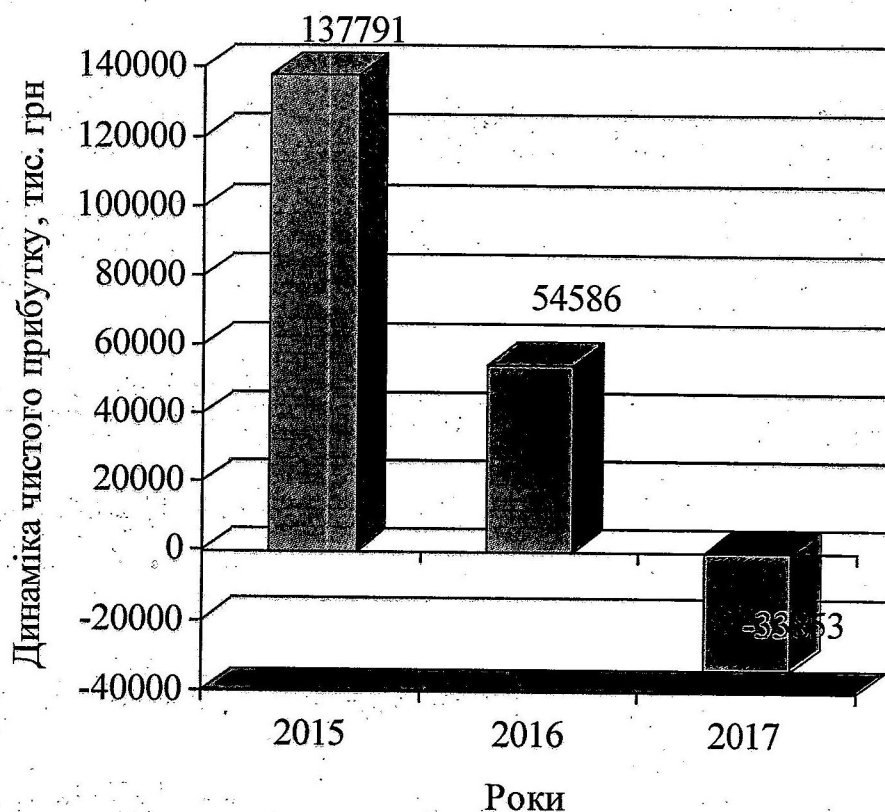


Рис. 2.6 – Динаміка валового прибутку ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

З рис.2.6 видно, що динаміка валового прибутку ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» має негативну тенденцію. Якщо в 2015 г. валовий прибуток підприємства складав 137791 тис. грн, то в 2017 р. він перетворився на збиток в розмірі 33853,0 тис. грн.

Розглянемо динаміку основних економічних показників роботи ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. : фондівдачі, матеріалівдачі та продуктивності праці.

Фондовіддача підприємства знаходиться як відношення витрогу від реалізації продукції до середньорічної вартості основних виробничих фондів. Динаміка цього показника за 2015–2017 рр. по ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» наведена на рис.2.7.

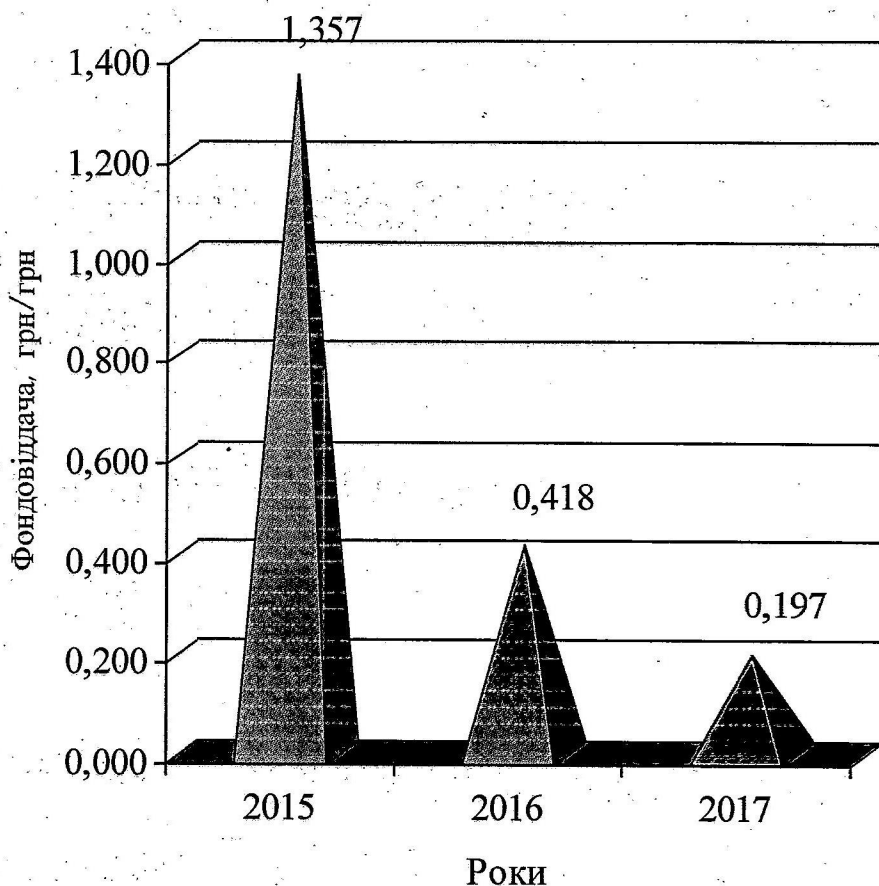


Рис. 2. 7 – Динаміка фондівіддачі ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015 – 2017 рр.

Як видно з рис. 2.7, ефективність використання основних фондів підприємства за 2015–2017 рр. знизилася в 6,9 разів та досягла в 2017 р. значення 0,197 грн/грн. Це дуже низький показник. Серед причин можна назвати старіння основних фондів та неефективну цінову політику підприємства.

Розглянемо динаміку матеріалівіддачі ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр., яка знаходиться як відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної вартості товарно-матеріальних цінностей (рис.2.8).

Дані рис. 2.7 свідчать про падіння ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства, тому що матеріалівіддача ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. знизилась в 7 разів, що свідчить про падіння ефективності виробництва підприємства.

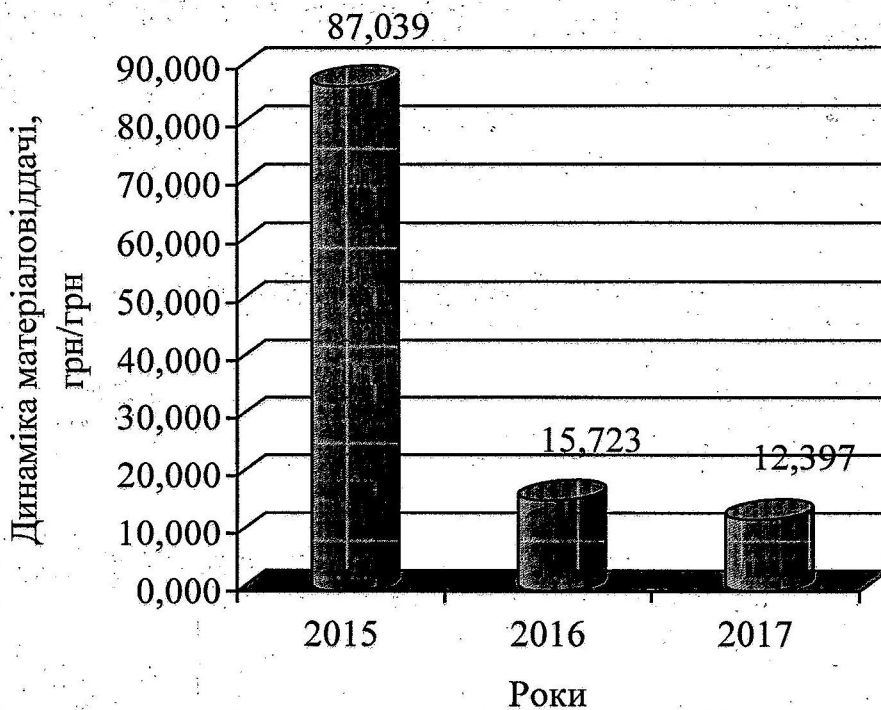


Рис. 2.8 – Динаміка матеріаловіддачі ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015 – 2017 рр.

Однією з причин може служити омертвіння капіталу у вигляді товарно-матеріальних цінностей на складі. Так в 2015 р. товарно-матеріальні цінності на складі склали 3046, 5 тис. грн, в 2017 р. цей показник зріс в 5,2 рази і досяг в 2017 р. значення 15829,0 тис. грн. Це обумовлено інфляційними процесами в економіці. Ріст цін на сировину та матеріали змушують підприємство закупати сировину про запас, що призводить до омертвіння капіталу, та різкого падіння ефективності виробництва.

Розглянемо ефективність використання трудових ресурсів підприємства, яка вимірюється показником продуктивності праці, яка знаходиться як відношення обороту підприємства до середньорічної кількості працівників на підприємстві. Динаміка продуктивності праці ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. наведена на рис.2.9.

З рис. 2.9 видно, що продуктивність праці в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. знизилась в 1,37 рази. Причиною такому явищу виступає па-

за досліджуваний період виторгу, який знизився з 265 163,0 тис. грн в 2015 до 196 227 тис. грн в 2015 р. Падіння виторгу обумовлено, як вже було показано, падінням економіки України, яке почало здійснюватися з 2014 р., коли змінено курс розвитку країни.

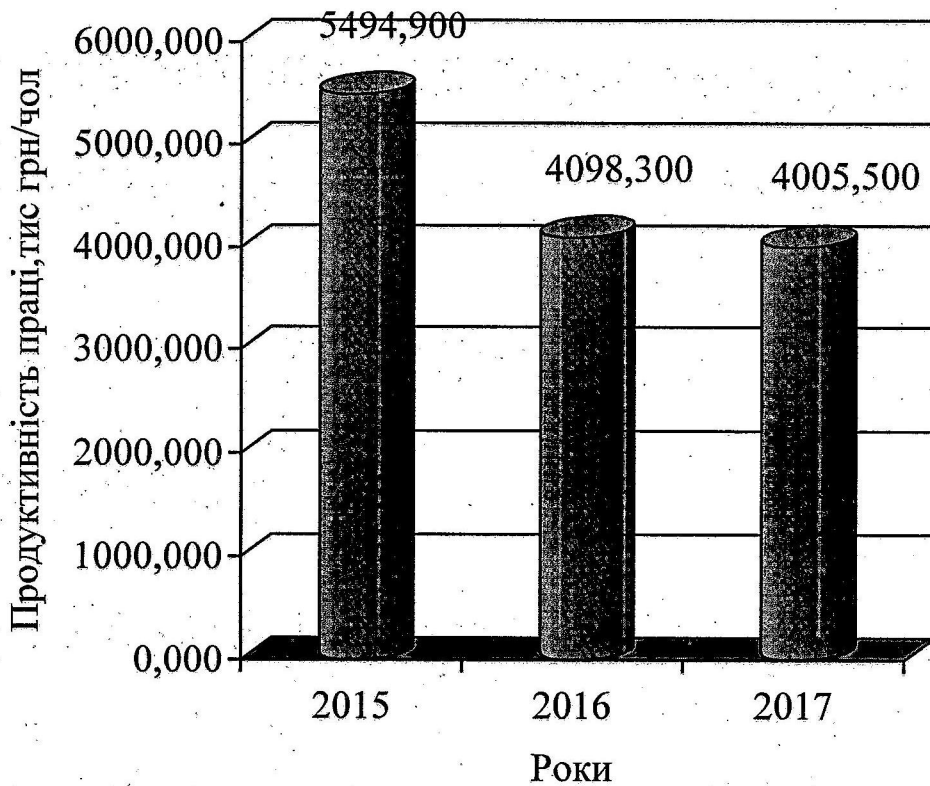


Рис. 2.9 — Динаміка продуктивності праці і ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

Розглянемо майновий стан підприємства за 2015–2017 рр.

Майновий стан характеризується рядом показників:

- коефіцієнт зносу основних фондів;
- коефіцієнт зносу інвестиційної нерухомості;
- коефіцієнт вводу основних фондів;
- коефіцієнт вибуття основних фондів.

Коефіцієнт зносу основних фондів знаходиться за формулою:

$$K_{\text{знос}} = \frac{НЗ}{ОФ_{\text{перв}}}, \quad (2.1)$$

де $НЗ$ – накопичений знос;

$ОФ_{\text{перв}}$ – первісна вартість основних фондів.

Коефіцієнт оновлення основних фондів:

$$K_{\text{онов}} = \frac{ОФ_{\text{наб}}}{ОФ_{\text{перв}}}, \quad (2.2)$$

де $ОФ_{\text{наб}}$ – вартість набутих основних фондів за період;

Коефіцієнт вибуття основних фондів:

$$K_{\text{виб}} = \frac{ОФ_{\text{виб}}}{ОФ_{\text{перв}}}, \quad (2.3)$$

де $ОФ_{\text{виб}}$ – вартість вибувчих основних фондів за період;

Коефіцієнт зносу інвестиційної нерухомості знаходиться за формулою:

$$K_{\text{знос}} = \frac{ІНЗ}{ІН_{\text{перв}}}, \quad (2.4)$$

де $ІНЗ$ – накопичений знос по інвестиційній нерухомості;

$ІН_{\text{перв}}$ – первісна вартість інвестиційної нерухомості..

Питома вага необоротних активів в загальному обсязі активів знаходиться як відношення середньорічної суми необоротних активів до середнторічної суми активів.

В табл. 2.1 наведено динаміку коефіцієнтів майнового стану ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

Таблиця 2.1 – Динаміка показників майнового стану ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 гг.

Показник	Рік		
	2015	2016	2017
Коефіцієнт зносу ОВФ	0,313	0,488	0,576
Коефіцієнт зносу інвестиційної нерухомості	0,488	0,391	0,390
Питома вага необоротних активів у загальних активах, %	0,314	0,414	0,485
Коефіцієнт введення ОВФ	0,138	0,157	0,194
Коефіцієнт вибуття ОВФ	0,096	0,146	0,083

З табл. 2.1 видно, що основні фонди підприємства зношені більш ніж на 50,0%, про це свідчить динаміка коефіцієнту зносу ОПФ. Коефіцієнт зносу ОВФ зріс з 0,313 в 2015 р. до 0,576 в 2017 р. Керівництву підприємства слід провести модернізацію та оновлення ОВФ, тому що старі фонди зменшують рентабельність виробництва, та уповільнюють ділову активність підприємства. Питома вага необоротних активів у загальних активах в 2016–2017 рр. складала понад 40,0%, що характеризує структуру активів підприємства як «важку». «Важка» структура активів обумовлює високі підприємницькі ризики втрати прибутку підприємством. При падінні попиту на послуги підприємства постійні витрати, пов'язані з обслуговуванням необоротних активів не знижуються пропорційно падінню виручку. Керівництву підприємства необхідно розробити програму контролінгу за витратами підприємства. В протилежному випадку підприємство може опинитися в складному фінансовому стані.

ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» є соціально-орієнтованим підприємством. Тому розглянемо його соціальні програми. Що стосується соціальних ініціатив, то вони проводяться під керівництвом Міжнародного благодійного фонду «Фонд Олександра Фельдмана» (МБФ). Схема МБФ «Фонд Олександра Фельдмана» представлена на рис.2.10.

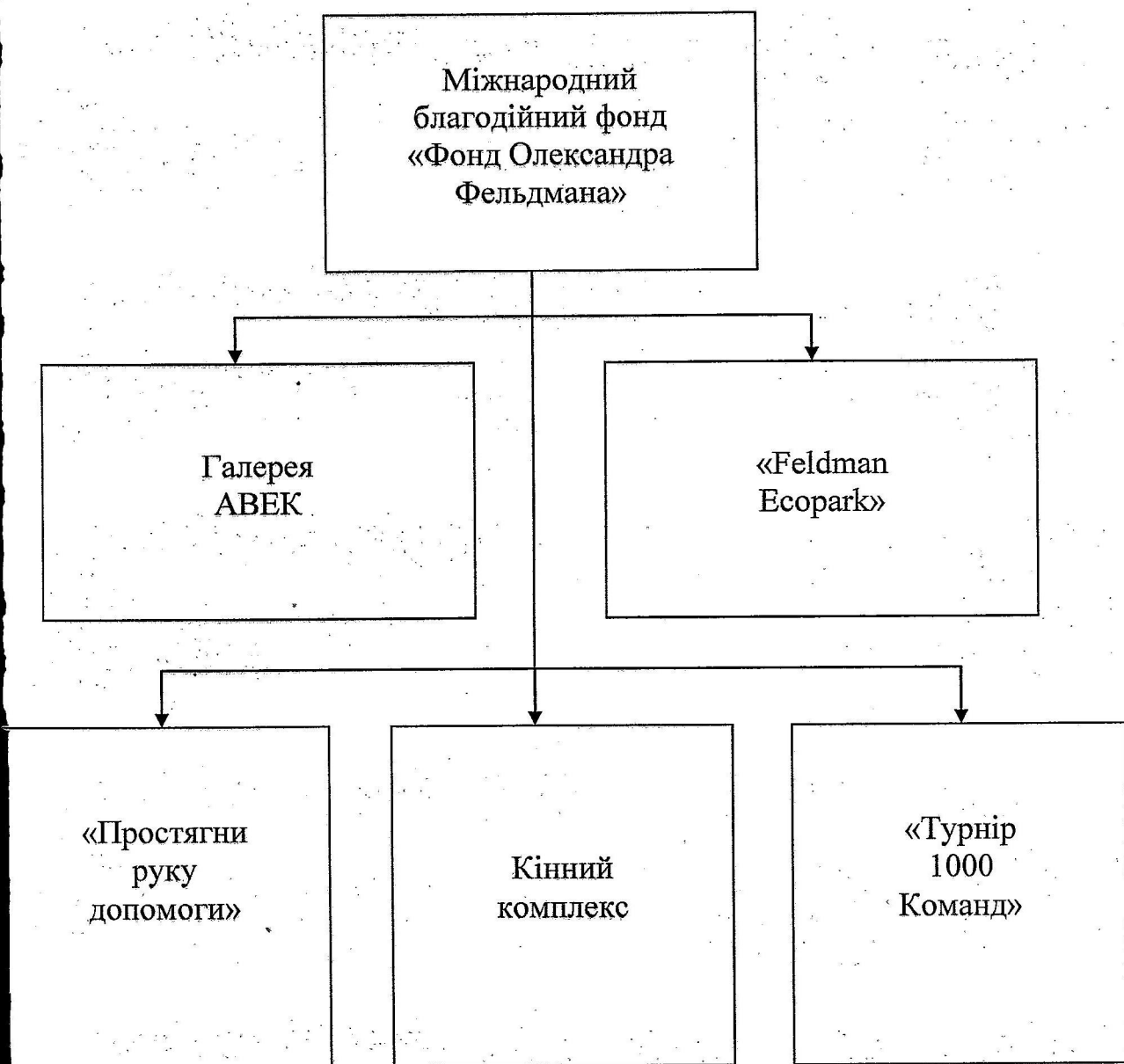


Рис. 2.10 – Схема МБФ «Фонд Олександра Фельдмана»

У галереї «АВЕК» неодноразово виставляли свої роботи кращі майстри Харкова, України та світу. Окреме місце займає проект «Діалог культур». В рамках проекту в галереї «АВЕК» пройшли виставки: «Образи зниклого світу», «Фундамент вічності», «Етнічне розмаїття України» «Велике в малому. Медеври мистецтва Японії і Китаю», «Від золотого до євро», «Молоде мистецтво Ізраїлю», «Майстра і самураї», виставка робіт Нікаса Сафронова «Спогади юності. З любов'ю до України» та багато інших.

Галерея знаходиться в атріумі центрального офісу концерну АВЕК по вул. Сумській, 70.

Feldman Ecopark – це масштабний і унікальний для України благодійний проєкт МБФ «Фонд Олександра Фельдмана».

Сьогодні він являє собою територію для сімейного відпочинку з розвагами і екопарком. У всіх відвідувачів є можливість не тільки спостерігати за тваринами, але і близько спілкуватися з деякими з них в зоні контактного зоопарку.

До складу екопарку входять контактний зоопарк, центр реабілітації, науково-дослідна та освітня база. Робота екопарку інтегрована у вітчизняні та міжнародні природоохоронні програми.

Корпоративна соціальна відповідальність являє собою концепцію, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на фірми та інші зацікавлені сторони суспільної сфери. Це зобов'язання виходить за рамки встановленого законом зобов'язання дотримуватися законодавства і передбачає, що організації добровільно приймають додаткові заходи для підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також місцевого співтовариства і суспільства в цілому.

Галерея «АВЕК» – найбільший недержавний арт-майданчик України, який вважається улюбленим місцем інтелектуального та культурного відпочинку київ'ян. Виставки, які проходять в галереї, із задоволенням відвідують і іноземні туристи. Галерея відіграє особливу роль у культурному житті міста. З 2000 року Галерею відвідали близько мільйона чоловік.

У галереї «АВЕК» неодноразово виставляли свої роботи кращі майстри України та світу. Окреме місце займає проєкт «Діалог культур». В рамках проєкту в галереї «АВЕК» пройшли виставки: «Образи зниклого світу», «Фундамент вічності», «Етнічне розмаїття України» «Велике в малому. Шедеври мистецтва Японії і Китаю», «Від золотого до євро», «Молоде мистецтво Ізраїлю», «Майстра і самураї», виставка робіт Нікаса Сафронова «Спогади дитинства. З любов'ю до України» та багато інших.

Галерея знаходиться в атріумі центрального офісу концерну АВЕК по вул. Сумській, 70.

Галерея відкрита в 2000 році. Тут організували понад 200 виставок. Їх відвідали 3 мільйони харків'ян і гостей міста. На виставках демонстрували роботи відомих зарубіжних та українських майстрів живопису, графіки, скульптури, фотомистецтва, а також експонати з Feldman Family Museum (колекції, зібрані Олександром Фельдманом, включають твори східного і західного мистецтва). У галереї встановлено спеціальне обладнання, за допомогою якого відвідувачі можуть отримати додаткову інформацію про виставку.

Основні цілі «АВЕК» – знайомити жителів Харкова і гостей міста з творами мистецтва різних народів, підтримувати українських майстрів, духовно та інтелектуально розвивати підростаюче покоління. В "АВЕК" також проводять майстер-класи, лекції та творчі заходи, що дозволяють відвідувачам познайомитися з вражаючим світом мистецтва.

«Турнір 1000 команд» став першим масштабним проектом в Україні, спрямованим на відродження масового дитячо-юнацького спорту. За час існування в ньому взяли участь понад мільйон школярів віком від 10 до 12 років.

«Турнір 1000 команд» об'єднує різні види спорту, в тому числі міні-футбол, волейбол, стрітбол, шахи, гімнастику, лижний спорт, велокросси. Головна його мета – популяризація здорового способу життя серед підростаючого покоління. У змаганнях беруть участь і хлопчики, і дівчатка.

Перший «Турнір 1000 команд» провели в Харківській області в 2001 році. УЄФА офіційно визнав змагання з футболу наймасовішими в Європі і присвоїв в 2008 році нашій країні п'ятизірковий статус в рамках Хартії масового футболу. Федерація Футболу України внесла турнір до свого офіційного календаря. Команди, які перемогли у змаганнях, вирушали відпочивати за кордон. На курортах юні футболісти проводили товариські матчі з провідними європейськими клубами (наприклад, з «Челсі», «Лідс Юнайтед»).

«Простягни руку допомоги» – волонтерський гуманітарний проект, який розвиває Міжнародний благодійний фонд «Фонд Олександра Фельдмана» спільно

з Товариством Червоного Хреста України. Головне завдання проекту – всебічна допомога мирним жителям, які постраждали через збройний конфлікт на сході нашої країни.

Проект почали реалізовувати у 2014 році: у складний для України час. Волонтери «Фонду Олександра Фельдмана» і Товариства Червоного Хреста доставляли в зону проведення АТО десятки тонн гуманітарної допомоги. Вони передавали постраждалим від бойових дій продукти харчування, ліки, одяг та предмети першої необхідності.

Окремий напрямок проекту – це соціальна реабілітація вимушених переселенців, учасників АТО та їх сімей. На території Регіонального ландшафтного парку Фельдман Екопарк діють спеціальні програми, що дозволяють їм відновити емоційно-психологічний стан. Тут, наприклад, проводять тренінги, на яких психологи допомагають вимушеним переселенцям адаптуватися до мирного життя.

Кінний комплекс заснований в 2013 році. У комплексі містяться близько сотні копитних — коней, поні, віслуків. Зараз в комплексі постійно займаються близько 500 дітей у віці від 2,5 до 18 років, яких навчають основам кінного спорту, азам догляду за тваринами і правил безпечного спілкування з ними.

2.2. Аналіз основних фінансових коефіцієнтів підприємства

Фінансова стійкість підприємства пов'язана безпосередньо з оптимальною структурою активів і джерел капіталу. Повинно дотримуватися ефективне співвідношення основних і оборотних коштів, а також власних і позикових коштів.

Активи підприємства можуть формуватися з внутрішніх чи зовнішніх джерел підприємства і являють собою кошти, що знаходяться в розпорядженні компанії і використовуються з метою здійснення господарської діяльності і отримання прибутку.

Проведемо аналіз динаміки показників ліквідності. Даний аналіз включає розрахунок трьох показників: коефіцієнта поточної ліквідності, термінової ліквідності, абсолютної ліквідності. Такий аналіз важливий для зовнішніх інвесторів.

Коефіцієнт поточної ліквідності розраховується наступним чином:

$$K_{\text{пот.лікв}} = TA / TO, \quad (2.5)$$

де TA –теперішні активи,

TO – теперішні зобов'язання.

Нормативам для даного показника вважається діапазон 1,5-2,0.

Коефіцієнт термінової ліквідності показує, яка частка короткострокових боргових зобов'язань може бути покрита за рахунок грошових коштів і їх еквівалентів у вигляді високоліквідних цінних паперів і депозитів, чистої дебіторської заборгованості. Розрахунок коефіцієнта строкової ліквідності ведеться за формулою:

$$K_{\text{тер.лікв}} = (CГ_{\text{ст ч д з}} + КФВ + ДС) / TO, \quad (2.6)$$

де $КФВ$ – середньорічна вартість короткострокових фінансових вкладів;

$ДС$ – середньорічна вартість грошових коштів.

Норматив за коефіцієнтом становить 0,7 – 0,8.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності, який показує, яка частка короткострокових боргових зобов'язань може бути покрита за рахунок грошових коштів і їх еквівалентів у вигляді високоліквідних цінних паперів і депозитів. Цей показник дозволяє визначити, чи є у підприємства ресурси, здатні задовольнити вимоги кредиторів в критичній ситуації. Нормативне значення показника 0,25 – 0,35. Розраховується даний коефіцієнт наступним чином:

$$K_{л. аб.} = ДС / ТО, \quad (2.7)$$

Результат розрахунку показників ліквідності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015-2017 рр. представлений в табл.2.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка показників ліквідності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015-2017 рр.

Показник	Рік		
	2015	2016	2017
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,7921	0,930	0,972
Коефіцієнт термінової ліквідності	0,268	0,306	0,336
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0010	0,0002	0,0010

З даних табл.2.2 можна побачити, що коефіцієнт загальної ліквідності знаходиться нижче нормативного в 2015-2017 роках. Така ситуація пояснюється великим обсягом кредиторської заборгованості. З цього можна зробити висновок про те, що управління кредиторською заборгованістю в 2015-2017 роках на підприємстві є неефективним. Також з таблиці видно, що в 2015-2017 роках у підприємства спостерігається криза поточних неплатежів, так як коефіцієнт термінової ліквідності коливається у діапазоні 0,268–0,336, що є нижче нормативного значення. Коефіцієнт абсолютної ліквідності склав 0,0002–0,0010, нижче нормативу 0,25 – 0,35.

Ділова активність підприємства характеризується рядом показників: коефіцієнт оборотності активів, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості, ефективності роботи з контрагентами, тривалості обороту кредиторської заборгованості, дебіторської заборгованості, матеріально-виробничих запасів, тривалість операційного циклу, тривалість оборотності оборотного капіталу.

Аналіз показників ділової активності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015-2017 рр. представлений в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Динаміка показників ділової активності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

Показник	Рік		
	2015	2016	2017
Оборотність запасів, рази	41,81	11,02	14,54
Оборотність запасів, дні	8,73	33,12	25,10
Оборотність активів, рази	0,198	0,113	0,092
Оборотність активів, дні	1843,0	3230,1	3967,4
Оборотність кредиторської заборгованості, рази	1,124	13,260	22,680
Оборотність кредиторської заборгованості, дні	324,7	27,5	16,1
Оборотність дебіторської заборгованості, рази	25,525	14,925	3,299
Оборотність дебіторської заборгованості, дні	14,3	24,5	110,6
Коефіцієнт ефективності роботи з контрагентами	0,044	0,891	6,870
Тривалість операційного циклу, дні	23,03	57,62	135,70
Тривалість фінансового циклу, дні	-301,67	30,12	119,6

З табл. 2.3 видно, що ділова активність підприємства досить висока, але намітилася тривожна тенденція зниження оборотності активів. На підтвердження цього висновку можна простежити динаміку періоду оборотності активів: якщо у 2015 році активи підприємства оберталися за 1843,0 дні, то в 2017 році оборотності сповільнилася і склала 3947,4 дні. Аналогічна картина спостерігається і по оборотності матеріально-виробничих запасів – оборотність в 2017 році впала порівняно з 2015 роком і досягла 25,1 днів. Оборотність дебіторської заборгованості сповільнилася і склала в 2017 році 110,6 днів, що свідчить про досить "жорстку" кредитну політику підприємства з покупцями продукції. Водночас оборотність кредиторської заборгованості підприємства за постачальниками сировини збільшилася, якщо у 2015 році кредиторська заборгованість оберталася за 324,7 днів, то у 2017 році вже за 16,1 дні. Це пов'язано з тим, що макроекономічна ситуація в Україні в кінці 2015 і протягом 2016 року значно погіршилася і постачальники сиро-

ни відреагували жорсткою кредитною політикою по відношенню до своїх покупців. Тривалість операційного циклу зросла в 5,9 разів з 23,03 днів до 135,7 днів.

Проведемо аналіз показників рентабельності підприємства. Рентабельність сукупного капіталу знаходиться за формулою:

$$K_K^R = \Pi_{\text{донал}} / K, \quad (2.8)$$

де $\Pi_{\text{донал}}$ – прибуток до оподаткування;

K – всього джерел коштів.

Рентабельність власного капіталу:

$$K_{\text{СК}}^R = \text{ЧП} / \text{ВК}, \quad (2.9)$$

де ЧП – чистий прибуток;

ВК – власний капітал.

Динаміка рентабельності власного та сукупного капіталу ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015-2017 рр. наведена в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Динаміка показників рентабельності власного та сукупного капіталу ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015-2017 рр., %

Показник	Рік		
	2015	2016	2017
Рентабельність активів	11,14	9,08	12,12
Рентабельність виробництва по валовому прибутку	108,18	42,62	-
Рентабельність виробництва по чистому прибутку	111,16	110,10	90,59
Рентабельність продажів по валовому прибутку	51,96	29,88	-
Рентабельність продажів по чистому прибутку	53,40	77,20	106,22

З табл.2.4 видно, що рентабельність активів у період 2015-2016 рр. впала, а в період 2016-2017 рр. збільшилася. Валова рентабельність продажів за 2015-2016 рр. зменшилася, що говорить про неефективну цінову політику підприємства та про подальше падіння ефективності продажів. Валова рентабельність виробництва показує, скільки гривень валового прибутку припадає на гривню витрат, що формуються собівартість реалізованої продукції. У 2015 р. з кожної витраченої гривні підприємство отримало 51,96 коп. прибутку.

Проведемо аналіз показників фінансової стійкості підприємства. Фінансова стійкість підприємства характеризується рядом показників: коефіцієнт автономії, коефіцієнт залежності, коефіцієнт концентрації позикового капіталу, коефіцієнт маневреності, коефіцієнт інвестування, коефіцієнт фінансового ризику (фінансового левериджа).

Розрахуємо коефіцієнт автономії за формулою:

$$K_{ав} = BK/ВБ, \quad (2.10)$$

де ВБ – валюта балансу;

BK – власний капітал.

Нормативне значення коефіцієнта повинно перевищувати 0,50.

Ступінь залежності підприємства від кредиторів можна оцінити за допомогою коефіцієнта фінансової залежності. Розраховується коефіцієнт фінансової залежності наступним чином:

$$K_{фз} = ВБ/BK, \quad (2.11)$$

Коефіцієнт фінансової залежності підприємства показує, наскільки активи підприємства фінансуються за рахунок позикових коштів. Критичне значення коефіцієнтів фінансової залежності – 2.

Проаналізуємо коефіцієнт маневреності власного капіталу, представлений за такою формулою:

$$K_{\text{мск}} = (TA - TO) / BK, \quad (2.12)$$

Коефіцієнт маневреності характеризує, яка частка джерел власних коштів знаходиться в мобільній формі, і дорівнює відношенню різниці між сумою всіх джерел власних коштів і вартістю необоротних активів до суми всіх джерел власних коштів і довгострокових кредитів і позик. Рекомендоване значення – 0,5 і вище.

Розрахуємо коефіцієнт концентрації позикового капіталу за такою формулою:

$$K_{\text{кзк}} = ЗК / ВБ, \quad (2.13)$$

ЗК – позиковий капітал,

Коефіцієнт концентрації позикового капіталу показує, яка частина позикового капіталу припадає на одиницю фінансових ресурсів або ж, фактично, частку позикового капіталу в загальному розмірі фінансових ресурсів підприємства.

Результати всіх розрахунків показників фінансової стійкості ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр. зведемо в табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Динаміка показників фінансової стійкості ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр.

Показник	Рік		
	2015	2016	2017
Коефіцієнт автономії	0,179	0,066	0,006
Коефіцієнт залежності	5,587	15,152	166,67
Коефіцієнт фінансового ризику	0,152	0,061	0,006
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	2,757	5,199	81,666

З табл.2.5 видно, що фінансова стійкість підприємства за 2015–2017 гг. значно погіршилася, що є тривожним симптомом. Керівництву підприємства слід звернути увагу на цей факт.

Для наочності динаміки показників фінансової стійкості підприємства зобразимо їх у вигляді діаграм (рис.2.11–2.12).

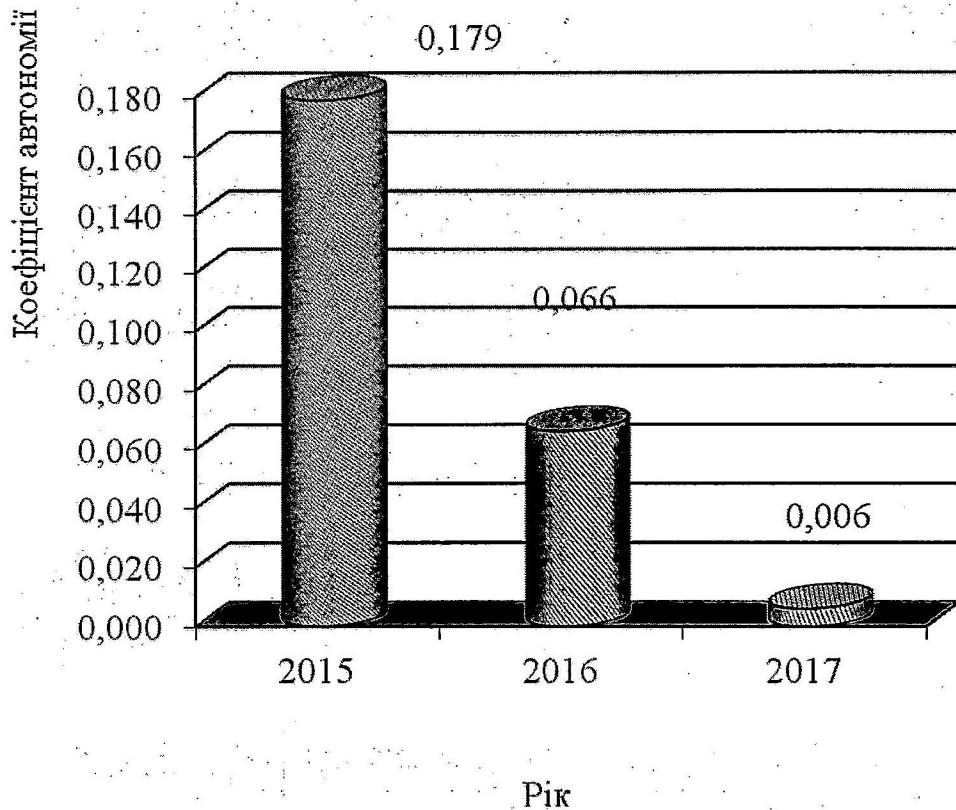


Рис. 2.11 – Динаміка коефіцієнта автономії ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр .

З рис. 2.11 видно, що у підприємства намітилася несприятлива тенденція зменшення коефіцієнта автономії з 0,179 в 2015 р. до 0,006 в 2017 р. За 2015–2017 рр. підприємство не мало фінансової стійкості, тому що коефіцієнт автономії в 2017 р. менше граничного нормативного значення 0,500 в 83 рази і становить 0,006. Така ситуація свідчить про високі фінансові ризики підприємства. Це дуже негативний чинник розвитку для підприємства, тому що в подальшому йому не можна залучати кредитний капітал. Така ситуація впливає на кредитну та інвестиційну привабливість підприємства. Керівництву підприємства потрібно переглянути кредитну політику підприємства. Якщо цього не зробити, то підприємство опиниться в затяжній фінансовій кризі.

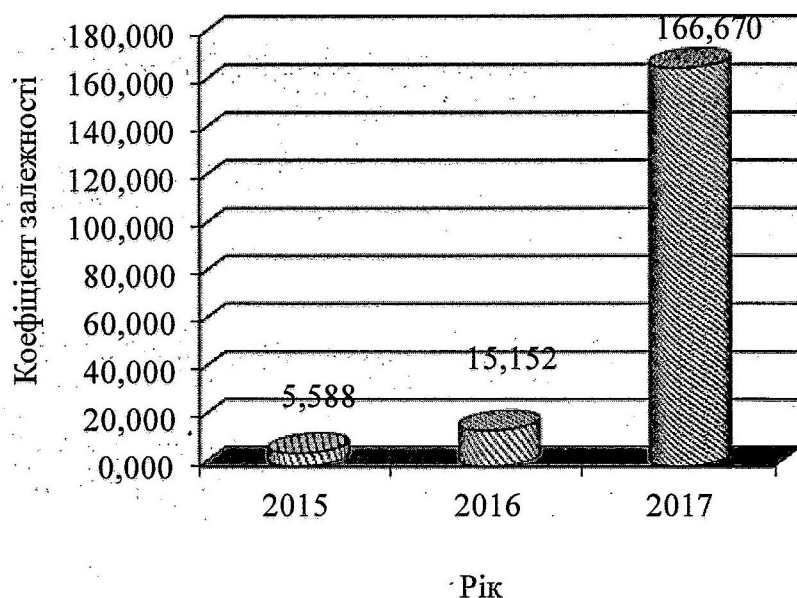


Рис. 2.12 – Динаміка коефіцієнта залежності ПрАТ Концерн АВЕК та Ко» за 2015–2017 рр .

Коефіцієнт фінансової залежності показує, наскільки довго збережеться стійкість компанії в тривалій перспективі. З рис. 2.12 видно, що підприємство залежно від кредиторів. Причому залежність за досліджуваний період зросла практично в 30 разів. Це дуже тривожна тенденція. У підприємства дуже високі фінансові ризики.

2.3. Охорона праці на підприємстві

Законодавство України про охорону праці являє собою систему взаємопов'язаних нормативно-правових актів, що регулюють відносини в області реалізації державної політики щодо правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, а також лікувально-профілактичних заходів і засобів, спрямованих на збереження здоров'я і працездатності людини в процесі праці.

Питання охорони праці регулюються Кодексом законів про працю України, Законами України «Про охорону праці», «Про обов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності», а також низкою постанов Кабінету Міністрів України та Указів Президента України.

Одним з найважливіших нормативно-правових актів про охорону праці є Закон України «Про охорону праці». Він визначає основні положення по реалізації конституційного права громадян на охорону їх життя і здоров'я у процесі трудової діяльності, регулює за участю відповідних державних органів відносини між власником підприємства, установи, організації незалежно від форм власності та видів їх діяльності і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні.

Закон встановлює пріоритет життя і здоров'я працівників по відношенню до результатів діяльності підприємства, тобто в першу чергу слід дотримуватись вимог нормативно-правових актів про охорону праці, щоб працівник під час операцій виробничого циклу не отримував травм, не відчував погіршення стану здоров'я, професійних захворювань або зменшення працездатності, і тільки потім має звертати увагу на результати виробничої діяльності підприємства. [67, с. 109]

На роботодавця покладено обов'язок при укладенні трудового договору проінформувати працівника про умови праці та про наявність на його робочому місці небезпечних і шкідливих виробничих факторів, які ще не усунуто, можливі наслідки їх впливу на здоров'я та про права працівника на пільги і компенсації за роботу в таких умовах відповідно до законодавства і колективним договором.

Працівникові не може пропонуватися робота, яка за медичним висновком протипоказана йому за станом здоров'я. До виконання робіт підвищеної небезпеки та потреба у професійному доборі, допускаються особи за наявності висновку психофізіологічної експертизи.

Умови праці, безпеку технологічних процесів, машин, механізмів, обладнання та інших засобів виробництва, стан засобів колективного та індивідуально-

до захисту, що використовуються працівником, а також санітарно-побутові умови на робочому місці повинні відповідати вимогам законодавства.

Якщо трапилася виробнича ситуація, небезпечна для життя чи здоров'я працівника або для людей, які його оточують, або для виробничого, або навколишнього середовища, працівник має право відмовитися від такої роботи. Він зобов'язаний негайно повідомити про це безпосереднього керівника.

У зв'язку з вищевикладеним на кожному підприємстві незалежно від організаційно-правової форми повинна діяти інструкція з охорони праці. Інструкція з охорони праці являє собою нормативний акт, що містить обов'язкові для дотримання працівниками вимоги з охорони праці при виконанні ними робіт певного виду або за певною професією на робочих місцях, у виробничих приміщеннях, на території підприємства, майданчиках або в інших місцях, де за дорученням власника чи уповноваженого ним органу виконуються ці роботи, трудові чи службові обов'язки. [69, с. 273]

Інструкції, що діють на підприємстві, належать до нормативних актів про охорону праці, що діють в межах конкретного підприємства. Подібні інструкції розробляються на підставі державних міжгалузевих і галузевих нормативних актів про охорону праці, примірних інструкцій та технологічної документації підприємства з урахуванням конкретних умов виробництва та вимог безпеки, викладених в експлуатаційній та ремонтній документації підприємств – виробників обладнання, що використовується на даному підприємстві. Вони затверджуються роботодавцем і є обов'язковими для дотримання працівниками відповідних професій або при виконанні відповідних робіт тільки на цьому підприємстві. [67, с. 83].

Ці інструкції повинні відповідати законодавству України, вимогам державних міжгалузевих і галузевих нормативних актів про охорону праці: правил, норм, стандартів, інших нормативних і організаційно-методичних документів про охорону праці, на підставі яких вони розробляються. Крім того, інструкції повинні містити тільки ті вимоги щодо охорони праці, дотримання яких є обов'язковим для самих працівників. Порушення працівником цих вимог необхідно розглядати

порушення трудової дисципліни, за яке до нього можуть бути застосовані стягнення відповідно до чинного законодавства.

Приклад інструкції для бухгалтера представлений у додатку К.

Важливим елементом при розробці правил з охорони праці на підприємстві ПАТ «Концерн АВЕК та Ко» є розробка правил пожежної безпеки [69, с. 161].

Формування системи пожежної безпеки підвищує ефективність заходів, спрямованих на запобігання та обмеження поширення пожежі. Щоб уникнути і запобігти пожежі на підприємстві повинні бути розроблені спеціальні заходи, наслідками яких повинні виступати всі співробітники підприємства.

У систему пожежної безпеки включається електробезпека, так як за статистикою, близько половини пожеж відбуваються через порушення правил електробезпеки. Тому з боку керівництва підприємства наказом призначається відповідальна особа за електрогосподарство підприємства. Дана посадова особа несе відповідальність за забезпечення безпеки робіт в електроустановках, організовує систематичне проведення замірів ізоляції, опору і заземлення, контролює дотримання працівниками вимог правил, норм, інструкцій з охорони праці в області електробезпеки, організовує розробку і впровадження більш досконалих блокувальних, що відключають, захисних пристроїв, що забезпечують безпеку монтажу, ремонту обслуговування енергетичного обладнання та інші.

Обов'язковою умовою для цілей запобігання пожежі на підприємстві ПАТ «Концерн АВЕК та Ко» є складання плану евакуації, з яким повинні бути ознайомлені всі співробітники і який повинен розміщуватися на робочих місцях. Крім цього, на підприємстві повинна бути документація з пожежної безпеки. Перелік необхідної документації може варіюватися для різних підприємств.

Наказ України «Про затвердження Типових норм належності вогнегасників» від 02.04.2004 № 151 вказує на обов'язкову наявність вогнегасників на підприємствах, а також на їх типи і необхідну кількість в залежності від площі і класифікації приміщень.

У випадку ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко», площа якого становить $32,5 \text{ м}^2$, за нормами мінімальна кількість порошкових вогнегасників повинна дорівнювати від 2 до 3, що залежить від переносного вогнегасника, а саме від його обсягу (кг).

Обов'язковим елементом при розгляді охорони праці на підприємстві є розрахунок штучного освітлення робочого приміщення.

Основна інформація про навколишній світ (до 90%) надходить через зоровий аналізатор (чутливий апарат), що складається з очей, зорових нервів, зорового центру, розташованого в потиличній частині кори головного мозку. Прийом і аналіз інформації відбувається в світловому діапазоні 380–760 нм довжин електромагнітних хвиль [68, с. 345].

Для зорового аналізатора людини розмаїття навколишнього світу представлено різними предметами, об'єктами, що характеризується розміром, контрастом об'єкта з фоном і віддаленістю від очей. Тому маємо залежність між освітленістю об'єкту, характером зорової роботи (розмір об'єкта розрізнення, рівень контрасту об'єкта розрізнення з фоном, характеристика фону) і функціональним станом зорового аналізатора.

Виконання зорової роботи при недостатньому освітленні робочого місця може привести до розвитку деяких дефектів очей: короткозорість помилкова і справжня; далекозорість справжня і старча.

До виробничого освітлення незалежно від джерела світла ставляться такі вимоги [69, с. 97]:

- достатня освітленість, тобто освітленість об'єкта повинна забезпечити комфортні умови для загальної працездатності;
- рівномірність освітлення, тобто освітленість повинна бути рівномірною в часі і просторі;
- відсутність блиску в полі зору працюючих.

Розглянемо характеристики освітлення. У загальному вигляді, характеристики освітлення діляться на кількісні і якісні. До кількісних характеристик відносяться світловий потік, освітленість, сила світла і яскравість.

Світловий потік – це кількість променистої енергії, яка проходить крізь одиницю площі за одиницю часу. Оцінюється оком людини за світловими відчуттями. Одиницею світлового потоку є люмен (лм). 1 лм дорівнює світловому потоку, що випускається джерелом світла в 1 кандел у тілесний кут величиною в 1 стерадіан.

Освітленість – відношення світлового потоку (Φ), що падає на елемент поверхні, до площі цього елемента (S):

Даний показник розраховується за формулою [69, с. 214–216]:

$$E = \frac{\Phi}{S}, \quad (2.14)$$

де E – освітленість (лк);

Φ – світловий потік, що падає на елемент поверхні, лм;

S – площа даного елемента, м² [69, с. 47].

Сила світла – це величина, що визначається відношенням світлового потоку (Φ) до тілесного кута (ω), у межах якого світловий потік рівномірно розподіляється. Сила світла вимірюється у канделах (кд). 1 кд – сила світла в заданому напрямку джерела, що випромінює монохроматичне світло з частотою $540 \cdot 10^{12}$ Гц.

Тілесним кутом називається частина простору, обмежена конусом, з його вершиною в центрі кулі, що спирається на його поверхню.

За одиницю тілесного кута (1 стерадіан) приймається кут, що, маючи вершину в центрі кулі, висікає на її поверхні ділянку, площа якої S дорівнює квадрату радіуса цієї кулі.

Сила світла джерела розраховується за формулою [69, с. 215]:

$$I = \frac{\Delta\Phi}{\Delta\Omega}, \quad (2.15)$$

де I – сила світла, кд;

$\Delta\Phi$ – світловий потік, лм;

$\Delta\Omega$ – тілесний кут, в якому поширюється світловий потік, ср.

До основних якісних показників зорових умов роботи можна віднести видимість, блискучість, показник осліпленості, коефіцієнт пульсації освітлення.

Видимість – здатність ока людини розрізняти предмет. Залежить від освітленості, розміру об'єкта, його яскравості, контрасту об'єкта з фоном, рухливості, відстані до об'єкта. Оцінюється видимість числом контрастів, що містяться в дійсному контрасті [68 с. 304].

Блискучість – це властивість світлових приладів або світлових поверхонь при несприятливому співвідношенні між їх яскравістю, силою світла і яскравістю навколишнього простору порушувати умови комфортного зору, або погіршувати контрастну чутливість, або застосовуватися одночасно обидва цих дії. Якщо ділянки підвищеної яскравості випромінюють світло, вони мають пряму блискучість, якщо вони створюються відображенням випромінюючих світло елементів від інших поверхонь поля зору, вони мають відображену блискучість [67, с. 118].

Показник осліпленості – це критерій оцінки сліпучої дії джерела світла.

На практиці існують вимоги до виробничого освітлення, які повинні застосовуватися при встановленні освітлення на всіх підприємствах.

Основні вимоги до виробничого освітлення [69, с. 285]:

- створення на робочій поверхні освітленості, що відповідає характеру зорової роботи;
- забезпечення достатньої рівномірності і постійного рівня освітленості в виробничих приміщеннях, в уникненні частоті преадаптації органів зору;
- відсутність сліпучої дії, як від самих джерел освітлення, так і від інших предметів, що знаходяться в полі зору;
- відсутність на робочій поверхні різких і глибоких тіней (особливо рухомих);
- забезпечення достатнього для відмінності деталей контрасту освітлюваних поверхонь;
- відсутність небезпечних і шкідливих виробничих факторів (шум, теплові випромінювання, небезпека ураження струмом, пожежо- та вибухонебезпечність звідильників);

– надійність і простота в експлуатації, економічність і естетичність.

Важливим елементом в ході висвітлення виробничих приміщень є розраху-

нок системи загального рівномірного освітлення.

Для розрахунку штучного освітлення найчастіше використовується метод світлового потоку [69, с. 77].

При виконанні розрахунку даним методом необхідно визначити висоту підвісу світильника над робочою поверхнею за формулою:

$$H_p = H - h_p - 0,5, \quad (2.16)$$

H – висота приміщення, м;

h_p – висота розташування робочої поверхні від рівня підлоги, м.

Висота приміщення на ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» рівна 3 м, висота розташування робочої поверхні від рівня підлоги рівна 0,75 м.

Підставимо необхідні значення складників у формулу (2.6):

$$H_p = 3,00 - 0,75 - 0,5 = 1,75 \text{ (м)}$$

Визначаємо індекс (показник) приміщення за формулою [68, с. 79]:

$$i = \frac{a \cdot b}{H_p \cdot (a+b)}, \quad (2.17)$$

a і b – відповідно довжина і ширина приміщення, м;

H_p – висота підвісу світильника над освітлюваною поверхнею, м.

Вихідними даними для ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» є: a – 6,5 м, b – 5 м.

Підставимо необхідні значення складників у формулу (2.17):

$$i = \frac{6,5 \cdot 5}{2 \cdot (6,5 + 5)} = 1,41$$

Беремо світловий потік сучасної світлодіодної лампи LED рівним 990 лм., при споживаній потужності 11 ват.

Приймаємо для нашого розрахунку IV розряд зорової роботи – середньої точності, з розміром об'єкта розрізнення – від 0,5 до 1 мм. При цьому необхідне загальне освітлення становить 300 лк.

Розряд зорової роботи встановлюють в залежності від відношення діаметра розрізненого об'єкта з відстані до ока працюючого (має становити більше 0,5 м). Необхідна загальна штучна освітленість, робочих поверхонь для приміщень IV розряду зорової роботи в разі даного підприємства приймається – 300 лк.

Для розрахунку освітлення робочого місця бухгалтера необхідно прийняти до уваги коефіцієнти, що враховують нерівномірність освітленості z і запас зниження освітленості зв'язку зі старінням ламп і забрудненням світильників k .

Знаючи, що розрахунковий світловий потік F , сучасної світлодіодної лампи LED дорівнює 990 лм., визначають необхідну кількість ламп за формулою (2.18) [69, с. 345]:

$$N = \frac{E_n \cdot S \cdot k \cdot z}{n \cdot F_d \cdot \eta}, \quad (2.18)$$

де S – площа освітлюваного приміщення (приймаємо рівним 32,5 м²);

E_n – нормована освітленість на робочому місці в залежності від умов роботи – точності, розміру об'єкта і фону (необхідне загальне освітлення становить 300 лк);

k – коефіцієнт запасу зниження освітленості в зв'язку зі старінням ламп і забрудненням світильників (приймаємо рівним 1,8);

z – коефіцієнт, який враховує нерівномірність освітленості (приймаємо рівним 1,2);

F_d – розрахунковий світловий потік F , сучасної світлодіодної лампи LED (дорівнює 990 лм.);

n – кількість ламп в світильнику (1 шт.);

η – коефіцієнт використання світлового потоку ламп. Для даного розрахунку приймаємо, що коефіцієнт використання світлового потоку ламп дорівнює 0,8 [69, с. 345].

Таким чином розрахуємо, необхідну кількість світлодіодних ламп для бухгалтерії ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» та підставимо значення складників у формулу (2.8):

$$N = \frac{300 \cdot 32,5 \cdot 1,8 \cdot 1,2}{1 \cdot 990 \cdot 0,8} = \frac{31104}{792} = 26,5909 \approx 27 \text{ (од.)}$$

Після введення даних в формулу і виконання розрахунку отримали $N = 27$ світлодіодних ламп LED.

У даному розділі диплома були вивчені законодавча і нормативна база України про охорону праці та особливостей організації охорони праці на ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко». Виконано розрахунок штучного освітлення адміністративного приміщення підприємства і складена інструкція з охорони праці бухгалтера при роботі на комп'ютері.

3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОЦІНКИ ТА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

3.1. Розробка інтегрального показника оцінки приросту стратегічних конкурентних переваг соціально відповідального підприємства

При розробці інструментарію збільшення стратегічних конкурентних переваг підприємства з позиції соціально відповідальної діяльності візьмемо до уваги ідеї Дж. Елкінгтона, який ввів поняття потрійного підсумку діяльності корпорації, що включає в себе фінансове та екологічне вимірювання, відповідні ідеї еко-ефективності в рамках корпоративної стійкості. Ідея виходить за рамки традиційних заходів обліку прибутку, рентабельності, інвестицій і акціонерної вартості, включаючи екологічні та соціальні аспекти [70]. Крім того, Елкінгтон позначив можливі шляхи реалізації нових стратегій ведення бізнесу і став засновником концепції корпоративної стійкості, яка здатна одночасно приносити вигоди компанії, її споживачам і природному середовищу. Три підстави стійкості Елкінгтон позначив 3P (People, Planet, Profits). Його ідея сталого розвитку була сприйнята як нова парадигма розвитку бізнесу, що увібрала в себе принципи КСВ, викладені у формі 3P [71].

Згідно з концепцією сталого розвитку, яка спирається на ідею потрійного підсумку інвестування (3P – People, Planet, Profits) нами запропоновано конкурентний індекс КСВ ($I_{\text{КСВ}}$). Індекс синтезує в собі наступні показники: економічні, соціальні та екологічні, які забезпечують формування довгострокових конкурентних переваг сучасного підприємства. Індекс $I_{\text{КСВ}}$ заснований на інформації, що розкривається в соціальному звіті компанії з економічних, екологічних та соціальних аспектів.

Розглянемо запропоновані показники

1. Економічний показник – це показник, що оцінює ефективність господарської діяльності компанії. До даного показника відносяться наступні індикатори: виручка, прибуток, ринкова капіталізація. Дані індикатори необхідні для підвищення конкурентоспроможності промислової компанії і досягнення стратегічних цілей:

1.1. Прибуток (П) – даний індикатор входить в групу показників, що характеризують економічну ефективність.

1.2. Ринкова капіталізація (РК) – даний індикатор розраховується шляхом множення поточної вартості акцій на кількість акцій в обігу. Він найбільшою мірою відображає дійсну вартість компанії, що необхідно враховувати для оцінки конкурентоспроможності підприємства в довгостроковому періоді.

1.3. Виручка (В) – один з основних індикаторів ефективності економічної та соціальної діяльності підприємства. Він відображає основний внесок компанії у формування національного та регіонального валового продукту. Саме розмір виручки визначає суму податків, що сплачуються до бюджетів різних рівнів. Так, валова виручка в соціально відповідальних компаніях в довгостроковій перспективі виявилася на 4,8–10% вище, ніж у конкурентів, а рівень ефективності робочої сили перевищив на 37,9% цей показник у компаній, для яких не характерне соціально відповідальне ведення бізнесу [72].

2. Соціальний показник – це показник, що характеризує соціально відповідальну поведінку компанії. До даного показника ми віднесли ключові індикатори соціально відповідальної діяльності компанії. Під соціальними інвестиціями ми об'єднали статті інвестицій «внутрішньої КСВ». В якості таких індикаторів були обрані наступні: навчання і розвиток персоналу, охорона праці та промислова безпека, соціальний пакет.

2.1. Навчання і розвиток персоналу (НП) – витрати на навчання і розвиток співробітників з метою їх професійного та кар'єрного зростання.

2.2. Охорона праці та промислова безпека (ОП) – відображає діяльність компаній як відповідального роботодавця з інвестування в підтримку стану

захисності життєво важливих інтересів особистості і суспільства від аварій на небезпечних виробничих об'єктах і наслідків зазначених аварій.

2.3. Соціальний пакет (СП) – являє собою витрати на підтримку здоров'я співробітників, поліпшення їх житлових умов і надання матеріальної підтримки.

3. Екологічний показник – це показник, який характеризує раціональне природокористування, контроль викидів в ході виробничої діяльності та широкий спектр профілактичних і сануючих заходів з охорони і захисту навколишнього середовища. Це є найважливішою складовою соціально відповідальної поведінки компанії, а також виступає ключовим фактором його сталого розвитку. До даного показника належать індикатори, що характеризують структуру витрат на охорону та захист навколишнього середовища на території присутності: охорону атмосфери, охорону водних ресурсів, охорону земельних ресурсів.

3.1. Охорона атмосфери (ОА) - витрати на проведення заходів з підтримки чистоти повітря і боротьби із забрудненням атмосфери-відходами виробництва тощо.

3.2. Охорона водних ресурсів (ОВ) – витрати на заходи, пов'язані з поліпшенням якості вод, раціональним використанням водних ресурсів, запобігання їх забруднення техногенними відходами тощо.

3.3. Охорона земельних ресурсів (ОЗ) – витрати на заходи по забезпеченню належного стану земельних ресурсів, запобігання їх забруднення неорганічними відходами і викидами, важкими металами, радіоактивними речовинами та іншими відходами виробництва тощо.

Такі індикатори, як виручка підприємства, капіталізація підприємства, прибуток, є сполучною ланкою, що дозволяє поєднати економічні, соціальні та екологічні індикатори суб'єкта господарювання, що визначають його конкурентоспроможність.

Всі представлені показники, що відображають приріст стратегічних конкурентних переваг з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності, об'єднані нами в конкурентний індекс КСВ, відображений на рис.3.1.

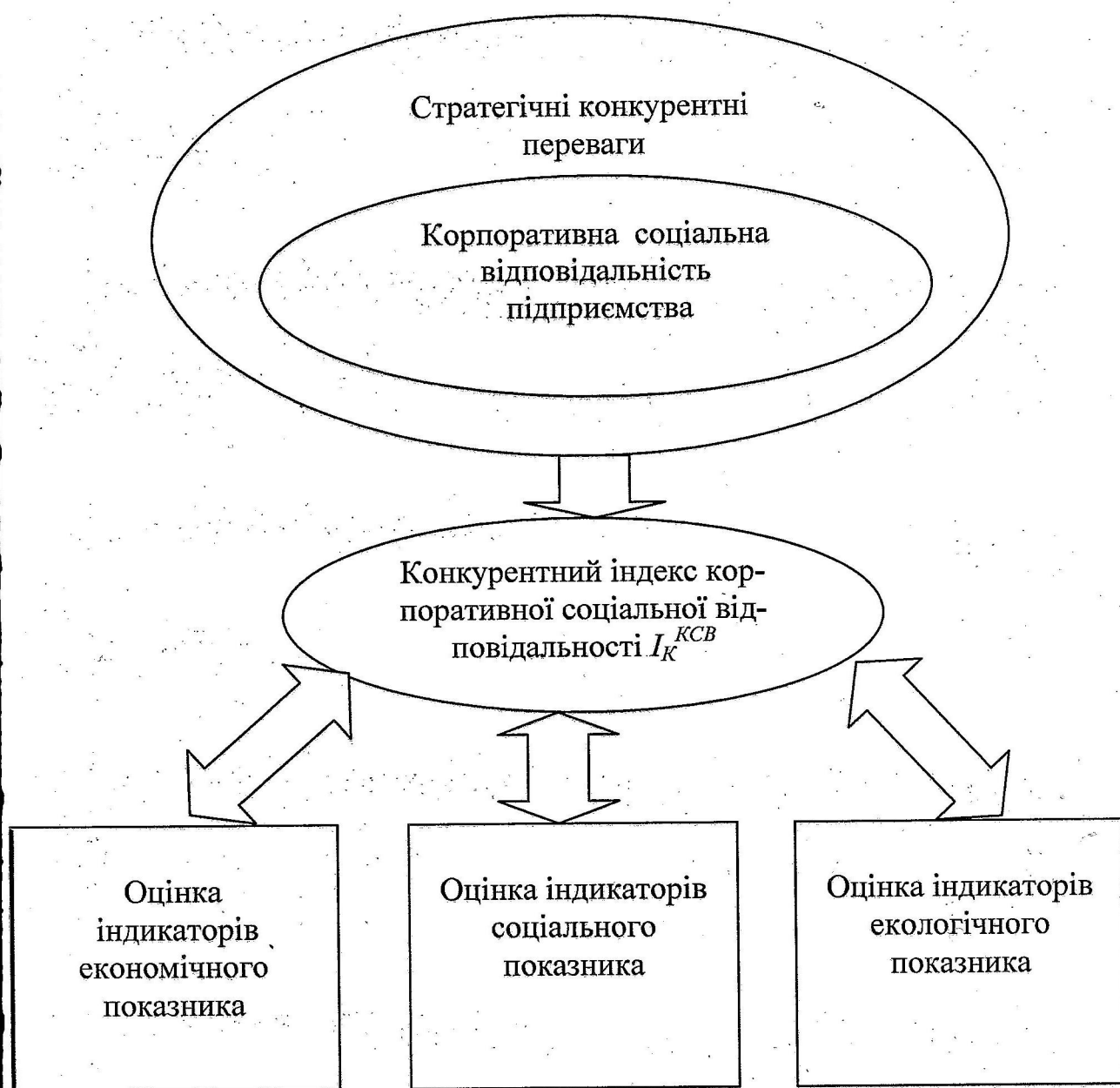


Рис. 3.1 – Оцінка збільшення стратегічних конкурентних переваг підприємства за допомогою конкурентного індексу КСВ

Конкурентний індекс КСО синтезує в собі, на нашу думку, найбільш значущі індикатори економічного, соціального та екологічного показників, які дозволяють оцінити стратегічні конкурентні переваги промислової компанії. Ми пропонуємо представити локальні індекси в динаміці, які відображають зміну величин індикаторів:

$$I_x = \frac{(X)}{(X_0)}, \quad (3.1)$$

де I_x – індекс зміни обраного індикатора (X) відповідного показника;

(X) – це обраний індикатор відповідного показника;

(X_0) – це обраний індикатор відповідного показника в попередньому періоді.

Індикатор (X) може бути представлений будь-яким індикатором із запропонованих нами індикаторів економічного (I_e), соціального (I_c) і екологічного (I_{ek}) показників.

Тобто, локальний індекс економічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_e = \sqrt[3]{I_n \cdot I_g \cdot I_{rk}}, \quad (3.2)$$

де I_n – індекс зміни індикатора прибутку;

I_g – індекс зміни індикатора виручки;

I_{rk} – індекс зміни індикатора ринкової капіталізації.

Локальний індекс соціального показника може бути розрахований за формулою:

$$I_c = \sqrt[3]{I_{on} \cdot I_{op} \cdot I_{cn}}, \quad (3.3)$$

де I_{on} – індекс зміни індикатора навчання та розвитку персоналу;

I_{op} – індекс зміни індикатора охорони праці;

I_{cn} – індекс зміни індикатора «соціальний пакет».

Локальний індекс екологічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_{ek} = \sqrt[3]{I_{oa} \cdot I_{ob} \cdot I_{oz}}, \quad (3.4)$$

де I_{oa} – індекс зміни індикатора охорони атмосфери;

I_{on} – індекс зміни індикатора охорони водних ресурсів;

I_{oz} – індекс зміни індикатора охорони земельних ресурсів.

Розрахункова формула I_K^{KCB} прийнята як простий середній геометричний твір локальних індексів певних показників. Це пояснюється тим, що середньогометрична величина є найбільш «чутливою» до значення індикаторів, використовуваних при її розрахунку.

Таким чином, конкурентний індекс КСВ I_K^{KCB} може бути виражений у вигляді середньої геометричної величини добутку індексів зміни: прибутку, ринкової капіталізації, виручки, витрат на навчання і розвиток персоналу, витрат на охорону праці і промислової безпеки, витрат на соціальний пакет і витрат на охорону атмосфери, охорону водних ресурсів, охорону земельних ресурсів.

$$I_K^{KCB} = \sqrt[3]{I_e \cdot I_c \cdot I_{ek}} \quad (3.5)$$

Такі індикатори, як виручка підприємства, капіталізація підприємства, прибуток, є сполучною ланкою, що дозволяє поєднати економічні, соціальні та екологічні індикатори господарюючого суб'єкта, що визначають конкурентоспроможність компанії.

Таким чином, запропонований нами конкурентний індекс КСВ, що враховує показники соціальної відповідальності може бути застосований в якості інструмента оцінки приросту стратегічних конкурентних переваг компаній різних галузей промисловості, використання якого дозволяє диференціювати позицію компанії в поле конкурентних стратегій, що дозволяє вносити зміни в управлінські рішення. При впровадженні запропонованого нами конкурентного індексу КСВ соціальна відповідальність перетворюється на потужний фактор стратегічного розвитку компанії та підвищення її конкурентоспроможності.

Проведемо апробацію запропонованої методики на ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко». Вихідні дані для розрахунку локального індексу економічного показника наведені в табл. 3.1. Дані про прибуток і доходи взяті з фінансової звітності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» (додат. А–В). Для розрахунку індексу економічного показника скористаємося формулою (3.2).

Таблиця 3.1 – Вихідні дані для розрахунку локального індексу економічного показника (I_e).

Показник	Рік		
	2015	2016	2017
Прибуток до сплати податків, тис. грн.	149100	147192	257272
Доходи усього, тис. грн.	738302	520479	460627
Ринкова вартість підприємства (за золотим правилом оцінювача: чотири прибутки до сплати податків)	596400	588768	1029088

Результати розрахунків локального індексу економічного показника (I_e) наведені в табл.3.2.

Таблиця 3.2 – Результати розрахунків локального індексу економічного показника (I_e)

Показник	Рік	
	2016/2015	2017/2016
Індекс зміни індикатора прибутку	0,987	1,748
Індекс зміни індикатора доходів	0,686	0,885
Індекс зміни індикатора ринкової капіталізації	0,987	1,748
Індекс локального економічного показника	0,874	1,393

Дані для розрахунку локального індексу соціального показника (I_c) взяті з сайту компанії ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» [73]. Для розрахунку даного індексу скористаємося формулою (3.3) Результати розрахунків локального індексу соціального показника (I_c) наведені в табл.3.3.

Таблиця 3.3 – Результати розрахунків локального індексу соціального показника (I_C)

Показник	Рік	
	2016/2015	2017/2016
Індекс зміни індикатора навчання та розвитку персоналу	1,077	1,235
Індекс зміни індикатора охорони праці	1,098	1,203
Індекс зміни індикатора «соціального пакету»	0,965	1,162
Індекс локального соціального показника	1,045	1,194

Далі розрахуємо локальний індекс екологічного показника (I_{EK}). Для розрахунку даного індексу скористаємося про формулу (3.4). Так як підприємство не є виробничим і не здійснює викиди і забруднення навколишнього середовища, то приватні індикатори з охорони атмосфери, водних і земельних ресурсів складають 1,0. Результати розрахунків локального індексу екологічного показника (I_{EK}) представлені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Результати розрахунків локального індексу екологічного показника (I_{EK})

Показник	Рік	
	2016/2015	2017/2016
Індекс зміни індикатора охорони атмосфери	1,000	1,000
Індекс зміни індикатора охорони водних ресурсів	1,000	1,000
Індекс зміни індикатора охорони земельних ресурсів	1,000	1,000
Індекс локального екологічного показника	1,000	1,000

Останнім етапом є розрахунок глобального (загального) індексу корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Конкурентний індекс КСВ $I_K^{КСВ}$ синтезує в собі найбільш значущі індикатори економічного, соціального та екологічного показників, які дозволяють оцінити стратегічні конкурентні переваги компанії.

Розрахункова формула $I_K^{КСВ}$ прийнята як простий середній геометричний добуток локальних індексів певних показників.

Результати розрахунку загального індексу корпоративної соціальної відповідальності подано в табл.3.5.

Таблиця 3.5 – Розрахунок загального індексу КСВ ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко».

Показник			Розрахунок	Значення
Індекс КСВ за 2016/2015			$I_K^{КСВ} = \sqrt[3]{I_g \cdot I_c \cdot I_{\text{ЭК}}} = \sqrt[3]{0,874 \cdot 1,045 \cdot 1,000}$	0,970
Індекс КСВ за 2017/2016			$I_K^{КСВ} = \sqrt[3]{I_g \cdot I_c \cdot I_{\text{ЭК}}} = \sqrt[3]{1,393 \cdot 1,194 \cdot 1,000}$	1,186

Наведемо шкалу оцінок ступеня збільшення стратегічних конкурентних переваг компанії з позицій соціальної відповідальності її діяльності, де x – величина індексу КСВ $I_K^{КС}$:

$0,1 \leq x < 0,6$ – аномально низька;

$0,6 \leq x < 1,1$ – низька;

$1,1 \leq x < 1,6$ – середня;

$1,6 \leq x < 2,1$ – висока;

$2,1 \leq x$ – аномально висока.

Згідно даної шкали в 2016/2015 рр. Індекс КСВ $I_K^{КС}$ низький і становить 0,970, в 2017/2016 рр. знаходиться на середньому рівні і складає 1,186.

Проведені оцінки дозволяють зробити висновок про те, що концерну необхідно провести ряд заходів щодо збільшення стратегічних конкурентних переваг з позицій соціальної відповідальності.

У соціальному напрямку компанія демонструє тенденції до нестабільності величини показників, що є можливим наслідком порушення регулярності фінансування сфери соціальної відповідальності.

3.2. Формування стратегії конкурентних переваг підприємства з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності

Щоб дати якісну характеристику конкурентної поведінки ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в аспекті соціально відповідальної діяльності, необхідно визначити його місце розташування в полі конкурентних стратегій. Відповідно до методики Аббса-Розебома [74] виділяють три базових типи стратегій:

1) Компанії з рудеральною стратегією R (рудерали) користуються своїм монополічним правом на виробництво і реалізацію інноваційних товарів. Компанії можуть значно випереджати конкурентів не тільки в розробці нових товарів, а й у виводі їх на ринок. Фактично вдається встановлювати монополію (тобто за відсутності реальної конкуренції) високі ціни на товар, що користується підвищеним попитом. Така стратегія дозволяє отримувати високі прибутки на вкладений капітал навіть при малій частці ринку.

2) Компанії з конкурентною стратегією C (конкуренти) володіють ефективними механізмами захоплення ресурсів та інтенсифікації виробництва. Вони знаходять способи виробництва одиниці продукції зі споживанням меншої кількості праці і матеріалів. Для цього потрібні певні резерви в зниженні витрат або значні безперервні інвестиції в раціоналізацію виробництва з метою отримувати постійну цінну перевагу і розширювати збут продукції.

3) Компанії зі стрес-толерантною стратегією S (стрес-толеранти) виживають тому, що уникають лобової цінової конкуренції шляхом створення власної, недоступної іншим унікальної ніші. Вони пристосовані до існування в умовах значного дефіциту ресурсів. По суті це стратегія дрібних нововведень, пов'язаних з утриманням ринкової ніші і частки на ринку, витрати на які окупаються за рахунок збільшення ціни.

У багатофакторному просторі діаграми SCR змішання первинних стратегій формує різноманіття поєднань вторинних стратегій: конкуренти – рудерали (C-R), рудерали – стрес-толеранти (RS), конкуренти – стрес-толеранти (CS), конкуренти

– стрес-толеранти – рудерали (CSR). Компанії з вторинними стратегіями адаптовані до умов існування, в яких поєднуються конкуренція, стрес і порушення різного ступеня інтенсивності. Співвідношення конкуренції, стресу і порушення змінюється в залежності від зміни зовнішніх умов. Останні визначаються етапом життєвого циклу (ЖЦ) ринку (зовнішні умови, що впливають на всі компанії однаково).

Відносний внесок кожної з трьох базових типів стратегій в поведінку одного агента може бути графічно зображено на діаграмі (рис. 3.2).

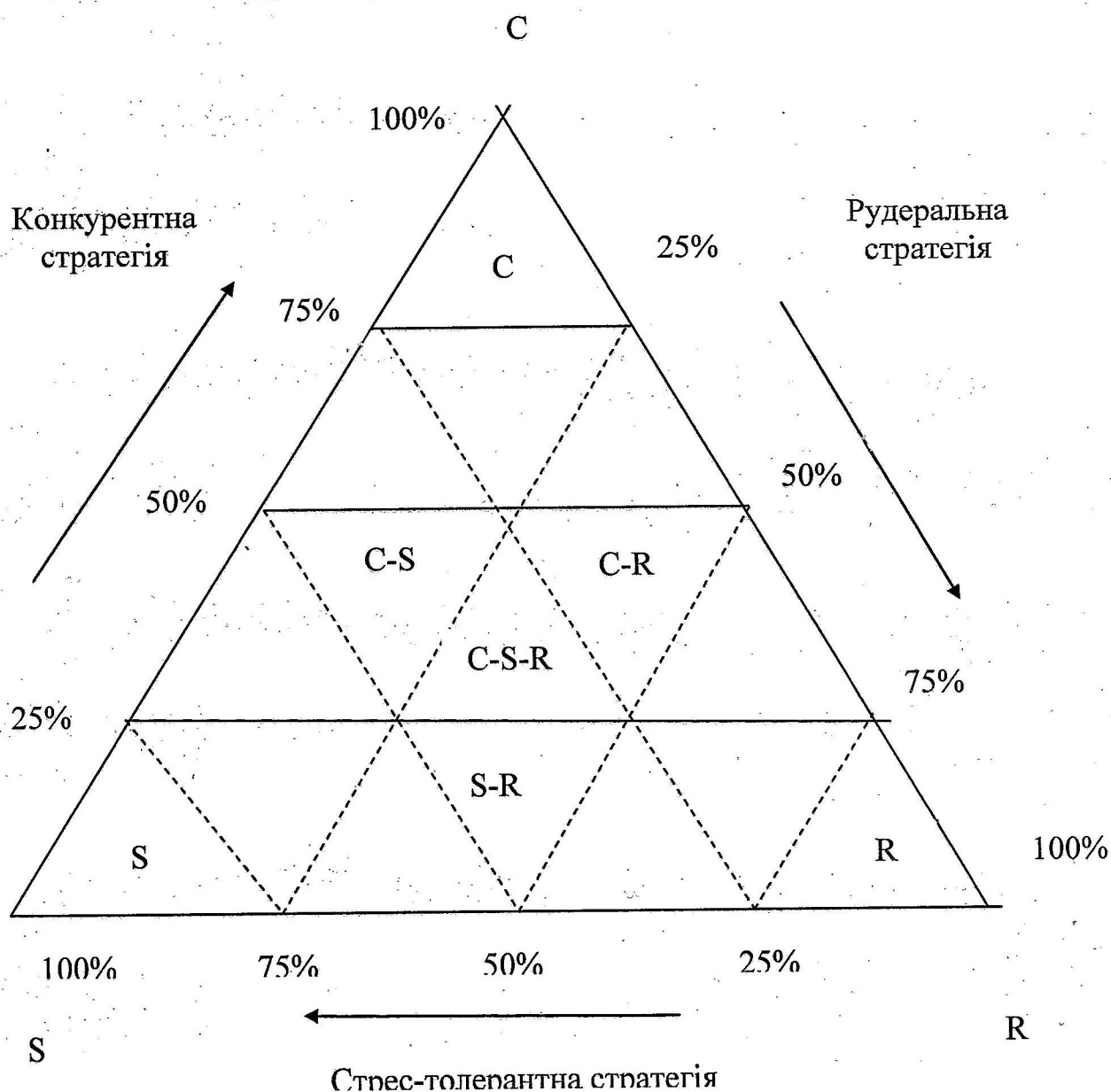


Рис. 3.2 – Класифікаційна діаграма конкурентних стратегій поведінки підприємств

Для переходу від моделі до практичних методів виявлення стратегій необхідно знайти вимірювані характеристики об'єктів, які відображають їх поведінку в аспектах протидії конкуренції, стресам і порушенням.

Згідно з методикою [74], всі свої зусилля (І) підприємство використовує для протистояння трьом типам зовнішнього впливу: стресу (S – стрес-толерантна стратегія), порушень (R – рудеральна), конкурентам (C – конкурентна):

$$I_S + I_C + I_R = 100\%, \quad (3.6)$$

де I – інтенсивність зусиль до реалізації S, K, C .

Вихідними даними для побудови діаграми послужив тимчасовий ряд щорічних значень I_K^{KCB} . В якості другого показника розраховується відносний приріст $I_K^{KCB} (\%)$:

$$I_K^{KCB1} = \frac{100 \cdot (I_K^{KCB} - I_K^{KCB-1})}{I_K^{KCB-1}}, \quad (3.7)$$

де K_K^{KCB-1} – значення конкурентного індексу КСВ в попередньому році.

Теорія стратегічного управління компанією націлена на створення нових конкурентних переваг як для безпосередніх учасників ринку, так і для суспільного добробуту [75]. У нових техніко-економічних умовах зовнішня конкурентна боротьба на ринку трансформується у внутрішнє суперництво за рахунок підвищення частки значущості соціально відповідальної поведінки компанії.

Для аналізу конкурентної поведінки компаній в аспекті соціально відповідальної діяльності ми пропонуємо внести зміни до класифікаційної структури стратегій конкурентної поведінки, що відображає динаміку їх позицій відносно один одного, орієнтуючись на характеристику соціально відповідальної поведінки як елемента не тільки зовнішнього, але й внутрішнього середовища компанії. Так як КСВ є компонентом стратегічного управління компанією і передбачає розробку її соціально орієнтованої політики, доцільно уточнити стрес-толерантну стра-

тегію (S) як стабільність КСВ – (S'), конкурентну стратегію (C) як відповідальну конкуренцію (C') і рудеральну стратегію (R) як системність КСВ – (R'). Специфікація запропонованих стратегій конкурентної поведінки компаній у сфері соціально відповідальної діяльності та різноманіття поєднань її вторинних стратегій представлені в табл. 3.6.

Таблиця 3.6 – Специфікація стратегій конкурентної поведінки компаній у сфері соціально відповідальної діяльності

Ідентифікація стратегій		Специфікація стратегій	
Стратегія	Стратегія конкурентної поведінки компаній (Раменський-Грайм)	Стратегія	Стратегія конкурентної поведінки компаній у сфері соціально відповідальної діяльності
R (рудерали)	Монопольне право на виробництво і реалізацію інноваційних товарів або значне випередження конкурентів не тільки в розробці нових товарів, а й у висуванні їх на ринок. Така стратегія дозволяє отримувати високі прибутки на вкладений капітал навіть при малій частці ринку.	R' (системність КСВ)	Забезпечення ефективності реалізації функцій і напрямків КСВ на основі принципів інтегрованості, підзвітності, адресності та відкритості.
C (конкуренти)	Ефективні механізми захоплення ресурсів та інтенсифікації виробництва. Вони знаходять способи виробництва одиниці продукції зі споживанням меншої кількості праці і матеріалів.	C' (відповідальна конкуренція)	Недопущення порушення прав інших господарюючих суб'єктів і недобросовісної конкуренції

Закінчення табл. 3.6

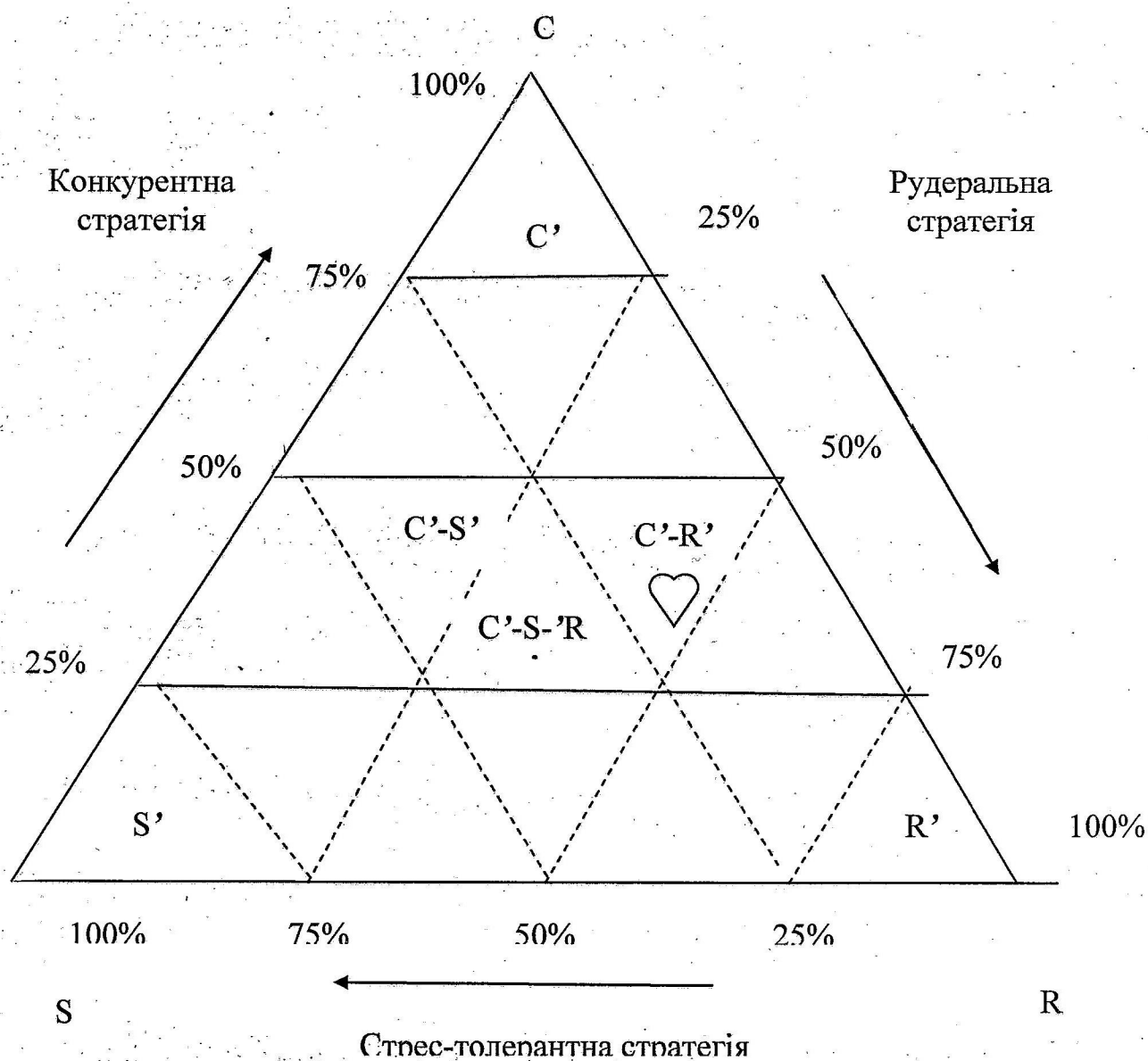
Ідентифікація стратегій	Специфікація стратегій	Ідентифікація стратегій	Специфікація стратегій
S (стрес-толеранти)	Виживають тому, що уникають лобової цінової конкуренції шляхом створення власної, недоступною іншим унікальною ніші. Вони пристосовані до існування в умовах значного дефіциту ресурсів	S' (стабільність КСВ)	Зберігати і підтримувати соціальну стабільність і економічну безпеку
C-R (конкуренти-рудерали)	Адаптування до ринків, в яких низький вплив стресу і конкуренції обмежені середньоінтенсивними порушеннями.	C'-R' (відповідальна системна конкуренція)	Адаптування до ринків, в яких низька стабільність в області відповідальної конкуренції.
S-R (рудерали-стрес-толеранти)	Адаптування до непродуктивних не сильно порушуваних ринків.	S'-R' (системна стабільна конкуренція)	Адаптування до ринків з відносно невисоким ступенем відповідальної конкуренції в сфері КСВ
C-S (конкуренти-стрес-толеранти)	Адаптування до відносно не порушуваних ринків, в яких діють середньоінтенсивні стреси.	C'-S' (відповідальна стабільна конкуренція)	Адаптування до ринків, які реалізують безсистемні заходи в області КСВ
C-S-R (конкуренти-стрес-толеранти-рудерали)	Адаптування до ринків, у яких рівень конкуренції обмежений середньоінтенсивним стресом і порушеннями.	C'-S'-R' (відповідальна стабільна системна конкуренція)	Адаптування до ринків, у яких рівень відповідальної конкуренції обмежений середньоінтенсивною стабільністю і системністю

Розрахуємо відносний приріст $I_K^{КСВ}$ (%) для ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» за формулою (3.7):

$$I_K^{КСВ1} = \frac{100 \cdot (I_K^{КСВ} - I_K^{КСВ-1})}{I_K^{КСВ-1}} = \frac{100 \cdot (1,186 - 0,970)}{0,970} = 22,27\%.$$

Визначемо місце ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» на діаграмі конкретних стратегій (рис. 3.3). Масштаб діаграми відповідає діапазону річних значень $I_K^{КСВ}$ і

його приросту $I_k^{КСВ}$. Лінії розмітки рознесені в такий спосіб: на лівій похилій лінії - паралельно нижній горизонтальній, а на нижній паралельно лівій похилій. Отримані значення величини індексу і його приросту відкладаємо на відповідних осях діаграми, на перетині цих значень визначимо місце розташування аналізованих компаній згідно з їх конкурентної стратегії поведінки в частині C'R'.



♥ – стратегічна конкурентна позиція ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Рис. 3.3 – Визначення стратегічної конкурентної поведінки ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в сфері соціальної відповідальності

Згідно з даними діаграми (рис. 3.3) стратегічна конкурентна позиція ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в сфері соціальної відповідальності потрапило в сектор *C'-R'* (відповідальна системна конкуренція). Для цієї стратегічної конкурентної поведінки характерне адаптування до ринків, в яких низька стабільність в області відповідальної конкуренції. В зв'язку з цим підприємству для отримання стійких конкурентних переваг потрібні системні заходи в сфері соціальної відповідальності, це підвищить його ділову репутацію та імідж.

Соціальна відповідальність підприємства має багаторівневий характер:

1) Базовий рівень соціальної відповідальності. Традиційно його вимоги полягають в сумлінному виконанні бізнесом своїх прямих зобов'язань: виплата пропорційної заробітної плати; своєчасна і в повному обсязі сплата податків, страхових зборів; випуск продукції і надання послуг належної якості, дотримання технологічних регламентів і стандартів; виконання трудового законодавства, забезпечення безпеки праці; дотримання екологічного законодавства; по можливості – надання нових робочих місць (розширення робочого штату).

2) Рівень розвитку особистості людини, трудового колективу і людського капіталу. Другий рівень соціальної відповідальності пов'язаний з розвитком партнерських внутрішньофірмових відносин і передбачає безпосереднє врахування інтересів працівників на основі переговорного процесу. На додаток до дотримання базових зобов'язань цей рівень гарантує надання працівникам деякого набору пільг і соціальних послуг, тобто реалізацію цільових соціальних інвестицій: соціалізацію капіталу, за допомогою залучення працівників до числа власників підприємства; інвестиції в людський капітал, в тому числі в професійну підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації персоналу, у вдосконалення організації та збагачення змісту праці, а також в охорону праці та здоров'я працівників; соціальні інвестиції на поліпшення пенсійного та житлового забезпечення, програми спрямовані не так на самого працівника, як на членів його сім'ї [76].

3) Третій (вищий) рівень соціальної відповідальності передбачає благодійність, спонсорство.

Розглянуті рівні соціальної відповідальності необхідно доповнити наступними зобов'язаннями: базовий рівень соціальної відповідальності – взаємодія з місцевими громадами і місцевою владою. Другий рівень соціальної відповідальності – інвестиції в людський капітал, в тому числі в: розвиток і реалізацію творчої активності, інтелектуального потенціалу працівників; створення умов для роботи молодіжного об'єднання підприємства, активного відпочинку, участі в спортивно-оздоровчих заходах; розробку комплексних програм по роботі з молодими працівниками і заходів щодо їх реалізації.

На основі вищезазначеного, внутрішні та зовнішні складові соціальної відповідальності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» представлені на рис. 3.4.

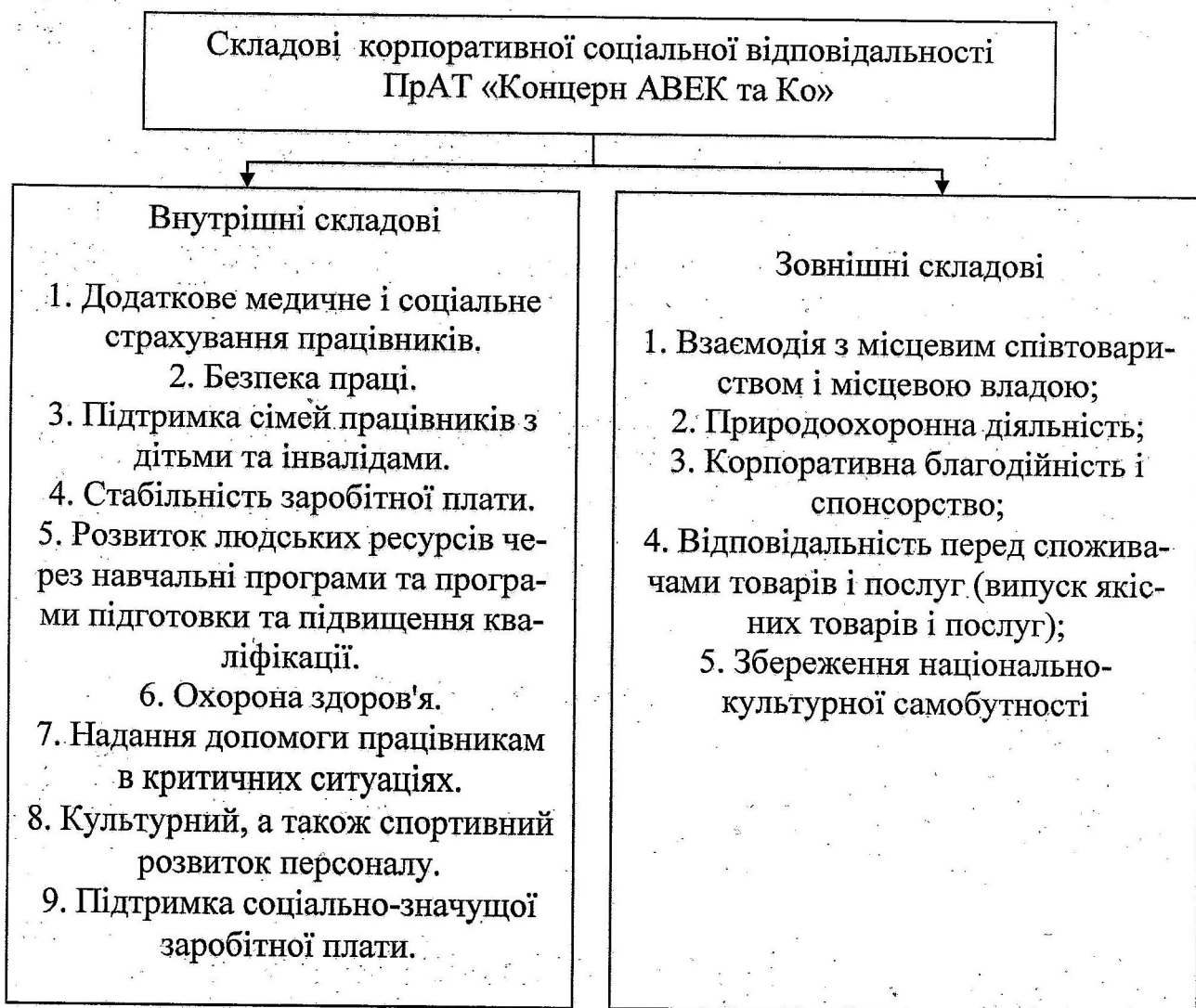


Рис. 3. 4 – Складові корпоративної соціальної відповідальності
ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Оснoву формування стратегії конкурентних переваг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності складають відношення з персоналом:

- підвищення ролі людського капіталу та його якості для успішної економічної діяльності компанії і підвищення її конкурентоспроможності;
- прагнення керівництва і власників компаній не допустити зростання соціальної напруженості і виникнення конфліктних ситуацій;
- зростання конкуренції за людські ресурси, зумовленої загостренням демографічної ситуації, зростаючим дефіцитом кваліфікованих кадрів, недоліками професійно-технічної освіти молоді.

Основні положення соціальної відповідальності, що поширюються на персонал, закріплені в ПАО «Концерн АВЕК та Ко» в наступних документах: колективний договір, етичний кодекс, кодекс корпоративної поведінки.

Інструментами реалізації стратегії конкурентних переваг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності виступають: навчання персоналу; охорона праці та капітал здоров'я; соціальний розвиток; благодійність (рис. 3.5).

Розглянемо кожний напрям детальніше.

Навчання співробітників. Одним з основних напрямків в даному випадку є внесок в розвиток загального та спеціального людського капіталу. Підприємство грає найважливішу роль в підтримці концепції безперервної освіти (lifelong learning) стимулюючи своїх працівників не тільки до самонавчання, а й залучаючи значний обсяг фінансування для внутрішніх і зовнішніх програм по підвищенню кваліфікації. Технологія навчання співробітників є однією з сфер, яка динамічно розвивається і ефективність соціального фінансування напряму залежить від успішної їх адаптації та комбінації, особливо в умовах інтенсивного інноваційного розвитку підприємства. Для навчання співробітників пропонується впровадити інформаційно-освітній портал. Програми навчання поряд зі спеціальними компетенціями, які застосовуються лише на даному підприємстві, повинні бути орієнтовані і на підтримку загального людського капіталу, тобто універсальних знань.

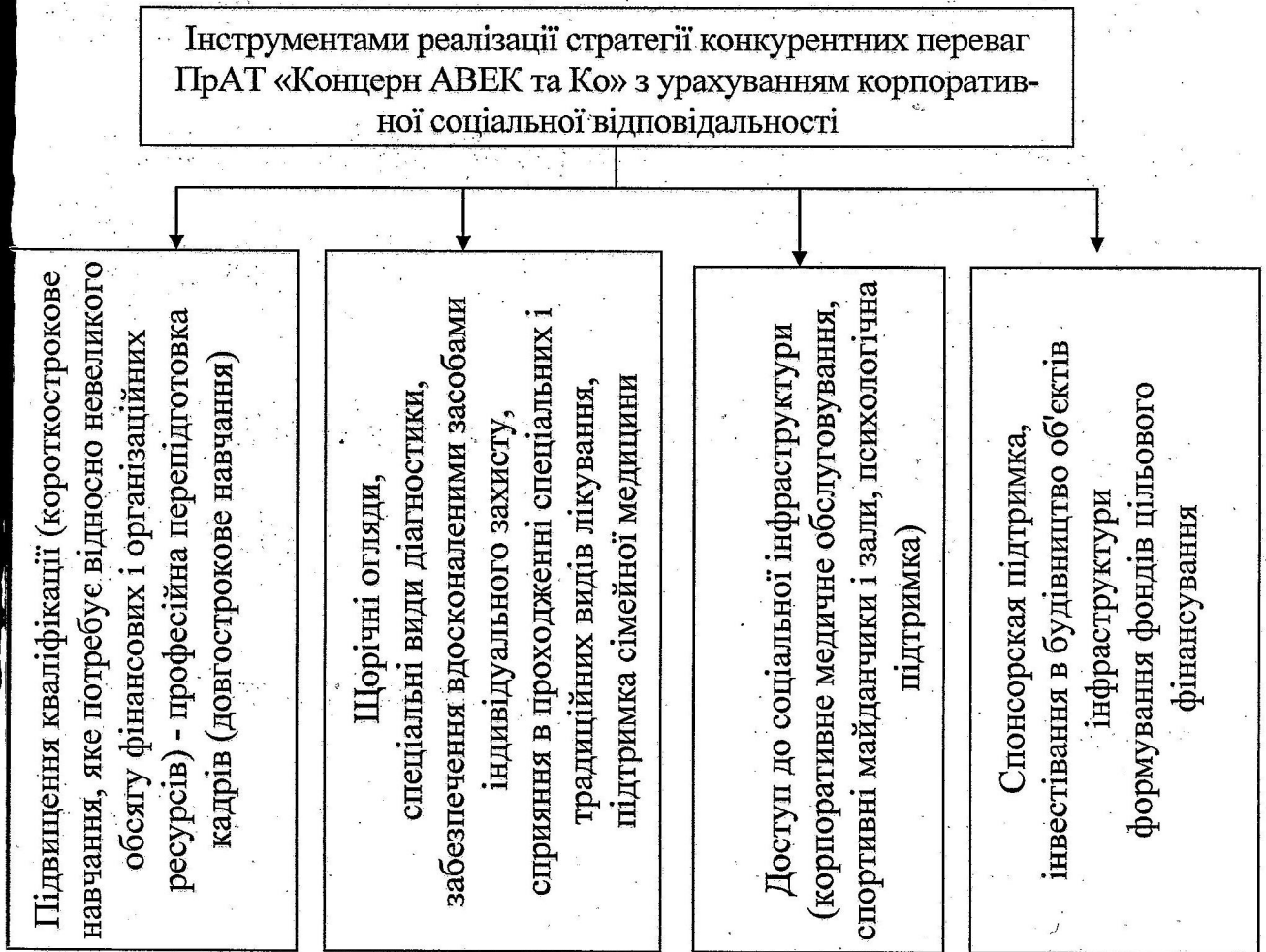


Рис. 3.5 – Інструменти реалізації стратегії конкурентних переваг
ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» з урахуванням корпоративної
соціальної відповідальності

ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» необхідно підтримувати високу культуру на-
вчання за рахунок прозорого позиціонування його ефективності, як на загальнооргані-
заційному, так і на індивідуальному рівні. Це дозволить не тільки підвищити мотива-
цію до навчання, а й сформувати у всіх категорій стейкхолдерів уявлення про підпри-
ємство, яке динамічно розвивається. Підприємству необхідно включити відомості про
програми навчання, обсяги їх застосування та основні досягнення до складу соціаль-
ної звітності. Облік даних підходів до навчання співробітників в соціальній політиці
підприємства дозволить забезпечити впровадження принципів соціальної відпові-
дальності в процеси управління людським капіталом на базовому рівні.

Охорона праці та капітал здоров'я. До напрямків соціальних вкладень в сферу підтримки здоров'я співробітників відносяться щорічні огляди, спеціальні види діагностики, забезпечення вдосконаленими засобами індивідуального захисту, сприяння в проходженні спеціальних і традиційних видів лікування, підтримка сімейної медицини для розширення кола зацікавлених сторін, що беруть участь в програмах охорони здоров'я. Варто також відзначити, що соціальні вкладення підприємства в капітал здоров'я не повинні носити заохочувального характеру для певних груп працівників, а гарантувати забезпечення безпечних умов праці і підтримки здоров'я для всіх працівників в цілому. Таким чином, програми підтримки здоров'я співробітників є не тільки найважливішими інструментами реалізації соціальної відповідальності, а й вносять значний внесок у підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в довгостроковому періоді.

Соціальний розвиток пов'язаний перш за все, з тим, що реалізуючи свій людський капітал в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» працівники повинні отримувати певний соціальний статус, отримувати відповідні умови проживання для розвитку власного домогосподарства та сім'ї, доступ до ресурсів розвитку і соціальної інфраструктури, їм також необхідно підтримувати необхідний рівень професійних і особистих комунікацій як на робочому місці, так і за його межами. Підприємство забезпечує необхідний рівень оплати праці, для того, щоб співробітники самостійно змогли вирішити задачу про розміщення вкладень у власний людський капітал.

Крім категорії співробітників, до розряду соціальних вкладень можна віднести і різні форми благодійності. Благодійність носить, як правило, системний характер, але коло соціальних ефектів, що виникають при її реалізації досить важко визначити. Найбільш очевидна частина з подібних ефектів відноситься до репутації ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в соціальному середовищі, яка формується за рахунок ряду передумов. Здійснюючи благодійність, підприємство показує, що віддає частину акумульованих економічних ресурсів назад суспільству, яке в свою чергу зробило внесок у його розвиток, забезпечивши її необхідною робочою силою і інтелектуальним потенціалом.

За оцінками фахівців, переважна більшість громадян нічого не знають про соціальні програми вітчизняних компаній і вважають, що дізнатися нізвідки. Мо-

жна додати до цього, що більшість з тих, хто обізнаний, не сильно відрізняє «соціальні» буклети від звичайних рекламних оголошень. Це, в свою чергу, одна з причин наполегливого мовчання журналістів. Коли фактично відсутня можливість об'єктивно перевірити представлені бізнесом дані, є ризик опублікувати «джинсу». Безкоштовно цього робити газети не будуть. А друкувати відомості про свої благодійні програми на правах реклами – зовсім не те, що може викликати довіру з боку суспільства.

У такій ситуації єдиний, мабуть, можливий варіант для бізнесу – це створення структурованого, повного соціального звіту. Тільки такий документ може серйозно обговорюватися.

Нефінансовий (соціальний) звіт – це доступний, достовірний, збалансований і пов'язаний опис основних аспектів діяльності компанії і результатів досягнень, пов'язаних з цінностями, цілями, політикою сталого розвитку з питань, що становлять найбільший інтерес ключових зацікавлених сторін.

Для ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» пропонується розробити модель соціального звіту, враховуючи рекомендації «Посібника зі звітності у сфері сталого розвитку». Цей документ розроблений «Глобальною ініціативою зі звітності» (GRI) для того, щоб запропонувати авторитетну систему звітності у сфері сталого розвитку та соціальної відповідальності, що користується довірою, яка може використовуватися організаціями незалежно від їх розміру, галузі або розташування. Використовувати рекомендації GRI для розробки моделі соціального звіту ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» запропоновано з метою максимального наближення соціального звіту до світових стандартів, прийнятих в цій області.

Соціальний звіт ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» буде базуватися на гармонійному поєднанні економічної, екологічної та соціальної складових діяльності компанії. Перший параметр відповідає за стабільність економічного становища стейкхолдерів, другий – звертає увагу керівництва компанії на її вплив на живі і неживі природні системи, включаючи екосистеми, землю, воду і повітря. А соціальна складова звіту відноситься до впливу компанії на соціальні системи, в рамках яких вона функціонує.

Перш за все, необхідно виділити принципи, яким повинен відповідати соціальний звіт ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко». Рішення, що приймаються в процесі підготовки інформації для звіту, повинні відповідати цим принципам. Всі ці принципи є ключовими для реальної прозорості. Якість інформації дає зацікавленим сторонам можливість робити обґрунтовані і розумні оцінки результативності і робити відповідні дії.

Принципи для забезпечення якості звіту:

- збалансованість;
- порівнянність;
- точність;
- своєчасність;
- ясність;
- надійність.

Передбачається, що соціальний звіт ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» зацікавить наступні аудиторії:

- працівники компанії;
- акціонери та інвестори;
- постачальники товарів і послуг на державному та місцевому рівнях;
- органи державної влади та організації на державному рівні, пов'язані з регулюванням девелопменту;
- представники ЗМІ;
- мешканці регіону господарської діяльності компанії;
- партнери (установи професійної освіти, що здійснюють підготовку кадрів для компанії).

Структура соціального звіту.

Як і фінансові звіти, соціальний звіт повинен починатися зі звернення президента компанії. Звернення повинно відображати спільне бачення і стратегію на короткостроковий, середньостроковий (наприклад, 3–5 років) і довгостроковий періоди, особливо, щодо ключових проблем, пов'язаних з економічними, екологі-

ними і соціальними результатами діяльності організації. Звернення повинно включати:

- стратегічні пріоритети та ключові теми на коротко- і середньостроковий періоди, що мають відношення до сталого розвитку, включаючи відповідність міжнародним стандартам, а також зв'язок цих пріоритетів і проблем з довгостроковими стратегією і успіхом організації;
- великомасштабні (наприклад, макроекономічні або політичні) тенденції, що впливають на організацію і її пріоритети в галузі сталого розвитку;
- найважливіші події, досягнення і невдачі організації за звітний період;
- огляд результативності по відношенню до поставлених завдань;
- характеристика основних проблем і завдань на наступний рік, що стоять перед організацією, а також цілей на найближчі 3–5 років.

Назви розділів соціального нефінансового звіту ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» представлено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – Назви розділів соціального нефінансового звіту ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Назва розділу	Основні елементи розділу
1. Підходи до підготовки і межі звіту	Звітний період, до якого відноситься представлена інформація; цикл звітності; контактна інформація для питань щодо звіту або його змісту, а також перераховані основні теми і принципи складання звіту.
2. Профіль компанії	Назва організації; види продукції; функціональна структура організації, включаючи дочірні компанії; характер власності та організаційно-правова форма; ринки, на яких працює організація (включаючи географічну розбивку, які обслуговують сектори і категорії споживачів); число співробітників; чистий обсяг продажів; загальну капіталізацію з розбивкою на позиковий і власний капітал; загальна вартість активів; нагороди, отримані за звітний період; принципи взаємодії із зацікавленими сторонами.
3. Економічний роз- виток	Основні економічні показники за останні кілька років; обсяги інвестування в основні сфери діяльності компанії; розмір виплат державі і акціонерам в грошовому еквіваленті.

Закінчення табл. 3.7

Назва розділу	Основні елементи розділу
4. Компанія та співробітники	Витрати на соціальну політику і їх структура; пріоритети політики у відносинах з персоналом; рівень оплати праці; соціальний пакет; соціальний захист пенсіонерів; медичне обслуговування працівників; політика навчання і розвитку персоналу; цільова підготовка фахівців; конкурси професійної майстерності; адаптація молодих фахівців; корпоративні заохочення і нагороди; дитячий відпочинок; розвиток масової фізичної культури і спорту; реалізація заходів з охорони праці; промислова безпека.
5. Компанія та суспільство	Показники результативності в сфері суспільства відображають вплив компанії на співтовариства, в яких вона діє, а також заходи з контролю і зниження ризиків, які можуть виникнути внаслідок взаємодії з іншими суспільними інститутами.
6. Компанія та оточуюче середовище	Система екологічного менеджменту; раціональне використання ресурсів; зниження техногенного впливу на навколишнє середовище; виробничий екологічний контроль; водоспоживання і викиди.

На закінчення соціального звіту ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» має бути викладено думку незалежного аудитора про достовірність інформації.

3.3. Оцінка ефективності розроблених заходів

В результаті впровадження в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» стратегії конкурентних переваг підприємства з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності виконаємо оцінку значення конкурентного індексу КСВ. Дослідження, проведені Тулчинським Г. Л. показують, що інвестування в соціальну сферу збільшують фінансові показники роботи підприємства на 7–10% [77]. Виходячи з цього вихідні дані для розрахунку локального індексу економічного показника (I_e) після впровадження низки заходів приведені в табл. 3.8

Таблиця 3.8 – Вихідні дані для розрахунку локального індексу економічного показника (I_e) після впровадження комплексу заходів по розвитку соціальної відповідальності ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко».

Показник	2016	2017	Після впровадження
Прибуток до сплати податків, тис. грн.	147192	257272	282999
Доходи усього, тис. грн.	520479	460627	506690
Ринкова вартість підприємства (за золотим правилом оцінювача: чотири прибутки до сплати податків)	588768	1029088	1129196

Результати розрахунку локального індексу економічного показника (I_e) після впровадження комплексу заходів наведені в табл.3.8, з якої видно, що комплекс запропонованих заходів по розвитку соціальної відповідальності в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» підвищив індекс економічного показника з 1,393 до 1,531. В процентному відношенні зростання склало 8,61%.

Таблиця 3.9 – Результати розрахунків локального індексу економічного показника (I_e) після впровадження комплексу заходів по розвитку соціальної відповідальності в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Показник	Рік	
	2017/2016	Проект /2016
Індекс зміни індикатора прибутку	1,748	1,923
Індекс зміни індикатора доходів	0,885	0,974
Індекс зміни індикатора ринкової капіталізації	1,748	1,917
Індекс локального економічного показника	1,393	1,531

Результати розрахунків локального індексу соціального показника (I_c) після впровадження комплексу заходів наведені в табл.3.10.

Таблиця 3.10 – Результати розрахунків локального індексу соціального показника (I_C) після впровадження комплексу заходів по розвитку соціальної відповідальності в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Показник	Рік	
	2017/2016	Проект /2016
Індекс зміни індикатора навчання та розвитку персоналу	1,235	1,708
Індекс зміни індикатора охорони праці	1,203	1,502
Індекс зміни індикатора «соціального пакету»	1,162	1,465
Індекс локального соціального показника	1,194	1,554

Далі розрахуємо локальний індекс екологічного показника (I_{EK}). Для розрахунку даного індексу скористаємося про формулу (3.4) Так як підприємство не є виробничим і не здійснює викиди і забруднення навколишнього середовища, то приватні індикатори з охорони атмосфери, водних і земельних ресурсів складають 1,0. Результати розрахунків локального індексу екологічного показника (I_{EK}). Представлені в табл. 3.10. Конкурентний індекс КСВ $I_K^{КСВ}$ синтезує в собі найбільш значущі індикатори економічного, соціального та екологічного показників, які дозволяють оцінити стратегічні конкурентні переваги компанії.

Таблиця 3.10 – Результати розрахунків локального індексу екологічного показника (I_{EK}) після впровадження комплексу заходів по розвитку соціальної відповідальності в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Показник	Рік	
	2017/2016	Проект /2016
Індекс зміни індикатора охорони атмосфери	1,000	1,000
Індекс зміни індикатора охорони водних ресурсів	1,000	1,000
Індекс зміни індикатора охорони земельних ресурсів	1,000	1,000
Індекс локального екологічного показника	1,000	1,000

Результати розрахунку загального індексу корпоративної соціальної відповідальності подано в табл.3.11.

Таблиця 3.11 – Розрахунок загального індексу КСВ ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» після впровадження комплексу заходів по розвитку соціальної відповідальності в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Показник	Розрахунок	Значення
Індекс КСВ за 2017/2016	$I_K^{КСВ} = \sqrt[3]{I_g \cdot I_c \cdot I_{\text{ЭК}}} = \sqrt[3]{1,393 \cdot 1,194 \cdot 1,000}$	1,186
Індекс КСВ проект/2016	$I_K^{КСВ} = \sqrt[3]{I_g \cdot I_c \cdot I_{\text{ЭК}}} = \sqrt[3]{1,531 \cdot 1,554 \cdot 1,000}$	1,334

З табл. 3.11 видно, що впровадження стратегії конкурентних переваг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності привело до зростання індексу КСВ на 12,48%. Даний індекс досяг значення 1,334, що відповідає середньому рівню.

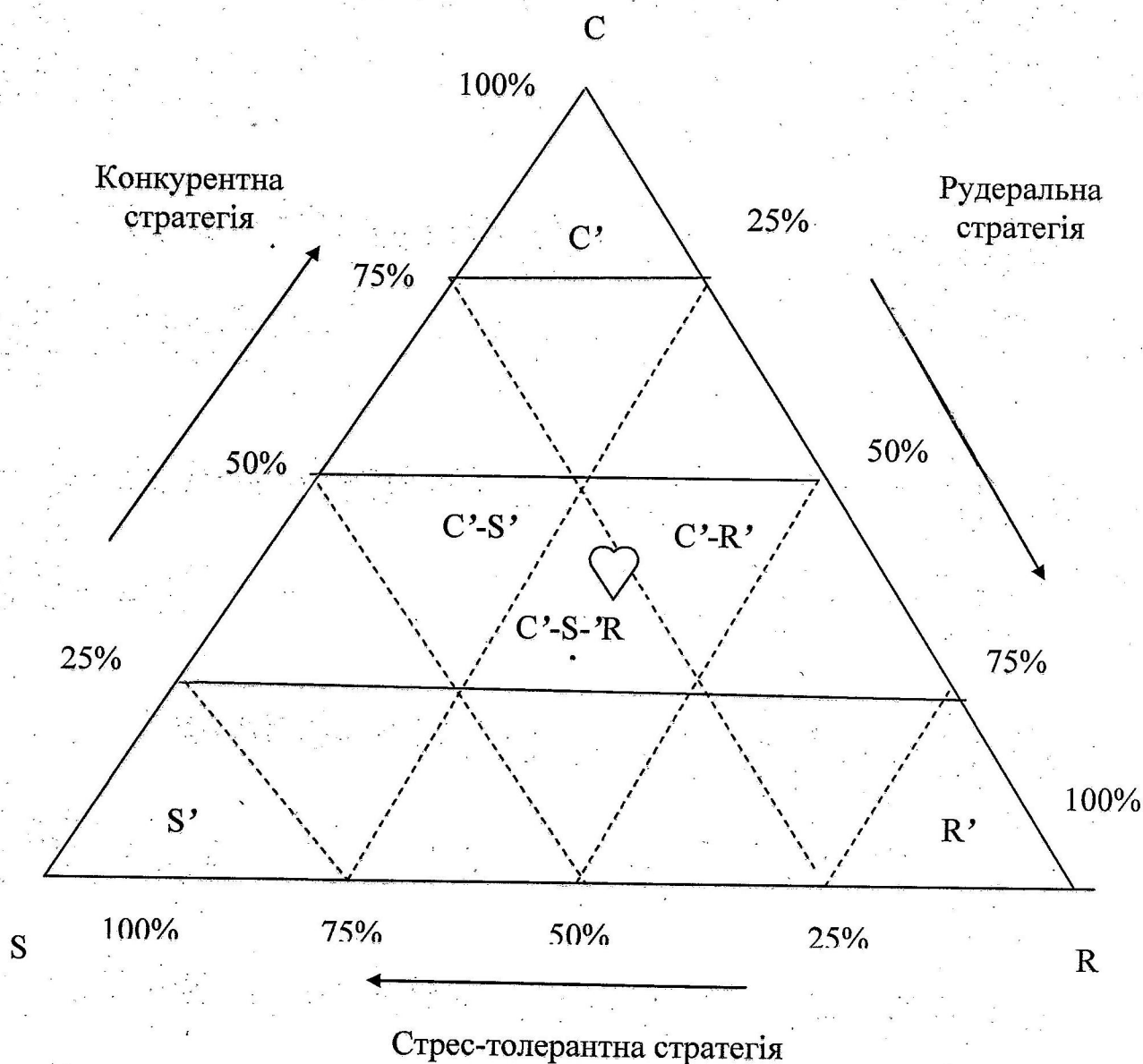
Розрахуємо відносний приріст $I_K^{КСВ} (\%)$ для ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» після впровадження комплексу заходів по розвитку соціальної відповідальності:

$$I_K^{КСВ1} = \frac{100 \cdot (I_K^{КСВ} - I_K^{КСВ-1})}{I_K^{КСВ-1}} = \frac{100 \cdot (1,334 - 0,970)}{0,970} = 37,52\%.$$

Визначемо місце ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» на діаграмі конкурентних стратегій (рис. 3.6). Масштаб діаграми відповідає діапазону річних значень $I_K^{КСВ}$ і його приросту $I_K^{КСВ1}$.

З рис. 3.6 видно, що підприємство потрапило в зону $C'-S'-R'$ (відповідальна стабільна системна конкуренція). Для цієї стратегічної конкурентної поведінки

характерне адаптування до ринків, у яких рівень відповідальної конкуренції обмежений середньоінтенсивною стабільністю і системністю.



– стратегічна конкурентна позиція ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко»

Рис. 3.6 – Визначення стратегічної конкурентної поведінки ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в сфері соціальної відповідальності після впровадження комплексу заходів

Очікується, що впровадження в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» соціальної звітності дозволить підприємству:

- поліпшити використання активів і як результат прозорості та встановлення добрих відносин з банками та інвесторами;
- підвищити продуктивність праці в результаті кращого розуміння персоналом бізнес-цілей і залучення в їх досягнення;
- підвищити лояльність персоналу, а в результаті, знизити рівень плинності кадрів;
- знизити ризики і витрати, пов'язані з екологічним або трудовим законодавством.

Таким чином, ціль дипломної роботи досягнута.

ВИСНОВКИ

Аналіз основних підходів до дослідження корпоративної соціальної відповідальності дозволив простежити трансформацію концептуальних засад, на підставі яких можна виділити перспективність імплементації елементів імпаکت-інвестування, де результатом є отримання комбінованої цінності: соціальної, економічної, екологічної.

На нашу думку, українська модель імпакт-інвестування набуває наступні характерні риси: рішення соціальних і екологічних проблем на територіях присутності компанії за рахунок внутрішнього відбору ініціатив (внутрішній венчур); прийняття рішень про імпакт-інвестування базується в основному на репутаційному капіталі; ефективність імпакт-інвестування оцінюється за трьома напрямками: екологічне, соціальне і економічне (в аспекті нарощування стратегічних конкурентних переваг).

Соціально відповідальна діяльність створює незамінний нематеріальний ресурс – репутаційний капітал, наявність якого стає невід'ємною умовою утримання стабільної конкурентної позиції в сучасному високо конкурентному бізнес-середовищі. Нами були виділені чотири ключових компоненти репутаційного капіталу компаній: інтелектуальний капітал, інформаційна відкритість, імідж і законність діяльності компанії. Репутаційний капітал надає сприятливу дію на подолання соціальних та екологічних ризиків, що виникають у процесі ведення господарської діяльності, надаючи можливості для нарощування стратегічних конкурентних переваг за допомогою реалізації соціальних та імпакт-інвестицій як фактора забезпечення конкурентоспроможності, спрямованого на підвищення ефективності розвитку компаній.

В другому розділі роботи проведено аналіз фінансового стану ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» та рівня його соціальної відповідальності.

В структурі виручки ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» частка девелопменту становить 32,2%, на другому місці послуги оренди – 25,2%, на третьому – організація роботи ТЦ «Барабашово» – 19,0%, на четвертому медіа-послуги – 15,5%, частка транспортних послуг в загальній виручці – 8,1%.

ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» є соціально-орієнтованим підприємством, про що свідчать його соціальні програми: галерея АВЕК, екопарк «Feldman Park», програми «Протягни руку допомоги», «Турнір 1000 команд», утримання кінного комплексу та інші.

Аналіз показав, що за 2015–2017 рр. підприємство було прибутковим. За досліджуваний період показник чистого прибутку зріс з 149 591 тис. грн в 2015 р до 208 425 тис. грн в 2017 р. Це зростання відбулося за рахунок зростання медіапослуг.

Слід зазначити, що у підприємства намітилася несприятлива тенденція падіння коефіцієнта автономії з 0,179 в 2015 р до 0,006 в 2017 р. За 2015–2017 рр. підприємство не має фінансової стійкості, тому що коефіцієнт автономії в 2017 р. менше граничного нормативного значення 0,500 у 83 рази і становить 0,006. У підприємства високі фінансові ризики.

Третій розділ роботи носить практичний характер та присвячений методичним рекомендаціям щодо формування стратегічних конкурентних переваг підприємства в контексті соціальної відповідальності.

У роботі запропоновано методику оцінки стратегічних переваг соціально відповідального підприємства, в основу якої покладено розрахунок конкурентного індексу корпоративної соціальної відповідальності як середньгеометричного трьох груп показників – економічних, соціальних, екологічних. Було відзначено, що конкурентний індекс КСВ синтезує в собі такі показники: економічні, соціальні та екологічні, що забезпечують формування стратегічних конкурентних переваг компанії, які набувають особливого значення в контексті нової техніко-економічної парадигми. Обрані показники відображають напрямки GRI – «Глобальної ініціативи нефінансової звітності», що формують структуру для розкриття інформації за результатами діяльності компанії в сфері сталого розвитку з економічних, екологічних та соціальних аспектів. Для кількісної оцінки запропонованих показників сформований перелік індикаторів, що входять в локальні індекси інтегрального показника оцінки приросту стратегічних конкурентних переваг компанії.

За результатами розрахунків було виявлено, що ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» на даний момент має середній рівень корпоративної соціальної відповіда-

льності, про що свідчить індекс корпоративної соціальної відповідальності, який в 2017 р. знаходився на середньому рівні і мав значення 1,186.

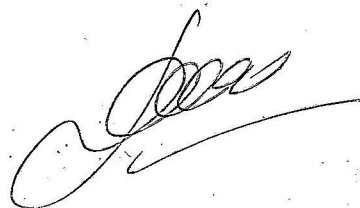
Проведені оцінки дозволяють зробити висновок про те, що концерну необхідно провести ряд заходів щодо збільшення стратегічних конкурентних переваг з позицій соціальної відповідальності.

В роботі виконано оцінку стратегічної конкурентної позиції ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» в сфері соціальної відповідальності за моделлю Гіббса-Розебома. Підприємство потрапило в сектор відповідальної системної конкуренції. Для цієї стратегічної конкурентної поведінки характерне адаптування до ринків, в яких низька стабільність в області відповідальної конкуренції. У зв'язку з цим підприємству для отримання стійких конкурентних переваг потрібні системні заходи в сфері соціальної відповідальності, це підвищить його ділову репутацію та імідж.

В роботі обгрунтовано стратегію конкурентних переваг переваг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності. Основними напрямками стратегії виступають: навчання персоналу; охорона праці та капітал здоров'я; соціальний розвиток; благодійність.

За оцінками фахівців, переважна більшість громадян нічого не знають про соціальні програми вітчизняних компаній і вважають, що дізнатися нізвідки. В зв'язку з цим пропонується в ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» ввести соціальний звіт, в якому відображати профіль підприємства, його економічний розвиток, взаємовідносини зі співробітниками, суспільством та оточуючим середовищем.

Впровадження стратегії конкурентних переваг ПрАТ «Концерн АВЕК та Ко» з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності привів до зростання індексу КСВ на 12,48%. Даний індекс досяг значення 1,334, що відповідає середньому рівню. В результаті впровадження запропонованих заходів підприємство потрапило в зону відповідальної стабільної системної конкуренції. Для цієї стратегічної конкурентної поведінки характерне адаптування до ринків, у яких рівень відповідальної конкуренції обмежений середньоінтенсивною стабільністю і системністю.



СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ackerman R. W. How companies respond to social demands/ R. W/ Ackerman // Harvard Business Review, 1973. – 51(4) – P. 88–98.
2. Bowen H. Social responsibilities of the businessman / H. Bowen. – N. Y.: Harper&Row, 1953. – 276 p.
3. Davis K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? California Management Review, 2: 70–76.
4. Davis K. Case For and Against business assumption of Social Responsibility. Academy of Management Journal / K. Davis. – 1973. – Vol. 16., N 2. – P. 312–322 P. 312 .
5. Davila A., Rodriguez-Lluesma C., Elvira M.M. Global leadership, citizenship and stakeholder management // Organizational Dynamics. – 2013. – № 3. – p. 183–190. – doi: 10.1016/j.orgdyn.2013.06.003.
6. Donaldson T. and Preston L. E. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications / T. Donaldson, L. E Preston // Academy of Management Review. – 2009. – P. 65–91.
7. Epstein E. M. (1989). Business Ethics, Corporate Good Citizenship and the Corporate Social Policy Process: A View from the United States, Journal of Business Ethics, 8: 583–593.
8. Fitch H. G. (1976). Achieving Corporate Social Responsibility, Academy of Management Review, 1: 38–46.
9. Fredrick W. The growing concern over business responsibility / W. Fredrick // California Management Review. – 1960/ – 2(4) . – P. 54–61.
10. Friedman E. The social responsibility of a business is to increase its profits / M. Friedman // The New York Times Magazine. – 1970. – September 13.
11. Friedman M. Capitalism and Freedom / M. Friedman. – Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- 12 Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // The New York Times Magazine. – 1970. – September 13 [Електрон-

ний ресурс]. – URL : <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf> (дата обращения 14.01.2019).

13. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct / A. B. Carroll // *Business & Society*. – 1999. – №38. – P. 268–295. p. 268

14. Jones T. M. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined, *California Management Review*: 59–67.

15. Kitzmueller M. Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility / M. Kitzmueller, J. Shimshack // *Journal of Economic Literature*. – 2012. – №. 50 (1). – P. 51–84.

16. Kok P., Wiele T. V. D., McKenna, R. and Brown, A. (2001). A Corporate Social Responsibility: Audit within a Quality Management Framework, *Journal of Business Ethics*, 31, 4: 285–297.

17. Kleine A., Hauff M. Sustainability-Driven Implementation of Corporate Social Responsibility: Application of the Integrative Sustainability Triangle // *Journal of Business Ethics* (2009) 85:517–533 1 Springer DOI 10.1007/s10551-009-0212-z [Электронный доступ] – URL://www.springerlink.com/content/77g5782643r0r127 (дата обращения 14.01.2019).

18. Kotler Philip Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause / Philip Kotler. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2005. – 305 p.

19. MacLagan P. (1999). Corporate Social Responsibility as a Participative Process, *Business Ethics: A European Review*, 8, 1: 43–49.

20. Post J. E. Managing the extended enterprise: The new stakeholder view / J. E. Post, L. E. Preston, S. Sachs // *California Management Review*. 2002. – № 45 (1). P. 5–28.

21. Pisani N., Kourula A., Kolk A., Meijer R. How global is international CSR research? Insights and recommendations from a systematic review. *Journal of World Business*. [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.05.003>.

22. Palazzi M. Corporate Social Responsibility and Business Success / M. Palazzi and G. Starcher // *The European Baha'i Business Forum*. – 1997. – P.5–41.

23. Porter M. E. and Kramer M. R. (2006) Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, 34, 78–92.
24. Porter M. Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism — and Unleash a Wave of Innovation and Growth / M. Porter, M. Kramer M // Harvard Business Review. — 2011. — Vol. 8. — .N 1/2. — P. 62–76.
25. McWilliam A., Siegel D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective, Academy of Management Review, 26, 1: 117–127.
26. Windsor D. The Future of Corporate Social Responsibility / D. Windsor // The International Journal of Organizational Analysis. — 2001. — Vol. 9. — No. 3. — P. 225–256.
27. Wood D. Measuring Corporate Social Performance A Review / D. Wood // Intern. J. Management Rev. — 2010. — Vol. 12. — Is.1. — P. 50–84.
28. Wood D. J. Corporate Social Performance Revisited / D. J. Wood // Academy of Management Review. — 1991. — Vol. 16.— No. 4. — P. 691–718.
29. Zadek S. Building Corporate Accountability — Emerging Practices in Social and Ethical Accounting / S. Zadek, P. Pruzan, R. Evans // Auditing and Reporting. — Earthscan: London, 1997. — P. 13.
30. Zenisek T. J. (1979). Corporate Social Responsibility: A Conceptualization based on Organization Literature, Academy of Management Review. 4. 359–368.
31. Бакша Н. В.. Корпоративная социальная ответственность / Н. В. Бакша, А. А. Данилюк. — Тюмень:Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2013. — 292 с.
32. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. д. э. н., проф. И. Ю. Беляевой, д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. — М. : КНОРУС, 2008.— 450 с.
33. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки Национального доклада о социальных инвестициях / Ю. Е. Благов, Е. А. Иванова // Российский журнал менеджмента. — 2009. — № 1. — С. 3–24

34. Благоев Ю.Е. Эволюция концепции КСО и теория стратегического управления // Вестник санкт-петербургского университета. серия 8. менеджмент. – 2011. – № 1. – с. 3–26.

35. Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность в системе социально-экономических отношений / С. Ф. Гончаров // Российское предпринимательство. – 2009. – № 11. – С. 106–110.

36. Колбасенко О. Е. Корпоративная социальная ответственность как фактор развития социального капитала организации / О. Е. Колбасенко // Наука и общество. – 2015. – № 4(23). – С. 61–66.

37. Коротков Э. М. Корпоративная социальная ответственность. / учебник для бакалавров, под ред. Э. М. Короткова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 445 с.

38. Костин А. Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие / А. Костин. – М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013. – 80 с.

39. Сысоева Т. Л. Корпоративная социальная ответственность как метод сокращения производственных издержек / Т. Л. Сысоева, Г. С. Тимохина, Т. Б. Минина // Вопросы инновационной экономики. – 2017. – Том 7. – № 4. – С. 449-456. doi: 10.18334/vines.7.4.38542 . (дата обращения 14.01.2019).

40. Супян Н. Транснациональные корпорации в начале XXI в.: экономическая мощь и социальная ответственность (опыт Германии) / Н. Супян // Человек и труд. – 2008. – № 5. – С. 55–61.

41. Тамбовцев В. Л. Стейкхолдерская теория фирмы в свете концепции режимов собственности / В. Л. Тамбовцев // Российский журнал менеджмента. – 2008. – № 3. – С. 3–26.

42. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : монографія / Т. Р. Антошко, П. В. Круш, Ю. В. Тюленева ; Нац. техн. ун-т України „Київ. політехн. ін-т”. – Київ : НТУУ «КПІ», 2013. – 275 с.

43. Гловінов О. М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / О. М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – №2(36). – С. 187–192.
44. Гогоуля О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гогоуля, І. П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко М. М., 2011. – 175 с.
45. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. М. Колот та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота ; Держ. вищ. навч. закл. „Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. – Київ : КНЕУ, 2012. – 501 с.
46. Король С. Я. Нормативные документы по социальной ответственности бизнеса / С. Я. Король // Экономика Украины. – 2013. – № 9 (614). – С. 85 – 96.
47. Мурашко М. І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М. І. Мурашко // Демографія та соціальна економіка : Науково-економічний та суспільно-політичний журнал . – 2009. – № 2. – С. 114 – 126.
48. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
49. Пермінова Г. В. Моделі корпоративної соціальної відповідальності: зарубіжний та вітчизняний досвід / Г. В. Пермінова // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2012. – Т.17. Вип. 1. – С. 41 – 47.
50. Петрушенко Ю. Н. Особенности реализации концепции социальной ответственности бизнеса в национальном хозяйстве украины / Ю. Н. Петрушенко // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2013. – № 1, Т. 5. – С. 92 – 107.
51. Торута С. Социальный прагматизм / С. Торута // Эксперт (Украинский деловой журнал). – 2013. – № 20 (391) [Електронний ресурс]. – URL : <http://www.expert.ua/print/83/58/11413> (дата обращения 14.01.2019).

52. Моральний вимір економіки: соціальна повідальність бізнесу та економічна ефективність : монографія / Національний банк України, Університет банківської справи ; ред. Г. Ф. Хоружий. – Київ : УБС НБУ, 2009. – 255 с.

53. Царик І. М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки : монографія / І. М. Царик ; Черніг. держ. ін-т права, соц. технологій та праці. – Чернігів : [б. в.], 2011. – 152 с.

54. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія / В. М. Шаповал ; ДВНЗ «Нац. гірн. ун-т». – Дніпропетровськ : Держ. ВНЗ «НГУ», 2011. – 356 с.

55. Кубарева М. В. Корпоративна соціальна відповідальність компаній: вітчизняна практика, М. В. Кубарева, Е. І. Цибульська // Теоретичні та практичні засади ефективного функціонування соціально-економічної сфери : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Дніпро, 12 трав. 2018 р. – Дніпро : НО «Перспектива», 2018. – С. 48–51.

56. Кубарева М. В. Оцінка стратегічних конкурентних переваг компанії на основі корпоративної соціальної відповідальності / М. В. Кубарева, Е. І. Цибульська, // Наук. вісн. Ужгородського нац. ун-ту. Серія «Міжнар. економічні відносини та світове господарство». – Ужгород, 2018. – Вип. 19, Ч. 3. – С. 128–131.

57. Конституція України: Закон від 28.06.1996 р. №254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – с. 141.

58. Цивільний кодекс України: Закон, Кодекс від 16.01.2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. –Ст. 356 (Зі змін. та доповн.)

59. Закон України «Про державно-приватне партнерство» // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – №40.

60. Маісурадзе М. Ю. Нормативно-правове забезпечення здійснення державно-приватного партнерства в Україні / М. Ю. Маісурадзе // Економіка та право. – 2013. – № 3. – С. 115–123.

61. Варнавский В.Г. Партнерства государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. – М.: Наука, 2005. – 315с.
62. Діденко Н. Державне управління і соціальне партнерство: актуальні проблеми теорії і практики: Монографія / Ніна Діденко. – Донецьк, 2007. – 404 с.
63. Дутко Н.Г. Правові аспекти забезпечення державно-приватного партнерства // Економіка та право. – 2011. – № 6. – С. 69–76.
64. Питання Міністерства економічного розвитку і торгівлі: постанова Кабінету Міністрів України від 20 серпня 2014 р. № 459 – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/459-2014-п?find> (дата звернення 14.01.2019).
65. Кузьминов Я. И. Государственно-частное партнерство: на пути к эффективности [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.hse.ru/lingua/en/news/recent/4016069.html> (дата обращения 14.01.2019).
66. Динамика ВВП Украины за 2002–2017 гг. / Официальный сайт Мирового банка [Электронный ресурс] – URL: [http : //www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) (дата обращения 14.01.2019).
67. Полярус О. В. Екологічна та радіаційна безпека : довідник / О. В.Полярус та ін. – Харків : ХНАДУ, 2012. – 288 с.
68. Про охорону праці : Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2694-12> (дата звернення 14.01.2019).
69. Основи охорони праці та екологічна безпека : довідник / [авт. кол.: О. В. Полярус, Є. А. Подольська, С. В. Мінка та ін.] ; Нар. укр. акад., [каф. філос. та гуманітар. дисциплін]. – Харків : Вид-во НУА, 2013. – 432 с.
70. IBR The Indiana Business Review [Electronic resource]. – URL: <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/index.html> (дата обращения 14.01.2019).
71. Elkington J. Cannibals With Forks: The Triple. Bottom Line of 21st Century Business. Capstone. – Oxford, 1997. – 402 p.
72. Журнал Алгоритм успеха ОК РУСАЛ // Денежный интерес. Влияет ли социальная деятельность бизнеса на его финансовые показатели? – 2012. – №3(8). – С. 4–5.

73. Концерн АВЕК [Электронный ресурс]. – URL: <http://aves.ua> (дата звернення: 09.12.2018).

74. Попков В. В. Эволюционное измерение стратегического банковского менеджмента / В. В. Попков, Д. Б. Берг, Р. О. Кузнецов. – Екатеринбург: Уральский рабочий, 2002. – 320 с.

75. Берг Д. Б. Системный анализ конкурентных стратегий : учеб. пособие / Д. Б. Берг, С.Н. Лапшина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 56 с

76. Волокушин Д. В. Эволюция социальной ответственности в теориях стратегического управления / Д. В. Волокушин , Г.А. Резник // Экономическое возрождение России. – 2012. – №3 – С. 16–18.

77. Тульчинский Г. Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие [Текст] / Г. Л. Тульчинский ; Санкт-Петербургский филиал Нац. исслед. ун-та «Высшая школа экономики». – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2012. – 236 с.

ДОДАТКИ

Додаток 1

до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку

1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число)

КОДИ

2015	12	31
22649344		
5910200000		
230		
68.20		

Господарство Приватне акціонерне товариство "Концерн АВЕК та Ко"

за ЄДРПОУ

Регістр

за КОАТУУ

Юридично-правова форма господарювання акціонерне товариство

за КОПФГ

Головної діяльності Надання в оренду й експлуатацію нерухомого майна

за КВЕД

Кількість працівників¹ 248

61002, Харківська обл., місто Харків, вулиця Сумська, будинок 70

Вартість: тис. грн. без десяткового знака

Позначка (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

Вимогами (стандартами) бухгалтерського обліку

Вимогами стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 01.01 2016 р.

Форма N 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Необоротні активи	1000	207	193
Вартість	1001	230	230
Часткова амортизація	1002	23	37
Віднесені капітальні інвестиції	1005	0	0
Засоби	1010	413416	226083
Вартість	1011	606263	324280
	1012	192847	98197
Майно нерухомість	1015	70796	116472
Фінансові біологічні активи	1020	0	0
Фінансові інвестиції:			
Відносяться за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
Фінансові інвестиції	1035	1929	1929
Фінансова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Віднесені податкові активи	1045	852	8361
Необоротні активи	1090	0	0
Всього за розділом I	1095	487200	353508
II. Оборотні активи			
	1100	4248	1845
Біологічні активи	1110	0	0
Вартість заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11556	11556
Вартість заборгованість за розрахунками:			
Віднесені авансами	1130	244555	175360
Всього за розділом II	1135	0	10354
Віднесені з податку на прибуток	1136	0	9846
Фінансова дебіторська заборгованість	1155	305794	308925
Фінансові інвестиції	1160	315925	282513
Фінансові еквіваленти	1165	2308	364
Вартість майбутніх періодів	1170	0	0
Необоротні активи	1190	3885	765
Всього за розділом II	1195	1045979	789370
Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Всього за розділом III	1300	1533179	1142878

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал		81001	81001
Зареєстрований капітал	1400		
Капітал у дооцінках	1405	82786	52353
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	128	128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-298209	-477723
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	-134294	-344241
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення		0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	476000	360744
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	476000	360744
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		15700	8700
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за:		509948	663600
довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	216562	10113
розрахунками з бюджетом	1620	25949	23817
у тому числі з податку на прибуток	1621	842	0
розрахунками зі страхування	1625	2212	371
розрахунками з оплати праці	1630	5482	2090
Поточні забезпечення	1660	2249	2311
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	0	0
Усього за розділом III	1695	1191473	1126375
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	1533179	1142878

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2015	12	31
22649344		

ПрАТ "Концерн АВЕК та Ко"
(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за _____ 2015__ р.

Форма N 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	265163	594072
Вартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-127372	-333897
Чистий прибуток:	2090	137791	260175
Збиток	2095	0	0
Чистий прибуток	2120	134601	55487
Операційні доходи	2130	-71162	-115035
Адміністративні витрати	2150	-550	-22893
Витрати на збут	2180	-51116	-28403
Операційні витрати			
Фінансовий результат від операційної діяльності:	2190	149564	149331
Чистий прибуток	2195	0	0
Збиток	2200	0	0
Дохід від участі в капіталі	2220	0	0
Фінансові доходи	2240	358538	23444
Фінансові витрати	2250	-180650	-182857
Витрати від участі в капіталі	2255	0	0
Витрати	2270	327450	-36482
Фінансовий результат до оподаткування:	2290	149100	0
Чистий прибуток	2295	0	-46564
Збиток	2300	7509	-13896
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2305	0	0
Чистий прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування			
Чистий фінансовий результат:	2350	141591	0
Чистий прибуток	2355	0	-60460
Збиток			

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Оцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-30433	0
Оцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Чистий сукупний дохід	2445	0	0
Чистий сукупний дохід до оподаткування	2450	-30433	0

Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-30433	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-172024	-60460

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	28671	32286
Витрати на оплату праці	2505	19833	28864
Відрахування на соціальні заходи	2510	6823	10242
Амортизація	2515	23508	71695
Інші операційні витрати	2520	141709	161794
Разом	2550	220544	304881

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	8100147	8100147
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	8100147	8100147
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-17,7800531	-7,46406
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-17,7800531	-7,46406
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
I "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число)

КОДИ		
2016	12	31
22649344		
5910200000		
230		
68.20		

Семство Приватне акціонерне товариство "Концерн АВЕК та Ко"
Рік
Акційно-правова форма господарювання акціонерне товариство
Головної діяльності Надання в оренду й експлуатацію нерухомого майна
Кількість працівників 248
61002, Харківська обл., місто Харків, вулиця Сумська, будинок 70

за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

Виміру: тис. грн. без десяткового знака

О (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

Вимогами (стандартами) бухгалтерського обліку

Вимогами стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 01.01 2017 р.

Форма N 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Необоротні активи	1000	193	302
Вартість	1001	230	230
Відрахувана амортизація	1002	37	52
Відрахування капітальні інвестиції	1005	0	0
Відрахування засоби	1010	231015	844455
Вартість	1011	331183	1769912
	1012	100168	925457
Вартість майна нерухомість	1015	117005	120639
Вартість прокові біологічні активи	1020	0	0
Вартість прокові фінансові інвестиції:	1030	0	0
Вартість утримуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
Вартість фінансові інвестиції	1035	1929	1929
Вартість прокова дебіторська заборгованість	1040	431	514
Вартість відрахування податкові активи	1045	8361	14542
Вартість оборотні активи	1090	0	0
Вартість за розділом I	1095	358934	982381
II. Оборотні активи			
	1100	1845	21391
Вартість біологічні активи	1110	0	0
Вартість ська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	9298	15179
Вартість ська заборгованість за розрахунками:	1130	175127	237470
Вартість відрахування авансами			
Вартість методом	1135	10357	10376
Вартість у числі з податку на прибуток	1136	9867	9837
Вартість точна дебіторська заборгованість	1155	313528	413533
Вартість фінансові інвестиції	1160	282513	282513
Вартість їх еквіваленти	1165	2308	317524
Вартість майбутніх періодів	1170	0	0
Вартість оборотні активи	1190	765	695
Вартість за розділом II	1195	793797	1106315
Вартість Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
	1300	1152731	2088696

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	81001	81001
Капітал у дооцінках	1405	52353	616994
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	128	128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-472231	-591604
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	-338749	106519
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	327295	104300
Інші довгострокові зобов'язання	1515	4328	54824
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	331623	1097824
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	8700	6665
Поточна кредиторська заборгованість за:		697049	9850
довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	10307	9010
розрахунками з бюджетом	1620	23677	43272
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	371	404
розрахунками з оплати праці	1630	2090	1683
Поточні забезпечення	1660	2311	3258
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	0	0
Усього за розділом III	1695	1159857	884353
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	1152731	2088696

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ

2016 12 31

22649344

Підприємство ПрАТ "Конперн АВЕК та Ко"

(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за _____ 2016__ р.

Форма N 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	182665	265162
Вартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-128079	-127401
Чистий прибуток	2090	54586	137761
Збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	18611	134752
Адміністративні витрати	2130	-92655	-71208
Витрати на збут	2150	-457	-551
Інші операційні витрати	2180	-26443	-46492
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
Чистий прибуток	2190	0	154262
Збиток	2195	-46358	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	20701	0
Інші доходи	2240	298502	358589
Фінансові витрати	2250	-188492	-180650
Витрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	84353	327452
Фінансовий результат до оподаткування:			
Чистий прибуток	2290	147192	149100
Збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	6181	7509
Чистий прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
Чистий прибуток	2350	141011	141591
Збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Оцінка (уцінка) необоротних активів	2400	564641	-30433
Оцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Чистий сукупний дохід	2445	21638	0
Чистий сукупний дохід до оподаткування	2450	586279	30433

Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	586279	-30433
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	445268	-165172

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	31608	28671
Витрати на оплату праці	2505	24957	19833
Відрахування на соціальні заходи	2510	5407	6823
Амортизація	2515	10366	23508
Інші операційні витрати	2520	168129	137161
Разом	2550	240467	215996

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	8100147	8100147
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	8100147	8100147
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-17,4084495	-16,6341
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-17,4084495	-16,6341
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток І
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
І "Загальні вимоги до фінансової звітності"

	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
		2017	12	31
Господарство Приватне акціонерне товариство "Концерн АВЕК та Ко"	за ЄДРПОУ	22649344		
Юридична адреса	за КОАТУУ	5910200000		
Організаційно-правова форма господарювання акціонерне товариство	за КОПФГ	230		
Економічної діяльності Надання в оренду й експлуатацію нерухомого майна	за КВЕД	68.20		
Всього працівників ¹ 248				
Адреса: 61002, Харківська обл., місто Харків, вулиця Сумська, будинок 70				
Валюта виміру: тис. грн. без десяткового знака				
Метод (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):				
Вимогами (стандартами) бухгалтерського обліку				
Міжнародними стандартами фінансової звітності				

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 01.01 2018 р.

Форма N 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	302	297
Відбулася вартість	1001	354	354
Накопичена амортизація	1002	52	57
Відбулися капітальні інвестиції	1005	0	0
Відбулися засоби	1010	844438	960124
Відбулася вартість	1011	1769877	2489283
Відбулися	1012	952439	1529159
Відбулися нерухомість	1015	120127	127868
Відбулися строкові біологічні активи	1020	0	0
Відбулися строкові фінансові інвестиції:	1030	0	0
Відбуваються за методом участі в капіталі інших підприємств			
Відбулися фінансові інвестиції	1035	1929	1929
Відбулася строкова дебіторська заборгованість	1040	514	613
Відбулися вимоги за податковими активами	1045	0	0
Відбулися необоротні активи	1090	0	0
Всього за розділом I	1095	967310	1090831
II. Оборотні активи			
Відбулися	1100	23785	7873
Відбулися біологічні активи	1110	0	0
Відбулася дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	15206	103798
Відбулася дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	326974	312843
Відбулися наданими авансами			
Відбулися бюджетом	1135	9860	9837
Відбулися в сумі з податку на прибуток	1136	9837	9837
Відбулася поточна дебіторська заборгованість	1155	408448	327156
Відбулися фінансові інвестиції	1160	317524	317524
Відбулися та їх еквіваленти	1165	147	1868
Відбулися майбутніх періодів	1170	0	0
Відбулися оборотні активи	1190	690	1990
Всього за розділом II	1195	1102634	1082889
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Всього	1300	2069944	2173720

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	81001	81001
Капітал у дооцінках	1405	505935	325956
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	128	128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-557149	-761845
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	29915	-54760
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	72356	50673
Довгострокові кредити банків	1510	1043000	738219
Інші довгострокові зобов'язання	1515	54824	61145
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	1170180	850037
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	6665	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	9850	236796
товари, роботи, послуги	1615	8926	11365
розрахунками з бюджетом	1620	34508	5628
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	404	263
розрахунками з оплати праці	1630	1683	1211
Поточні забезпечення	1660	3258	4223
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	449881	795165
Усього за розділом III	1695	869849	1378441
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	2069944	217371

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

приємство ПрАТ "Концерн АВЕК та Ко"

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ

2017 12 31

22649344

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за _____ 2017__ р.

Форма N 2

Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	196227	182688
Вартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-2300080	-124342
Фінансовий:			
прибуток	2090	0	58346
збиток	2095	-33853	0
оперативні доходи	2120	81821	21437
адміністративні витрати	2130	-105732	-90777
витрати на збут	2150	-643	-457
оперативні витрати	2180	-39753	-26212
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	0
збиток	2195	-98106	-37663
дохід від участі в капіталі	2200	0	0
інші фінансові доходи	2220	257272	20701
інші доходи	2240	439851	298502
фінансові витрати	2250	-200281	-188492
витрати від участі в капіталі	2255	0	0
інші витрати	2270	-141410	-84353
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	257272	147192
збиток	2295	0	0
витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	48847	26411
прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	208425	112085
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
оцінка (уцінка) необоротних активів	2400	150914	586279
оцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
накопичені курсові різниці	2410	0	0
частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
чистий сукупний дохід	2445	0	0
чистий сукупний дохід до оподаткування	2450	150914	586279

Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	27164	105530
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	123750	480749
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-84675	368664

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	37268	31609
Витрати на оплату праці	2505	32674	24957
Відрахування на соціальні заходи	2510	7051	5407
Амортизація	2515	66941	10350
Інші операційні витрати	2520	192447	162280
Разом	2550	336381	234603

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	8100147	8100147
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	8100147	8100147
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-25,7310145	-13,837403
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-25,7310145	-13,837403
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Інструкція з охорони праці для бухгалтера

1. Загальні вимоги безпеки

1.1. Ця інструкція розроблена для бухгалтера.

За порушення вимог цієї інструкції, що відносяться до виконуваної ним роботи, бухгалтер несе відповідальність відповідно до чинного трудового, кримінального та адміністративного законодавства.

1.2. Бухгалтер допускається до самостійної роботи після проходження:

- медичного огляду;
- вступного інструктажу, проведеного головним інженером або інженером з охорони праці за затвердженою інструкцією вступного інструктажу;
- первинного інструктажу на робочому місці, проведеного керівником структурного підрозділу;
- перевірки знання цієї інструкції.

1.3. Подальша перевірка знання цієї інструкції для співробітників проводиться один раз на рік.

1.4. Бухгалтер зобов'язаний виконувати посадові обов'язки, працювати за завданням свого керівника, дотримуватися дисципліни праці, своєчасно і точно виконувати розпорядження адміністрації, вимоги охорони праці, дбайливо ставитися до майна.

1.5. Бухгалтер має виконувати свої обов'язки протягом робочого тижня і робочого дня тривалістю згідно з правилами внутрішнього розпорядку організації (об'єкта). При виїзді на об'єкт в установленому адміністрацією порядку на кожному конкретному об'єкті в залежності від виробничої ситуації.

1.6. Бухгалтер повинен:

- знати небезпечні і шкідливі виробничі фактори, що проявляються на його робочому місці;
- знати та вміти застосовувати запобіжні заходи та засоби захисту (в тому числі індивідуального) від небезпечних і шкідливих виробничих факторів;

- знати інструкції з експлуатації застосовуваного обладнання, обчислювальної техніки, оргтехніки;
- знати місця підключення струмоприймачів, комутуючі пристрої, а також вміти визначати їх справний стан;
- знати шляхи евакуації персоналу та дії у разі виникнення аварійних ситуацій;
- знати місця знаходження засобів пожежогасіння і вміти їх застосовувати;
- знати особливості ураження окремими небезпечними виробничими факторами і вміти надавати долікарську допомогу потерпілим.

1.7. Залежно від застосовуваної оргтехніки, обчислювальної техніки та іншого обладнання на робочому місці можуть проявлятися різні небезпечні та шкідливі виробничі фактори.

1.7.1. При експлуатації персонального комп'ютера на бухгалтера можуть діяти такі небезпечні виробничі фактори:

- підвищені рівні електромагнітного випромінювання;
- знижена або підвищена вологість повітря робочої зони;
- знижена або підвищена рухливість повітря робочої зони;
- підвищений рівень шуму;
- підвищений або знижений рівень освітленості;
- підвищена яскравість світлового зображення;
- підвищене значення напруги в електричному ланцюзі, замикання якої може статися через тіло людини;
- напруга зору, уваги, тривалі статичні навантаження.

1.7.2. Інформація про небезпечні і шкідливі виробничі фактори, що виникають при експлуатації іншого обладнання, міститься в інструкціях з їх експлуатації.

1.8. Первинними засобами пожежогасіння, доступними бухгалтеру, є пісок і ручні вогнегасники.

Вуглекислотний (ОУ-5, ОУ-10) і порошкові (ОП-5, ОП-10) вогнегасники дозволяють гасити легкозаймисті рідини та електрообладнання напругою до 380 В без зняття напруги.

2. Вимоги безпеки перед початком роботи

2.1. Кожен бухгалтер перед початком роботи зобов'язаний:

2.1.1. При необхідності провітрити приміщення, усунути підвищену рухливість повітря (протяги) і т. д.

2.1.2. Оглянути і привести в порядок робоче місце.

2.1.3. Відрегулювати освітленість на робочому місці і переконатися в її достатності.

2.1.4. Перевірити правильність установки столу, стільця, підставки для ніг.

2.2. Додаткові вимоги при роботі з будь-якими струмоприймачами:

2.2.1. Переконатися в наявності захисного заземлення.

2.2.2. Перевірити правильність підключення використовуваних струмоприймачів в електромережу.

2.2.3. Перевірити справність провідних проводів і відсутність оголених ділянок проводів.

2.2.4. Виробляти включення електрообладнання в мережу шляхом вставки справної вилки в справну розетку.

2.2.5. Забороняється приступати до роботи з несправним обладнанням, робити протирання вологою або мокрою серветкою електрообладнання, яке знаходиться під напругою (вилка вставлена в розетку). Вологе або будь-яке інше прибирання проводити при відключеному обладнанні.

2.2.6. Бухгалтер зобов'язаний повідомити керівнику підрозділу, служби або ділянки про виявлену несправність обладнання і приступити до роботи після усунення порушень або несправностей устаткування.

2.2.7. Слід мати на увазі, що монтаж мереж 36, 220 і 380 В для підключення електроустаткування виробляє електротехнічний персонал (електрослюсар, електротехнік).

2.2.8. Бухгалтер повинен переконатися, що включення обладнання нікого не наражає на небезпеку.

2.3. Додаткові вимоги при роботі з персональним комп'ютером:

2.3.1. Перевірити правильність кута нахилу екрану, положення клавіатури, положення «миші» на спеціальному килимку, розташування елементів комп'ютера у відповідності з вимогами ергономіки і в цілях виключення незручних поз і тривалих напруг тіла, при необхідності провести регулювання робочого столу і крісла.

2.3.2. Забороняється приступати до роботи при відсутності спеціальної вилки з підключенням заземлення, виявленні несправностей, а також при розміщенні персональних комп'ютерів в ряд на відстані менше 1,2 м, при розташуванні робочих місць з комп'ютерами в колонку на відстані менше 2,0 м, при рядном розташуванні дисплеїв екранами один до одного.

3. Вимоги безпеки під час роботи

3.1. Кожен бухгалтер під час роботи зобов'язаний:

3.1.1. Виконувати доручену роботу, якщо вона передбачена його посадовою інструкцією і по ній з ним був проведений інструктаж.

3.1.2. Протягом усього робочого часу утримувати в порядку і чистоті робоче місце.

3.1.3. Виконувати санітарні норми і дотримуватися режиму роботи і відпочинку, регламентовані перерви в роботі і виконувати у фізкультурних паузах рекомендовані вправи для очей, шиї, рук, тулуба, ніг.

3.1.4. Тримати відкритими вентиляційні отвори, якими обладнані прилади.

3.1.5. Не захаращувати обладнання сторонніми предметами.

3.1.6. Не допускати загороджування вогнебезпечними матеріалами (тканинами, папером і т. д.) настільних ламп і обігрівачів з відкритою спіраллю.

3.1.9. Не застосовувати відкритий вогонь.

3.1.10. Не сушити одяг і взуття на нагрівальних приладах.

3.1.11. Курити тільки у відведених місцях.

3.1.12. Не захащувати запасні виходи і проходи, які використовуються для евакуації персоналу.

3.2. Додаткові вимоги під час роботи з електрообладнанням:

3.2.1. Забороняється користуватися несправними і саморобними електроприладами, залишати ввімкнене електрообладнання без нагляду, передавати електрообладнання особам, які не мають право працювати з ним, ударяти по електроустаткуванню, знімати засоби захисту, смикати за підвідний провід для відключення, тримати палець на вмикачі при перенесенні електрообладнання, натягувати, перекручувати та перегинати підвідний кабель, ставити на кабель (шнур) сторонні предмети, допускати стикання кабелю (шнура) з гарячими або теплими предметами, проводити розбирання або ремонт електрообладнання.

3.2.2. Бухгалтер зобов'язаний виконувати з електрообладнанням тільки ту роботу, для якої воно призначене.

3.2.3. Якщо під час роботи виявиться несправність електрообладнання або працює з ним відчує хоча б слабку дію струму, робота повинна бути негайно припинена та несправне обладнання повинно бути здано для перевірки або ремонту.

3.2.4. При перерві в роботі електрообладнання необхідно відключати.

3.3. Додаткові вимоги під час роботи з ПК:

3.3.1. Забороняється торкатися одночасно екрана монітора та клавіатури, доторкатися до задньої панелі системного блоку (процесора) при включеному живленні, перемикаючи роз'єми інтерфейсних кабелів периферійних пристроїв при включеному живленні, допускати попадання вологи на поверхню системного блоку (процесора), монітора, робочу поверхню клавіатури, дисководів, принтерів та інших пристроїв, проводити самостійне відкриття та ремонт обладнання.

3.3.2. Бухгалтер зобов'язаний дотримуватися послідовності включення ПК:

- включити блок живлення;
- включити периферійні пристрої (принтер, монітор, сканер та ін.);
- включити системний блок (процесор).

3.3.3. Бухгалтер зобов'язаний відключити ПК від електромережі:

- при виявленні несправності;

- при раптовому знятті напруги електромережі;
- під час чищення та прибирання обладнання.

3.3.4. При будь-яких випадках збою в роботі технічного обладнання або програмного забезпечення негайно викликати програміста.

3.3.5. При необхідності припинення роботи на деякий час коректно закрити всі активні завдання.

3.3.6. При роботі з текстовою інформацією вибирати найбільш фізіологічний режим подання чорних символів на білому фоні.

3.3.7. Бухгалтер зобов'язаний дотримуватися режиму праці та відпочинку при роботі з ПК залежно від тривалості, виду та категорії трудової діяльності.

3.3.8. Тривалість обідньої перерви визначається чинним законодавством про працю та правилами внутрішнього трудового розпорядку.

4. Вимоги безпеки в аварійних ситуаціях

4.1. У всіх випадках виявлення обриву проводів живлення, несправності заземлення, інших ушкоджень електроустаткування, інженерних комунікацій, конструктивних елементів будівлі, приміщення, в разі появи різких погіршень самопочуття, а також в будь-яких інших ситуаціях, які на думку бухгалтера створюють безпосередню загрозу життю або здоров'ю людей, він зобов'язаний негайно повідомити про аварійну ситуацію керівнику.

4.2. Бухгалтер, що знаходиться поблизу місця події нещасного випадку, повинен надати долікарську допомогу потерпілому і повідомити про це керівника. При виявленні людини, що потрапила під напругу, негайно відключити електроживлення і звільнити його від дії струму.

4.3. При розслідуванні причин нещасного випадку бухгалтер зобов'язаний повідомити відомі йому обставини події.

4.4. Порядок дій при пожежі

4.4.1. Бухгалтер при виявленні пожежі або ознак горіння (задимлення, запах гару, підвищення температури і т. п.) зобов'язаний:

- негайно повідомити про це керівника;

– вжити по можливості заходів щодо евакуації людей, гасіння пожежі та збереження матеріальних цінностей.

4.4.2. Керівники та посадові особи підприємств, особи, в установленому порядку призначені відповідальними за забезпечення пожежної безпеки зобов'язані:

– повідомити про виникнення пожежі в пожежну охорону і повідомити вище керівництво, диспетчера, відповідального чергового по об'єкту;

– у разі загрози життю людей негайно організувати їх порятунок, використовуючи для цього наявні сили і засоби;

– при необхідності відключити електроенергію (за винятком систем проти-пожежного захисту) та виконати інші заходи, що сприяють запобіганню розвитку пожежі та задимлення приміщень будівлі;

– припинити всі роботи в будівлі, крім робіт, пов'язаних із заходами з ліквідації пожежі;

– видалити за межі небезпечної зони всіх працівників, які не беруть участі в гасінні пожежі;

– здійснити загальне керівництво по гасінню пожежі (з урахуванням специфічних особливостей об'єкта) до прибуття підрозділу пожежної охорони;

– забезпечити дотримання вимог безпеки працівниками, які беруть участь у гасінні пожежі;

– одночасно з гасінням пожежі організувати евакуацію та захист матеріальних цінностей;

– організувати зустріч підрозділів пожежної охорони та надати допомогу у виборі найкоротшого шляху для під'їзду до вогнища пожежі;

– після прибуття пожежного підрозділу інформувати керівника гасіння пожежі про конструктивні і технологічні особливості об'єкта, прилеглих будівель та споруд, кількості та пожежонебезпечні властивості зберігаються і застосовуваних речовин, матеріалів, виробів та інших відомостей, необхідних для успішної ліквідації пожежі та безпеки особового складу, а також організовувати залучення сил і засобів об'єкта до здійснення необхідних заходів, пов'язаних із ліквідацією пожежі та попередженням її розвитку.

5. Вимоги безпеки після закінчення роботи

5.1. Після закінчення роботи необхідно:

- привести в порядок робоче місце;
- відключити Прилади та обладнання за винятком працюючого в режимі очікування (факс, сигналізація і т. п.);
- про помічені під час роботи несправності і неполадки доповісти керівнику.

5.2. Після закінчення роботи з ПК дотримуватися наступної послідовності його виключення:

- провести закриття всіх активних завдань;
- переконатися, що в дисководах немає дисків;
- вимкнути живлення системного блоку (процесора);
- вимкнути живлення всіх периферійних пристроїв;
- відключити блок живлення.