

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
 ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ  
 Кафедра економіки, аналітики, моделювання  
 та інформаційних технологій в бізнесі

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

магістр

(освітній рівень)

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність 051 Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»

на тему:

**Управління соціальною відповідальністю підприємств харчової  
 промисловості на прикладі ТОВ «Хмельницькхліб» (м. Хмельницький)**

ДРЕП

Виконала студ. 2 курсу, гр. ЕПмз-22-1

Підпис, дата

А.А. Хмельницька

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис, дата

М.В. Диха

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис, дата

О.В. Пилипак

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Завідувач кафедри ЕАМтаІТБ

д-р екон. наук, проф.

Підпис, дата

П.М. Григоруk

Ініціали, прізвище

\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Хмельницький, 2023

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки і управління

Кафедра економіки, аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі

Освітній рівень «магістр»

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
П.М. Григорук

\_\_\_\_\_ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

\_\_\_\_\_ ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ АННІ АНДРІЙВНІ \_\_\_\_\_

1. Тема роботи: Управління соціальною відповідальністю підприємств харчової промисловості на прикладі ТОВ «Хмельницькхліб» (м. Хмельницький).

Керівник роботи: Диха Марія Василівна, д.е.н., проф.

Затверджені наказом по університету від \_\_\_\_\_ 2023 р. № \_\_\_\_\_

2. Строк подання студентом роботи на кафедру \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи: звітність ТОВ «Хмельницькхліб» за останні три роки, дані Державної служби статистики, офіційних сайтів, підручники, періодичні видання, результати власних досліджень та спостережень.

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

Теоретичний розділ: розкрити теоретичні основи управління соціальною відповідальністю суб'єктів бізнесу.

Аналітичний розділ: проаналізувати результати діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» (м. Хмельницький).

Проектно-рекомендаційний розділ: розробити рекомендації щодо забезпечення соціальної відповідальності та вдосконалення діяльності ТОВ «Хмельницькхліб».

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень):

1. Види соціальної відповідальності. 2. Чинники соціальної відповідальності бізнесу. 3 Переваги реалізації соціально відповідальної діяльності.

4. Інформація про ключові підприємства України у 2022 р. за досліджуваним видом діяльності. 5. Основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Хмельницькхліб». 6. Елементи операційних витрат, склад та структура.

7. Формування прибутку підприємства. 8. Модель управління соціальною відповідальністю. 9. Зведена таблиця заходи щодо забезпечення соціальної відповідальності та вдосконалення діяльності ТОВ «Хмельницькхліб».

## 6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів (розділів) дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
Вступ		
Теоретичний розділ		
Аналітичний розділ		
Проектно-рекомендаційний розділ		
Висновки		

Студент

\_\_\_\_\_ Хмельницька А.А.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ Диха М.В.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ  
до дипломної роботи

Студента: Хмельницької Анни Андріївни

Керівник: Диха Марія Василівна, д.е.н., проф.

Тема роботи: Управління соціальною відповідальністю підприємств харчової промисловості на прикладі ТОВ «Хмельницькхліб» (м. Хмельницький)

Пояснювальна записка до роботи включає: 84 сторінки, 20 таблиць, 19 рисунків, список використаних джерел з 42 найменувань, 5 додатків.

Ключові слова: управління, соціальна відповідальність, ТОВ «Хмельницькхліб», ефективність, результати діяльності.

Предметом дослідження є: теоретико-методичні основи управління соціальною відповідальністю підприємства та практичні рекомендації щодо розвитку підприємства.

Підприємство – об'єкт дослідження: ТОВ «Хмельницькхліб» (м. Хмельницький) та процеси щодо управління соціальною відповідальністю.

Результати дослідження: узагальнено теоретико-методичні основи системи управління соціальною відповідальністю бізнесу; здійснено аналіз ТОВ «Хмельницькхліб»; розроблено модель забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб»; обґрунтовано систему заходів щодо покращення умов праці як важливого елемента у системі соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб».

Одержані результати можуть бути використані у практичній діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» (м. Хмельницький).

Дата виконання дипломної роботи \_\_\_\_\_

Дата захисту дипломної роботи \_\_\_\_\_

Дипломник \_\_\_\_\_ / Хмельницька А.А. /

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСОМ	8
1.1 Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, види та чинники формування	8
1.2 Управління соціальною відповідальністю бізнесу у загальній системі управління	17
2 АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ХМЕЛЬНИЦЬКХЛІБ»	25
2.1 Характеристика функціонування суб'єктів господарювання харчової промисловості	25
2.2 Характеристика діяльності ТОВ «Хмельницькхліб». Аналіз основних техніко-економічних показників його діяльності	30
2.3 Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Хмельницькхліб»	38
2.4 Аналіз операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб»	45
2.5 Фінансовий аналіз діяльності ТОВ «Хмельницькхліб»	47
3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ХМЕЛЬНИЦЬКХЛІБ»	54
3.1 Модель забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб»	54
3.2 Вдосконалення умов праці як складової соціально відповідального бізнесу	59
ВИСНОВКИ	72
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	74
ДОДАТКИ	79

## ВСТУП

Соціальна відповідальність є однією із ключових рис сучасних бізнес-структур. Соціальна відповідальність бізнесу передбачає зобов'язання керівництва суб'єкта господарювання щодо захисту інтересів суспільства. Відповідно до концепції соціальної відповідальності, метою керівників під час прийняття бізнес-рішень є не просто максимізація прибутку або ринкової вартості компанії, а й захист інтересів членів суспільства (працівників, споживачів та спільнот загалом).

Відзначаємо позитивну тенденцію у світі щодо реалізації суб'єктами бізнесу соціально відповідальних стратегій. Варто зазначити, що ведення соціально відповідального бізнесу є добровільними рішеннями підприємств, які формуються на основі усвідомлення суб'єктів бізнесу відповідальності перед суспільством та природою за результати своєї діяльності. Тому питання ведення соціально відповідального бізнесу є актуальним.

Метою магістерської роботи є дослідження теоретичних засад управління соціальною відповідальністю та підприємств та обґрунтування практичних рекомендацій щодо забезпечення соціально відповідальної діяльності ТОВ «Хмельницькхліб».

Поставлена мета обумовлює необхідність вирішення ряду взаємозалежних завдань:

- обґрунтувати теоретичні основи управління соціальною відповідальністю бізнесу; види соціальної відповідальності, чинники, які впливають на реалізацію соціально відповідального бізнесу;

- проаналізувати діяльність ТОВ «Хмельницькхліб» на основі звітів про фінансові результати, а також з'ясувати значимість його діяльності серед інших суб'єктів бізнесу відповідного виду діяльності;

- обґрунтувати заходи щодо забезпечення соціальної відповідальності та вдосконалення ефективності діяльності ТОВ «Хмельницькхліб».

Предметом дослідження є дослідження теоретико-методичні основи та практичні рекомендації щодо управління соціальною відповідальністю підприємством.

В якості об'єкта дослідження в магістерській роботі виступає ТОВ «Хмельницькхліб» та процеси щодо управління соціальною відповідальністю.

Результатами дослідження є: узагальнення теоретико-методичних основ системи управління соціальною відповідальністю бізнесу; аналіз ТОВ «Хмельницькхліб»; розробка моделі забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб»; обґрунтування системи заходів щодо покращення умов праці як важливого елемента у системі соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб».

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та переліку використаних джерел, додатків.

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСОМ

## 1.1 Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, види та чинники формування

Поняття «соціальної відповідальності» можна охарактеризувати як певні етичні рамки, в яких окремі особи чи корпорації беруть на себе відповідальність за виконання свого громадянського обов'язку та дій, які принесуть користь суспільству загалом. В умовах, коли підприємство чи особа розглядає можливість вжити заходів, які можуть завдати шкоди навколишньому середовищу чи суспільству, ці дії вважають соціально безвідповідальними. Відповідно до цієї концепції, суб'єкти бізнесу повинні приймати рішення, які не тільки максимізують прибуток, але й захищають інтереси спільноти та суспільства загалом [34].

На думку вітчизняних науковців О. Новікової, М. Дейч та О. Панькової, соціальну відповідальність бізнесу варто розглядати як філософсько-соціологічну категорію, що відображає об'єктивно необхідні відносини між особистістю та суспільством на основі їх взаємних зобов'язань, які реалізуються у свідомій та вольовій поведінці й діяльності [21].

Л. Селіверстова та Н. Лосовська вважають, що соціальна відповідальність бізнесу є добровільною, а не обов'язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання із добродійним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки [25].

Соціальна відповідальність суб'єктів бізнесу у системі реалізації концепції сталого розвитку є її складовою. Сучасні тенденції розвитку, усвідомлення важливості питань щодо зміни клімату, нерівності доходів населення, диспропорції в охороні здоров'я, гендерної нерівності обумовлюють відповідних стратегічних рішень на рівні підприємств у тому числі.

Соціально відповідальний бізнес не виключає необхідність отримання прибутку. На сьогодні постає питання / завдання перед підприємствами збалансувати ці вимоги, тобто забезпечити економічний розвиток, прибутковість, бути екологічно свідомими та безпечними та соціально відповідальними.

Тенденція запитів суспільства та дій підприємств щодо здійснення соціально відповідального бізнесу зростає. Все більша частка підприємств переходить до категорії суб'єктів бізнесу, які ведуть соціально відповідальний бізнес. До прикладу, згідно з даними Harvard business school (2021), 70 % американців вважають, що для компаній «важливо» або «дуже важливо» зробити світ кращим і лише 30 % стверджує, що для підприємств важливіше забезпечувати прибутковість для акціонерів.

Приблизно 90 % компаній за індексом S&P 500 опублікували звіт про дії у сфері соціальної відповідальності у 2019 р. порівняно із 20 % таких у 2011 р.

Також варто зазначити, що змінилося сприйняття ведення бізнесу, адже навіть працівники компаній стверджують, що підприємства повинні функціонувати не лише заради отримання прибутку, але й спрямовувати зусилля на реалізацію інших місій, на реалізацію соціальних проєктів та ініціатив. Також варто відзначити таку тенденцію, що працівники підприємств із сильними визначеними місіями є більш мотивованими та натхненними. Працівники таких підприємств відчують, що їхня робота є важливою, соціально значимою, екологічно свідомою; вони відчують свою причетність до важливих справ.

Ініціативи соціальної відповідальності бізнесу ґрунтуються на категоріях, які представлено на рисунку 1.1.

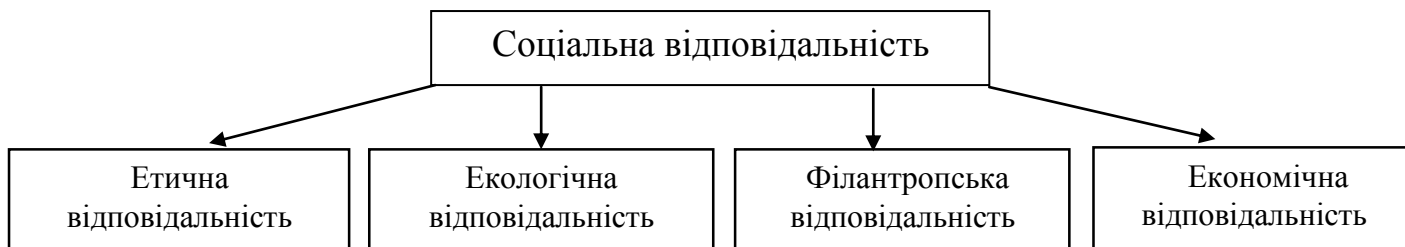


Рисунок 1.1 – Види соціальної відповідальності бізнесу, складено на основі [37].

Етична відповідальність суб'єктів бізнесу полягає у турботі про добробут працівників із забезпеченням справедливої трудової діяльності для них та партнерів по бізнесу. Етична трудова практика для постачальників означає, що суб'єкти бізнесу забезпечать використання продуктів, які були сертифіковані по відповідним стандартам. Забезпечення справедливої трудової практики для працівників означає, що серед них не буде дискримінації за статевою ознакою, за расою чи релігією. Також справедлива трудова практика має забезпечити рівні умови оплати праці за однакову працю [37]. Етична відповідальність передбачає забезпечення підприємством чесної ділової діяльності, етичного та шанобливого ставлення до всіх працівників, клієнтів та зацікавлених сторін.

Етична соціальна відповідальність бізнесу може проявлятися у різних формах, зокрема, її прикладами є встановлення вищої заробітної плати, комплексні виплати усім працівникам, які рівноцінно брати участь у проекті/ діяльності, дотримання етичних принципів [39].

Прикладом ведення етично соціально відповідального бізнесу є Google, адже робота працівників добре оплачується і вони у високій мірі задоволені роботою. Google як компанія піклується про добробут своїх співробітників, пропонує безкоштовне харчування на роботі, співробітники економлять чимало із своєї заробітної плати. Також Google надає своїм співробітникам безкоштовний доступ до кафе в кампусі, мікрокухні та інших варіантів сніданку, обіду та вечері [37].

Підприємства, які дотримуються принципів соціальної відповідальності, також реалізують та стимулюють екологічну відповідальність. Залежно від

галузі суб'єктів бізнесу екологічна відповідальність може набувати різних форм. Для певних видів бізнесу екологічна відповідальність може проявлятися у використанні альтернативних джерел енергії, екологічно чистих матеріалів, для інших така відповідальність передбачає запровадження /реалізацію програми утилізації; також можуть підприємства здійснювати підтримку місцевих екологічно орієнтованих проєктів. Прикладом екологічної відповідальності бізнесу є Tesla Motors, яка реалізовує технології для забезпечення екологічного їх функціонування та зменшення забруднення.

Філантропічна відповідальність означає служіння людству. Цей критерій соціальної відповідальності привертає увагу до надання допомоги, благополуччя непривілейованих / нужденних людей, які потребують підтримки для існування. Суб'єкти бізнесу здійснюють благодійні справи, жертвують час, фінансові ресурси благодійним організаціям тощо. Ці пожертви зазвичай спрямовують на цілі, серед яких права людини, допомога у разі стихійних лих, фінансування програм чистої води й освіти, охорони здоров'я в слаборозвинених країнах.

Економічний аспект соціальної відповідальності бізнесу поєднує / взаємопов'язує досягнення балансу між бізнесом, екологічними питаннями та благодійністю. Економічна відповідальність передбачає дотримання дотримується встановлених етичних і моральних норм. Суб'єкти бізнесу намагаються знайти рішення симбіозні які обумовлюють досягнення прибутку та приносячи соціальну користь людям, суспільству. До прикладу, суб'єкт бізнесу віддасть перевагу укладанню договору із постачальником екологічно чистої сировини навіть при її вищій вартості. Ще приклад економічної відповідальності і одночасно соціальної відповідальності бізнесу – це прозора система оплати плати.

Важливим аспектом дослідження соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу є виокремлення чинників представлених у таблиці 1.1. Ці чинники впливають на формування в бізнес-структурах соціальної відповідальності.

Таблиця 1.1 – Чинники формування соціальної відповідальності бізнесу за типами

Чинники формування соціальної відповідальності	
Чинники дії	Чинники забезпечення
Через податкову систему та побудову ефективних систем державного управління	Розвиток інвестиційної діяльності, впровадження інновацій
Шляхом державних доплат, субсидій, винагород тощо	Формування механізмів мотивування та стимулювання залучення до вирішення соціальних проблем
Шляхом створення спеціальних соціальних фондів, накопичень тощо	Побудова ефективних систем менеджменту
Волонтерська діяльність та приватна ініціатива, інші чинники	Впровадження, розвиток державно-приватного партнерства
Розвиток інвестиційної діяльності	

Джерело: складено на основі [15].

Усі чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу можна розділити на чинники дії та чинники забезпечення. Група чинників дії впливає соціальну відповідальність, робить її невід'ємним елементом функціонування суб'єкта бізнесу, впливаючи через податкову систему, через системи державного управління на національному та на місцевих рівнях, через систему державних доплат та субсидій, використання спеціальних соціальних фондів, а також через волонтерську діяльність тощо. Податкова свідомість є важливим аспектом соціально відповідального бізнесу.

Друга група – чинники забезпечення ґрунтуються на активізації інвестиційно-інноваційної діяльності, впровадженні інновацій. Результати інвестиційно-інноваційної діяльності забезпечують додаткові фінансові надходження, створюють фінансово-економічну основу для систем соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу. Також важливе значення має удосконалення систем управління суб'єктами бізнесу, формування механізмів, стимулів до

соціальної відповідальності, побудова ефективної організаційної структури та оптимізація функцій управлінської діяльності.

Важливе значення в забезпеченні соціальної відповідальності відводиться державно-приватному партнерству. Останнє не лише забезпечує надходження коштів на виробничу-господарську діяльність, але й на соціально значимі проекти та проекти соціальної відповідальності.

Згідно зі інформацією звіту [32], інвестиції в соціальні та екологічні ініціативи інвестори зазвичай розглядають як «індикатор корпоративної культури». Така корпоративна культура викликає більше довіри, зменшує інвестиційні ризики.

Велике значення для впровадження та розвитку соціальної відповідальності суб'єктами бізнесу в Україні має Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна», яка визначає індикатори та базові показники для досягнення Цілей сталого розвитку, адаптовані до специфіки національного розвитку [14].

Наразі соціальна відповідальність в Україні перебуває на стадії становлення. Проте, щороку з кількістю суб'єктів бізнесу в Україні, які розробляють стратегії сталого розвитку, проекти соціальної відповідальності бізнесу збільшується. Серед суб'єктів бізнесу, які приділяють увагу корпоративній соціальній відповідальності є ПАТ «Укрзалізниця», ДТЕК, Ернст енд Янг, Хюндай Мотор Україна.

Для інформаційного забезпечення соціально відповідальної діяльності суб'єктів бізнесу у зв'язку з динамічним розвитком концепції сталого розвитку з'явився новий вид бухгалтерського обліку – соціальний облік [15, с. 257].

Соціальний облік призначений для вирішення питань, пов'язаних з соціальними і екологічними наслідками діяльності суб'єктів бізнесу в усіх їх проявах; надає інформацію про виконання соціальних програм; про нефінансову звітність.

В Україні на сьогодні немає єдиного нормативно-правового акту, що регулює ведення соціального обліку та формування відповідних показників

нефінансової звітності. Тому суб'єкти бізнесу звітують згідно міжнародних стандартів та за власним досвідом. Найбільш поширеними стандартами ведення соціального обліку та підготовки нефінансової звітності є GRI та AA1000, які обираються підприємствами залежно від потреб.

Інструментом інформування усіх бажаючих про ефективність ведення бізнесу в соціально відповідальний спосіб є нефінансова звітність.

В Україні сформувалася група компаній лідерів нефінансового звітування, які значною мірою визначають напрямок його розвитку, виконуючи роль першопроходців. Перший в Україні звіт із корпоративної соціальної відповідальності був підготовлений та опублікований у 2005 році компанією «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ). Така ініціативність компанії дозволила їй посісти одне з ключових місць у сфері розвитку СВБ.

Згідно з дослідженням проведеним Центром «Розвиток Корпоративної соціальної відповідальності» у 2018 р. 13 % вітчизняних компаній готували нефінансові звіти. Серед них – МЕТІНВЕСТ, ТОВ «Нестле Україна», Соса-Сола, ТОВ «Нова Пошта».

На основі аналізу діяльності провідних компаній світу Інститутом репутації (RI), світовим лідером з репутаційного аудиту і консалтингу, визначено лідерів реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності (таблиця 1.2). Рейтингові позиції компанії отримали за результатами їх роботи у сфері інвестицій, інновацій, у навчанні персоналу та увагу до якості продуктів.

Таблиця 1.2 – Напрями соціальної відповідальності провідних компаній світу

Компанія	Напрями соціальної відповідальності компаній
The LEGO Group (виробництво іграшок)	пошук і створення екологічно чистих матеріалів; реалізація програм зі зниження впливу виробництва на навколишнє середовище; скорочення викидів шляхом зростання енергоефективності; реалізація соціальних проєктів, спрямованих на навчання школярів програмування та робототехніки.
Natura (виробництво косметологічних)	реалізація проєктів із захисту природи та дощових лісів Амазонії; зберігання нейтрального вуглецевого балансу шляхом контролю своїх викидів та компенсації їх висадженням дерев та іншими

засобів)	екопроектами; підтримка вразливих верств населення країни.
Microsoft (виробництво програмного забезпечення)	захист персональних даних і кібербезпека; навчання технологій і підвищення доступності освіти у світі; захист навколишнього середовища.
Google (розроблення, розвиток і дизайн пошукового сервісу)	волонтерська робота співробітників на створення рівних можливостей у всьому світі; реалізація політики нематеріальних бонусів для співробітників; зберігання нейтрального вуглецевого балансу.
The Walt Disney Company (індустрія розваг)	реалізація благодійних програм; реалізація соціальних проєктів; волонтерство.
BOSCH (виробництво індустріальної та побутової техніки)	фінансування проєктів у сфері охорони здоров'я, міжнародних відносин та науки; виробництво екологічно чистої продукції з мінімальним вуглецевим слідом; співпраця з постачальниками сировини, що використовують сертифіковану систему екологічного менеджменту.
Havaianas (виробництво босоніжок)	фінансова підтримка проєктів збереження природних багатств Бразилії; реалізація проєктів із захисту навколишнього середовища: друк на взутті зображення зникаючих видів тварин, використання упаковки з переробленого паперу.
Intel (виробництво напівпровідникових елементів та пристроїв)	реалізація благодійних програм; реалізація соціальних проєктів: навчання комп'ютерної грамотності африканських жінок, просування stem-освіти для дітей і молоді; відновлення інфраструктури постраждалих від стихійних лих регіонів; використання електроенергії з поновлюваних джерел; перероблення власних нетоксичних відходів; реалізація програм із досягнення гендерної рівності в оплаті праці у всіх підрозділах компанії.
Lavazza (виробництво кави)	реалізація програми боротьби з вирубуванням лісу; використання під час виробництва продукції енергозберігальних технологій; реалізація програми карпулінгу (зменшення використання кількості приватного транспорту).
ІКЕА (виробництво, реалізація товарів для дому)	виготовлення продукції з природних матеріалів; енергозберігальні та екорішення під час використання водних ресурсів; підтримка соціального партнерства;

	підвищення кваліфікації співробітників компанії з використанням системи онлайн- навчання.
McDonald's (мережа закладів швидкого харчування)	використання системи Farmer-to-farmer initiatives, метою створення якої є вирощування якісної продукції у стійкий і безпечний спосіб для забезпечення майбутнього сільського господарства; реалізація програм із заощадливого використання водних ресурсів у ресторанах; виготовлення безпечної їжі.
APPLE (проектування та розроблення побутової електроніки, програмного забезпечення та онлайн- сервісів)	Реалізація стратегії захисту навколишнього середовища за складовими: ресурси, zero waste, вода; ресурси: перехід на вторинну або поновлювану сировину в процесі виробництва продукції; реалізація заходів зі скорочення використання електроенергії; перехід до використання матеріалів для продукції, виробничих процесів та операційних систем із низьким вмістом вуглецю; перехід на використання повністю відновленої енергії; zero waste: усунення відходів, що відправляються на сміттєзвалища, на виробничі об'єкти, у корпорації, центри обробки даних та роздрібні магазини; вода: скорочення використання прісної води, поліпшення якості води та захист водних ресурсів.
METRO (оптова торгівля на засадах само-обслуговування)	використання екологічно чистих матеріалів для виробництва продукції власної марки; забезпечення справедливих і безпечних умов праці працівників; реалізація волонтерських соціальних та екологічних ініціатив; забезпечення екологічних та соціальних стандартів якості продукції.
BMW (виробництво автомобілів преміум-класу)	запровадження програми «Управління охороною здоров'я 2020» для своїх працівників; зниження витрат палива і викидів CO2 для всіх моделей (заходи Efficient Dynamics); розроблення енергозберігальних та альтернативних концепцій автомобілів; впровадження екологічно безпечних процесів виробництва та утилізації відходів.

Джерело: складено на основі [11].

## 1.2 Управління соціальною відповідальністю бізнесу у загальній системі управління

Соціалізація бізнесу є об'єктивною закономірністю трансформаційного суспільства. Вона безпосередньо пов'язана із сучасними тенденціями розвитку інновацій і зростанням вимог до процесу та результатів діяльності, а також із системними трансформаційними перетвореннями, з лібералізацією, процесами формування системи соціального захисту, з соціальними функціями органів державного управління. Великі компанії на сьогодні стають новим центром влади, від якого суспільство очікує виконання соціальних функцій на рівні їх можливостей [22, с. 25-30].

У 70-х рр. ХХ ст. соціальна відповідальність корпорацій вже почала розглядатися як внесок компаній на користь суспільства на основі її виробничої діяльності, за результатами соціальних інвестицій, філантропії та з урахуванням пріоритетів державної соціальної політики. У 1999 р. К. Аннан (Генеральний секретар ООН на той час) започаткував ініціативу Глобального договору з метою поширення принципів, пов'язаних із захистом прав людини, стандартами праці, боротьбою з корупцією та захистом навколишнього середовища.

Системному забезпеченню соціальної спрямованості компаній сприяє створення і впровадження відповідних систем управління суб'єктами бізнесу. Загальні вимоги до таких систем визначені зазвичай міжнародними стандартами. Стабільному дотриманню прав та задоволення споживачів щодо отримання якісної продукції сприяють системи управління якістю. Для забезпечення умов захисту здоров'я працівників розроблено систему управління професійної безпеки відповідно до міжнародних стандартів OHSAS 18000, яку доцільно впроваджувати. Умови для захисту довкілля від негативного впливу компаній регулює система стандартів ISO 14000. Стандарти SA 8000 (остання версія Міжнародного стандарту соціальної

відповідальності ISO 26000) спрямовані безпосередньо на сприяння етичному поведженню компаній. Нормативні вимоги цих стандартів відображають конкретні положення Конвенції МОП щодо примусової праці, свободи асоціацій тощо, а також Загальної декларації прав людини та Конвенції ООН з прав дитини. Дотримання стандартів суттєво знижує ризики суб'єктів бізнесу щодо порушення етичних норм. До прикладу, японська федерація бізнесу визначила соціальні зобов'язання, правила поведінки щодо працівників, яких усі члени хартії мають дотримуватися. Переваги впровадження програм соціальної відповідальності бізнесу для підприємства представимо у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Переваги впровадження програм соціальної відповідальності бізнесу для підприємства

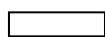
Переваги	Обґрунтування їх змісту
Поліпшення ефективності процесів виробництва	Досягається необхідністю знаходити приховані важелі винайдення способів зменшення викидів в атмосферу, пристосування виробництва до технологічних, санітарних, екологічних стандартів
Підвищення мотивації та продуктивності працівників	Турбота про громаду, про суспільство транслюватиметься в турботу про працівників, адже усі працівники компанії водночас є громадянами, батьками та мешканцями певного міста, споживачами
Психологічні фактори мотивації	Турбота про працівників обумовлює формуванням стабільного соціально-психологічного клімату на підприємстві, що сприяє ефективності праці
Підвищення ділової та загальносуспільної репутації підприємства	Зменшуються ризики від можливої втрати ринків, покращується доступ до нових ринків завдяки кращій репутації компаній

Джерело: складено автором на основі [13]

Для визначення вигоди від реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу можна скористатися матрицею доцільності (таблиця 1.4), яка показує, спів падіння чинників сталого розвитку та чинників успіху бізнесу. Тому є можливість визначити умови доцільності соціально відповідального бізнесу.

Таблиця 1.4 – Матриця доцільності реалізації певних чинників відповідальності бізнесу

		Фактори сталого розвитку						
		Корпоративне управління й активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток		
		Корпоративне управління	Активність груп впливу	Поліпшення екологічних процесів	Екологічні продукти та послуги	Економічний розвиток місцевості	Розвиток громади	Управління людськими ресурсами
Фактори успіху бізнесу	Зростання доходів	1	2	3	4	5	6	7
	Доступ до ринку							
	Скорочення витрат	8	9	10	11	12	13	14
	Продуктивність							
	Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
	Управління ризиком	22	23	24	25	26	27	28
	Можливість функціонування							
Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35	
Вартість тогівельної марки	36	37	38	39	40	41	42	
Репутація								



– немає доказів умов доцільності



– деякі свідчення умов доцільності



– наявні докази умов доцільності

Джерело: складено на основі [4].

Також соціальна відповідальність бізнесу формується із добродійності підприємств, яка охоплює бізнес-процеси безпосередньо підприємств та реалізується у зовнішньому середовищі.

У системі сучасного управління формування стратегічних планів, стратегій розвитку суб'єктів бізнесу тісно пов'язані із розвитком соціальної відповідальності бізнесу. Така соціальна відповідальність підприємств визначається на основі місії суб'єктів бізнесу, на визначених цінностях [5, с. 35-38.].

Стратегічні підходи до управління соціальною відповідальністю стали об'єктивною реальністю сьогодення, без якої суб'єкти бізнесу ризикують не вижити в конкурентному середовищі. Важливо зазначити, що місію, ціннісні орієнтири, бачення бізнесу формують не лише суб'єкти бізнесу, але й неприбуткові установи, у т. ч. вищві навчальні заклади, коледжі, гімназії, що є частиною їх репутації, їх іміджу.

Поліпшення корпоративного управління допомагає поліпшити доступ до капіталів, підвищити доходи та забезпечити зростання продуктивності роботи компанії. Інвестиції в екологічно безпечні технології в перспективі повертаються через зростання доходів.

Соціальна відповідальність бізнесу приносить вигоди не лише суспільству, а й бізнесу. Соціальна репутація підприємств допомагає підприємствам у завоюванні нових ринків, розширенні існуючих і т.д.

Набуває поширення так зване «етичне інвестування», яке передбачає вибір партнерів бо бізнесу на основі етичних міркувань. До прикладу, інвестор не співпрацюватиме з суб'єктами бізнесу, які мають недобросовісну ділову практику, завдають екологічну або соціальну шкоду, негативно впливають на навколишнє, займаються діяльністю сумнівною з моральної точки зору тощо. І навіть більше, інвестори свідомо можуть обирати в партнери суб'єктів бізнесу компанії, які є соціально свідомими, приносять користь суспільству, розробляють етичні стратегії ведення бізнесу.

Щодо впровадження методів соціальної відповідальності бізнесу в Україні, за даними дослідження виконаного Благодійним фондом «Демократичне суспільство» спільно з Київським Міжнародним інститутом Соціології, найпопулярнішими були практики соціальної відповідальності, які представлені на рисунку 1.2 (за кількістю згадувань респондентів) [1, с. 18-26].

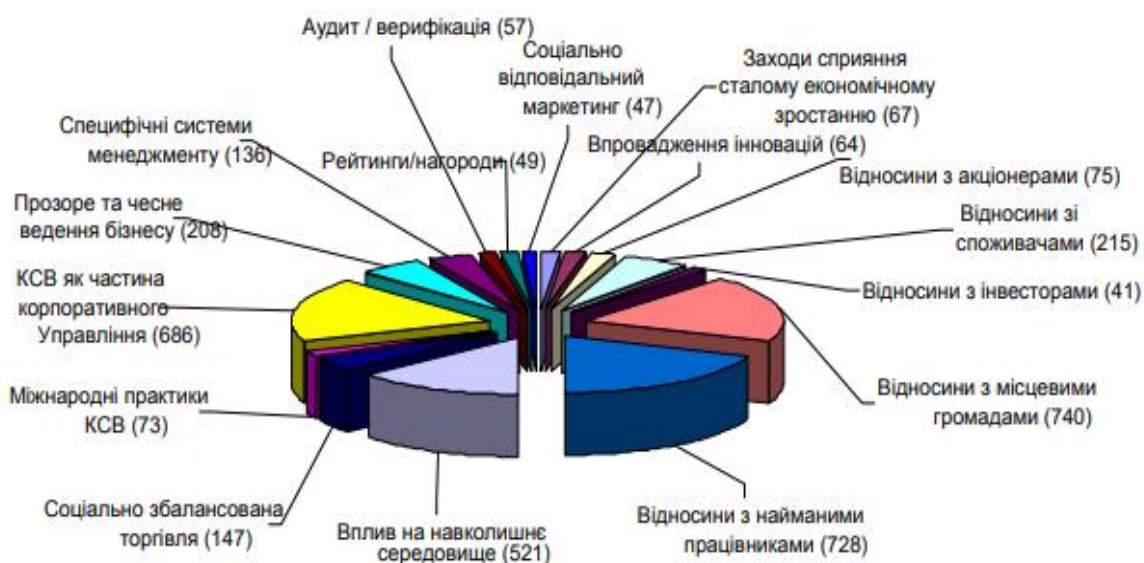


Рисунок 1.2 – Практики соціальної відповідальності бізнесу в Україні, складено на основі [1, с. 18-26].

За оцінками спеціалістів ООН, найпоширенішими різновидами практик соціалізації бізнесу в Україні виступають:

- відносини бізнесу з місцевими громадами (благодійність та підтримка соціальних програм, забезпечення освіти членам громади);
- трудові відносини з працівниками (дотримання трудових прав персоналу, навчання, створення безпечних умов праці, своєчасна виплата зарплати, відсутність дискримінації у правах і зарплаті, медичне страхування), вплив на навколишнє середовище (надання переваги альтернативним джерелам енергії, виробництво екологічно чистої продукції, зменшення викидів, будівництво очисних споруд);

- управління соціальною відповідальністю бізнесу як елемент корпоративного управління (визначення груп впливу та налагодження діалогу, визначення місії і цілей, включення їх у політику керівництва).

У визначенні сутності соціальної відповідальності бізнесу респонденти дотримуються таких тверджень: впровадження програм поліпшення умов праці персоналу (65,5%); навчання/розвиток персоналу (63,2%); благодійна допомога (56%); застосування у політиці компанії принципів відповідального ставлення до споживачів (49,5%); участь у регіональних програмах розвитку (32,3); реалізація екологічних програм (29,8%); політика дотримання прав акціонерів (20,8%) [26].

Потреба суспільства у тих чи інших формах соціальної відповідальності бізнесу визначається під впливом національного менталітету, етапу розвитку процесів соціалізації та проблем, які неможливо розв'язати без вкладу бізнес-структур. Важливими є взаємодії держави і бізнесу.

За даними дослідження поширеності практик соціальної відповідальності в Україні, проведеного Центром «Розвиток КСВ» [42], 83 % українських компаній впроваджують політику корпоративної соціальної відповідальності (найпоширеніші напрями її реалізації наведено на рисунку 1.3).

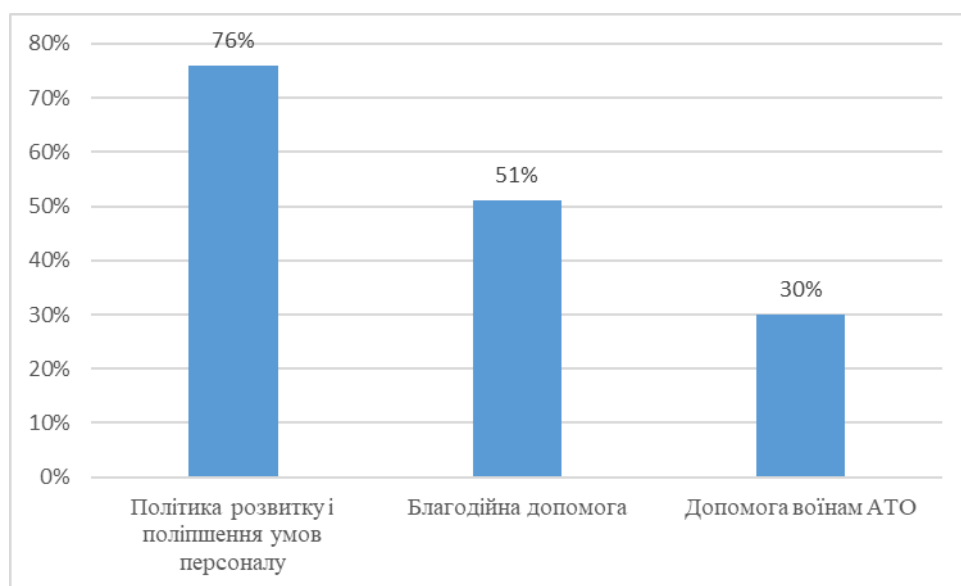


Рисунок 1.3 – Напрями реалізації соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами, складено на основі [42].

У таблиці 1.5 відображено напрями соціальної відповідальності провідних вітчизняних підприємств.

Таблиця 1.5 – Напрями соціальної відповідальності провідних вітчизняних підприємств

Компанія	Напрями соціальної відповідальності
ROSHEN	реалізація соціальних проєктів із забезпечення медичних установ новітнім потужним обладнанням; реалізація проєкту «Житло для військових» та допомога постраждалим у зоні АТО; реалізація програм з безпеки та комфорту для дітей (побудова дитячих майданчиків, допомога медичним закладам).
Метінвест	реалізація програм зі скорочення обсягів викидів забруднюючих речовин через модернізацію виробництва та впровадження нових технологій; скорочення викидів в Азовське море; впровадження систем повернення стічних вод до виробничого циклу; біологічна рекультивация порушених земель.
1+1 медіа	реалізація проєкту «Green Team – більше ніж «зелений офіс» для економії електроенергії, води, паперу та інших ресурсів завдяки впровадженню принципів «зеленого офісу»; реалізація програм із здорового способу життя, корпоративного волонтерства, чистого довкілля.
Нестле	реалізація програм з правильного харчування та здорового способу життя; впровадження ефективних заходів щодо використання води та контролю за їхнім виконанням; вдосконалення екологічності упаковки продукції; реалізація програм із забезпечення базового рівня безпеки праці та захисту здоров'я працівників.
Київстар	реалізація програм з дитячої безпеки; розвиток освіти, підтримка здоров'я та здорового способу життя; благодійність та волонтерство.
Coca-Cola	співпраця з Фондом Олени Пінчук «АНТИСНІД»; реалізація програм з відновлення водних ресурсів країни; підтримка спеціальної олімпіади для людей з відхиленнями розумового розвитку; профорієнтація 1300 підлітків з дитячих будинків.
ОККО	постійний моніторинг якості нафтопродуктів на ринку; зберігання та транспортування нафтопродуктів під постійним контролем; налагоджена система контролю кожного АЗК «ОККО».
Mondelez	використання сільськогосподарських ланцюгів поставок; реалізація програм з охорони природних ресурсів; реалізація соціальних проєктів із запобігання та подолання ризику.

Джерело: складено на основі [11].

На думку опитаних представників підприємств, основним стимулом реалізації соціально відповідального бізнесу є введення пільгового оподаткування, удосконалення нормативно-правової бази, зменшення

адміністративних бар'єрів / тиску, державна підтримка в реалізації програм соціальної відповідальності. Головним мотивом реалізації соціальної відповідальності політики для більшості вітчизняних підприємств є моральні міркування [42].

Варто зазначити, що в критичні моменти суб'єкти бізнесу проявляють / активізують заходи соціальної відповідальності. Зокрема, коли світ стикнувся з пандемією, спричиненню вірусом COVID-19, соціальна відповідальність суб'єктів бізнесу проявлялася у допомозі лікарням, захисті здоров'я та безпеки своїх працівників, їхніх сімей, підтримці соціально вразливих груп населення.

Залежно від стану суспільства, його головних потреб / інтересів від суб'єктів бізнесу очікується різні вимоги. В Україні до таких вимог належать чесна сплата податків; соціальний захист і турбота про працівників; участь у житті та розбудові громади; екологічна безпечність продукції; добропорядність і моральність представників бізнесу. На сьогодні, в умовах війни на суб'єкти бізнесу покладається надвелика відповідальність, утримування економічного фронту і усіма силами та можливостями допомога як внутрішнь переміщеним особам, так і безпосередньо працівникам підприємств.

## 2 АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ХМЕЛЬНИЦЬКХЛІБ»

### 2.1 Характеристика функціонування суб'єктів господарювання харчової промисловості

Харчова промисловість України вважається високопотенційною сферою діяльності, оскільки на ринку є велика кількість підприємств, що займаються виробництвом харчових продуктів. Майже 90 % харчової промисловості України забезпечує внутрішній споживчий ринок харчовими продуктами. Слід також зазначити, що галузь харчової промисловості відіграє у зовнішній торгівлі України дуже важливу роль, формуючи понад 50 % зовнішньоторговельного обороту її агропромислового комплексу.

Станом до 2022 р., харчова промисловість України налічує більше 40 галузей і виробництв. Понад 5000 суб'єктів діяльності здійснюють промислове виробництво харчових продуктів, які виробляють широкий асортимент харчових продуктів. До основних галузей харчової промисловості належать: м'ясна, хлібопекарська, борошняно-круп'яна, молокопереробна, кондитерська, цукрова, олійно-жирова, спиртова та інші.

Харчова промисловість України досить потужно розвинена. Розвиток харчової промисловості у 2021 р. забезпечили такі основні виробництва:

- виробництво тваринних жирів та олії (153067,3 млн грн.);
- виробництво м'ясної продукції (85656,2 млн грн);
- виробництво тютюнових товарів (64249,5 млн грн);
- виробництво молочної продукції (59754,9 млн грн.) тощо.

Ринок хліба України на 99,9 % представлений продукцією вітчизняного виробництва. Однак потрібно зазначити, що протягом останнього десятиліття в Україні скоротилося виробництво в хлібопекарській галузі.

В Україні в 2020-2021 рр. відзначаємо тенденцію до зниження обсягів виробництва борошномельного сектору. Згідно з даними Державної служби

статистики [27], у 2021 р. в Україні було вироблено менше пшеничного борошна, ніж у 2019-2020 рр.

В регіональному розрізі лідерами з виробництва борошна традиційно були Харківська, Вінницька, Київська та Дніпропетровська області. Частка виробленого ними борошна складала близько 50 % всього борошномельного виробництва України. Варто зазначити, що в цьому сезоні Дніпропетровська область зайняла лише 8 позицію в рейтингу борошномельних регіонів України, виробивши всього 3,7 тис тонн пшеничного борошна проти 12,4 тис тонн попереднього сезону.

Повномасштабне вторгнення РФ на територію України та окупація частини територій вплинула на функціонування усіх галузей національної економіки. Частина суб'єктів бізнесу були змушені евакуюватись на інші території, частина суб'єктів зупинила свою роботу, а деякі були зруйновані фізично. Багато підприємств у сфері харчового виробництва є підприємствами малого та середнього бізнесу; вони є основою національної економіки. За даними Державної служби статистики України [27] у 2020 р. суб'єкти малого та середнього бізнесу займали майже 99,9 % усіх суб'єктів бізнесу; їх частка доробку у ВВП склала 55 %. Проте маємо зазначити, що малі та середні суб'єкти бізнесу зазнали значних втрат від впливу пандемії, а з 22 лютого 2022 р. – від вторгнення росії на територію України, особливо ті, які знаходяться територіально близько до зони активних бойових дій. Однак, поступово суб'єкти бізнесу відновили свою діяльність, перевівши її в інші міста або адаптуються до роботи у різних форматах.

За даними Центру розвитку інновацій, 40 % усіх діючих підприємств України повністю або частково зруйновані. Такі дані в кожному регіоні є різними, адже на Сході України найбільше фізичних руйнувань, там показник руйнувань становить 64 %. У Західній та Північній частині України підприємства зменшили обсяги виробництва або працюють не на повну потужність (57,5 % та 57 % відповідно завантаженість). У Центрі та на Півдні України завантаженість потужностей склала 45 % та 47 %

відповідно, і найнижчою є завантаженість потужностей підприємств на Сході України (29 %). У масштабах усієї території України відзначено, що лише 11,5 % суб'єктів бізнесу зберегли обсяги виробництва або навіть збільшили цей показник. Найбільше наростили обсяги виробництва підприємства на Заході України (частка таких суб'єктів бізнесу склала 17 %). Суб'єкти бізнесу на Півдні України лідирують за показником суб'єктів, що збільшили обсяги виробництва (частка суб'єктів, які наростили обсяги виробництва склала 2,4 %). Також зазначаємо, що менше 2 % суб'єктів бізнесу здійснили релокацію за кордон, а більшість – перенесли свій бізнес із Сходу України на безпечніші території (частка таких підприємств складає близько 40 %). Також важливо зазначити, що збільшилася кількість експортно орієнтованих підприємств. А саме, 38 % суб'єктів бізнесу орієнтуються на здійснення експортної діяльності, з яких – 6 % уже здійснювали експортну діяльність до війни, а 16 % суб'єктів бізнесу лише почали зовнішньоекономічну діяльність.

Для підвищення ефективності діяльності галузі преробної промисловості, харчової зокрема, потрібні постійні інновації та розвиток. Підприємства харчової промисловості потребують ширшого застосування методико-методологічних підходів до оцінювання їх функціонування та розробки напрямів їх ефективнішого розвитку. Зважаючи на те, що суб'єкти бізнесу харчової промисловості забезпечують продовольчу безпеку країни, соціальну стабільність, функціонування суб'єктів цієї галузі є дуже важливим.

Процукція підприємств харчової промисловості має забезпечувати виробництво високоякісних продуктів харчування для населення як основного засобу відтворення життєдіяльності людини.

Враховуючи важливе значення харчової промисловості в економічному та соціальному житті суспільства, надзвичайно важливим є інноваційний розвиток та їх соціально відповідальна діяльність.

Хмельниччина є потужною аграрною областю. Суб'єкти бізнесу Хмельниччини виробляють значну кількість продуктів харчування за різними видами діяльності.

За статистичними даними [27] обсяг реалізації харчової промисловості на Хмельниччині у 2018 р. склав 9546392,6 тис грн, у 2019 р. обсяг реалізації зріс на 1496187,8 тис грн (він становив 11042580,4 тис грн.). У 2020 р. обсяг реалізації продукції підприємствами харчової промисловості Хмельниччини зріс на 199127,6 тис грн порівняно із 2019 р. і склав – 11241708,0 тис грн. (рисунок 2.1).

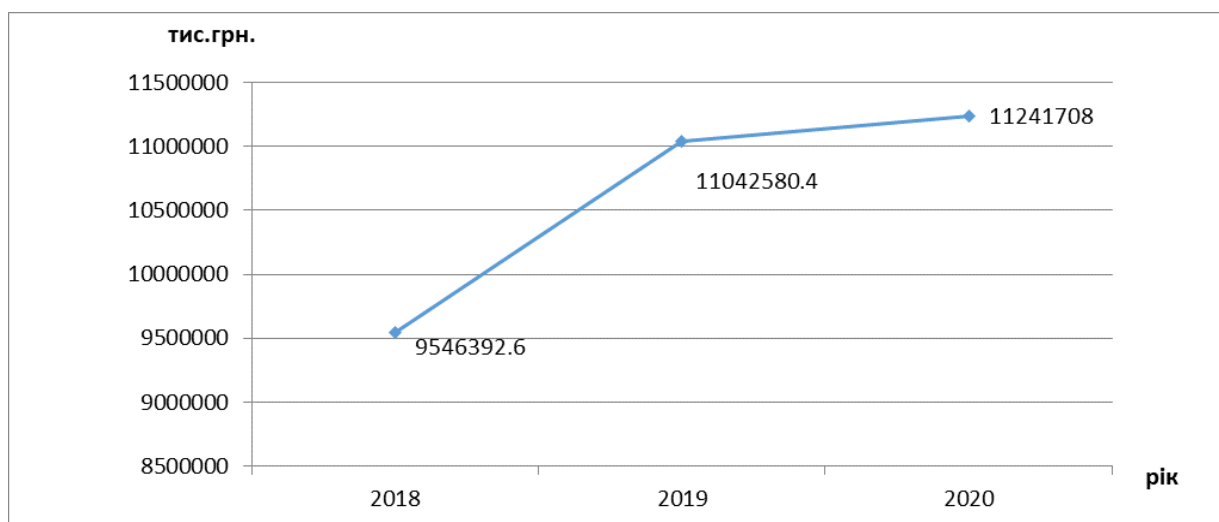


Рисунок 2.1 – Динаміка обсягів реалізації продукції підприємств харчової промисловості Хмельницької області у 2018-2020 рр., [27].

У таблиці 2.1 представимо інформацію про результати діяльності підприємств України, серед яких є і досліджуване підприємство – ТОВ «Хмельницькхліб».

Таблиця 2.1 – Інформація про ключові підприємства України у 2022 р. за досліджуваним видом діяльності

Назва підприємства	Адреса	Дохід, грн	Чистий прибуток, грн
1. ПРАТ «КОНЦЕРН ХЛІБПРОМ»	Україна, 79035, Львівська обл., м. Львів, вул. Хлібна, 2	1 702 061 000	21 097 000
2. ТОВ «КИЇВ ХЛІБ»	Україна, 04031, м. Київ, вул. Щекавицька, 57	1 039 202 000	79 145 000
3. ТОВ «УКРАЇНСЬКО-СЛОВЕНСЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО «ХЛІБОПЕКАРСЬКИЙ КОМПЛЕКС «КУЛИНИЧІВСЬКИЙ»	Україна, 62405, Харківська обл., Харківський р-н, с. Кутузівка, вул. Шкільна, 6	960 765 000	1 574 000
4. ТОВ «БЕЛІВЕР»	Україна, 88000, Закарпатська обл., м. Ужгород, вул. Грушевського, 2	806 428 000	4 457 000
5. ТОВ «УКРАЇНСЬКО-СЛОВЕНСЬКЕ СПІЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО «КИЇВСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ХЛІБОПЕКАРСЬКИЙ КОМПЛЕКС»	Україна, 08635, Київська обл., Васильківський р-н, с. Крушинка, вул. Київська, 5	801 694 000	7 509 000
6. ТОВ «СТОЛИЧНИЙ ПЕКАРНИЙ ДІМ»	Україна, 04071, м. Київ, вул. Щекавицька, 57	780 885 000	55 274 000
7. ТОВ «КИЇВСЬКИЙ БКК»	Україна, 03148, м. Київ, вул. Петра Чадаєва, 7	730 500 000	98 494 000
8. ТОВ «ПЕРШИЙ СТОЛИЧНИЙ ХЛІБОЗАВОД»	Україна, 07354, Київська обл., Вишгородський р-н, с. Нові Петрівці, вул. Соборна, 85	719 215 000	9 336 000
9. ТОВ «ЧЕРКАСИХЛІБ ТД»	Україна, 18015, Черкаська обл., м. Черкаси, вул. Надпільна, 248	634 101 000	-1 839 000
10. ТОВ «КИЇВСЬКИЙ ПЕКАРНИЙ ДІМ»	Україна, 07400, Київська обл., м. Бровари, вул. Металургів, 27	609 855 000	17 095 000
11. ТОВ «ОДЕСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД №4»	Україна, 65078, Одеська обл., м. Одеса, вул. Генерала Петрова, 14	552 171 000	361 000 грн
12. ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «ХЛІБОЗАВОД №10»	Україна, 04053, м. Київ, вул. Кудрявська, 3/5	549 520 000	12 577 000
13. ТЗОВ «ХЛІБОДАР»	Україна, 33009, Рівненська обл., м. Рівне, вул. Біла, 35	517 816 800	7 465 000
14. ТОВ «КД «ВАЦАК»	Україна, 24000, Вінницька обл., м. Могилів-Подільський, Вірменська, 12	488 607 600	20 655 800
15. ТОВ «КИЇВХЛІБ»	Україна, 04080, м. Київ, вул. Костянтинівська, 64	455 179 000	6 253 000
16. ТДВ «ЗАПОРІЗЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД № 5»	Україна, 04070, м. Київ, вул. Ігорівська, 11	435 078 000	16 009 000
17. ТДВ «ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ»	Україна, 76018, Івано-Франківська обл., м. Івано-Франківськ, вул. Симона Петлюри, 17	415 930 000	180 000
18. ТДВ «ЗАПОРІЗЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД № 3»	Україна, 04070, м. Київ, вул. Ігорівська, 11	403 393 000	-2 854 000
19. ТОВ «ХМЕЛЬНИЦЬКХЛІБ»	Україна, 29000, Хмельницька обл., м. Хмельницький, вул. Тернопільська, 8	394 432 000	5 107 000
20. ТОВ «СВІТ ЛАСОЦІВ»	Україна, 18006, Черкаська обл., м. Черкаси, вул. Чигиринська, 11	374 168 000	-12 749 000

Джерело: складено на основі [19].

На основі даних таблиці 2.1 бачимо, що ТОВ «Хмельницькхліб» за показником доходу від реалізації посідає 19-ту позицію серед інших підприємств України. Зазначаємо, що серед підприємств, представлених у таблиці 2.1 не усі підприємства, попри зайняті позиції в рейтингу за обсягом доходу від реалізації, змогли вийти на чистий прибуток зважаючи на складні умови функціонування через війну в Україні. Як бачимо, із підприємств першої 20-ки ТОВ «Черкасихліб ТД», ТДВ «Запорізький хлібо завод № 3», ТОВ «Світ Ласощів» були збитковими. Також зазначаємо, що ТОВ «Хмельницькхліб» вийшло на чистий прибуток.

Детальніший аналіз результатів діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» здійснимо нижче на основі звітів про фінансові результати та звітів про фінансовий стан за 2020-2022 рр..

## 2.2 Характеристика діяльності ТОВ «Хмельницькхліб». Аналіз основних техніко-економічних показників його діяльності

ТОВ «Хмельницькхліб» знаходиться за адресою: м. Хмельницький, вул. Тернопільська, 8. Основним видом діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» є виробництво хліба, хлібобулочних виробів.

Місія ТОВ «Хмельницькхліб» є надзвичайно важливою, адже в усі часи виробництво хліба, хлібобулочних виробів вважалося благородною справою.

Стратегія ТОВ «Хмельницькхліб» націлена на задоволення вимог та очікувань споживачів і, за рахунок цього, на утримання лідируючої позиції на ринку виробництва хліба та хлібобулочних виробів.

Діяльність ТОВ «Хмельницькхліб» відноситься до однієї з найважливіших складових економіки будь-якої країни. Ступінь відносної незалежності харчової промисловості обумовлює потенційну продовольчу безпеку національної економіки, оскільки саме від розподілу харчових

виробництв у країні, від наявності на території країни самостійних ресурсних баз, що забезпечують функціонування харчової промисловості, залежить можливість автономного виживання країни в критичних макроекономічних умовах або в умовах виникнення форс-мажорних ситуацій.

Основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» представимо у таблиці 2.2.

За результатами таблиці 2.1 бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Хмельницькхліб» у 2021 р. зріс на 56,9 %, в абсолютному вимірі на 154257 тис грн. відносно доходу у 2020 р.. У 2022 р. чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «Хмельницькхліб» зменшився на 7,28 % (тобто на 30931 тис грн) відносно попереднього періоду, тобто відзначаємо негативну динаміку відносно чистого доходу від реалізації продукції підприємства у 2022 р. Для наглядності дохід від реалізації продукції, робіт, послуг ТОВ «Хмельницькхліб» за 2020-2022 рр. відобразимо на рисунку 2.2.

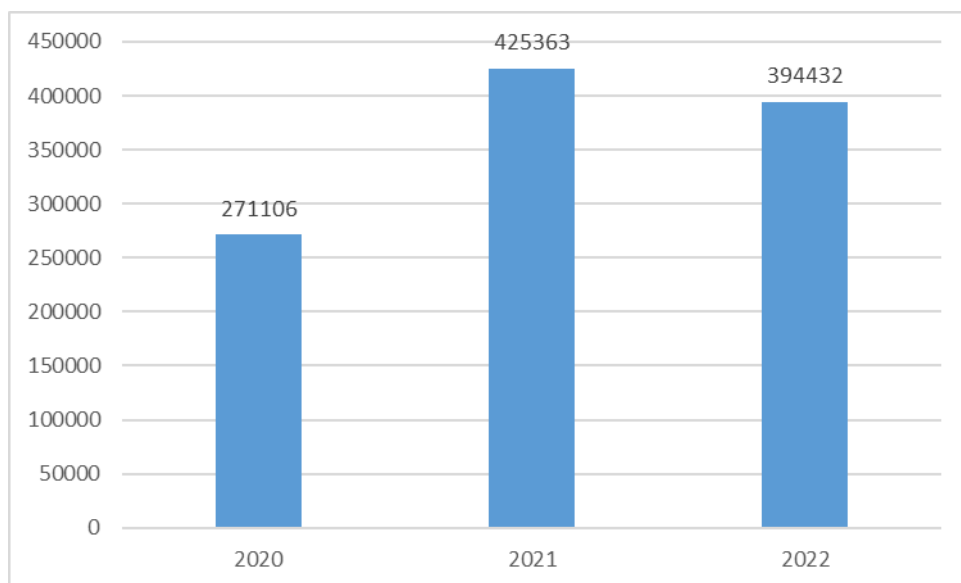


Рисунок 2.2 – Чистий дохід від реалізації продукції  
ТОВ «Хмельницькхліб», тис грн

Таблиця 2.2 – Основні техніко-економічні показники ТОВ «Хмельницькхліб»

Назва показника	Значення показника по роках			Динаміка, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
1. Чистий дохід від реалізації продукції, (товарів, робіт, послуг), тис грн	271106	425363	394432	156,90	92,72
2. Середньооблікова чисельність, осіб:	326	312	306	95,70	98,08
- працівників	244	235	230	96,31	97,87
- робітників					
3. Продуктивність праці, тис грн/особу:	831,61	1363,34	1288,99	163,94	94,55
- одного працівника	1111,09	1810,05	1714,92	162,90	94,74
- одного робітника					
4. Фонд заробітної плати працівників, тис грн	21044	25481	26257	121,08	103,04
5. Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн	5379,34	6805,82	7150,59	126,51	105,06
6. Повна собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис грн	264417	418754	445791	158,37	106,46
7. Витрати на одну гривню реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), грн	0,975	0,984	1,130	100,92	114,84
8. Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис грн	6689	6609	-51359	98,80	-
9. Рентабельність, %:	2,00	1,00	-	-	-
- доходу					
- витрат	2,52	1,57	-	-	-
10. Середньорічна вартість основних засобів, тис грн	4587,5	10577,5	16577,0	230,57	156,72
11. Фондовіддача, грн	47,33	40,21	23,79	84,96	59,16
12. Фондомісткість, грн	0,017	0,025	0,042	147,06	168
13. Фондоозброєність працівників, тис грн/особу	14,07	33,90	54,17	240,94	159,79

Зменшення доходу від реалізації продукції ТОВ «Хмельницькхліб» супроводжувалося зменшенням середньооблікової чисельності працівників підприємства. У 2021 р. чисельність зменшилась на чотирнадцять осіб, а в 2022 р. на шість осіб відносно попередніх періодів.

В той же час, при зменшенні чисельності працівників можемо відзначити зростання продуктивності праці. У 2021 р. приріст продуктивності праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб» склав 63,94 % відносно рівня продуктивності праці у 2020 р. у 2022 р. продуктивність праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб» зменшилась на 5,45 % відносно рівня 2021 р., а продуктивність праці робітників зменшилася на 5,26 % відносно рівня 2022 р..

Фонд оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб» та їх середньорічна заробітна плата за досліджуваний період зростали. Фонд оплати праці працівників підприємства у 2021 р. відносно його рівня у 2020 р. зріс на 21,08 %. У 2022 р. приріст фонду оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб» становив 3,04 %. Відносно середньомісячної заробітної плати працівників ТОВ «Хмельницькхліб» такі ж тенденції. Середньомісячна зарплата одного працюючого ТОВ «Хмельницькхліб» у 2021 р. зросла на 26,51 % у порівнянні з рівнем зарплати у 2020 р., що обумовлено насамперед збільшенням мінімальної заробітної плати в Україні. У 2022 р. приріст середньомісячної зарплати працівників ТОВ «Хмельницькхліб» становив 5,06 % відносно її рівня у 2021 р.. Позитивним аспектом діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» є те, що темпи росту продуктивності праці у 2021 р. перевищують темпи росту оплати праці, але у 2022 р. даний принцип порушується. Темпи росту зарплати випереджають темпи росту оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб», адже продуктивність праці у 2022 р. зменшилася відносно попереднього року. Проте, рівень оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб», зважаючи на її низьку реальну купівельну спроможність потрібно підвищувати.

Відносно динаміки повної собівартості реалізованої продукції ТОВ «Хмельницькхліб», то у 2021 р. вона демонструє такі ж тенденції як дохід від

реалізації продукції. У 2021 р. повна собівартість продукції ТОВ «Хмельницькхліб» зросла на 58,37 %. Проте, у 2022 р, при зменшенні чистого доходу від реалізації продукції повна собівартість зросла на 6,46 % відносно її рівня у 2021 р.

Для наглядності повну собівартість реалізованої продукції ТОВ «Хмельницькхліб» за 2020-2022 рр. відобразимо на рисунку 2.3.

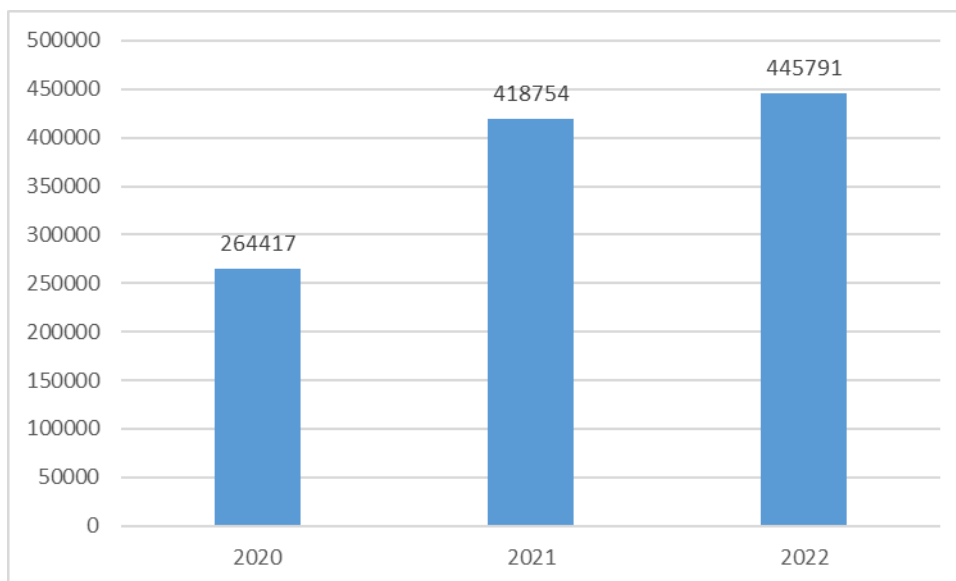


Рисунок 2.3 – Повна собівартість реалізованої продукції ТОВ «Хмельницькхліб», тис грн

У 2021 р. витрати на одну гривню від реалізації продукції ТОВ «Хмельницькхліб» зросли несуттєво, збільшились (на 0,92 % відносно витрат 2020 р.), у 2022 р. суттєво збільшились (на 14,84 % відносно витрат 2021 р.).

Результатом перевищення у 2022 р. темпів росту повної собівартості продукції ТОВ «Хмельницькхліб» над доходом від реалізації продукції витрати на одну гривню реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Хмельницькхліб» перевищили одну гривню (складали 1,13 грн з однієї вкладеної гривні), адже у попередні роки витрати на одну гривню були дуже високі (близькі до гривні; 0,975 грн у 2020 р. та 0,984 грн у 2021 р.).

У додатку А представлено інформацію про асортимент продукції ТОВ «Хмельницькхліб».

Як бачимо, підприємство випускає соціально значимі види продукції: хліб (за видами), батони, булочні вироби, короваї, рулети, тістечка, пряники, кекси, сухарі, торти, у т.ч. торти на замовлення, паски

На рисунку 2.4 зобразимо питому вагу реалізованої продукції ТОВ «Хмельницькхліб» по видах в загальній структурі реалізованої продукції.

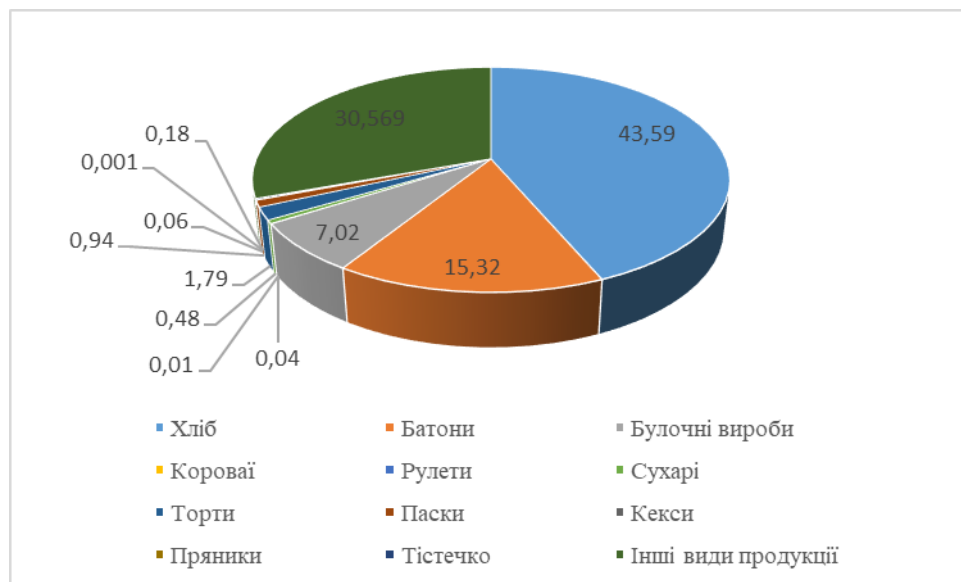


Рисунок 2.4 – Питома вага реалізованої продукції ТОВ «Хмельницькхліб» за видами в загальному обсязі реалізації у 2022 р.

Важливе значення у діяльності суб'єктів бізнесу відграють основні засоби, рівень їх інноваційності.

Дані таблиці 2.2 свідчать, що середньорічна вартість основних засобів ТОВ «Хмельницькхліб» з року в рік зростає. Фондовіддача, зважаючи на зменшення доходу від реалізації продукції та зростання середньорічної вартості основних засобів у 2022 р. суттєво зменшилася.

Рівень фондovіддачі ТОВ «Хмельницькхліб» відобразимо на рисунку 2.5.

Фондоозброєність працівників/робітників ТОВ «Хмельницькхліб» зростає, адже вартість основних засобів зростає, до того ж, чисельність працівників скорочується (таблиця 2.3)

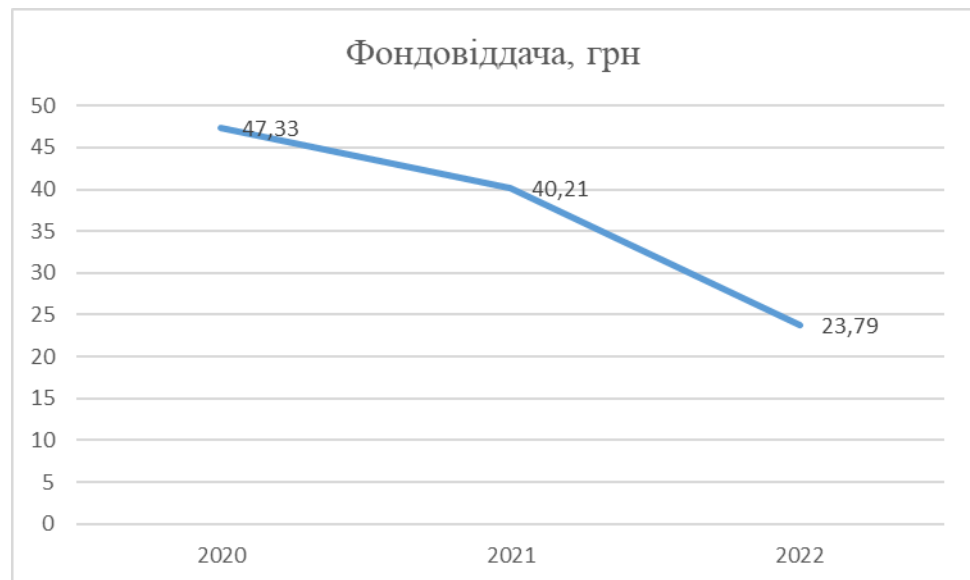


Рисунок 2.5 – Динаміка фондівіддачі основних засобів  
ТОВ «Хмельницькхліб», грн

Таблиця 2.3 – Фондоозброєність працівників / робітників ТОВ  
«Хмельницькхліб»

Показник	Значення показника по роках			Динаміка, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
1. Середньорічна вартість основних засобів, тис грн	4587,5	10577,5	16577,0	230,57	156,72
2. Середньооблікова чисельність, осіб:					
- працівників	326	312	306	95,70	98,08
- робітників	244	235	230	96,31	97,87
3. Фондоозброєність тис грн/особу					
- працівників,	14,07	33,90	54,17	240,94	159,79
- робітників	18,80	45,01	72,07	239,41	160,12

Динаміка фондоозброєності працівників / робітників ТОВ «Хмельницькхліб» представлена на рисунку 2.6.

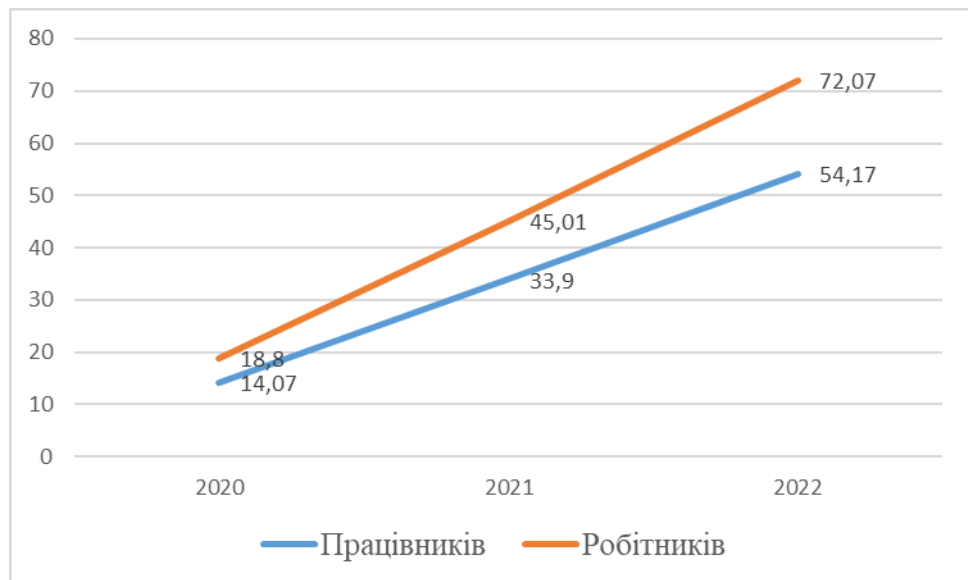


Рисунок 2.6 – Динаміка фондоозброєності працівників / робітників  
ТОВ «Хмельницькхліб», тис грн. / особу

Абсолютним результатом ефективності діяльності є прибуток від реалізації продукції ТОВ «Хмельницькхліб», який демонструє негативну динаміку, що проілюстровано на рисунку 2.7.

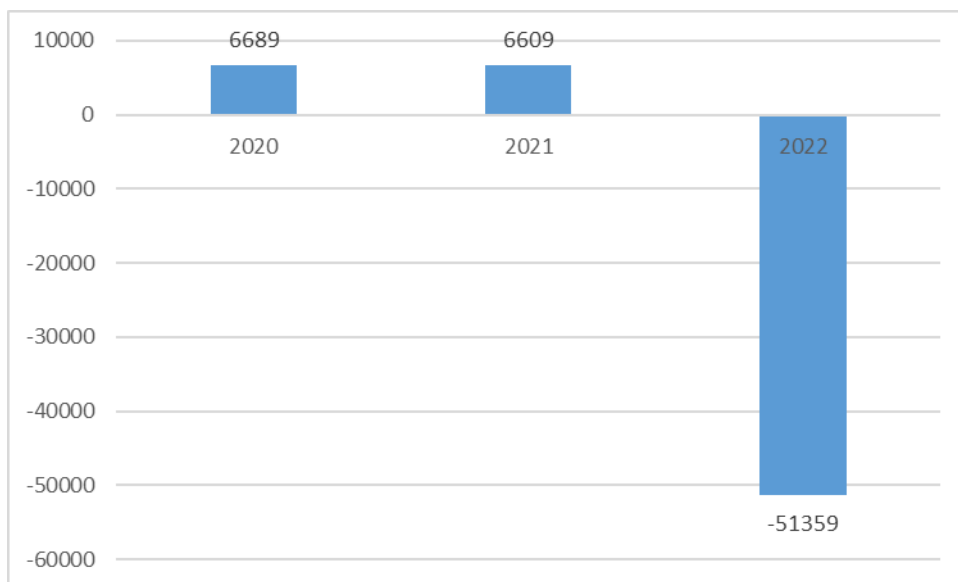


Рисунок 2.7 – Прибуток від реалізації продукції  
ТОВ «Хмельницькхліб», тис грн

Відносний показник ефективності функціонування ТОВ «Хмельницькхліб» рентабельність доходу у 2021 р. зменшився до 1 % відносно його значення 2 % у 2020 р. Рентабельність витрат також зменшилася; з рівня 2,52 % у 2020 р. до 1,57 % у 2021 р.. У 2022 р. ТОВ «Хмельницькхліб» за показником прибутку від реалізації продукції було не рентабельним.

У контексті управління соціальною відповідальністю бізнесу доцільно детальніше проаналізувати склад та структуру чисельності працюючих у ТОВ «Хмельницькхліб».

### 2.3 Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Хмельницькхліб»

В тісному взаємозв'язку з обсягом виробництва і реалізації продукції знаходиться його забезпеченість робочою силою, а також ефективність використання трудових ресурсів. Продуктивність праці робітників будь-якого підприємства є основним чинником збільшення обсягу виробництва продукції. Продуктивність праці працівників (робітників) характеризується виробітком товарної продукції за певний період часу (рік).

Забезпечення підприємства трудовими ресурсами, які ефективно будуть реалізовувати поставлені завдання, реалізовувати стратегію розвитку підприємства є однією з найважливіших умов успішного функціонування будь-якого підприємства.

Завданням аналізу трудових ресурсів ТОВ «Хмельницькхліб» є дослідження чисельності, складу і структури працівників підприємства; аналіз руху кадрів (динаміки кількості прийнятих, звільнених). При аналізі чисельності працюючих ТОВ «Хмельницькхліб» необхідно визначити забезпеченість підприємства персоналом, також потрібно проаналізувати склад та структуру персоналу, проаналізувати зміни питомої ваги категорій персоналу в загальній чисельності, при цьому потрібно враховувати, що роль

різних категорій працівників у забезпеченні динаміки виробництва та реалізації продукції різна.

Дані по чисельності працівників ТОВ «Хмельницькхліб» та розрахунки щодо структури відобразимо в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Склад і структура чисельності працівників ТОВ «Хмельницькхліб»

Показник	Значення показника по роках, осіб			Структура кадрів, %		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Середньооблікова чисельність працюючих працівників облікового складу, осіб в тому числі:						
- робітники	326	312	306	100	100	100
- інші категорії працівників	244	235	230	74,85	75,32	75,16
	82	77	76	25,15	24,68	24,84

У структурі працівників ТОВ «Хмельницькхліб» у 2020 р. робітники складають 74,85 %, 25,15 % припадає на інші категорії персоналу (керівники, фахівці, службовці). У 2021-2022 рр. частка робітників несуттєво, але збільшується, відповідно частка інших категорій персоналу зменшується. У 2021 р. питома вага кількості робітників складала 75,32 %, частка інших категорій персоналу – 24,68 %. У 2022 р. питома вага робітників у загальній кількості працівників ТОВ «Хмельницькхліб» складала 75,16 %, інших категорій персоналу – 24,84 %.

Структуру чисельності різних категорій персоналу ТОВ «Хмельницькхліб» представимо на рисунку 2.8.

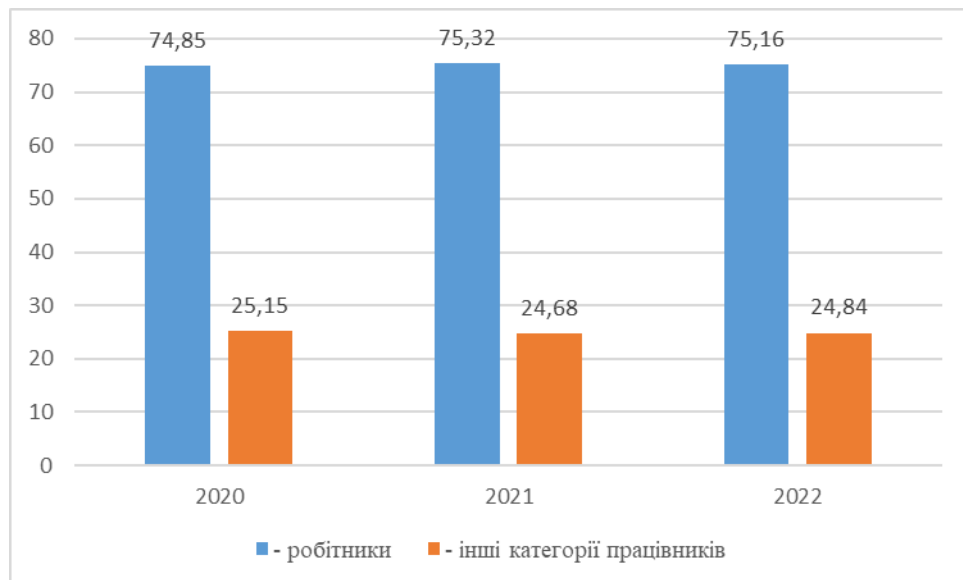


Рисунок 2.8 – Структура чисельності працівників  
ТОВ «Хмельницькхліб», осіб

Чисельність працівників підприємства змінюється в силу різних обставин. Період розвитку підприємства, нарощення обсягів виробництва, розширення діяльності суб'єктів бізнесу може супроводжуватися збільшенням чисельності працівників. Згортання обсягів виробництва, які можуть бути обумовлені зменшенням попиту на продукцію підприємства, сильнішою позицією конкурентів та відсутністю адекватної реакції, впливом чинників зовнішнього середовища тощо зазвичай супроводжується скороченням чисельності працівників підприємства. Проте, маємо відзначити роль техніки та технологій. Адже, при впровадженні нових техніко-технологічних, організаційних рішень тощо можна забезпечити дохід від реалізації продукції при такій же чисельності працюючих або й при зменшенні чисельності працівників підприємств.

Також потрібно зазначити про природній рух кадрів. Зокрема, працівники підприємства, які досягають пенсійного віку виходять на пенсію. На вивільнені робочі місця приймають інших працівників, у т.ч. тих, для яких це може бути першим робочим місцем.

Інформація щодо руху кадрів ТОВ «Хмельницькхліб», а також розраховані показники оборотності кадрів відображена в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Динаміка руху кадрів ТОВ «Хмельницькхліб»

Показник	Значення показників по роках			Відхилення, (+,-)	
	2020	2021	2022	2021-2020	2022-2021
1. Середньооблікова чисельність працівників, осіб	326	312	306	-14	-6
2. Кількість прийнятих на роботу, осіб	17	7	10	-10	3
3. Кількість звільнених з роботи, осіб	19	21	16	-2	5
4. Кількість звільнених за власним бажанням та за порушення трудової дисципліни, осіб	19	21	16	-2	5
5. Коефіцієнт обороту по прийому	0,052	0,022	0,033	-0,03	0,011
6. Коефіцієнт обороту по вибуттю	0,058	0,067	0,052	0,009	-0,015
7. Коефіцієнт плинності кадрів	0,058	0,067	0,052	0,009	-0,015

Результати розрахунків, які представлені у таблиці 2.5 свідчать про те, що у ТОВ «Хмельницькхліб» коефіцієнт обороту по прийому у 2021 р. зменшився до рівня 0,022, але, у 2022 р. зріс до значення 0,033. Коефіцієнт обороту по вибуттю у 2021 р зріс до рівня 0,067; а у 2022 р. дещо знизився і склав 0,052.

Особливу увагу варто звернути на показник плинності кадрів. Його велике значення може свідчити про негаразди в роботі ТОВ «Хмельницькхліб», про важкі умови праці, про складний психологічний клімат тощо. Але коефіцієнт плинності кадрів ТОВ «Хмельницькхліб» є не високим, що свідчить про належний рівень згуртованості його колективу.

При аналізі продуктивності праці працівників суб'єктів бізнесу необхідно виявляти резерви для втілення їх при плануванні організаційно-технічних заходів для збільшення продуктивності праці, для нарощення обсягів

виробництва продукції ТОВ «Хмельницькхліб» при мінімальних трудових витратах.

Результати розрахунків, які представлені в таблиці 2.6 свідчать про те, що продуктивність праці робітників та відповідно усіх працівників ТОВ «Хмельницькхліб» у 2021 р. зростає відносно її рівня у 2020 р.

Таблиця 2.6 – Динаміка продуктивності праці ТОВ «Хмельницькхліб»

Показник	Значення показників по роках			Відхилення, (+,-)	
	2020	2021	2022	2021-2020	2022-2021
1. Чистий дохід від реалізації продукції, робіт та послуг, тис грн	271106	425363	394432	154257	-30931
2. Середньооблікова чисельність, осіб	326	312	306	-14	-6
- працівників					
- робітників	244	235	230	-9	-5
3. Відпрацьовано одним працівником за рік, днів	251	250	257	-1	7
4. Тривалість робочого дня, годин	8	8	8	-	-
5. Загальна кількість відпрацьованого часу за рік працівниками:					
- людино-днів	81826	78000	78642	-3826	642
- людино-годин	654608	624000	629136	-30606	5136
6. Середньорічний виробіток, тис грн/особу:					
- одного працівника	831,61	1363,34	1288,99	531,73	-74,35
- одного робітника	1111,09	1810,05	1714,92	698,96	-95,13
7. Середньоденний виробіток, грн/особу					
- одного працівника	3313,20	5453,37	5015,53	2140,17	-437,84
- одного робітника	4426,65	7240,22	6672,84	2813,57	-567,38
8. Середньогодинний виробіток, грн/особу					
- одного працівника	414,15	681,67	626,94	267,52	-54,73
- одного робітника	553,33	905,03	834,10	351,7	-70,93

У 2022 р. бачимо, що середньогодинний виробіток одного робітника ТОВ «Хмельницькхліб» зменшився на 70,93 грн (одного працівника – на 54,73 грн). Середньоденний виробіток одного робітника ТОВ «Хмельницькхліб» скоротився у 2022 р. на 567,38 грн (одного працівника – на 437,84 грн). І в цілому у 2022 р. по ТОВ «Хмельницькхліб» відзначаємо скорочення виробітку на одного робітника в еквіваленті 95,13 тис грн (на одного працівника – 74,35 тис грн).

Такі результати в основному обумовлені тим, що з початком війни доходи від реалізації продукції підприємства не зростали по причині, зокрема, не підняття цін на хлібобулочні вироби, адже діяльність ТОВ «Хмельницькхліб» відноситься до соціально значимих виробництв.

Зниження трудомісткості виробництва та реалізації продукції ТОВ «Хмельницькхліб» можна забезпечити за рахунок впровадження у виробництво досягнень нінноваційних рішень, науково-технічного прогресу, застосування більш прогресивної техніки та технології і т.п. Також важливо раціонально використовувати робочий час, не допускати простоїв, ліквідувати необґрунтовані витрати робочого часу.

Важливим у проведенні аналізу трудових ресурсів ТОВ «Хмельницькхліб» є також аналіз фонду заробітної плати працівників підприємства, а також розмірів та динаміки середньої заробітної плати працівників підприємства.

Динаміка фонду оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб», розрахунки середньорічної та середньомісячної заробітної плати представлена в таблиці 2.7.

Як бачимо з даних таблиці 2.7, динаміка фонду оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб» є позитивною, також відзначаємо зростання середньомісячної заробітної плати працівників підприємства у 2021 р. на 26,52 % та на 5,07 % відносно попередніх років. Проте, відзначаємо відносно низькі абсолютні розміри оплати праці, по суті «заморжені» рівні заробітних плат у 2022 р.

Таблиця 2.7 – Оплата праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб»

Показник	Значення показників по роках			Динаміка, %	
	2020	2021	2022		
1. Фонд заробітної плати працівників, тис грн	21044	25481	26257	121,08	103,05
2. Середньооблікова чисельність працівників, осіб	326	312	306	95,7	98,08
3. Середньорічна заробітна плата одного працівника, грн	64552,08	81668,84	85807,08	126,52	105,07
4. Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн	5379,34	6805,82	7150,59	126,52	105,07

Підвищення ефективності використання кадрів будь-якого суб'єкта бізнесу досягається в результаті застосування передових форм організації і оплати праці, підвищення кваліфікації робітників, розвитку соціальної сфери і т. п.

В цілому потрібно відзначити про позитивну динаміку продуктивності праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб» та середньомісячної заробітної плати у 2021 р., але зниження продуктивності праці у 2022 р. та навіть випередження росту заробітної плати працівників підприємства, що суперечить ефективним принципам ведення господарської діяльності. Проте, відзначаємо відносно низькі абсолютні розміри оплати праці, по суті «заморжені» рівні заробітних плат у 2022 р. Зважаючи на розмір оплати праці працівників ТОВ «Хмельницькхліб», її потрібно підвищувати.

## 2.4 Аналіз операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб»

Від рівня витрат ТОВ «Хмельницькхліб» залежать фінансові результати його діяльності, темпи розширеного відтворення, фінансовий стан підприємства. Елементи операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб» представимо у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Елементи операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб» та їх динаміка

Елементи витрат	Значення показника по роках, тис грн			Динаміка, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Матеріальні витрати	161043	322176	231691	200,06	71,91
Витрати на оплату праці	21044	25481	26257	121,08	103,05
Відрахування на соціальні заходи	4371	4795	5004	109,7	104,36
Амортизація	1075	2235	2929	207,9	131,05
Інші операційні витрати	41794	91366	113828	218,61	124,58
Разом	229327	446053	379709	194,5	85,13

Дані таблиці 2.8 свідчать, що за усіма складовими елементами операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб» маємо позитивну динаміку, за знятком матеріальних витрат у 2022 р., які скоротилися відносно їх рівня у 2021 р. Витрати на оплату праці працівників підприємства та відповідно відрахування на соціальні заходи суттєво не зростали впродовж років дослідження. Сума амортизації у 2021 р. суттєво зростла, у два рази відносно попереднього періоду. У 2022 р. розмір амортизаційних відрахувань зріс на 31,05 % відносно рівня 2021 р. На високому рівні у ТОВ «Хмельницькхліб» є операційні витрати, які суттєво зросли у 2021 р. (більше ніж у два рази відносно їх рівня у 2020 р.), у 2022 р. операційні витрати зросли на 24,58 % відносно

рівня 2021 р.

Розрахунки структури елементів операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб» відображені таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Склад та структура операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб»

Елементи витрат	Значення показника по роках, тис грн			Структура витрат, %		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Матеріальні витрати	161043	322176	231691	70,22	72,23	61,02
Витрати на оплату праці	21044	25481	26257	9,18	5,71	6,92
Відрахування на соціальні заходи	4371	4795	5004	1,91	1,07	1,32
Амортизація основних фондів	1075	2235	2929	0,47	0,50	0,77
Інші операційні витрати	41794	91366	113828	18,22	20,48	29,98
Разом	229327	446053	379709	100	100	100

Аналізуючи дані таблиці 2.9 бачимо, що матеріальні витрати займають найбільшу частку у структурі операційних витрат ТОВ «Хмельницькхліб», до того ж, у 2021 р. їх рівень зріс до 72,23 % (у 2020 р. становив 70,22 %), у 2022 р. зменшився до рівня 61,02 %.

Витрати на оплату праці працівників підприємства за досліджуваний період зменшились у 2021 р. до рівня 5,71 % відносно частки 9,18 % у 2020 р. У 2022 р. витрати на оплату праці у структурі операційних витрат становили 6,92 %.

Частка амортизаційних відрахувань є незначною, у 2020 р. – 0,47 %; у 2021 р. зросла до 0,50 %, у 2022 р. – 0,77 %.

Зросла у структурі операційних витрат частка інших операційних витрат – більше 20 % (20,48 % у 2021 р., 29,98 % – у 2022 р.).

Аналіз витрат має дуже велике значення, адже дає можливість з'ясувати зони втрат, підвищити ефективність діяльності підприємства та вийти на вищий

рівень прибутковості для реалізації програм модернізації та для фінансування соціально орієнтованих програм.

## 2.5 Фінансовий аналіз діяльності ТОВ «Хмельницькхліб»

Кінцевий результат роботи ТОВ «Хмельницькхліб» оцінюється рівнем ефективності – обсягом одержаного прибутку. Прибуток – один з основних показників ефективності роботи підприємства.

Обов'язковою умовою для одержання прибутку ТОВ «Хмельницькхліб» від ділової активності в умовах ринку є ефективне його функціонування, яке багато в чому залежить від того, якою мірою забезпечена фінансова віддача авансових коштів та наскільки досягнутий рівень прибутковості створює економічне стимулювання подальшої діяльності.

Фінансові результати ТОВ «Хмельницькхліб» наведені в таблиці 2.10.

Аналізуючи дані таблиці 2.10 бачимо, що валовий прибуток протягом років дослідження спочатку зменшується (у 2021 р. він зменшився на 13997 тис грн відносно базового 2020 р.). У 2022 р. валовий прибуток ТОВ «Хмельницькхліб» зріс на 43462 тис грн відносно його рівня у 2021 р.

У 2021 р. адміністративні витрати ТОВ «Хмельницькхліб» зменшились на 17165 тис грн відносно базового 2020 р, але витрати на збут збільшились на 3248 тис грн. У 2022 р. приріст адміністративних витрат становив 91154 тис грн, витрат на збут – 5276 тис грн відносно їх рівня у 2021 р. Суттєвий приріст був інших операційних витрат у 2021 р..

Таким чином, ТОВ «Хмельницькхліб» мало у 2020 р. фінансовий результат від операційної діяльності на рівні 2503 тис грн, у 2021 р. він знизився на 1449 тис грн і склав 1054 тис грн, а в 2022 р. при зростанні на 4053 тис грн відносно попереднього 2021 р. його розмір становив 5107 тис грн.

Таблиця 2.10 – Формування прибутку підприємства

Показник	Значення показника по роках, тис грн			Відхилення, (+,-)	
	2020	2021	2022	2021-2020	2022-2021
Чистий дохід від реалізації продукції	271106	425363	394432	154257	-30931
Собівартість реалізованої продукції	217231	385485	311092	168254	-74393
Валовий прибуток	53875	39878	83340	-13997	43462
Інші операційні доходи	5319	30878	58467	25559	27589
Адміністративні витрати	23464	6299	97453	-17165	91154
Витрати на збут	23722	26970	37246	3248	5276
Інші операційні витрати	9505	42794	2001	33289	-40793
Фінансовий результат від операційної діяльності	2503	1054	5107	-1449	4053
Інші доходи	-	-	-	-	-
Фінансові витрати	-	258	-	-	-
Інші витрати	14	4	-	-10	-
Фінансовий результат до оподаткування	2489	792	5107	-1697	4315
Чистий фінансовий результат (прибуток)	2049	661	5107	-1388	4446

Динаміку чистого прибутку ТОВ «Хмельницькхліб» проілюстровано на рисунку 2.9.

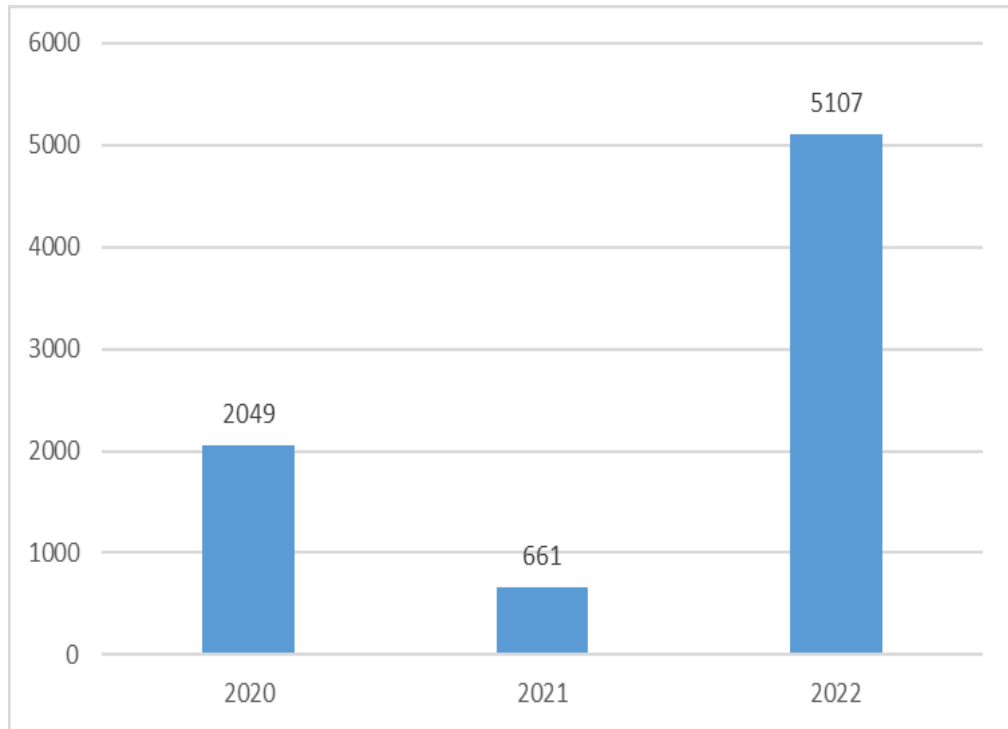


Рисунок 2.9 – Чистий прибуток ТОВ «Хмельницькхліб», тис грн

Важливою умовою діяльності ТОВ «Хмельницькхліб» є його стабільний фінансовий стан від якого залежить своєчасність і повнота погашення зобов'язань суб'єкта господарської діяльності щодо оплати праці, розрахунків з постачальниками, банками тощо.

Проаналізуємо активи ТОВ «Хмельницькхліб» та їх структуру (таблиця 2.11). Пасиви ТОВ «Хмельницькхліб» відображено у таблиці 2.12.

Таблиця 2.11 – Структура активу балансу ТОВ «Хмельницькхліб» у 2022 р.

Актив	Балансова вартість, тис грн			Структура, % до балансу		
	на початок року	на кінець року	відхилення, (+,-)	на початок року	на кінець року	відхилення, (+,-)
<b>I Необоротні активи</b>	<b>9372</b>	<b>14268</b>	<b>4896</b>	<b>2,51</b>	<b>2,88</b>	<b>0,37</b>
Нематеріальні активи	-	-	-	-	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	24	21	-3	0,25	0,15	-0,1
Основні засоби	9348	14247	4899	99,75	99,85	0,1
<b>II Оборотні активи</b>	<b>363808</b>	<b>480918</b>	<b>117110</b>	<b>97,49</b>	<b>97,12</b>	<b>-0,37</b>
Запаси	62295	8290	-54005	17,12	1,72	-15,4
Виробничі запаси	62210	8086	-54124	17,10	1,68	-15,41
Готова продукція	85	200	115	0,02	0,04	0,02
Товари	-	4	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	183156	314402	131246	50,34	65,37	15,03
Дебіторська заборгованість за виданими авансами	-	1292	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	-	2207	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	75320	88481	13161	20,70	18,39	-2,31
Гроші та їх еквіваленти	1768	29936	28168	0,48	6,22	5,74
Витрати майбутніх періодів	22	1	-21	-	-	-
Інші оборотні активи	41247	36309	-4938	11,34	7,55	-3,79
<b>III Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>373180</b>	<b>495186</b>	<b>122006</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

У структурі активів ТОВ «Хмельницькхліб» на кінець 2022 р. відзначаємо, що оборотні активи становлять 97,12 %, решта – 2,88 % становлять необоротні активи. Тобто, лівовою часткою підприємства є оборотні активи.

У структурі необоротних активів 99,85 % складають основні засоби і лише 0,15 % є незавершеними капітальними інвестиціями.

Аналізуючи активи 2-го розділу бачимо, що найбільшу частку у їх структурі на кінець 2022 р. займає дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – 65,37 %. Також суттєвою у структурі активів ТОВ «Хмельницькхліб» є частка іншої поточної дебіторської заборгованості, на кінець 2022 р. вона складає 18,39 %. Гроші та їх еквіваленти ТОВ «Хмельницькхліб» у структурі активів на кінець 2022 р. зросли до рівня 6,22 % відносно їх частки 0,48 % на початок року, а частка інших оборотних активів дещо скоротилася (до 7,55 % на кінець року відносно 11,34 % на початок року).

Таблиця 2.12 – Пасив балансу ТОВ «Хмельницькхліб» у 2022 р.

Пасив	Балансова вартість, тис грн		
	на початок року	на кінець року	відхилення, (+,-)
<b>I Власний капітал</b>	<b>-8390</b>	<b>-3283</b>	<b>-5107</b>
Зареєстрований пайовий капітал	110	110	
<i>Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)</i>	<i>8500</i>	<i>3393</i>	
<b>II Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>	-	-	-
<b>III Поточні зобов'язання і забезпечення</b>	<b>381570</b>	<b>498469</b>	<b>116899</b>
Поточна кредиторська заборгованість за:	148409	174867	26458
- товари, роботи, послуги			
- розрахунки з бюджетом	450	370	-80
- розрахунки зі страхування	306	301	-5
- розрахунки з оплати праці	1207	1206	-1
Поточні забезпечення	2243	2035	-208
Доходи майбутніх періодів	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	228955	31920	-197035
<b>IV Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами</b>	-	-	-
<b>Баланс</b>	<b>373180</b>	<b>495186</b>	<b>122006</b>

Аналізуючи пасиви ТОВ «Хмельницькхліб», які представлені у таблиці 2.12, насамперед зазначаємо про наявність нерозподіленого прибутку, тобто є непокритий збиток

Нижче представимо розрахунки структури поточних зобов'язань і забезпечень (таблиця 2.13).

Таблиця 2.13 – Структура пасиву поточних зобов'язань і забезпечення балансу ТОВ «Хмельницькхліб» у 2022 р.

Поточні зобов'язання і забезпечення	Балансова вартість, тис грн			Структура, %		
	на початок року	на кінець року	відхилення, (+,-)	на початок року	на кінець року	відхилення, (+,-)
Поточна кредиторська заборгованість за: - товари, роботи, послуги	148409	174867	26458	38,89	35,08	-3,81
- розрахунки з бюджетом	450	370	-80	0,12	0,07	-0,04
- розрахунки зі страхування	306	301	-5	0,08	0,06	-0,2
- розрахунки з оплати праці	1207	1206	-1	0,32	0,24	-0,07
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	-	287770	-	-	57,73	-
Поточні забезпечення	2243	2035	-208	0,59	0,41	-0,18
Доходи майбутніх періодів	-	-	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	228955	31920	-197035	60,00	6,40	-53,60
<b>Разом</b>	<b>381570</b>	<b>498469</b>	<b>116899</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

За результатами розрахунків відзначаємо суттєві зміни щодо інших поточних зобов'язань ТОВ «Хмельницькхліб», які на початок 2022 р. склали 60 % пасивів 3-го розділу балансу, а на кінець року лише 6,0 %.

Також бачимо, що ТОВ «Хмельницькхліб» на кінець 2022 р. має поточну

кредиторську заборгованість за одержаними авансами (ці пасиви склали 57,73 % в структурі пасивів 3-го розділу балансу).

Щодо поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги у структурі пасивів 3-го розділу балансу ТОВ «Хмельницькхліб», то їх частка приблизно на тому ж рівні (38,89 % та 35,08 % на початок і на кінець 2022 р. відповідно).

### 3 РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ХМЕЛЬНИЦЬКХЛІБ»

#### 3.1 Модель забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб»

Одним із важливих секторів економіки України у формуванні продовольчої та соціальної безпеки держави є харчова промисловість. Відзначаємо, що ТОВ «Хмельницькхліб» є соціально відповідальним бізнесом, що проявляється насамперед у виробництві соціальних сортів хліба.

Розвиток соціально відповідального бізнесу ТОВ «Хмельницькхліб» значно залежить від його економічної ефективності. За результатами аналізу ТОВ «Хмельницькхліб» відзначаємо низький рівень рентабельності, що не дає резервів ще наростити види соціальної діяльності, реалізовувати додаткові соціальні заходи, а навпаки, примушує скорочувати зайнятість, не підмімати заробітну плату працівникам, економити на соціальних витратах.

Проте, все ж зазначаємо, що ТОВ «Хмельницькхліб» здійснює соціальну взаємодію, яка реалізується:

- через відносини ТОВ «Хмельницькхліб» з місцевими громадами;
- через трудові відносини з працівниками підприємства, які попри не високі заробітні плати згуртовано працюють і розуміють соціальну значимість їх діяльності;
- через вплив на навколишнє середовище шляхом різного роду взаємодії із органами місцевої влади, із постачальниками, із споживачами тощо;
- через корпоративного управління соціальними процесами у колективі.

Можуть бути різні прояви соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб». І ці різні аспекти доцільно реалізовувати ТОВ «Хмельницькхліб» для забезпечення економічного зростання через

впровадження інновацій, через соціально етичний маркетинг, через проведення спеціальних акцій і заходів, направлених на соціальну відповідальність.

Основними соціальними заходами ТОВ «Хмельницькхліб» можуть бути:

- впровадження соціальних програм на підприємстві з метою поліпшення умов праці;
- навчання / підвищення кваліфікації / розвиток персоналу ТОВ «Хмельницькхліб»;
- реалізація політики соціально етичної взаємодії із споживачами;
- участь ТОВ «Хмельницькхліб» у регіональних програмах соціального розвитку тощо.

Найпопулярнішим (зрозумілим для загалу) аспектом соціальної відповідальності бізнесу виступає благодійна діяльність і участь у реалізації регіональних соціальних програм. І таку благородні справи на сьогодні в умовах війни здійснюють як суб'єкти бізнесу, так і більшість громадян України (через донати на ЗСУ).

Соціальна відповідальність є об'єктивною потребою суспільства, підприємств, громадян.

Представимо головні форми соціалізації бізнесу ТОВ «Хмельницькхліб», які можуть проявлятися через:

- забезпечення у повній мірі трудових прав працівників ТОВ «Хмельницькхліб»;
- дотримання прав працівників на робочому місці, вдосконалення умов праці;
- сприяння кар'єрному росту працівників ТОВ «Хмельницькхліб», програми навчання та розвитку;
- підвищення оплати праці, виплата та премій працівникам;
- мотивацію працівників до ефективної діяльності;
- допомогу у вирішенні проблем, надання можливостей для відпочинку;
- організацію спортивних та культурних заходів;

- вироблення політики соціальної відповідальності та відповідних процедур (створення внутрішнього етичного кодексу, інструментів реалізації заходів, соціальних стандартів управління);
- дотримання стандартів якості продукції;
- екологічно відповідальну діяльність;
- реалізацію принципів чесного ведення бізнесу; прозора діяльності та звітність.

Зрозуміло, що для реалізації соціальних проєктів та заходів необхідні фінансові ресурси. Тому важливими є фінансово-економічні процеси. Один із варіантів цього процесу подано на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1 – Процес фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності, складено на основі [14].

Першим етапом у системі фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб» повинен бути пошук джерел інвестування.

Механізми інвестування повинні бути зорієнтовані на впровадження інновацій, адже використання ресурсозбережних технологій ТОВ «Хмельницькхліб» дасть змогу зменшити витрати підприємства та приведе до економії ресурсів. Отримання доданої вартості ТОВ «Хмельницькхліб» стане основою для реалізації у подальшому соціальних проєктів.

Можна розглянути й інші варіанти процесів фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності. Наприклад, через державно-приватне партнерство.

Управління діяльністю підприємства є складним процесом. Задля його ефективної реалізації необхідним є зважена побудова системи управління та реалізація його механізму. В свою чергу, функціональність системи управління значною мірою обумовлюється здатністю керівництва застосовувати управлінські підходи та виконувати покладені функції з урахуванням набору визначених принципів.

Модель управління соціальною відповідальністю бізнесом є складовою загальної системи управління ТОВ «Хмельницькхліб».

У процесі управління діяльністю ТОВ «Хмельницькхліб» пропонуємо реалізовувати такі управлінські підходи: процесний; системний; ситуаційний.

Серед принципів управління діяльністю ТОВ «Хмельницькхліб» необхідно реалізовувати такі: науковість, системність, безперервність, єдність, оптимальність, ефективність, цілісність, структурованість, конструктивність, етапність, гнучкість, законність, емерджентність.

Надзвичайно важливими є функції управління (планування, прогнозування, організація, аналіз, мотивація, контроль, регулювання), які необхідно ефективно реалізовувати. На основі зазначеного представимо на рисунку 3.2 модель управління соціальною відповідальністю підприємства, яку доцільно реалізовувати як складову загальної системи управління ТОВ «Хмельницькхліб».



Рисунок 3.2 – Модель управління соціальною відповідальністю ТОВ «Хмельницькхліб», складено автором.

### 3.2 Вдосконалення умов праці як складової соціально відповідального бізнесу

Важливим складовим елементом соціальної відповідальності бізнесу є умови праці. Умови праці впливають на підвищення продуктивності праці працівників будь-якого, а подекуди умови виробництва, зберігання сировини є визначальними у виробничому процесі.

На прикладі одного із приміщень ТОВ «Хмельницькхліб» визначимо умови щодо освітленості, вентиляції та заходи щодо поліпшення умов праці працівників.

Загальна площа приміщення становить  $50 \text{ м}^2$ ; висота – 3 м, приміщення має чотири вікна.

Кількість працюючих у приміщенні – 10 осіб.

Отже, на одного працюючого в приміщенні припадає:  $50:10 = 5 \text{ (м}^2\text{/особу)}$  робочої площі. Згідно стандартів на кожного працюючого повинно припадати не менше  $4 \text{ (м}^2\text{/особу)}$  робочої площі. Висота приміщення – не менше 2,5 м. Отже, нормативи розмірів та забезпечення працюючих робочою площею дотримано.

За безпекою ураження електричним струмом дане приміщення належить до приміщень, у якому немає підвищеної небезпеки ураження електричним струмом працюючих.

Для проведення розрахунків спираємося на дані про приміщення, план якого наведений на рисунку 3.3.

Для аналізу достатності природного освітлення представляємо план розміщення для розрахунків (рисунок 3.4).

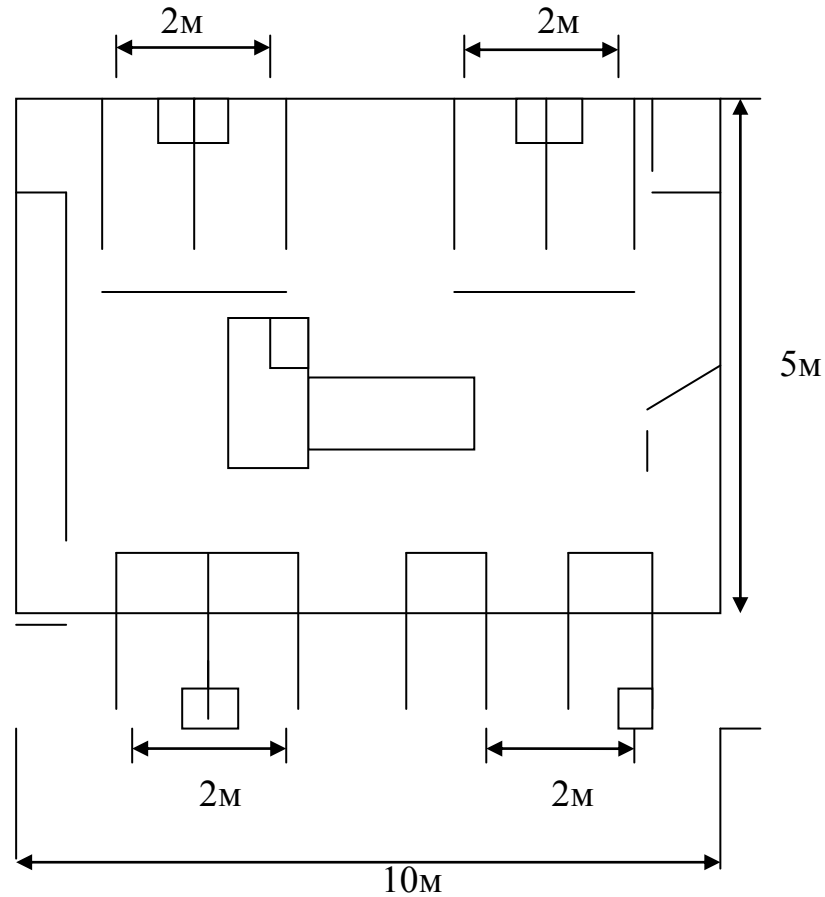


Рисунок 3.3 – План приміщення

Нормоване значення коефіцієнта природного освітлення (КПО) для четвертого світлового поясу, в якому розташована Україна ( $e_{\text{н}}^{\text{IV}}$ ), визначається за формулою:

$$e_{\text{н}}^{\text{IV}} = e_{\text{н}}^{\text{III}} \times m \times c \quad (3.1)$$

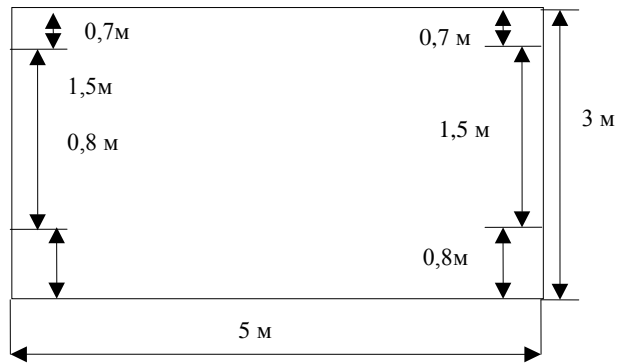
де,  $e_{\text{н}}^{\text{III}}$  – нормоване значення КПО для III світлового поясу ( $e_{\text{н}}^{\text{III}} = 1,5 \%$ ) згідно з СНП II – 4 – 79 );

$m$  – коефіцієнт світлового клімату (для України  $m = 0,9$  );

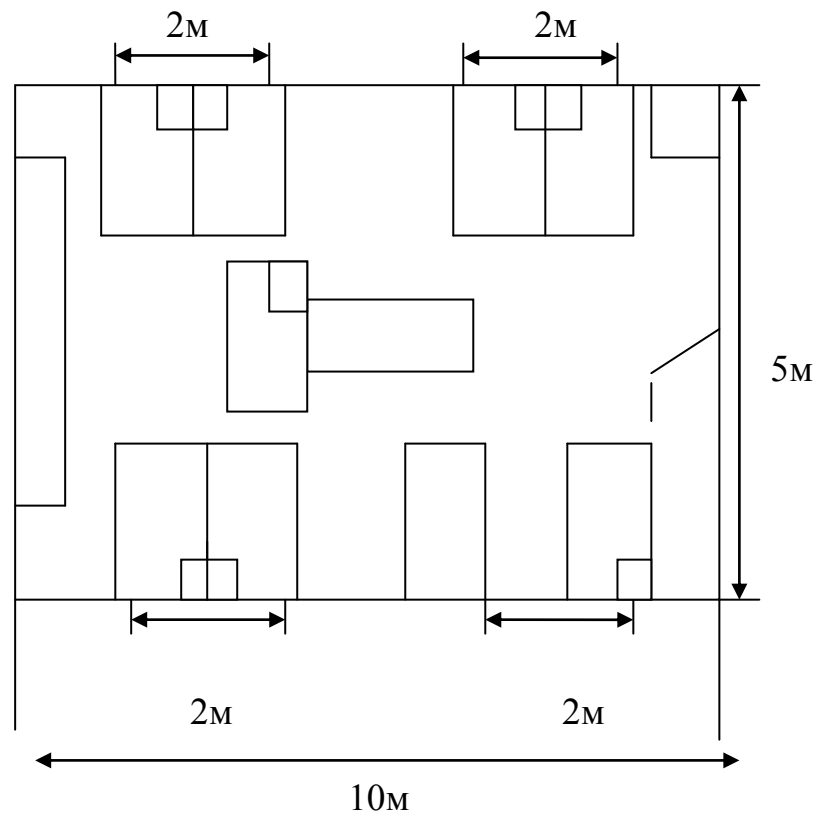
$c$  – коефіцієнт сонячності (оскільки вікна розташовані на південний-схід, то  $c = 1$  ).

Отже,

$$e_{\text{H}}^{\text{IV}} = 1,5 * 0,9 * 1 = 1,35\%$$



а) вигляд збоку



б) вигляд зверху

Рисунок 3.4 – Схема приміщення для розрахунку природного освітлення

Для визначення достатності природного освітлення потрібно розрахувати фактичне значення КПО, використовуючи формулу:

$$e_{\phi} = \frac{100 \times S_B \times \tau_3 \times r_1}{S_h \times \eta_B \times K_3 \times K_{\text{буд}}}, \quad (3.2)$$

$S_B$  – площа всіх вікон у приміщенні,  $\text{м}^2$ ;

$S_h$  – площа підлоги приміщення,  $\text{м}^2$ ;

$\tau_3$  – загальний коефіцієнт світлопроникності віконного прорізу, беремо  $\tau_3 = 0,4$ ;

$r_1$  – коефіцієнт, який враховує відбиття світла від внутрішніх поверхонь приміщення;

$\eta_B$  – світлова характеристика вікна;

$K_{\text{буд}}$  – коефіцієнт, що враховує затемнення вікон іншими будинками ( $K_{\text{буд}} = 1$ );

$K_3$  – коефіцієнт запасу ( $K_3 = 1,4$ ).

$$S_B = 2 * 1,5 * 4 = 12 \text{ м}^2.$$

$$S_h = 5 * 10 = 50 \text{ м}^2.$$

Для розрахунку коефіцієнта  $r_1$  розраховуємо необхідні параметри:

1) відношення глибини приміщення до висоти від рівня умовної робочої поверхні до верху вікна:  $5/1,5 = 3,3$ ;

2) відношення відстані до розрахункової точки від зовнішньої стіни до глибини приміщення:  $4/4,5 = 0,9$ ;

3) середньозважений коефіцієнт відбиття  $\rho$  стелі, стін, підлоги:

$$\rho_{\text{сз}} = 0,4;$$

4) відношення довжини приміщення до його глибини:  $10/5 = 2$ .

Виходячи із розрахунків, із таблиці значень коефіцієнта  $r_1$  при боковому однобічному освітленні визначаємо значення коефіцієнта, який враховує відбиття світла від внутрішніх поверхонь приміщення, за допомогою формули екстраполяції:

$$y(x) = y_i + \frac{y_{i+1} - y_i}{x_{i+1} - x_i} \times (x_{i+1} - x), \quad (3.3)$$

де

$y_i$  – значення функції при  $i$ -ому аргументі;

$y_{i+1}$  – значення функції при  $(i+1)$ -ому аргументі;

$y(x)$  – значення функції при заданому аргументі, що знаходиться між значеннями аргументів  $x_i$  та  $x_{i+1}$ ;

$x_i$  –  $i$ -те значення аргумента;

$x_{i+1}$  –  $(i+1)$ -те значення аргумента.

Звідси  $r_1$  дорівнюватиме:

$$r_1(2) = 2.45 + \frac{1.9 - 2.45}{2 - 1} (2 - 2) = 2.45$$

Для визначення коефіцієнта  $\eta_v$  потрібно скористатися таблицею значень світлової характеристики  $\eta_v$  світлових прорізів при боковому освітленні:

$$\eta_v(2) = 18 + \frac{15 - 18}{2 - 1} \times (2 - 2) = 18$$

$$\eta_v(2) = 21 + \frac{17 - 21}{2 - 1} \times (2 - 2) = 21$$

$$\eta_v(3,3) = 18 + \frac{21 - 18}{4 - 3} \times (4 - 3,3) = 20.1$$

$K_{\text{буд}} = 1$  (будинків напроти вікон немає).

$K_3 = 1,4$ .

Отже,

$$e_\phi = \frac{100 \times 12 \times 0,4 \times 2,45}{50 \times 20,1 \times 1,4 \times 1} = 0,835\%.$$

Оскільки фактичне значення природного освітлення менше нормованого ( $0,835 < 1,35$ ), то природне освітлення в приміщенні недостатнє і необхідні заходи щодо його поліпшення.

Існуюче штучне освітлення також є вкрай застарілим та неефективним, тому пропонуємо для освітлення приміщення застосувати люмінесцентні лампи

потужністю 80 Вт. Оскільки система освітлення – загальна, то нормоване значення освітленості повинне становити не менше 300 люкс (СНП П-4-79).

Схему розміщення світильників у приміщенні наведено на рисунку 3.5.

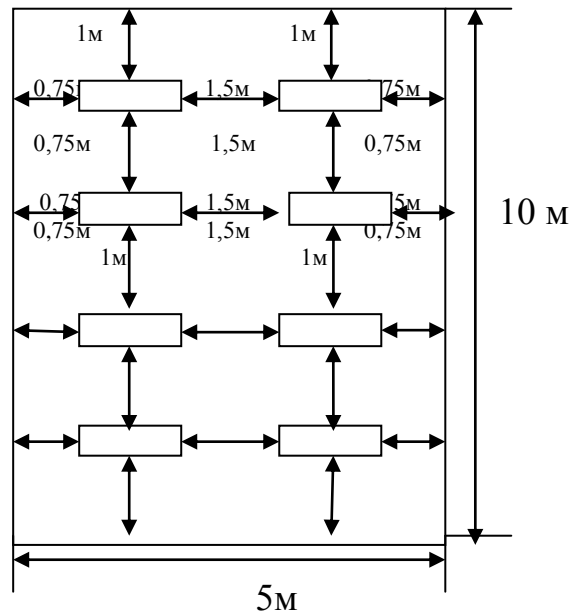


Рисунок 3.5 – Схема розміщення світильників

Розрахуємо фактичне значення освітлення ( $E_{\phi}$ ), враховуючи те, що потужність ламп – 80 Вт, кількість ламп у світильнику – 2 шт, таких світильників у приміщенні буде 8 шт.

Фактичне значення штучного освітлення ( $E_{\phi}$ ) розраховуємо за формулою:

$$E_{\phi} = \frac{F_{\text{л}} \times \eta_{\text{в}} \times N \times n}{S \times K \times Z}, \quad (3.4)$$

де  $F_{\text{л}}$  – світловий потік лампи, лм (для люмінесцентних ламп потужністю 80 Вт – 3440-4320 лм);

$\eta_{\text{в}}$  – коефіцієнт використання світлового потоку ( $\eta_{\text{в}} = 0,4 \div 0,6$ );

$N$  – кількість світильників, шт.;

$n$  – кількість ламп у світильнику, шт.;

$S$  – площа приміщення,  $m_2$ ;

$K$  – коефіцієнт запасу ( $K = 1,5 - 2$ );

$Z$  – коефіцієнт нерівномірності освітлення ( $Z = 1,1$ ).

Беремо:

$$F_{\text{л}} = \frac{3440 + 4320}{2} = 3880 \text{ (лм)} - \text{середнє значення}$$

$$\eta_{\text{в}} = (0,4 + 0,6)/2 = 0,5$$

$$N = 8 \text{ шт.}$$

$$n = 2 \text{ шт.}$$

$$S = 5 \cdot 10 = 50 \text{ м}^2.$$

$$K = (1,5 + 2)/2 = 1,75$$

$$Z = 1,1$$

$$E_{\phi} = \frac{3880 \times 0,5 \times 8 \times 2}{50 \times 1,75 \times 1,1} = 322,5 \text{ (люкс)}.$$

Таким чином, робимо висновок про те, що фактичне значення запропонованого штучного освітлення більше за нормативне ( $322,5 > 300$ ), а це свідчить про достатність запропонованого штучного освітлення в приміщенні.

Схема розрахунку природної вентиляції наведена на рисунку 3.6.

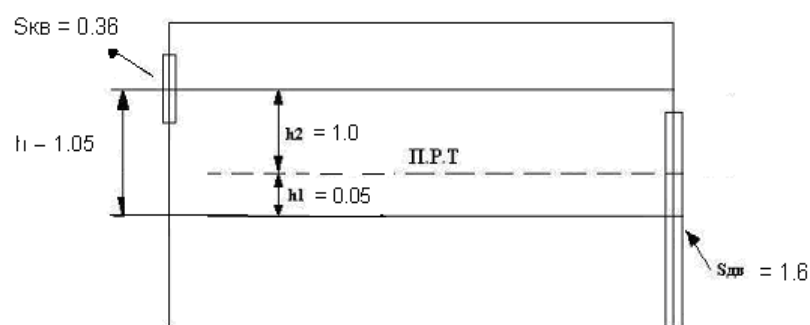


Рисунок 3.6 – Схема для розрахунку природної вентиляції

Розрахуємо об'єм приміщення:

$$V = 3 \cdot 5 \cdot 10 = 150 \text{ (м}^3\text{)}.$$

Розрахуємо об'єм, що припадає на одного працюючого:

$$V_1 = 150/10 = 15 \text{ (м}^3\text{/особу)}.$$

Оскільки згідно з СНП 2.09.04-87 об'єм приміщення, що припадає на одного працюючого, повинен становити 40 м<sup>3</sup>, що більше ніж фактичне значення даного показника – 15 (м<sup>3</sup>/особу), у приміщенні потрібно забезпечити повітрообмін не менше  $L_1 = 30 \text{ (м}^3\text{/год)}$  на кожного працюючого.

Розрахуємо необхідний повітрообмін  $L_n$ , м<sup>3</sup>/год за формулою:

$$L_n = L_1 \cdot n, \quad (3.5)$$

де  $n$  – найбільша можлива кількість працюючих у приміщенні.

$$L_n = 30 \cdot 6 = 180 \text{ (м}^3\text{/год)}.$$

Знайдемо фактичне значення повітрообміну приміщення, наведеного на рисунку 3.6, використовуючи формулу:

$$L_\phi = \mu \cdot F \cdot V \cdot 3600, \quad (3.6)$$

де  $\mu$  – коефіцієнт витрати повітря ( $\mu = 0,55$ );

$F$  – площа вентиляційного каналу ( $F = 0,3 \cdot 1,2 = 0,36 \text{ м}^2$ );

$V$  – швидкість виходу повітря через вентиляційний канал, м/с, яка розраховується за формулою:

$$V = \sqrt{\frac{2g \times H_2}{\gamma_c}}, \quad (3.7)$$

де  $g$  – прискорення вільного падіння ( $g = 9,8 \text{ (м/с}^2\text{)}$ );

$H_2$  – тепловий тиск, який розраховується за формулою:

$$H_2 = h_2^*(\gamma_3 - \gamma_c), \quad (3.8)$$

де  $\gamma_3$  та  $\gamma_c$  – відповідно об'ємна вага повітря ззовні приміщення та всередині його,  $\text{кг/м}^3$ .

Об'ємна вага повітря розраховується за формулою:

$$\gamma = 0,465 \times \frac{P_6}{T} \quad (3.9)$$

де  $P_6$  – барометричний тиск мм рт. ст. ( $P_6 = 750 \text{ мм рт. ст.}$ );

$T$  – температура повітря,

$K^0$  (для теплого періоду року у приміщенні  $t = 28^0\text{C}$ ,

$T = 310^0\text{K}$ , для холодного періоду року –  $t = 17^0\text{C}$ ,

$T = 290^0\text{K}$ ; ззовні приміщення для літа  $t = 24^0\text{C}$ ,

$T = 297^0\text{K}$ , для зими  $t = -11^0\text{C}$ ,

$T = 262^0\text{K}$  (СНП 2.04.05-91).

$$\gamma_{c(л)} = 0,465 \times \frac{750}{310} = 1,125$$

$$\gamma_{з(л)} = 0,465 \times \frac{750}{297} = 1,174$$

$$\gamma_{c(з)} = 0,465 \times \frac{750}{290} = 1,203$$

$$\gamma_{з(з)} = 0,465 \times \frac{750}{262} = 1,331.$$

Знайдемо  $h_2$  із співвідношень:

$$\begin{cases} h = h_1 + h_2 \\ \frac{h_1}{h_2} = \frac{S_{KB}^2}{S_{ДВ}^2} \end{cases} \quad (3.10)$$

$$h = 0.8 + 1.4 - 1 - 0.15 = 1.05 \text{ (м)}$$

$$S_{\text{КВ}}^2 = (0.36)^2 = 0.1296 \text{ (м}^2\text{)}$$

$$S_{\text{ДВ}}^2 = (2 * (1.6/2))^2 = 2.56 \text{ (м}^2\text{)}$$

Розв'яжемо систему:

$$\begin{cases} 1.05 = h_1 + h_2 \\ \frac{h_1}{h_2} = \frac{0.1296}{2.56} \end{cases} \implies \begin{cases} h_1 = 1.05 - h_2 \\ \frac{1.05 - h_2}{h_2} = 0.051 \end{cases} \implies \begin{cases} h_1 = 1.05 - h_2 \\ 1.05 - h_2 = 0.051 * h_2 \end{cases}$$

$$\implies \begin{cases} h_1 = 1.05 - h_2 \\ 1.05 = 1.051 * h_2 \end{cases} \implies \begin{cases} h_1 = 1.05 - 1 = 0.05 \\ h_2 = \frac{1.05}{1.051} \approx 1 \end{cases}$$

Звідси:

$$H_{2(\text{л})} = 1 * (1.174 - 1.125) = 0.049$$

$$H_{2(\text{з})} = 1 * (1.331 - 1.203) = 0.128$$

$$V_{\text{л}} = \sqrt{\frac{2 * 9.8 * 0.049}{1.125}} = 0.924 \text{ (м/с)}$$

$$V_{\text{з}} = \sqrt{\frac{2 * 9.8 * 0.128}{1.203}} = 1.444 \text{ (м/с)}$$

$$L_{\text{ф(л)}} = 0.55 * 0.36 * 0.924 * 3600 = 658.63 \text{ (м}^3\text{/Год)}$$

$$L_{\text{ф(з)}} = 0.55 * 0.36 * 1.444 * 3600 = 1029.28 \text{ (м}^3\text{/Год)}$$

Для оцінки умов праці у досліджуваному приміщенні необхідно порівняти фактичні значення параметрів мікроклімату з нормованими значеннями (таблиця 3.1):

- температури повітря,
- відносної вологості,
- швидкості переміщення повітря,
- інтенсивності теплового випромінювання за наявності його джерел у приміщенні з нормованими значеннями.

Таблиця 3.1 – Параметри освітленості та повітрообміну у приміщенні

Параметр	Значення параметра	
	фактичне	нормативне
1. Освітленість штучна впроваджена, (лк)	322,5	300
2. Значення коефіцієнта природного освітлення (%)	0,835	1,35
3. Температура повітря (°C):		
взимку	20	21-25
влітку	24	22-28
4. Відносна вологість повітря (%):		
взимку	65	< 75
влітку	55	< 60
5. Повітрообмін (м <sup>3</sup> /год)		
взимку	1029,28	180
влітку	658,63	180
6. Швидкість переміщення повітря, м/сек	0,051	< 0,2

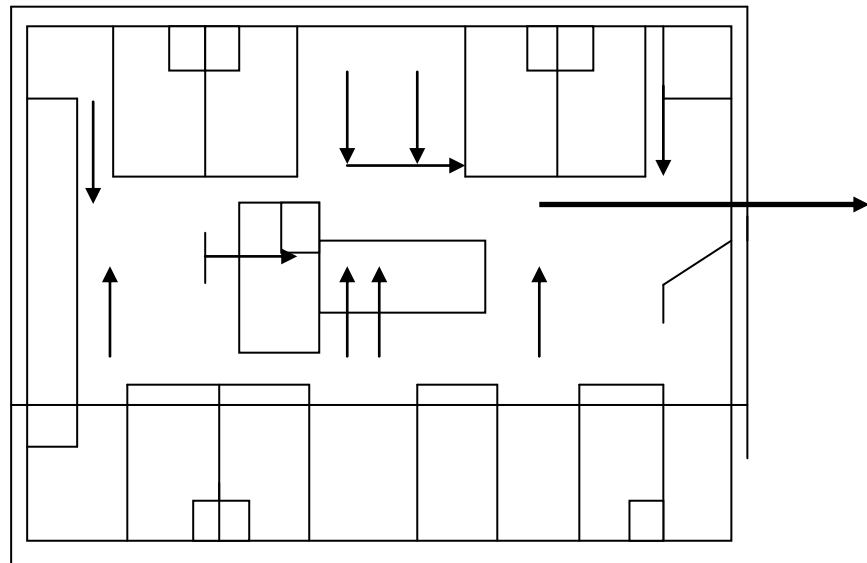
Приміщення за небезпекою виникнення пожежі належить до категорії В (пожежонебезпечні).

Можливими причинами пожежі можуть бути:

- коротке замикання в електричній мережі, що може спричинити загоряння;
- необережне поводження з вогнем;
- поширення вогню з сусідніх приміщень.

Попередити пожежу можна шляхом виконання правил безпечної поведінки із вогнем, усуненням можливості виникнення короткого замикання. У разі виникнення пожежі своєчасно та з мінімальними наслідками дають можливість загасити її наявні пожежна сигналізація та вогнегасники.

План евакуації працівників та матеріальних цінностей на випадок пожежі наведений на рисунку 3.7.



1 – досліджуване приміщення

→ шляхи евакуації

Рисунок 3.7 – План евакуації із приміщення

Оскільки фактичне значення повітрообміну значно перевищує нормативне значення як взимку, так і влітку, то природна вентиляція (аерація) неефективна. Тому для підвищення ефективності вентиляції в приміщенні необхідні додаткові заходи.

Для поліпшення умов праці в досліджуваному приміщенні ТОВ «Хмельницькхліб» можна покращити природне освітлення шляхом застосування матеріалів, що підвищують відбиття світла від внутрішніх поверхонь приміщення, а також встановленням люмінесцентних ламп потужністю 80 Вт. Можна також збільшити коефіцієнт запасу освітленості шляхом застосування сучасного скла, яке краще пропускає природне освітлення.

Таблиця 3.2 – Заходи щодо забезпечення соціальної відповідальності та підвищення ефективності діяльності ТОВ «Хмельницькхліб»

Захід	Методи здійснення заходів	Цілі, що досягаються	Очікуваний результат
<p>Модель забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб»</p>	<p>Застосування управлінських підходів, функцій, принципів</p>	<p>Забезпечення сталого розвитку ТОВ «Хмельницькхліб» через гармонійне досягнення результатів щодо економічної ефективності, соціально відповідальної та екологічно безпечної діяльності</p>	<p>Модель управління соціальною відповідальністю. Система заходів та засобів реалізації механізму управління</p>
<p>Вдосконалення умов праці як складової соціально відповідального бізнесу</p>	<p>Встановлення необхідного освітлення, заходи з покращення природного освітлення, заходи з покращення вентиляції на основі проведених розрахунків</p>	<p>Підвищення продуктивності праці, підвищення ефективності діяльності,</p>	<p>Реалізація соціально відповідальних заходів, кращі умови праці працівників підприємства, сприятливий клімат</p>

## ВИСНОВКИ

У теоретичному розділі магістерської роботи висвітлено сутність соціальної відповідальності бізнесу, охарактеризовано її види та чинники формування. Обґрунтовано сутність етичної відповідальності суб'єктів бізнесу, яка проявляється у різних формах, зокрема, через встановлення достойної вищої заробітної плати, дотримання етичних принципів у веденні бізнесу. Екологічна відповідальність може проявлятися також у різних формах, наприклад, у використанні альтернативних джерел енергії, у роботі з екологічно чистими матеріалами тощо. Філантропічна відповідальність означає служіння людству. Суб'єкти бізнесу здійснюють благодійні справи, жертвують час, фінансові ресурси тощо. Економічний аспект соціальної відповідальності бізнесу пов'язує досягнення балансу між бізнесом, екологічними питаннями та благодійністю.

Також обґрунтовано чинники формування соціальної відповідальності, такі як чинники дії та чинники забезпечення, відзначено напрями соціальної відповідальності провідних компаній світу, а також України. Обґрунтовано переваги впровадження програм соціальної відповідальності бізнесу для підприємств.

В аналітично-дослідницькому розділі магістерської роботи проведено аналіз діяльності суб'єктів бізнесу, що належать до класу діяльності 10.7.

Проаналізовано основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Хмельницькхліб», проведено трудових ресурсів, продуктивності праці, витрат; здійснено фінансовий аналіз діяльності підприємства. В цілому можемо відзначити, що ТОВ «Хмельницькхліб» суттєво збільшило дохід від реалізації продукції у 2021 р, але у 2022 р. дохід від реалізації продукції скоротився відносно попереднього періоду. Підприємство є низькорентабельним. У 2022 р. за показником прибутку від реалізації взагалі було збитковим, проте, завдяки

іншим операційним доходам вдавалося виходити в усі роки дослідження на чистий прибуток.

В проектно-рекомендаційному розділі магістерської роботи запропоновано рекомендації щодо забезпечення соціальної відповідальності та підвищення ефективності діяльності ТОВ «Хмельницькхліб»:

- розроблено модель забезпечення соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб». Обгрунтовано мету, встановлено об'єкт, суб'єкт та предмет управління, визначено принципи, функції управління, реалізація яких обумовить досягнення мети;

- обгрунтовано систему заходів щодо покращення умов праці як важливого елемента у системі соціальної відповідальності ТОВ «Хмельницькхліб». Для поліпшення умов праці запропоновано покращити природне освітлення шляхом застосування матеріалів, що підвищують відбиття світла від внутрішніх поверхонь приміщення, через збільшення коефіцієнта запасу освітленості шляхом застосування сучасного скла, яке краще пропускає природне освітлення та встановлення необхідних ламп. Також розраховано, що природна вентиляція (аерація) неефективна, тому для належного повітрообміну необхідна сучасна вентиляція.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. 2006. – К. – С. 18-26.
2. Бобко Л.О. Проблеми корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Л.О. Бобко., А.В. Мазяр // Ефективна економіка. – 2019 – № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
3. Бондарук Т.Г. Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу / Т. Г. Бондарук, І. С. Бондарук // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр. – 2020. – № 1-2. С. 57-64.
4. Воробей В.Г. Матриця умов доцільності розроблена компанією SustainAbility, а визначення факторів, важливих для країн ЦСЄ: [www.sustainability.com/developing-value/executive-summary](http://www.sustainability.com/developing-value/executive-summary)
5. Герасименко О. Соціальний облік та нефінансова звітність як інструмент реалізації соціальної відповідальності / О. Герасименко // Вісник Київського національного університету ім Тараса Шевченка. – 2012. – №137. – С. 39-43.
6. Диха М.В. Інвестиційно-інноваційна стратегія як взаємоузгоджена система розвитку економіки України / М.В. Диха // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 1 (39). – С. 27-32.
7. Диха М.В. Податкова свідомість під призмою суб'єктивної поведінки та законодавчо визначеного обов'язку / М.В. Диха // Формування податкової свідомості в Україні: зб. матеріалів круглого столу (19 травня 2017 р.). – Запоріжжя: КПУ. – 2017. – С. 38-41.
8. Дослідження бізнесу з корпоративної соціальної відповідальності в умовах пандемії / CSR Ukraine // Європейська Бізнес Асоціація. – 2020. URL:

<https://eba.com.ua/doslidzhennya-biznesu-z-korporatyvnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-v-umovah-pandemiyi/>

9. Затеїщикова О.О. Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу / О.О. Затеїщикова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – № 2 (53). – С. 189–194.

10. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/94>

11. Ігнат'єва І. Соціальна відповідальність бізнесу: практичний аспект в умовах біфуркації / І. Ігнат'єва, Т. Гавриленко, А. Сербенівська // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. – 2020. – С. 62-68.

12. Карпенко О.О. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств / О.О. Карпенко, Н.К. Мандзюк // Ефективна економіка. – 2018. – № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6219>.

13. Комарницький І.Ф.. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством. URL: <http://bukuniver>

14. Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства./ Н.Л Кусик, А.В Ковалевська // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 137-141.

15. Левицька С.О. Соціальний облік: методичний підхід та організаційне забезпечення / С.О Левицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – № 797. – С. 255-262. URL: <http://nbuv.gov.ua>

16. Мельник С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. – 2007. – №5. – С.72.

17. Мулик Т.О. Інтегрована звітність підприємства: стан та перспективи розвитку / Т.О Мулик // Ефективна економіка. – 2019. – №11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>

18. Кузьмін О.Є. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування / О.Є. Кузьмін, Н.С. Станасюк, О.З. Уголькова // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. – 2021 – № 2 (6). – С.57-63.

19. Офіційний сайт Опендатабот URL: <http://surl.li/oayvk>

20. Павликівська О.І. Управління соціально відповідальною діяльністю підприємств на основі концепції обліку та контролінгу (теорія, методологія, практика) / О. І. Павликівська. – Київ: ФОП Паляниця В. А., 2018. – 405 с.

21. Петрушенко Ю.Н. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності / Ю.Н. Петрушенко, О.В. Дудкін // Наукові праці ДонНТУ. Випуск 37-3. 25-30.

22. Правдюк Н.Л. Соціальні аспекти бухгалтерського обліку / Н.Л. Правдюк // Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. – №12. – С. 91-101.

23. Руденко О.В. Екологічна та облікова політики в управлінні промисловим підприємством / О.В. Руденко, О.М. Кондратюк // Ефективна економіка. – 2019. – №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7108>.

24. Селіверстова Л.С. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу / Л.С. Селіверстова, Н.В. Лосовська // Економіка та держава. 2019. – № 7. – С.13–16. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.7.13

25. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В.М.Гейця. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.

26. Станасюк Н.С. Тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності та методологічні аспекти її оцінювання / Н.С Станасюк, І.І Пасінович, В.М Мурза // Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. Київ: КиМУ. 2020. – Випуск 2 (12).– С. 31-43.

27. Статистична інформація. Державна служба статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua>

28. Стандарти ДСТУ. Технічний довідник стандартів. К. – 2018. – 350 с.
29. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: <http://svb.ua/national-csr-strategy>.
30. Тришин Є. «Маркетинг в Україні» «КСВ – корпоративна соціальна відповідальність» URL: <http://www.ua-marketing.com.ua>.
31. CAF America enables tax-effective response to the coronavirus pandemic // CAF. – 2020. – URL: <https://www.cafamerica.org/covid19response/>
32. Chastity Heyward (2020). Forbes Councils Member Forbes Business Council The Growing Importance Of Social Responsibility In Business. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=471b52162283>
33. Indeed Editorial Team (2021). What Is Social Responsibility? Types and Examples. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility>
34. Kanji G. K. Corporate social responsibility in a global economy / Gopal K. Kanji, Parvesh K. Chopra // Total Quality Management. – 2010. – Vol. 21(2). – P. 119-143. <https://doi.org/10.1080/14783360903549808>
35. Kayla O'Neill (2020). 16 CSR Facts You Need To Know. URL: <https://www.globalgiving.org/learn/listicle/csr-facts-you-need-to-know-2020>
36. Nafi Jannatun (2018). Different Types of Corporate Social Responsibility (CSR). URL: <https://www.transparenthands.org/different-types-of-corporate-social-responsibility-csr/>
37. Ondieki D.O. (2013). The relationship between corporate social responsibility practices and financial performance of firms in the commercial and services sector at the Nairobi securities exchange. Nairobi: A research project submitted in partial fulfillment for the requirement of the degree of master of business administration, university of Nairobi.
38. Pacific Oaks College publications. Breaking down the 4 types of corporate social responsibility. URL:

<https://www.pacificoaks.edu/voices/business/breaking-down-the-4-types-of-corporate-social-responsibility/>

39. S. Baum. Zeichnung: wikimedia. URL: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Logo\\_Begriffsklärung.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Logo_Begriffsklärung.png).

40. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics, Harvard business school online. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>

41. Telford Nicola (2021). A List Of Statistics That Demonstrate The Importance Of CSR. URL: <https://viewsforchange.com/list-statistics-demonstrate-importance-csr/>

42. Uniting Business to respond to COVID-19 outbreak. Official website of UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/news/4523-02-17-2020>.

## ДОДАТКИ