МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: «Управління підприємством поліграфічної галузі на засадах корпоративної соціальної відповідальності»
(назва теми)

Виконавець:
студентка факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Збиковська Наталія Олексіївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
_к.е.н., доцент_____
(науковий ступінь, вчене звання)
Москалюк Ганна Олександрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Науково доведено і практикою підтверджується, що для забезпечення сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність організацій є так само важливою, як і розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність та інноваційні проєкти. Сьогоднішні реалії вимагають впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах як інструменту соціально-економічного розвитку. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) може бути представлена як система цінностей, заходів та процесів, спрямованих на досягнення позитивного впливу діяльності компанії на економічну, екологічну та соціальну сфери в середині та поза організацією.

Хоча зараз корпоративна соціальна відповідальність в Україні є переважно меценатством, благодійністю та спонсорською допомогою, часто обумовленою фінансовими обмеженнями підприємств, необхідно усвідомити, що КСВ може стати способом розвитку працівників та задоволення потреб і очікувань клієнтів, партнерів, постачальників підприємства. Крім того, це може бути засобом для стратегічного розширення ринку збуту та підвищення купівельної спроможності наявних та потенційних споживачів через загальне зростання добробуту суспільства.

Важливі аспекти соціальної відповідальності бізнесу розглядалися у працях відомих науковців З. С. Варналія, В. Є. Воротіна, В. М. Гейця, О. В. Кужель, С. В. Мельника, Ю. Н. Петрушенка та багатьох інших. Попри широкий інтерес з боку наукової спільноти, на сьогодні багато питань досі не досліджено та не вивчено сповна, що й стало підставою для вибору тематики даного дослідження.

Корпоративна соціальна відповідальність стає все більш важливою для бізнесу, в тому числі і рекламних агентств. Це означає, що такі компанії повинні діяти не лише за для досягнення своїх комерційних цілей, але й мають звертати увагу на соціальні та екологічні аспекти своєї діяльності. На підприємстві система КСВ має ряд функцій, які допомагають сприяти економічному та соціальному розвитку різних зацікавлених сторін, таких як персонал на внутрішньому рівні, клієнти, партнери та влада на зовнішньому.

Актуальність та важливість обраної теми кваліфікаційної роботи обумовлені саме цими міркуваннями.

Мета дослідження – сформувати основні аспекти управління рекламним агентством на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Для реалізації поставленої мети необхідно виконати наступні *завдання*:

– дослідити сутність та особливості корпоративної соціальної відповідальності;

– проаналізувати міжнародні стандарти щодо корпоративної соціальної відповідальності;

– розглянути методи оцінки корпоративної соціальної відповідальності та порівняти їх;

– проаналізувати стан поліграфічної галузі, в якій веде свою діяльність ТОВ «МЕДІА-МАКС»;

– провести аналіз організаційно-економічної характеристики діяльності підприємства ТОВ «МЕДІА-МАКС».;

– оцінити стан та ефективність дотримання корпоративної соціальної відповідальності;

– розробити пропозиції щодо вдосконалення діяльності ТОВ «МЕДІА-МАКС» на засадах корпоративної соціальної відповідальності та оцінити їх вплив на підприємство.

Об'єктом дослідження є корпоративна соціальна відповідальність підприємства ТОВ «МЕДІА-МАКС».

Предметом дослідження є діяльність підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Розглядаються труднощі, що пов'язані із впровадженням соціальної відповідальності та можливості покращення такої діяльності. Досліджується вплив КСВ на підприємство та економічні результати, які можуть бути отримані при її впровадженні.

У даній роботі корпоративна соціальна відповідальність розглядається як відповідь на зростаючий попит суспільства на більш відповідальні, етичні, прозорі та гідні дії компанії, незалежно від її форми власності. Корпоративні стратегії не можуть стати реальністю без паралельної еволюції індивідуальної відповідальної поведінки, з власними передумовами та цінностями, які знаходять відображення у соціальній та економічній сферах. Попри те, що літературні джерела про споживчу поведінку правильно розглядають нові тенденції етичного споживання протягом останніх десятиліть, громадяни повинні нести відповідальність не лише за свій вибір покупки, але й за вплив, який їхні щоденні дії та рішення матимуть на економічну, соціальну та екологічну сфери.

*Методи дослідження***.** У цьому дослідженні було використано широкий спектр загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання. Були використані: метод аналогії для уточнення сутності поняття, метод аналізу для дослідження фінансового стану підприємства, метод синтезу для систематизації визначень понять, метод порівняння для зіставлення фактичних даних звітного періоду з попередніми роками і метод моделювання для прогнозування доходу.

Інформаційною базою для проведення даного дослідження було використано внутрішню документацію компанії ТОВ «МЕДІА-МАКС», а також баланси та звіти про фінансові результати за період з 2020 по 2022 роки.

У даному дослідженні наукова новизна полягає в розробці комплексу методичних та практичних рекомендацій щодо формування комплексної системи корпоративної соціальної відповідальності досліджуваного підприємства ТОВ «МЕДІА-МАКС».

Обсяг і структура роботи. Дана робота включає вступ, два розділи, висновки, перелік використаної літератури та додатки. Кваліфікаційна робота складається з 88 сторінок, 22 таблиць, 9 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти управління підприємством на засадах корпоративної соціальної відповідальності» проаналізовано основні

аспекти сутності корпоративної соціальної відповідальності, її принципи, переваги та особливості. Досліджено етапи розвитку КСВ у межах кожної компанії.

Було проаналізовано міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності, їхні особливості, моделі, характеристики та походження. Розглянути переваги та недоліки таких міжнародних стандартів, як: ISO 26000, SA 8000, AA 1000. Міжнародні організації, галузеві організації, а також індивідуальні підприємці визначають вимоги до поведінки ділових партнерів. Набори вимог є етичними, соціальними стандартами або кодексами, які стосуються в основному таких сфер, як: права людини, дотримання законодавства про працю, забезпечення охорони праці на робочому місці, сприяння охороні здоров'я на робочому місці, охорона навколишнього середовища, ділова етика.

Також розглянуто різні методи оцінки корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Звернено увагу на різницю між напрямками оцінки корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних науковців. Приділено увагу нефінансовій звітності, індексним методом оцінки КСВ, SPACE-аналізу.

У другому розділі «Система управління підприємством ТОВ «МЕДІА-МАКС на засадах корпоративної соціальної відповідальності та пропозицій щодо її покращення» було проаналізовано загальний стан поліграфічної галузі сьогодні, було розглянуто чинники, які найбільше впливають на галузь та розраховано їх зважену оцінку. Також зроблено загальну оцінку привабливості даної галузі.

Було представлено загальний опис компанії ТОВ «МЕДІА-МАКС» та її організаційної структури. Були проаналізовані основні економічні та фінансові показники підприємства, які дозволили зробити висновок про його ефективність та прибутковість. Компанія є фінансово стійкою, платоспроможною та незалежною. Крім того, був проведений стратегічний аналіз компанії, завдяки якому були визначені її сильні та слабкі сторони і основні конкурентні переваги. Були розглянуті загрози та можливості, які існують у діяльності ТОВ «МЕДІА-МАКС».

Виконано дослідження та оцінка стану соціальної відповідальності підприємства, що допомогло встановити оптимальну стратегію розвитку КСВ, а саме агресивну стратегію з фокусом на лідерстві у даній сфері. Зважаючи на це, підприємству було запропоновано розширити власний асортимент продукції завдяки розробці та реалізації інноваційної екологічно чистої продукції для дітей різних вікових категорій.

Також був розрахований економічний ефект від впровадження запропонованих заходів, що показало їх доцільність.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

У сучасних умовах господарювання, успішний бізнес повинен втілювати міжнародні стандарти та практики корпоративної соціальної відповідальності, оскільки сьогодні саме вони мають великий вплив на конкурентоспроможність та сталий розвиток підприємств в цілому.

Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) – це концепція, згідно з якою підприємства мають враховувати соціальні інтереси, захист навколишнього середовища та взаємини зі зацікавленими сторонами у своїй діяльності.

Відповідальність компанії включає відповідність економічним, правовим, моральним та дискреційним очікуванням.

Варто зазначити, що КСВ охоплює не лише відповідальність підприємства перед власними стейкхолдерами, але й відображає комплексну філософію бізнесу, що спрямована на досягнення сталого розвитку суспільства, збереження навколишнього середовища та підвищення рівня життя оточуючих.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було проведено детальний аналіз основних аспектів корпоративної соціальної відповідальності, включаючи її сутність, різні погляди на визначення терміну КСВ, принципи, переваги та особливості. Також було розглянуто етапи розвитку КСВ в межах компаній. Надалі, було проаналізовано міжнародні стандарти КСВ, їх особливості, моделі, характеристики та походження. Дані стандарти встановлюють вимоги до етичної та соціальної поведінки ділових партнерів в різних сферах діяльності,

Проаналізовано різні методи оцінки стану корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Було розглянуто методи які використовуються зарубіжними компаніями та вітчизняними підприємствами, асами оцінка не фінансової звітності та індексні методи оцінки корпоративної соціальної відповідальності.

Все це дозволило зробити висновок про важливість та необхідність впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-процеси підприємств.

У другому розділі було розглянуто сучасний стан поліграфічної галузі України. Було досліджено як зростала кількість поліграфічних підприємств за останні 5 років та місця їх зосередження. Оцінка факторів зовнішнього середовища даної галузі, а саме політичної, економічної, соціально-культурної та технологічної сфер показала, що поліграфічні підприємства в Україні стикаються зі значною кількістю загроз, які походять переважно від політичної та правової нестабільності та недостатнього розвитку економічної сфери країни. В цьому контексті автори дійшли висновку, що гнучкість та здатність підприємства швидко адаптуватися до змін у динамічному зовнішньому середовищі стають ключовими факторами успішної діяльності.

Проведений аналіз привабливості поліграфічної галузі за А. Дж. Томпсоном та А. Д. Стріклендом показав, дана галузь має середню привабливість. Було зазначено, що найвпливовішими показниками привабливості стали прогнозований темп зростання ринку та рівень попиту на поліграфічну продукцію. Однак, підприємствам також варто звернути увагу на загрози, які виникають у зв'язку з високим рівнем конкуренції і низькими бар'єрами входу в галузь.

Було надано загальний опис підприємства ТОВ «МЕДІА-МАКС», розглянуто основні види діяльності та організаційну структуру компанії.

Проведений аналіз фінансового стану вказує на ефективність та прибутковість підприємства. Не дивлячись на значне зниження доходу від реалізації продукції (на 53,9%), пов'язане з початком повномасштабної війни у 2022 році, компанії вдалося зберегти та навіть підвищити чистий прибуток на 8,6% або на 8,2 тис. грн. Було визначено, що підприємство є фінансово стійким та незалежним, має високий рівень платоспроможності. Загальним чином, аналіз

економічних показників показав, що підприємство є успішним та має тенденцію до позитивних змін у майбутньому.

Результати отримані внаслідок проведеного SWOT-аналізу показують, що підприємству варто звернути увагу на власну діяльність у сфері корпоративної соціальної відповідальності, а також на покращення обсягів реалізації власного підприємства завдяки впровадженню нових товарів, які відповідають політиці КСВ. Також необхідно розвивати маркетингову діяльність компанії для завоювання нових ринків збуту.

Завдяки проведеному дослідженню стану корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, було встановлено що наразі діяльність компанії у даній сфері є більше інтуїтивною та не чіткою. Здійснивши SPACE-аналіз для оцінки КСВ вдалося визначити оптимальну стратегію розвитку КСВ, а саме агресивну стратегію з фокусом на лідерстві у цій сфері.

У зв'язку з цим, підприємству було запропоновано розширити власний асортимент продукції завдяки розробці та реалізації інноваційної екологічної продукції для дітей різних вікових категорій, а саме для віку від 0 до 3 років, від 3 до 7 років та для дітей старше 7 років. Популярність даної продукції зумовлена тим, що батьки все більше починають перейматися питанням екологічної чистоти друкарської продукції, яку використовують їхні діти. Це пов'язано зі зростанням свідомості про екологічну проблематику та бажанням забезпечити здорове і безпечне середовище для своїх дітей.

Було встановлено, що необхідні інвестиційні витрати для реалізації даного проєкту складуть 648 тис. грн. Також нами був розрахований приблизний дохід від продажу такої поліграфічної продукції на 2024-2026 рр. В результаті розрахунків економічної ефективності запропонованих заходів було визначено, що NPV складатиме 128, 35 тис. грн., що свідчить про доцільність даного заходу. Індекс доходності даного проєкту становитиме 1,2, а інвестиції повністю окупляться через 2 роки та 6,6 місяців.

Такі результати вказують на значне покращення ефективності діяльності підприємства після впровадження нової екологічно чистої продукції. Зокрема, очікується збільшення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції на 321,8 тис. грн, а показник рентабельності збільшиться з 1,1% до 3,7%. Це свідчить про доцільність здійснення запропонованого проєкту з економічної точки зору.