

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту і логістики



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент
формування позитивного іміджу підприємства**

ШИФР КРБ. МІЛ.1.481-03.1.3

Здобувач Андрій ГУЦАЛО

Керівник д.е.н., проф. Ірина СЕДІКОВА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від _____ 2023 р., протокол № _____
Завідувач кафедри менеджменту і логістики _____ Ірина СЕДІКОВА
(підпис)

Одеса – 2023 р.

Одеський національний технологічний університет

Факультет ММіЛ
Спеціальність 073

Кафедра
Менеджменту і логістики
ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри МІЛ

(підпис)

“ ___ ” ___ 2023_ р.

ЗАВДАННЯ на кваліфікаційну роботу бакалавра здобувачу вищої освіти

Гуцало Андрію

(прізвище, ім'я та по-батькові студента)

1. Тема роботи: «Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент формування позитивного іміджу підприємства» затвердженою наказом по університету від 23.08.2022 р. №481-03.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи 01.06.2022 р.

3. Вихідні дані роботи: звіти діяльності підприємства, законодавчі акти, статистичні збірники, наукові публікації вчених менеджерів та економістів.

4. Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра. Вступ. Розділ 1 Стратегічні аспекти формування соціальної відповідальності підприємства. 1.1. Соціальна відповідальність у стратегії управління підприємством: проблемні питання інтегрування механізму. 1.2. Етапи формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємства. Розділ 2 Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ПП «Хаджибей 2005». 2.1. Діагностика зовнішнього середовища функціонування підприємств хлібопекарної галузі. 2.2. Загальна характеристика ПП «Хаджибей-2005». 2.3. Аналіз здійснення соціальної відповідальності ПП «Хаджибей-2005». Розділ 3 Пропозиції щодо формування стратегії соціально відповідальної поведінки ПП «Хаджибей-2005». 3.1. Опис соціального проєкту «Чужих дітей не буває». 3.2. Економічне обґрунтування доцільності проєкту. Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць 18, рисунків 5.

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів проекту, що стосуються їх:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Нормоконтроль			

7. Дата видачі завдання 25.02.23 р.

Керівник _____

(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Проходження комплексної практики	25.02.23-14.03.23	виконано
2	Захист звіту з практики	15.03.23-17.03.23	виконано
3	Розробка теоретичного розділу	20.03.23-31.03.23	виконано
4	Розробка аналітичного розділу	01.04.23-14.04.23	виконано
5	Розробка проєктного розділу	15.04-02.05.23	виконано
6	Розробка інших складових кваліфікаційної роботи	03.05.23-07.05.23	виконано
7	Розгляд науковим керівником чорнового варіанту кваліфікаційної роботи	08.05.23-11.05.23	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням пропозицій наукового керівника та підготовка її у чистовому варіанті	12.05.23-16.05.23	виконано
9	Розгляд науковим керівником чистового варіанту кваліфікаційної роботи та підготовка до малого захисту	17.05.23-19.05.23	виконано
10	Нормоконтроль роботи	22.05.23-24.05.23	виконано
11	Перевірка роботи на плагіат	22.05.23-24.05.23	виконано
12	Малий захист та доробка роботи по результатах малого захисту	25.05.23-31.05.23	виконано
13	Передача роботи завідувачу кафедри для отримання дозволу на захист	01.06.23-04.06.23	виконано
14	Зовнішнє рецензування кваліфікаційної роботи	05.06.23-10.06.23	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	12.06.23-23.06.23	виконано

Здобувач _____

(підпис)

Керівник роботи _____

(підпис)

АНОТАЦІЯ

Актуальність теми. Робота присвячена вивченню питання, яке сьогодні є актуальним для багатьох компаній: соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність належить до ряду вічно актуальних питань, від розуміння яких багато в чому залежать соціальні зміни. Питання соціальної відповідальності набуває все більшої популярності як з точки зору досліджень, так і в управлінській практиці міжнародних та національних компаній. Незважаючи на те, що з цього приводу ведеться багато дискусій, висновок можна зробити лише один. Навіть якщо компанія виконує вимоги законодавства, дотримується ділової етики та своєчасно подає річний звіт про соціальну відповідальність, це не обов'язково означає, що вона виконує свою соціальну відповідальність.

У першому розділі **«Стратегічні аспекти формування соціальної відповідальності підприємства»** визначено сутність соціальної відповідальності, її види та принципи; досліджено етапи формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємства; зроблено висновки.

У другому розділі **«Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ПП «Хаджибей-2005»»** проведено діагностику зовнішнього середовища функціонування підприємств хлібопекарної галузі; наведена загальна характеристика діяльності та показники економічної діяльності ПП «Хаджибей-2005»; здійснено аналіз соціальної відповідальності ПП «Хаджибей-2005». Зроблено висновки.

У третьому розділі **«Пропозиції щодо формування стратегії соціально відповідальної поведінки ПП «Хаджибей 2005»»** запропоновано дорожню карту розвитку соціального проєкту «Чужих дітей не буває»; обґрунтовано економічну доцільність проєкту. Зроблено висновки.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 63 сторінки, 18 таблиць, 5 рисунків. Перелік посилань нараховує 30 найменувань.

Ключові слова: соціальна відповідальність, хлібопекарські підприємства, ринок, соціальні види продукції, проєкт.

SUMMARY

Actuality of theme. The qualification work is devoted to the study of an issue that is relevant today for many enterprises and countries - the study of social responsibility. Social responsibility is one of the most pressing issues, but its understanding largely depends on social change. Issues of social responsibility are gaining popularity both in terms of research and in the practice of management of international and domestic companies. There is a lot of discussion about this, but one conclusion is that even if a company complies with the law and adheres to business ethics, it provides a timely annual report on social responsibility - this does not necessarily indicate that the company is socially responsible.

The first section «**Strategic aspects of the formation of social responsibility of the enterprise**» defines the essence of social responsibility, its types and principles; the stages of formation of the corporate social responsibility (CSR) strategy of the enterprise are investigated; conclusions are drawn.

In the second section «**Analysis of the external and internal environment of PE «Hadzhibey-2005»**» diagnostics of the external environment of the bakery industry; the general characteristics of activity and indicators of economic activity of PE «Hadzhibey-2005» are given; the analysis of social responsibility of PE «Hadzhibey-2005» is carried out. Conclusions are made.

The third section «**Proposals for the formation of a strategy for socially responsible behavior of PE «Hadzhibey 2005»**» proposed a roadmap for the development of the social project "There are no other people's children"; the economic feasibility of the project is substantiated. Conclusions are made.

The bachelor's thesis contains 63 pages, 18 tables, 5 figures. The list of links includes 30 items.

Key words: social responsibility, bakery enterprises, market, social types of products, project.

ЗМІСТ	СТОР
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Соціальна відповідальність у стратегії управління підприємством: проблемні питання інтегрування механізму	10
1.2. Етапи формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства	18
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПП «ХАДЖИБЕЙ 2005»	28
2.1. Діагностика зовнішнього середовища функціонування підприємств хлібопекарної галузі	28
2.2. Загальна характеристика ПП «Хаджибей-2005»	33
2.3. Аналіз здійснення соціальної відповідальності ПП «Хаджибей- 2005»	39
Висновки до розділу 2	45
РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ПП «ХАДЖИБЕЙ- 20005»	47
3.1. Опис соціального проєкту «Чужих дітей не буває»	47
3.2. Економічне обґрунтування доцільності проєкту	49
Висновки до розділу 3	58
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВИСНОВКИ

Таким чином, з цього дослідження можна зробити висновок, що питанням соціальної відповідальності приділяється все більше уваги в сучасну епоху глобалізації світової економіки. Бути соціально відповідальною компанією не тільки модно, але й стратегічно правильно, оскільки це є основою сталого розвитку компанії.

Соціальна відповідальність бізнесу набуває все більшої популярності в сучасному світі. Вона не є обов'язковою, не закріплена в юридичних документах, але стала важливим функціональним елементом кожного успішного бізнесу. Вітчизняні та зарубіжні дослідники зазначають, що головним у понятті соціальної відповідальності має бути добровільний внесок у соціальну сферу, що виходить за рамки законодавчо встановленого мінімуму. Ведення соціально відповідального бізнесу допомагає уникнути ескалації соціальних проблем у кризові періоди, які можуть мати негативний вплив на управління бізнесом.

Розвиток соціальної відповідальності в Україні відповідає загальносвітовій тенденції поступової інтеграції концепції соціальної відповідальності в корпоративну стратегію та переходу до ідеології соціальних інвестицій, що призводить до довгострокових переваг як для суспільства, так і для бізнесу. Незважаючи на існуючі проблеми та враховуючи коротку історію участі українських компаній у проектах з КСВ, сучасний стан соціальної відповідальності в Україні можна оцінити позитивно. Тому виокремлення стратегії соціального розвитку як самостійної функціональної стратегії є необхідністю, проголошеною реаліями сьогодення. В умовах соціально-орієнтованої економіки з постійним зростанням цін та значною інфляцією особливо важливим є забезпечення соціальної захищеності працівників підприємств та стимулювання їх до ефективної реалізації загальної стратегії розвитку підприємства. Отже, підприємства існують у суспільстві. Вони впливають на суспільство через

виробництво товарів та послуг, а також через свій вплив на навколишнє середовище, економіку та суспільство. Соціальна відповідальність дозволяє компаніям самостійно обирати програми, які відображають їхні корпоративні цілі та бачення. Розробляючи програму соціальної відповідальності, компанія може відповідально підходити до своєї діяльності, враховувати її довгостроковий вплив на суспільство, передбачати проблеми та вирішувати їх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Лазоренко О. Посібник з КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної від- повідальності. К. : Енергія. 2018. 96 с.
2. Місько Г. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність операційної діяльності підприємства. Вісник соціально- економічних досліджень. 2019. № 36. С. 113–119.
3. Ілляшенко С. Фундаментальні основи формування механізмів забезпечення інноваційного розвитку економічних систем. URL: http://elkniga.info/book_173.html.
4. Мелашич Ж. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент стратегії підприємства: можливості та ризики. Страховий клуб КНЕУ. URL: <http://pck.kneu.edu.ua/?p=174>.
5. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи системної дії. Звіт Форуму соціально відповідального бізнесу України. К. 2016. 22 с.
6. Супрун Н. Інститут корпоративної соціальної відповідальності: принципи, завдання та пріоритети розвитку. Наукові праці ДонНТУ. Серія «Економічна». 2015. Вип. 40-2. С. 190–197.
7. Пікульська О. Навіщо бізнесу працювати відповідально? Матеріали сайту Європейської Бізнес Асоціації в Україні. URL: <http://www.eba.com.ua/uk/information-support/experts-talk/item/30440-olga-pikulska>.
8. Жуковська В. Соціальна відповідальність як напрям реалізації корпоративної стратегії розвитку. Фінанси України. 2019. С. 14–21.
9. Харламова А. Корпоративна соціальна відповідальність – необхідний чинник формування корпоративної стратегії. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання 2012. № 9.
10. Затеїщикова О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. Бізнес Інформ. 2014. № 2. С. 200– 205.

11.Євтушенко В. Внутрішні та зовнішні інституційні форми корпоративної соціальної відповідальності. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : зб. наук. пр. 2013. № 1 (4). С. 40–46.

12.Шмиголь Н. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством: стратегії, дохід, ефективність. Вісник Запорізького національного університету. 2019. № 1(4). С. 212–216.

13.Шира Н. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. 2013. № 11. с. 21-35.

14.Ліфінцев Д. Корпоративна соціальна відповідальність як складова культури організації: економічне значення. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання 2013. № 11. с. 15-24.

15.Бурлакова Ю.М. Особливості управління реалізацією та розвитком корпоративної соціальної відповідальності. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=74961>.

16.Звонар В. Аутсорсінгова модель реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Демографія та соціальна економіка. 2009. № 2. С. 123–131.

17.Антошко Т. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: моногр. К.: НТУУ «КПІ», 2018. 275 с.

18.Баюра Д. Формування системи корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. № 151. 2019. С. 18-22.

19.Баюра Д. Розвиток інституту корпоративної соціальної відповідальності в Україні. 2012. № 26, Ч. 1. С. 25.

20.Божкова В. Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання. 2020. № 1. С. 145-153.

21. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: моногр. К.: КНЕУ. 2018. 501 с.
22. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. Журнал європейської економіки. 2018. Т. 15. № 2. С. 172-182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ijee_2016_15_2_4.
23. Третяк М. Типологія соціальної відповідальності бізнесу. Теорія та практика державного управління. 2014. № 4, (47). С. 1-10.
24. Сухотеріна М. Механізм реалізації корпоративної соціальної відповідальності машинобудівних підприємств. Економічний форум. 2016. № 2. С. 163-167.
25. ISO 26000: Guidance on Social Responsibility (ISO/IEC 26000). INTERNATIONAL STANDARD URL: https://www.tuv.com/imedia/india/informationcenter_systems/Corporate_Social_Responsibility.pdf.
26. Соціальна відповідальність: навч. посіб. К.: КНЕУ. 2018. 519 с.
27. Мних О. Б. Актуальні проблеми впровадження концепції соціальної відповідальності корпоративних структур. Актуальні проблеми економіки. 2017. № 12. С. 168-175.
28. Куц С. Соціальна відповідальність бізнесу – від Noblesse Oblige до партнерства. К.: Стилос, 2009, ст.88-101.
29. Лазоренко О. Принципи корпоративної соціальної відповідальності: тенденції сучасного світового досвіду. К.: Стилос, 2010, с.10-28.
30. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи системної дії. Форум соціально відповідального бізнесу України. К., 2007.
31. Соціальна відповідальність українського бізнесу: результати опитування URL: http://brc.undp.org/img/publications/ua_wdp_src_csrub05.pdf.