

Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему:

**«Удосконалення системими управління підприємством на засадах
корпоративної соціальної відповідальності
(на матеріалах ТОВ «Домінік Ко»)»**

Виконав: здобувач першого рівня вищої освіти,
групи 401-ЕП спеціальності

076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»

Хілінський О.О.

Керівник: Галайда Т.О.

Рецензент: Скриль В.В.

Полтава - 2024 р.

РЕФЕРАТ

Хілінський О.О. Удосконалення систем управління підприємством на засадах корпоративної соціальної відповідальності (на матеріалах ТОВ «Домінік Ко»). Кваліфікаційна робота бакалавра на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2024.

Робота містить 74 сторінки, 16 таблиць, 25 рисунків, 92 найменування використаної літератури, 5 додатків.

Метою даної роботи є аналіз теоретичних та методичних основ формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві та розроблення напрямів її розвитку та підвищення рівня на підприємстві .

Об'єктом дослідження є господарська діяльність ТОВ «Домінік Ко», яке є виробником кондитерської продукції та займається її реалізацією.

Предметом дослідження є система корпоративної соціальної відповідальності компанії.

У роботі досліджено: теоретичні та методичні основи формування системи корпоративної соціальної відповідальності підприємства; проведено аналіз стану та перспектив розвитку кондитерської промисловості в Україні; розглянуто організаційно-правові основи діяльності підприємства; проведено аналіз основних економічних та фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства і стану охорони праці; здійснено аналіз системи функціонування корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Домінік Ко».

В результаті виконання роботи розроблені напрями розвитку та підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Одержані результати можуть бути використані керівництвом підприємства в системі управління підприємством.

Ключові слова: компанія, корпоративна соціальна відповідальність, працівники, соціальне патнерство, стейкхолдери, управління.

ABSTRACT

Khilinsky O.O. Improvement of enterprise management systems based on corporate social responsibility (based on the materials of Dominik Co. LLC). Qualification work of a bachelor for obtaining the first (bachelor's) level of higher education in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities». – Poltava: Poltava: National University «Yuriy Kondratyuk Poltava Polytechnic», 2024.

The work contains 74 pages, 16 tables, 25 figures, 92 titles of used literature, 5 applications.

The purpose of this work is to analyze the theoretical and methodical foundations of the formation of corporate social responsibility at the enterprise and to develop directions for its development and raising the level at the enterprise.

The object of the study is the economic activity of "Dominik Co" LLC, which is a manufacturer of confectionery products and is engaged in its sale.

The subject of the research is the system of corporate social responsibility of the company.

The work examines: theoretical and methodical foundations of the formation of the system of corporate social responsibility of the enterprise; an analysis of the state and development prospects of the confectionery industry in Ukraine was carried out; the organizational and legal foundations of the enterprise's activity are considered; an analysis of the main economic and financial results and efficiency of the enterprise and the state of labor protection was carried out; an analysis of the functioning system of corporate social responsibility at "Dominik Co" LLC was carried out.

As a result of the work, directions for development and raising the level of corporate social responsibility of the enterprise were developed.

As a result of the work, directions for development and raising the level of corporate social responsibility of the enterprise were developed. The obtained results can be used by the management of the enterprise in the enterprise management system.

Keywords: company, corporate social responsibility, employees, social partnership, stakeholders, management.

ЗМІСТ

Вступ.....	8
Розділ 1 Теоретичні та методичні основи формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.....	10
1.1. Сутність та розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.....	10
1.2. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства в сучасних умовах.....	17
1.3. Оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.....	22
Розділ 2. Організаційно-правова та економічна характеристика діяльності ТОВ «Домінік Ко».....	28
2.1. Аналіз розвитку кондитерської промисловості в Україні...28	
2.2. Організаційно-правові основи діяльності підприємства.....	31
2.3. Аналіз економічних та фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства.....	37
2.4. Аналіз стану охорони праці на підприємстві.....	41
Розділ 3. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.....	43
3.1. Аналіз системи функціонування корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Домінік Ко».....	43
3.2. Напрями розвитку та підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства.....	51
Висновки та пропозиції.....	56
Список використаних джерел.....	58

Глосарій.....	68
Додаток А. Основні показники діяльності підприємства.....	75
Додаток Б. Фінансова звітність ТОВ «Домінік Ко» за 2021 рік.....	78
Додаток В. Фінансова звітність ТОВ «Домінік Ко» за 2022 рік.....	82
Додаток Г. Фінансова звітність ТОВ «Домінік Ко» за 2023 рік.....	86
Додаток Д. Ілюстративний матеріал.....	90

ВСТУП

Соціальна відповідальність стає все більш важливою в сучасному бізнесі. Концепція корпоративної соціальної відповідальності визначає, що підприємства мають не тільки приносити прибуток своїм власникам, але й приймати відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство та навколишнє середовище.

Сутність соціальної відповідальності в цілому, та корпоративної зокрема полягає не лише у формуванні відповідального ставлення до працівників та дотримання етичних стандартів виробництва і надання послуг, але у надання допомоги громадам, захисті довкілля, участі у соціальних програмах та підтримці розвитку освіти та культури в країні та на території розміщення бізнесу.

Формування та розвиток КСВ компанії створює позитивний імідж серед споживачів, що може призвести до збільшення обсягів реалізації та покращення іміджу й репутації, а також сприяє підвищенню залученості і мотивації працівників.

Реалізація КСВ включає також і створення програм енергоефективності, волонтерську діяльність, підтримку місцевих громад, реалізацію соціальних проектів тож

Актуальність теми роботи зумовлена наявністю певних проблем і викликів щодо формування та реалізації сучасних і ефективних механізмів підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства та посиленням зацікавленості усіх стейкхолдерів економічного і соціального розвитку підприємництва в Україні до вирішенні питань оптимального використання та управління людськими ресурсами суспільства та бізнесу.

Серед провідних дослідників питань становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності варто зазначити таких вчених і практиків: Керролл А., Котлер Ф., Портер М., Адамс К., Антоненко Н., Бутко М., Гарбар Ж., Глебова А., Деліні М., Івашова А., Камишнікова Е., Лазоренко О., Олійник О., Станасюк Н. та інших.

Метою даної випускної роботи є аналіз теоретичних та методичних основ формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві та розроблення напрямів її розвитку та підвищення рівня на підприємстві.

Досягнення мети зумовило постановлення наступних завдань, які вирішені в роботі:

- дослідити сутність та розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві»
- розглянути механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства в сучасних умовах;
- вивчити методи оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві;
- дослідити стан розвитку кондитерської помисловості України;
- схарактеризувати діяльність ТОВ «Домінік Ко»;
- здійснити аналіз показників результативності та ефективності діяльності підприємства та стану охорони праці;
- проаналізувати систему функціонування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві;
- розробити напрями розвитку та підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність ТОВ «Домінік Ко», яке є виробником кондитерської продукції та займається її реалізацією, а предметом дослідження – система корпоративної соціальної відповідальності компанії.

В результаті виконання роботи надані рекомендації щодо підвищення ефективності системи корпоративної соціальної відповідальності підприємства з метою її подальшого розвитку та підвищення добробуту працівників.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Сутність та розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

Соціальна відповідальність може бути визначена як система взаємодії між окремою особою чи організацією та суспільством, що базується на вільному волевиявленні та соціальних стандартах. Це виявляється у конкретних діях, спрямованих на забезпечення безпеки, розвитку та захисту інтересів всіх сторін. У контексті сталого розвитку виникають відносини, що базуються на правах та обов'язках.

Основна сутність корпоративної соціальної відповідальності полягає в необхідності для суб'єкта виконувати вимоги, що ставляться перед ним суспільством, державою та індивідами, з метою забезпечення порядку та стабільності соціальних зв'язків у всіх сферах життєдіяльності.

Об'єкт корпоративної соціальної відповідальності встановлює напрямки, в межах яких суб'єкт несе відповідальність за стан, вплив, взаємодію та збалансованість складових сталого розвитку. Соціальна відповідальність характеризується складною та багаторівневою структурою, що включає наступні рівні вказані в табл. 1.1.

Вплив суб'єкта корпоративної соціальної відповідальності, який діє у конкретних обставинах і усвідомлює наслідки своїх дій, має вирішальне значення для забезпечення сталого розвитку компанії та бізнесу в цілому.

Суб'єктом КСВ може виступати фізична особа, група людей, організація або суспільство в цілому, адже в процесі свого функціонування вони вступають у

відносини з метою задоволення власних потреб, є основними користувачами ресурсів.

Таблиця 1.1 – Характеристика рівнів корпоративної соціальної відповідальностей

Рівень соціальної відповідальності	Характеристика рівня соціальної відповідальності
Індивідуальний рівень	Особистісний рівень, що охоплює соціальну відповідальність кожної окремої людини чи громадянина
Корпоративний рівень	Мікроекономічний рівень, де діє корпоративна соціальна відповідальність або соціальна відповідальність бізнесу
Суспільний рівень	Мезоекономічний рівень, який охоплює соціальну відповідальність інститутів громадянського суспільства
Державний рівень	Макроекономічний рівень, де відбувається соціальна відповідальність держави
Міжнародний рівень	Мегаекономічний рівень, що включає соціальну відповідальність міжнародних та всесвітніх організацій

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) більшістю науковців та дослідників розглядається як такий підхід до діяльності підприємства, який базується на поєднанні інтересів та потреб різних груп стейкхолдері: підприємство (бізнес), суспільство, територіальна громада, працівники, споживачі, постачальники, акціонери, держава. Цей підхід реалізується у наступних сферах: екологічній, соціальній, трудовій та економічній, в відповідно формує однойменні види корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Розвиток КСВ проходить складний еволюційний шлях. Соціальна відповідальність у процесі розвитку стала частиною загальної стратегії розвитку підприємства на відміну від концепцій виключно економічної ефективності.

Власники великих виробничих компаній на початку 20-го століття (Е. Карнегі, Дж. Рокфеллер) почали впроваджувати норми соціальної відповідальності з метою задоволення потреб суспільства. Велика депресія 1930-х рр. ст. в США мала негативні наслідки, тому головним питанням для керівників компаній стало економічне виживання, а питання соціального характеру відступили на другий план аж до 1950-х рр. Переломним моментом стало

створення Комітету з економічного розвитку, який налагодив співпрацю між представниками бізнесу й урядом щодо збільшення ступеня участі ділової спільноти у вирішенні проблем соціальної відповідальності держави та підприємств [18].

А. Керролл у 1991р. описав базову структуру відповідальності підприємств, яка використовується і в наш час (рис. 1.1).

На сучасному етапі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) сприяє підприємствам у покращенні їхньої репутації, установленні збалансованих та гармонійних відносин з державою та суспільством. Однак у діловому середовищі тема КСВ часто викликає суперечки та розбіжності: деякі вважають, що це лише маска для компаній, які намагаються виглядати якимось чином добре.



Рисунок 1.1 – Глобальна піраміда корпоративної соціальної відповідальності А. Керролла

Рівні відповідальності в цій піраміді значною мірою відповідають цінностям індустріального суспільства.

На сьогодні в зарубіжних публікаціях, які присвячені дослідженням соціально-трудових та інших відносин між бізнесом, державою та суспільством, широко використовуються різноманітні концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Науковці британського університету Хаддерсфілд з урахуванням сучасного стану розвитку світової економіки запропонуєвали у 2017р. модифіковану піраміду КСВ [18] (рис. 1.2).

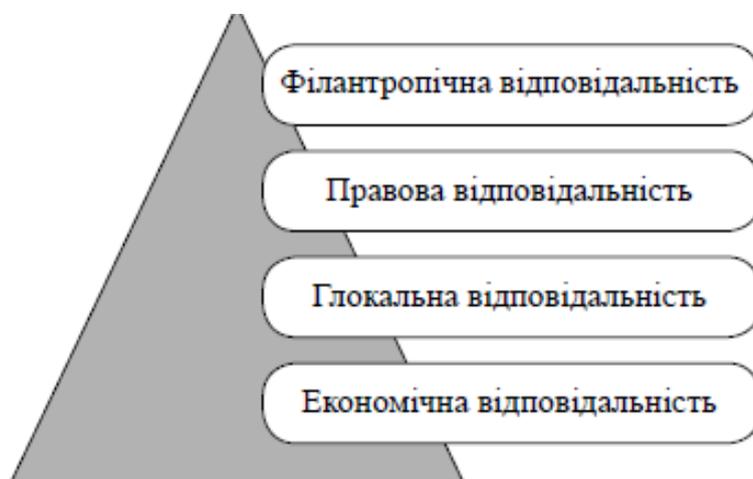


Рисунок 1.2 – Міжнародна модифікована піраміда корпоративної соціальної відповідальності

Серед останніх модифікацій концепції корпоративної соціальної відповідальності можна виділити різні напрями (рис 1.3)

Екологічна соціальна відповідальність	Environmental CSR
Соціально відповідальний маркетинг	Socially responsible marketing
Соціально відповідальне інвестування	Socially responsible investment
Залучення зацікавлених сторін	Stakeholder engagement
Корпоративна підзвітність	Corporate accountability
Політична корпоративна відповідальність	Political Corporate Social Responsibility
Створення спільних цінностей	Creating Shared Value

Рисунок 1.3 – Напрями реалізації концепції КСВ у світі

Наразі вченими, практиками, міжнародними організаціями пропонується досить значна кількість визначень та розумінь сутності КСВ (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності

№	Автор	Корпоративна соціальна відповідальність це:
1	2	3
1	Форум соціально відповідального бізнесу (Україна) [82]	відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого товару або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
2	Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності [76]	концепція залучення економічних, соціальних і екологічних напрямків у підприємницьку діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма стейкхолдерами
3	Міжнародна організація праці [60]	добровільна ініціатива бізнес-спільноти, яка стосується діяльності, що виходить за рамки простої вимоги дотримання букви закону
4	Асоціація роботодавців України [19]	добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації щодо розробки та реалізації певної соціально орієнтованої, неприбуткової діяльності, спрямованої на якісне поліпшення зовнішнього середовища для компанії чи організації
5	Декларація тисячоліття ООН [29]	постійне зобов'язання бізнесу вести підприємницьку діяльність на основі етики та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя своїх працівників та їх сімей, суспільства та країни в цілому
6	Зелена книга ЄС [36]	концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та забезпечують взаємодію із всіма заінтересованими сторонами на добровільній основі
7	Акімова І. [1]	зобов'язання для бізнесу переслідувати довгострокові цілі, які корисні для суспільства
8	Колот А. [44]	концепція, за якою організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та навколишнє середовище

Е. Карнегі був одним з перших, хто поставив питання про соціальну відповідальність бізнесу та сформулював основні принципи, на яких ґрунтується сутність поняття соціальної відповідальності та які визначають роль бізнесу у

вирішенні соціальних проблем і вплив на загальний рівень добробуту суспільства (рис. 1.4).

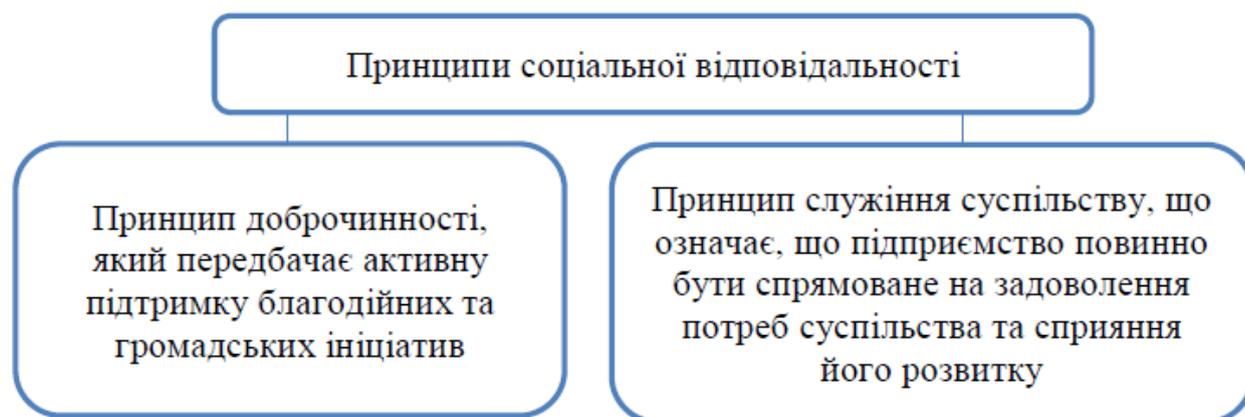


Рисунок 1.4 – Базові принципи соціальної відповідальності за Е. Карнегі

В Україні питання корпоративної соціальної відповідальності на сьогодні досі не має такого широкого поширення як у зарубіжних практиках. Основними учасниками процесу розроблення програм КСВ та забезпечення її розвитку є у більшості випадків представництва іноземних компаній (вони активно займаються та сприяють впровадженню бізнес-структур у глобальні стандарти КСВ та успішні практики) а також великі вітчизняні підприємства, що здійснюють програми міжнародного партнерства та займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

Основним гальмівником розвитку соціальної відповідальності малого і середнього бізнесу в Україні на сьогодні є брак коштів.

Українськими дослідниками сформовано основні принципи корпоративної соціальної відповідальності (рис. 1.5).

В умовах поширення та розвитку сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності в Україні є актуальним і доцільним запозичення кращого досвіду та практик розвинених країн.



Рисунок 1.5 – Основні принципи КСВ, які сформовані науковцями в Україні

В країнах ЄС головна роль КСВ полягає в підтриманні сталого розвитку компаній. Така підтримка покликана підтримувати збалансований стан ринку праці, підвищувати якість продукції та послуг європейських компаній. В Європі, на відміну від США, розвиток бізнесу відбувається за більш тісного взаємозв'язку і співпраці з різноманітними державними інституціями, бізнес-асоціаціями, громадськими структурами, профспілковими організаціями.

Отже, корпоративну соціальну відповідальність для вітчизняного підприємництва доцільно розглядати як з урахуванням національних особливостей, так і міжнародного досвіду, що дозволяє сформулювати її складові, принципи та напрями розвитку.

1.2. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства в сучасних умовах

В нашій країні сьогодні спостерігається процес створення все більш якісних форм і механізмів корпоративної соціальної відповідальності.

Основні проблеми забезпечення розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні пов'язані в основному з невисоким публічним попитом на соціальну активність приватного бізнесу, а також із недостатньо пропрацьованими та дієвими механізмами публічного інформування і суспільного визнання соціальної складової діяльності різних компаній. Держава не може тиснути на бізнес у демократичній країні, але інших механізмів мотивації щодо забезпечення КСВ на сьогодні не створено.

Корпоративна соціальна відповідальність традиційно містить певні складові (рис 1.6).

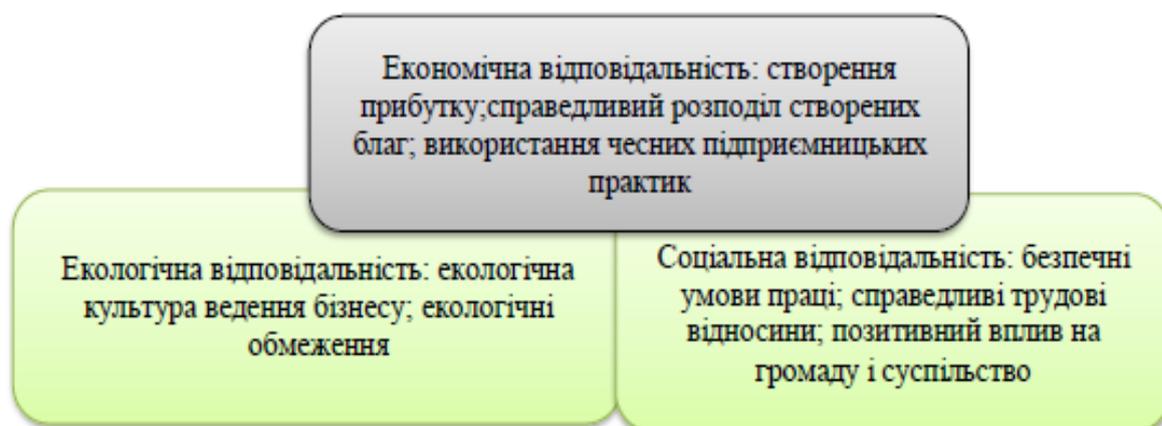


Рисунок 1.6 – Зміст і складових корпоративної соціальної відповідальності

Кожне підприємство має формувати корпоративну соціальну відповідальність за усіма її складовими елементами.

КСВ може бути описана з позиції теорії стейкхолдерів, інституційної та управлінської теорій і представлена як формальними нормами соціальної відповідальності так і неформальними нормами.

На формування КСВ здійснюють вплив фактори зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (рис. 1.7).

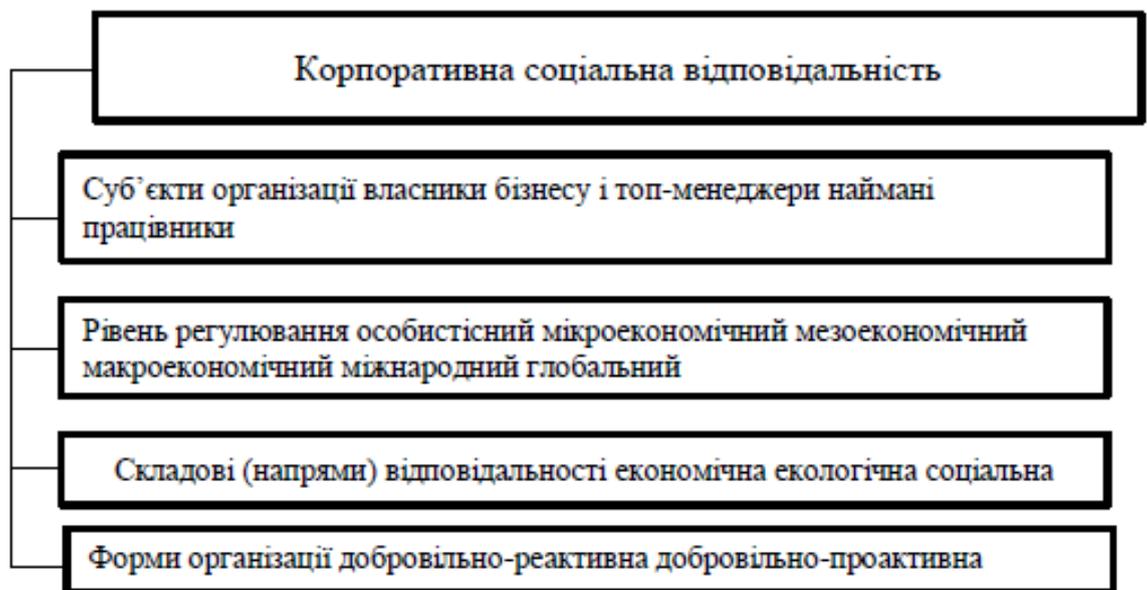


Рисунок 1.7 – Чинники формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Корпоративна соціальна відповідальність формується через впровадження набору цінностей, програм, заходів, важелів та компенсацій, спрямованих на задоволення потреб усіх зацікавлених сторін (споживачів, працівників, довкілля, акціонерів, місцевих спільнот, постачальників, партнерів, уряду, громадських організацій) з метою досягнення ефективних результатів у довгостроковій перспективі (винагорода, мінімізація витрат і ризиків), збільшення ринкової вартості, позитивного іміджу та репутації компанії.

Детально механізм формування та розвитку КСВ представлений на рис. 1.8.

В сучасних умовах найбільш успішні підприємства кожної галузі все більше розуміють, що соціально орієнтована діяльність, яка спрямована на розвиток персоналу, співпрацю із споживачами та розвиток територіальних місцевих громад, може приносити значні конкурентні переваги і економічні вигоди для них. Соціальні інвестиції можуть підвищувати як лояльність споживачів та працівників до підприємства, так поліпшити репутацію й імідж компанії та її бренду, підвищити конкурентоспроможність на ринку товарів і послуг, на ринку капіталу для інвесторів, на ринку праці як роботодавця та підвищити економічну й фінансову ефективність. Розвиток КСВ відкриває нові перспективи й можливості

для підприємств і допомагає їм досягати цілей бізнес-стратегій і планів, сприяти соціальному розвитку.



Рисунок 1.8 – Механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства

Оптимальне поєднання кожного елемента механізму, який має на меті здійснення процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю на підприємстві, з його загальними цілями надає можливості підприємству реалізувати обрану стратегію у даному напрямі, посилює ефективність комунікацій зі стейкхолдерами, зменшує вплив негативних факторів, оптимізує ризики.

Стратегія розвитку корпоративної соціальної відповідальності може містити наступні складові:

- забезпечення економічної стійкості та своєчасних платежів до бюджету;.

- виробництво якісної продукції й послуг, задоволення попиту і потреб споживачів; споживачів.
- створення комфортних робочих місць та забезпечення умов праці;
- розвиток персоналу та підвищення компетенностей;
- підтримка екологічності та безпечності й енергоефективності виробництва;
- сприяння розвитку місцевих територіальних громад, регіонів, країни.

Управлінський цикл корпоративної соціальної відповідальності проілюстровано на рис. 1.9.

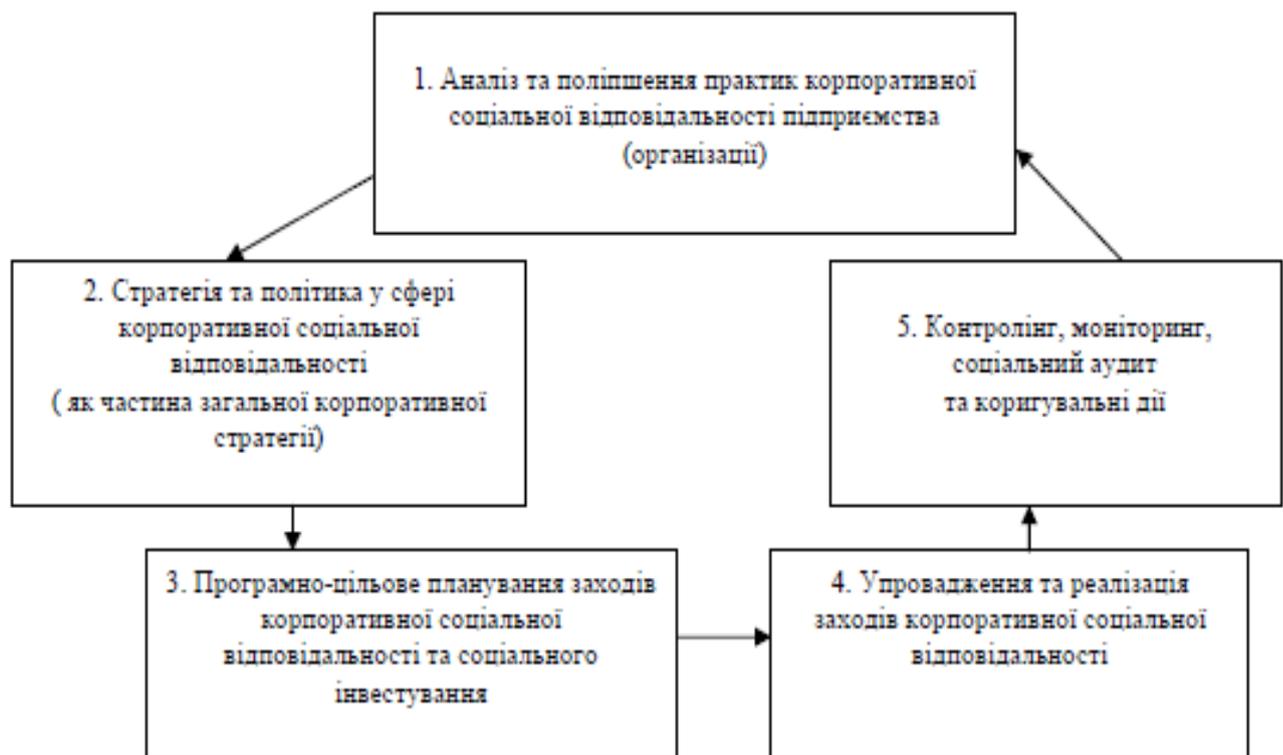


Рисунок 1.9 – Управління КСВ на підприємстві

Для підприємства важливим завданням є систематичне вдосконалення як усієї системи КСВ, так і її окремих складових з метою підвищення її ефективності.

Фінансування певних напрямів реалізації КСВ на підприємстві та її елементів можливе за рахунок спонсорської допомоги, власних коштів, грантових програм, місцевих бюджетів, благодійних фондів і організацій. У табл. 1.2

представлено перелік можливих активів для забезпечення програм КСВ на підприємстві.

Таблиця 1.3 – Активи та інструменти підприємства реалізації благодійних заходів та волонтерської діяльності

<i>Активи благодійності</i>	<i>Інструменти благодійності</i>	<i>Переваги</i>
Фінансові активи		
Грошові кошти	Благодійний рахунок	Гнучкість та швидкість прийняття рішення, адресна спрямованість допомоги
	Грантові програми	Організованість і системність допомоги, гнучкість і швидкість прийняття рішення, можливість зміни пріоритетів
	Операційні програми	Оперативність реагування, ефективне використання коштів
	Корпоративний фонд	Перерозподіл благ, ефективне надання та перерозподіл благодійних коштів
Нефінансові активи		
Товари та майно	In-kind giving програми	Економія часу, зусиль і коштів; створення нових бізнес-можливостей, іміджеві переваги
Час	Корпоративне волонтерство	Поліпшення іміджу компанії, розвиток партнерських відносин із суспільством, пропаганда і розвиток благодійної діяльності
Експертна допомога	Pro-bono послуги	Залучення нових клієнтів

Управління корпоративною соціальною відповідальністю на підприємстві здійснюється для забезпечення умов її розвитку.

Ціль управління та вдосконалення корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві повинні визначати його власники та керівництво, працівники та інші стейкхолдери на засадах сталого розвитку.

1.3. Оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

В Україні як і в усьому світі зростає кількість соціально відповідальних підприємств, отже, виникає необхідність оцінювання її рівня та ефективності провадження на підприємствах. У наукових публікаціях літературі оцінювання КСВ розглядається за різними метододичними підходами.

Т.М. Литвиненко пропонує методику, за якою соціальна відповідальність оцінюється за допомогою ряду показників за основними напрямками діяльності підприємства з розвитку КСВ: розвиток персоналу; охорона здоров'я та безпечні умови праці; соціально-відповідальна реструктуризація; природоохоронна діяльність та ресурсозберігання; розвиток місцевих громад; добросовісна ділова практика. У роботах Є.Г. Левицької та Ю. Саєнко також представлений підхід до формування системи показників для оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальної діяльності за окремими напрямками [64].

Найбільш доступним для проведення оцінювання стану КСВ сьогодні є метод оцінки за вебсайтами та нефінансовою звітністю, чияку формують підприємства (звіти компаній, у яких відображені нефінансові показники, а саме показники із КСВ, або ESG-показники (екологічні, соціальні та управлінські). Більшість компаній їх позиціонує як звіти зі сталого розвитку (звіти із корпоративної соціальної відповідальності) [81].

На рис. 1.10 показано чинники, що формують вищезначені показники.

Одна з методик оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства розроблена Асоціацією менеджерів України при підтримці Програми розвитку ООН, вона спрямована на визначення ефективності соціальних інвестицій підприємства шляхом розрахунку кількісних та якісних показників (табл. 1.3).

Така методика оцінки може бути застосована для оцінки соціальної відповідальності будь-яких підприємств певної галузі, чи певного виду діяльності.

Вона потребує порівняння підприємств, для яких характерний однаковий набір ознак, який важливий для кожного підприємства.

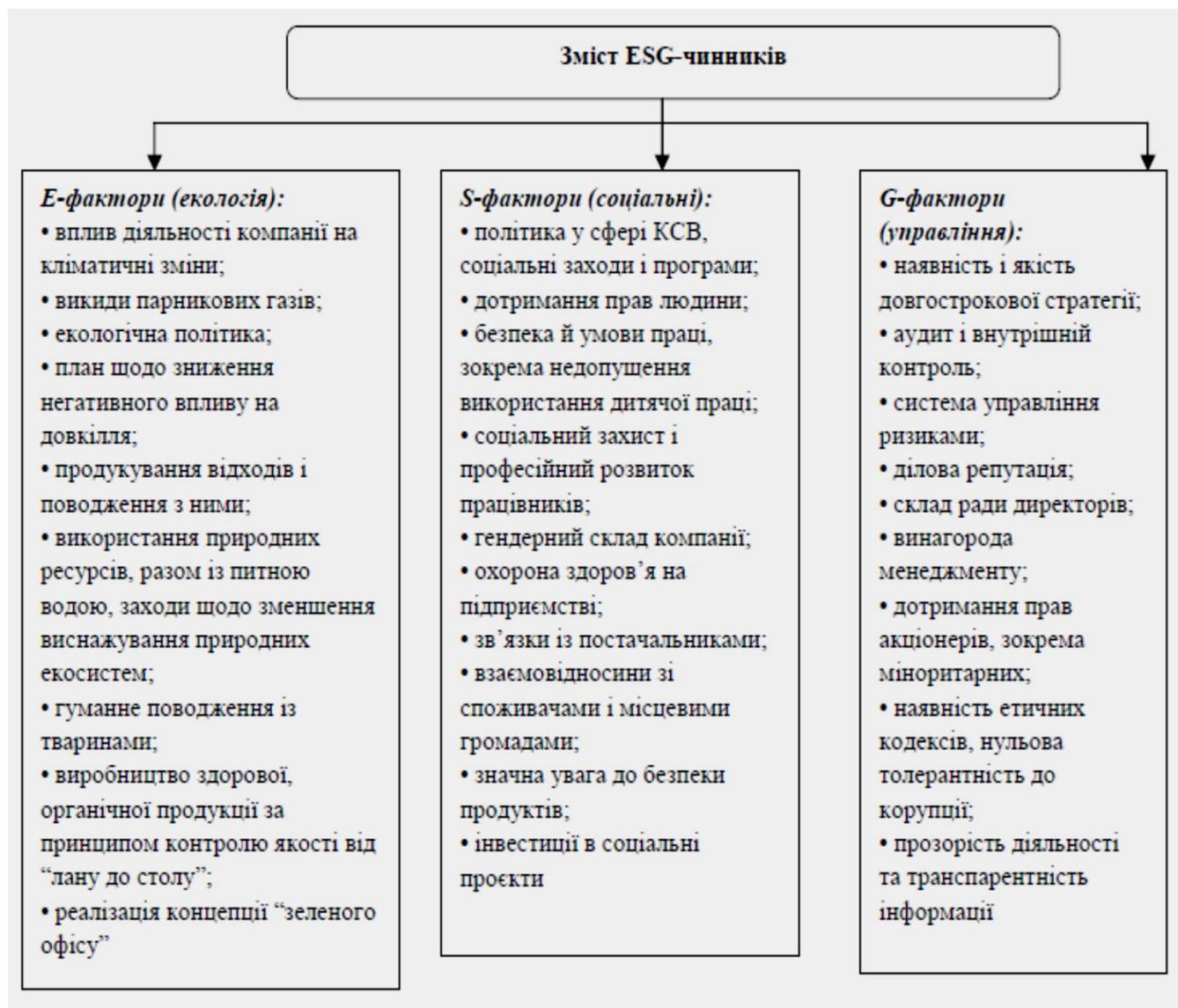


Рисунок 1.10 – Характеристика ESG-чинників підприємства

Цей підхід відповідає створенню рейтингу підприємств за ступенем активності діяльності з розвитку КСВ і вважається доцільним для застосування у оцінюванні соціальної діяльності агентств розвитку КСВ, державних установ, органів місцевої влади та самоврядування, які активно зайняті пошуком партнерів для реалізації певних соціальних проектів та проводять інфоормайну кампанію про соціальну відповідальність підприємств.

Таблиця 1.4 – Методичний підхід до кількісної і якісної оцінки КСВ підприємства

Кількісні показники	Якісні показники
<p>Індекс питомих соціальних інвестицій (ІЛ) – представляє собою величину соціальних інвестицій обстежених компаній, що припадає на одного працівника (в грошових одиницях):</p> $IL = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i},$ <p>де C_i - обсяг соціального інвестування i-ої компанії (включаючи і добровільні, і обов'язкові витрати на соціальні програми); L_i - середньоспискова чисельність працівників i-ої компанії; n - число компаній, що беруть участь в обстеженні.</p>	<p>Якісний індекс соціальних інвестицій для i-го підприємства (IK_i) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:</p> $IK_i = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100 \%,$ <p>де X_{ij} - булева змінна, що приймає значення 1, коли j-а ознака має місце у i-ої компанії; та дорівнює 0, якщо ознака відсутня; m - кількість ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компанії, що бере участь у дослідженні.</p>
<p>Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх продажів (IS), що вимірюється в відсотках:</p> $IS = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \times 100 \%,$ <p>де S_i - обсяг продажу i-ої компанії.</p>	<p>Якісний індекс соціальних інвестицій для j-ої ознаки (IK_j) показує ступінь присутності цієї якісної ознаки в статистичній вибірці підприємства, %:</p> $IK_j = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) \times 100 \%,$ <p>де n - кількість компаній, що беруть участь у дослідженні.</p>
<p>Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх прибутків до оподаткування (IP), що вимірюється в відсотках:</p> $IP = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \times 100 \%$ <p>де P_i - обсяг прибутків до оподаткування i-ої компанії.</p>	<p>Загальний якісний індекс соціальних інвестицій (IK) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:</p> $IK = \left(\frac{1}{n \times m} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100 \%. .$

На підприємстві дана методика оцінювання може використовуватися для виявлення загроз і ризиків щодо забезпечення конкурентоспроможності.

Для оцінки ефективності реалізації корпоративної соціально відповідальної діяльності підприємства Ф.І. Євдокімов та М.В. Губська пропонують

розраховувати показник конкурентоспроможності підприємства (K_p), який відповідає стандартам соціальної відповідальності [64].

Заслуговує на увагу також методика оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства шляхом розрахунку інтегрального показника та побудови «пелюсткової» діаграми на основі бальної оцінки часткових критеріїв. Значення інтегрального показника рівня соціальної відповідальності підприємства може коливатися в межах від 0 до 1 (значення еталонного підприємства). Дана методика ґрунтується на суб'єктивних методах оцінки часткових показників, які призначаються відповідні бальні значення. Для підвищення її об'єктивності можна залучити експертну групу фахівців, що дозволить визначити середньозважений бал оцінки ефективності певного часткового показника.

Н.М. Шмиголь пропонує модель оцінювання ефективності соціальних інвестицій та корпоративної соціальної відповідальності, яка розроблена вченими «Інституту економіки міста». Ця модель полягає в розрахунку комплексного показника, який враховує різноманітні аспекти соціальної діяльності та її вплив на економіку та суспільство. Згідно даної методики комплексний індекс (КІ) повинен враховувати дві основні складові корпоративної соціальної відповідальності: сплату податків та інвестиції, а також добродійність і соціальне інвестування. Також доповненням до даного методичного підходу є визначення співвідношення суми соціальних інвестицій та інвестицій у основний капітал до чистого прибутку, цей показник вказує на те, наскільки ефективно компанія використовує свої ресурси для соціального розвитку та збалансованого фінансового планування.

Така модель оцінки ефективності та корпоративної соціальної відповідальності, що поєднує й оцінку соціальних інвестицій надає змогу порівняльного аналізу динаміки показників витрат та результатів [64].

У табл. 1.4 наведено кількісні та якісні показники стану КСВ підприємств з погляду різних стейкхолдерів.

Таблиця 1.5 – Система показників для визначення рівня активності підприємства у реалізації корпоративної соціальної відповідальності

Група показників	Показники	Коментар
1	2	3
Кількісні та якісні показники ефективності витрат підприємства на заходи КСВ	Окупність витрат на КСВ = Витрати на КСВ/Частка приросту капіталу, який відбувся внаслідок цих витрат; IL = Витрати на КСВ у розрахунку на одного працівника; IS = Відношення витрат на КСВ до валового обсягу продажів, %; IP = Відношення витрат на КСВ до обсягу прибутку (до оподаткування), %	Перший показник – кількісний, решта – якісні; стосуються внутрішнього середовища
3 позицій інвесторів	Корелювання вартості акцій і витрат на КСВ-активності; зменшення нефінансових ризиків	Експертна оцінка
3 позицій кредиторів (банків)	Корелювання вартості залучених позикових ресурсів і витрат на КСВ-активності	
3 позиції маркетингової політики	Ефективність витрат на соціальні програми порівняно з ефективністю витрат на маркетингові заходи; кількість публікацій у ЗМІ (позитивних, негативних, нейтральних)	Моніторинг маркетологів компанії
3 позиції споживачів (клієнтів)	Корелювання збільшення продажів і витрат на КСВ-активності; впізнаваність бренда; інтерес до продукції; мотивація вибору покупців	Експертна оцінка; соціологічні опитування
3 позиції іміджу компанії	Покращення репутації; відданість торговій марці	
3 позиції працівників	Витрати на навчання і розвиток персоналу; зменшення плинності кадрів, %; зниження виробничого травматизму, %; частка працівників, які мають поліс медичного страхування; порівняння розміру заробітної плати із середньою у галузі чи у регіоні	Розрахунок і аналіз показників; опитування персоналу
3 позиції місцевих громад	Участь у підтримці інфраструктури; залучення до вирішення місцевих проблем; державно-приватне партнерство з місцевими органами влади; введення у програми стратегічного розвитку територій	Партнерські стосунки з місцевими органами влади
3 позицій відносин із постачальниками	Тривалість ділових зв'язків із партнерами; відсутність судових позовів від партнерів	Економія коштів у сфері постачання
3 позиції громадянського суспільства	Розмір коштів, спрямовуваних на благодійну діяльність (підтримка соціально незахищених верств населення, витрати на реалізацію екологічних програм тощо)	Почуття виконаного морального обов'язку перед суспільством

Перевагою визначення кількісних і якісних показників можна вважати можливість їх використовувати усіма підприємствами, незалежно від розмірів.

Для визначення впливу соціально відповідальної діяльності на результати підприємства використовуються такі показники, як дохід з інвестицій (ROI –

Return on Investment), дохід з активів (ROA – Return on Assets), дохід з продажів (ROS – Return on Sales), чистий прибуток (EBITA) і інші. Дослідження в цій сфері базуються на порівнянні фінансових показників компаній, які активно здійснюють соціальні та благодійні програми, з фінансовими показниками компаній, що менше залучені до такої діяльності.

Найбільш переконливі дані можна отримати в разі, коли характеристики основних деталей компаній, які утворюють вибірку, максимально збігаються. Вважаємо доцільним виділити наступні можливі цілі оцінки: оцінка для визначення ефективності використання ресурсів підприємства; оцінка для визначення конкурентної позиції та місця в рейтингах; оцінка для визначення рівня задоволеності потреб різних зацікавлених сторін; оцінка для визначення впливу здійснення соціально відповідальної діяльності на фінансово-економічні показники підприємства.

На сьогодні єдиної методики визначення КСВ-ефективності для компаній не існує, і подальші пошуки у цьому напрямку є актуальними.

Якомога точне визначення мети здійснення оцінювання ефективності КСВ на підприємстві відіграє ключову роль у виборі найбільш доцільного методу, формуванні системи показників та збирання інформації, допомагає зробити коректні висновки, необхідні для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

У результаті виконання даного розділу роботи були проведені дослідження теоретичних та методичних основ формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, зокрема розглянуто сутність та розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, визначені складові механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства в сучасних умовах, досліджені методи та показники оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

РОЗІДЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА ТА ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ДОМІНІК КО»

2.1. Аналіз розвитку кондитерської промисловості України

Харчова промисловість України – це сукупність галузей, яка включає в себе близько 50 галузей виробництва, які виробляють харчові продукти різного походження. Кондитерська галузь є однією з ланок харчової промисловості.

Для виробництва кондитерської продукції використовують різноманітні складові, такі як молочні продукти, крохмал фрукти, какао-продукти, марципан, горіхи, масло, цукор, мед, ароматичні речовини, борошно, карамель, барвники та інші, отже, наявність сировинної бази відіграє важливу роль у виробництві кондитерської продукції. Кондитерська продукція – це продукти харчування, які мають високу калорійність та досить високий вміст цукру, тому кондитерська промисловість швидко розвивається, а споживачі отримують від виробників досить широкий асортимент різноманітної продукції [80, 81].

Класифікувати виробництво кондитерських видів продукції можна за категоріями (рис. 2.1).

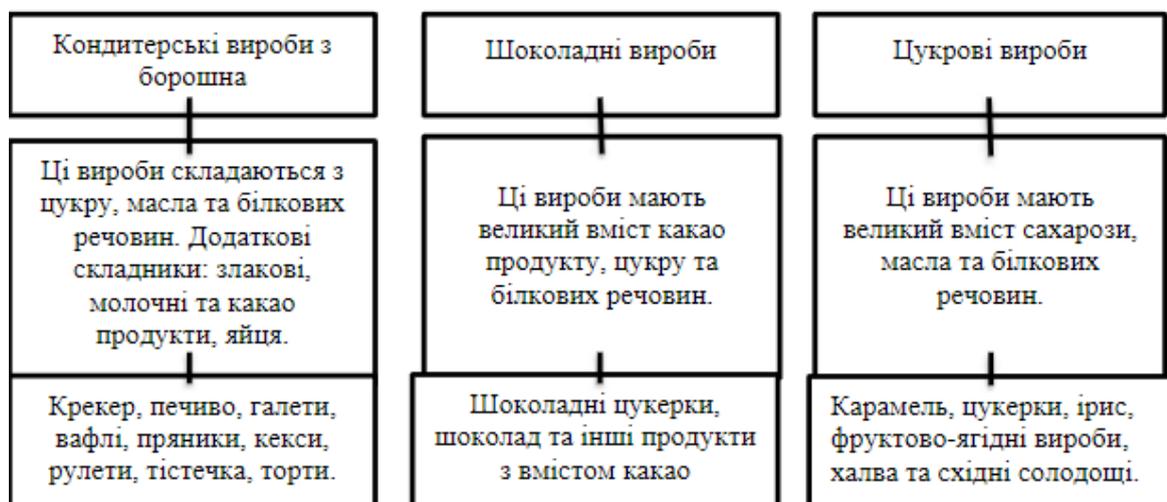


Рисунок 2.1. – Класифікація кондитерських виробів

Продукція кондитерського виробництва відрізняється за технологією виготовлення, складом рецептури та характеристиками споживання.

Після початку воєнних дій на сході країни у 2014 році обсяги виробництва кондитерських виробів в Україні так і не досягли рівня виробництва 2010–2012 рр. Основна проблема зниження обсягів експорту полягає у втраті ринків збуту у російській федерації та білорусі, які усі роки незалежності були найбільшими. У зв'язку з цим виробники галузі змушені знаходити інші ринки збуту за кордоном, оскільки на внутрішньому ринку вистачає сильних конкурентів.

Україна має велику кількість підприємств кондитерської галузі, у період 2013–2021 р. функціонувало понад 850 кондитерських виробництв.

З 2013 року імпорт кондитерських виробів за кордон знизився. В Українському році імпортують продукцію близько 60 різних країн (рис. 2.2).

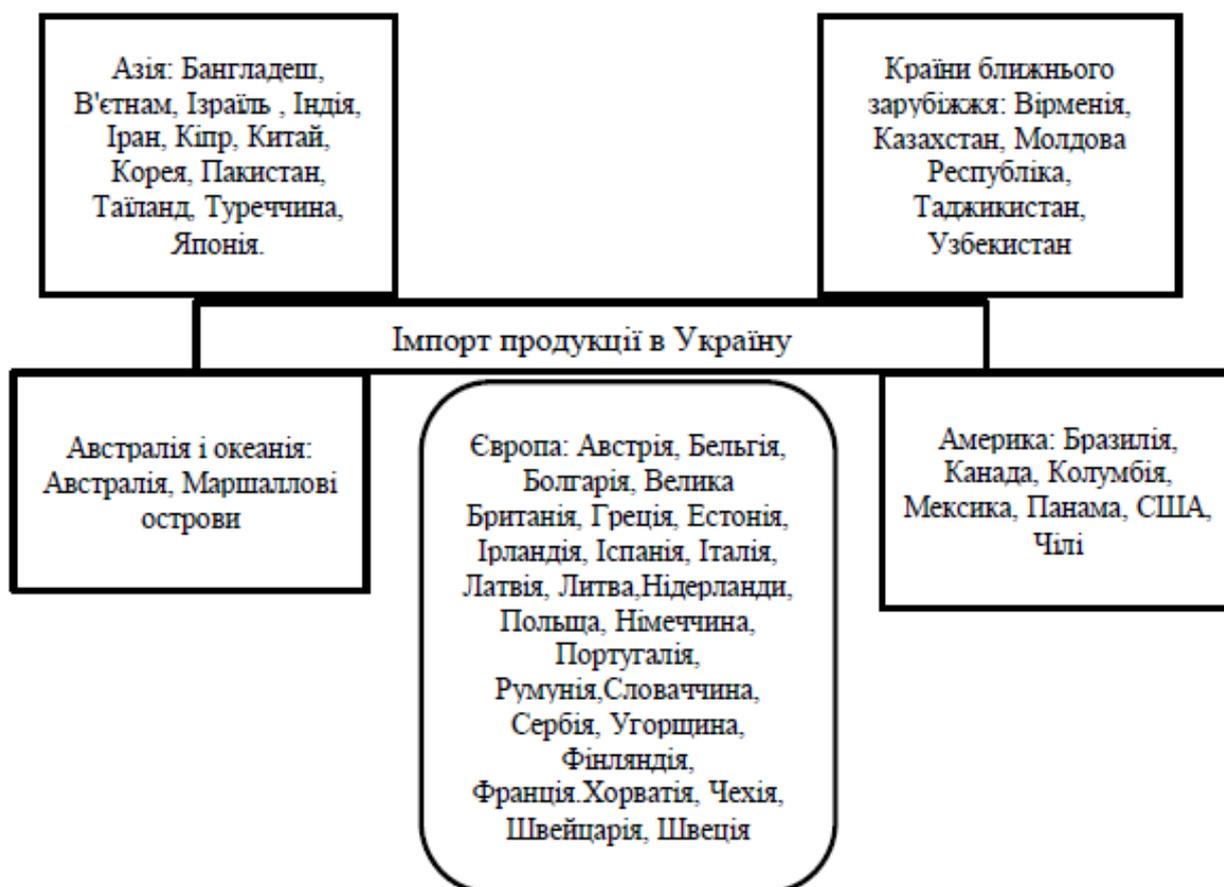


Рисунок 2.2 – Імпортування кондитерської продукції в Україну

Саме в кондитерському сегменті харчова промисловість України є найбільш розвинутою. Сучасний обсяг виробництва кондитерської промисловості здатний забезпечити як внутрішній попит, так і а й виробити продукцію на експорт. Кондитерський ринок в Україні ділиться умовно на цукрові (цукристі), шоколадні та борошняні вироби [80] (табл.. 2.1)

Таблиця 2.1 – Основні види кондитерського виробництва в Україні та зміни обсягу реалізованої продукції за 2019 – 2021 рр.

Обсяг реалізованої продукції, млн. грн без ПДВ	2019	2020	2021
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання	20898,1	22640,1	24697,2
Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	15363,1	16519,1	17786,2
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	17786,2	25303	26688

Ринок виготовлення кондитерських продуктів України можна описати за наявністю зовнішніх та внутрішніх конкурентів. Після укладання угоди про асоціацію між Україною та ЄС європейські транснаціональні компанії автоматично стають конкурентами на українському ринку кондитерських товарів.

Для споживачів характерно обирати кондитерські товари з урахуванням ціни, смаку, ваги та зовнішнього вигляду. Проте, великою загрозою для підприємств є втрата споживача через подібність товарів.

З вищезначених причин виробництво в даній галузі відзначається високою якістю продукції. Високий рівень конкуренції для нових виробників є суттєвою перешкодою для виходу на ринок. За останні 5 років одним з найбільш перспективних напрямків для розвитку українських кондитерських компаній є розширення асортименту та розширення географії збуту продукції, зокрема, пошук шляхів входу на ринки Азії, де попит споживачів традиційно є значним. Для досягнення цієї мети українським підприємствам доводиться працювати у напрямку вдосконалення дизайну та пакування товарів, включення до

асортименту продукцію, яка відповідатиме смаковим уподобанням споживачів, тобто проводити маркетингові дослідження попиту і потреб споживачів.

Серед напрямів подальшого розвитку кондитерських підприємств в Україні в майбутньому можна зазначити:

- пошук шляхів диверсифікації (виробництво снекових та інших харчових виробів;
- технічне переозброєння та модернізацію основних виробничих фондів з метою виготовлення нових видів продукції;
- підвищувати й надалі якість продукції, оскільки конкуренція на ринку перестала носити ціновий характер, а споживачі портебють якісних і безпечних складників у продукції;
- проводит опитування споживачів, організовувати дегустаційні виставки, ярмарки-промоушен,;
- працювати над орендуванням;
- вдосконалювати рецептури;
- розробляти ексклюзивні продукти дієтичного характеру (зі зниженим вмістом цукру, жиру, без глютену, білкові, збагачені мікроелементами);
- пропонувати індивідуальні упаковки з новим дизайном;
- переорієнтація та розширення географії експорту продукції.

2.2. Організаційно-правові основи діяльності підприємства

«Домінік Ко»— компанія з виробництва кондитерських виробів широкого асортименту, має давню історію і сьогодні є сучасним підприємством, яке зберігає традиції та динамічно розвивається.

Товариство з обмеженою відповідальністю (скорочено ТОВ) «Домінік Ко» розташоване за адресою вул. Решетилівська, буд. 2, м.Полтава, Полтавська обл., 36009, Україна, діє відповідно до чинного законодавства України, яке регулює господарську діяльність та корпоративні відносини. Ключові нормативні акти та закони, на які посилається компанія, наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Нормативні акти та закони, якими керується у своїй діяльності ТОВ «Домінік Ко»

Нормативні акти та закони	Характеристика
Господарський кодекс України	Кодекс установлює загальні стандарти і засади економічної діяльності в Україні, охоплюючи аспекти управління підприємствами, укладання контрактів, правила конкуренції та інші ключові відомості.
Закон України "Про Товариства з обмеженою відповідальністю"	Закон визначає юридичний статус та порядок операцій Товариств з обмеженою відповідальністю в Україні. Він контролює процедури заснування, ведення зборів учасників, а також установлює права та обов'язки учасників Товариства.
Закон України "Про підприємництво"	Закон встановлює загальні засади підприємницької діяльності, охоплює питання ліцензування, створення підприємств, податкову політику та інші аспекти сфери підприємництва.

Директор Товариства очолює його роботу. Кінцевим бенефіціаром ТОВ «Домінік Ко» є приватний інвестиційний фонд «Блейзер Лев» (США) з 1999 року.

Статутом затверджено лінійно-функціонального типу організаційну структуру управління Товариства (рис. 2.3).

Головним органом управління Товариства є Загальні збори учасників.

Контролюючим органом є Ревізійна комісія.

Основний вид діяльності даного підприємства передбачає виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, додатковими видами є виробництво і реалізація виробів з борошна, сухарів, печива, а також хлібобулочних виробів.

Компанія пропонує широкий асортимент кондитерських виробів, який постійно поповнюється інноваційними розробками; багато з них є унікальними і випускаються вперше. Продукція компанії відзначається достатньо високим рівнем якості, використанням екологічно чистої сировини та складників натурального походження.

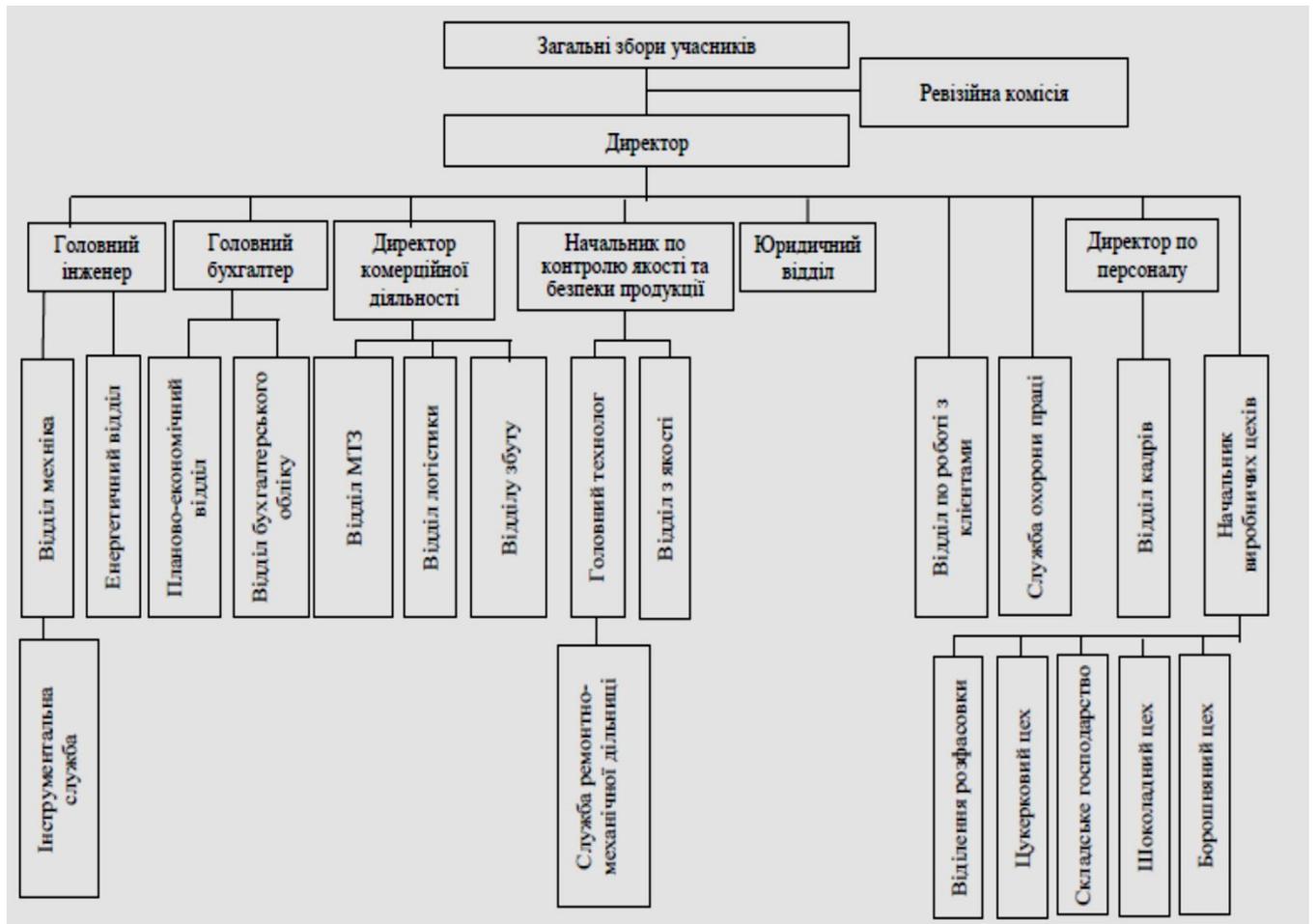


Рисунок 2.3 – Організаційна структура управління ТОВ «Домінік Ко»

Підприємство динамічно розвивається, більшує виробничі потужності, модернізує виробничі процеси та ретельно працює над рецептурами і вибором сировини.

Відділ виробництва є ключовим учасником у виробничих операціях, тоді як інші відділи відповідають за різні аспекти управління, такі як технічна готовність, фінанси, управління персоналом та маркетинг.

Виробнича структура Товариства включає основні цехи, допоміжні цехи та обслуговуюче господарство (рис. 2.4).

У зв'язку з коливанням попиту на ринку кондитерських виробів та для зміцнення конкурентоспроможності підприємства на кондитерському ринку України особливу увагу в компанії приділяють формуванню стратегії інноваційного розвитку.

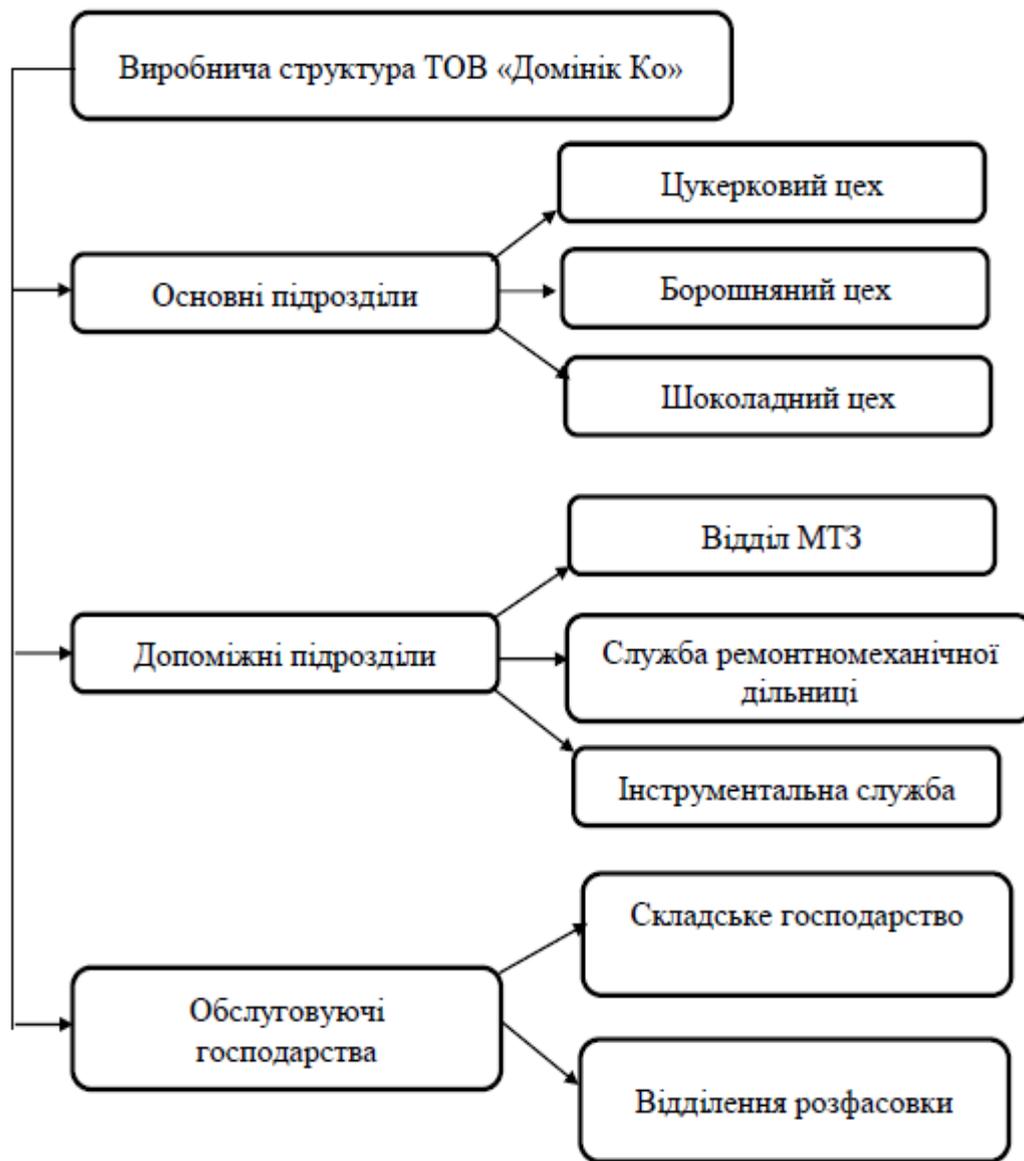


Рис.2.3 – Виробнича структура ТОВ «Домінік Ко»

Обсяг реалізації товарів, послуг та виконаних робіт у різних сферах економічної діяльності ТОВ «Домінік Ко» представлені на рис. 2.4 та проаналізовано в табл. 2.3.

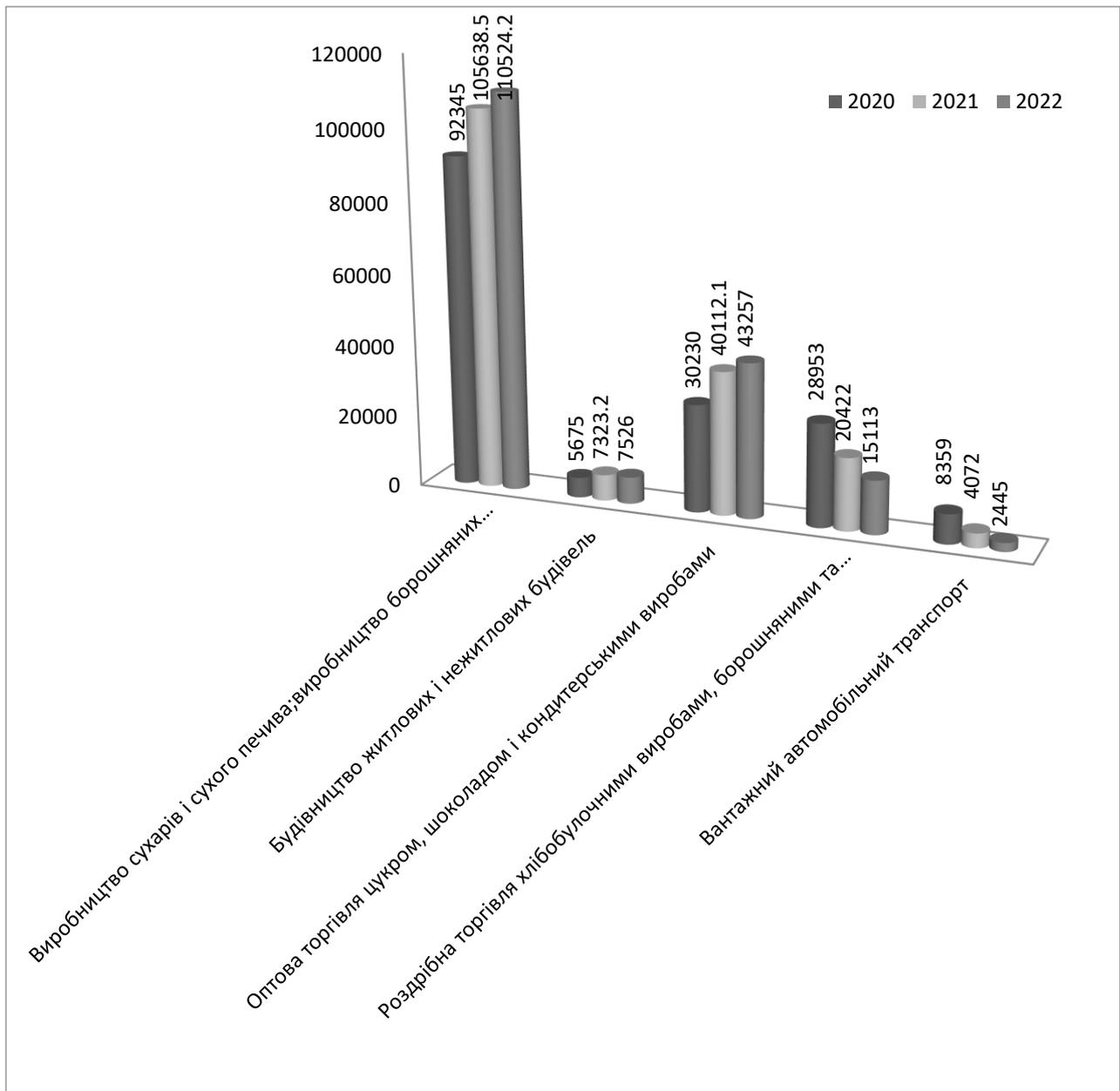


Рисунок 2.4 – Динаміка обсягу реалізованої продукції, робіт та послуг за видами економічної діяльності ТОВ «Домінік Ко» у 2020 – 2022 рр.

Відзначається зростання в окремих сферах діяльності, зокрема, порівняно з 2021 роком, у 2022 році:

1. Виробництво сухарів і сухого печива зросло на 61,79%.
2. Виробництво борошняних кондитерських виробів (тортів і тістечок тривалого зберігання) збільшилося на 4,21%.
3. Будівництво житлових і нежитлових будівель збільшилося на 24,18%.

Таблиця 2.3 – Динаміка обсягів реалізованої продукції ТОВ «Домінік Ко» за 2020 – 2022 роки

Види економічної діяльності	Обсяг реалізованої продукції, робіт, послуг						Відхилення			
	2020		2021		2022		2022 до 2020-		2022 до 2021	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	у сумі	у стрі	у сумі	у стрі
Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах	28953	17,49	20422	11,50	15113	8,45	-13840	-9,04	-5309	-3,05
Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами	30230	18,26	40112,1	22,59	43257	24,18	13027	5,93	3144,9	1,59
Будівництво житлових і нежитлових будівель	5675	3,43	7323,2	4,12	7526	4,21	1851	0,78	202,8	0,08
Вантажний автомобільний транспорт	8359	5,05	4072	2,29	2445	1,37	-5914	-3,68	-1627	-0,93
Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів; тортів і тістечок тривалого зберігання	92345	55,78	105638,5	59,49	110524,2	61,79	18179,2	6,02	4885,7	2,3
Всього	165562	100	177567,8	100	178865,2	100	13303,2	X	1297,4	X

Порівняно з 2020 роком, обсяг реалізації змінився наступним чином:

1. Виробництво сухарів і сухого печива зросло на 6,02%.
2. Будівництво житлових і нежитлових будівель збільшилося на 0,78%.
3. Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами зросла на 5,93%.

Що стосується інших сфер діяльності підприємства, то у 2022р. в порівнянні з 2021 роком, вони змінилися наступним чином: роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими

виробами в спеціалізованих магазинах зменшилося на 3,05%; діяльність вантажного автомобільного транспорту зменшилась на 0,93%.

У структурі реалізованої продукції протягом 2020-2022 років відбулися наступні найбільш суттєві зміни: зменшилася частка хлібобулочних виробів, борошняних та цукрових виробів та торгівля ними в спеціалізованих магазинах на 9,04 в.п., зросла частка цукру, шоколад та кондитерськими виробами на 5,93 в.п., значно збільшилася частка виробництва сухарів і сухого печива, борошняних кондитерських виробів; тортів і тістечок тривалого зберігання на 6,02 в.п.

Отже, протягом 2020-2022 років на підприємстві

2.3. Аналіз економічних та фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства

На основі даних фінансової звітності ТОВ «Домінік Ко» за 2020 – 2022 роки проведено аналіз економічних та фінансових показників діяльності досліджуваного Товариства.

Аналіз діяльності дозволяє виявити резерви щодо розвитку у несприятливих умовах та здатність протистояти зовнішнім ризикам.

Результати проведеного аналізу основних показників представлені в Додатку А даної роботи.

Середня вартість сукупного капіталу підприємства та середня вартість власного капіталу зростала. Вартість сукупного капіталу в 2022 році збільшилася усього на 3% відносно 2020 року та на 1,07% порівняно з 2021 роком, а вартість власного капіталу відносно до 2020 року зросла на 5,27%, та порівняно з 2021 роком зросла на 4,05%. Таким чином, на підприємстві відбулося збільшення капіталу за рахунок приросту власного (рис. 2.5).

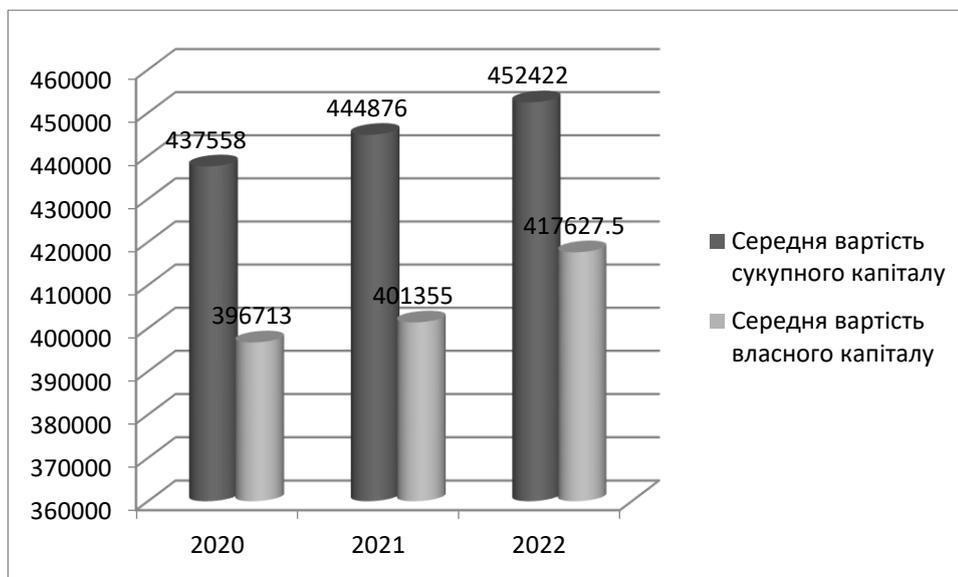


Рисунок 2.5 – Середня вартість сукупного та власного капіталу ТОВ «Домінік Ко» за 2020- 2022 рр.

Стан основних засобів підприємства за первинною вартістю змінювався наступним чином: в цілому відбулося зростання майже на 8%, але за 2 останніх роки показник збільшився усього на 1%. Знос основних засобів впродовж 2020 – 2022 років зростав начтупиним чином: в цілому за 3 роки на 26%, за 2021-2022 роки на 11%. Середньорічна вартість основних засобів в 2022 році порівняно з 2020 роком вона зросла на 19%, а в порівнянні з 2021 роком – на 4%.

На «Домінік» показники нематеріальних активів за первинною вартістю за 2020-2021 роки не змінювалися, за 3 роки в цілому зменшилася на 7,11%, а середня вартість нематеріальних активів за весь період 3 років зменшилася майже на 4%.

Усього оборотних активів на кінець року в 2022 році збільшився на 14,3%, а за 2021-2022 роки зростання становило 27,4%. Дебіторська заборгованість за весь період зменшилася на 23%. Запаси зросли на 54%, а грошові кошти всього на 10,26%.

Середні залишки оборотних засобів збільшилися усього на 1,42% за 2020-2022 рр в у цілому та на 7,54% за 2 останніх роки аналізу.

Людські ресурси на підприємстві скоротилися на 13% у 2022р порівняно з 2020 р та на 3% порівняно з 2021р. Кількість робітників скорочувалася нижчими темпами: за 3 роки в цілому на 10% та за 2 останніх роки на 5%.

Щодо економічних результатів роботи підприємства, то при зростанні чистого доходу за 3 роки на 47%, обсяг реалізованої продукції збільшився на 8%, а виробництво продукції було призупинено на початку воєнного стану у 2022 році та відновилося лише на початку наступного року. При цьому собівартість реалізованої продукції за 2020-2022рр. збільшилася на 45% через зростання цін на ресурси. (рис 2.6).

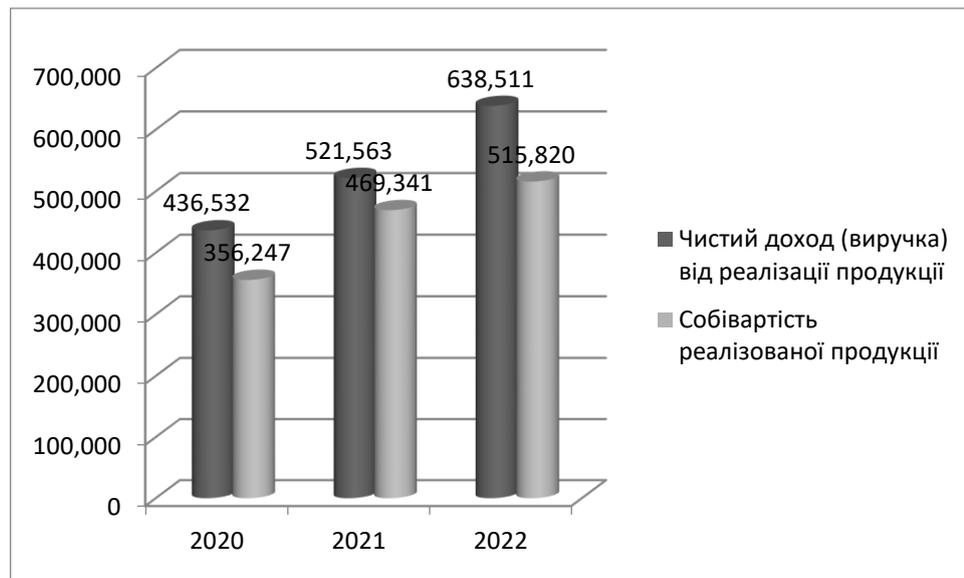


Рисунок 2.6 - Чистий дохід та собівартість реалізованої продукції ТОВ «Домінік Ко» за 2020- 2022 рр.

Щодо фінансових результатів діяльності підприємств, то при зростанні валового прибутку на 52,82% за 2020-2022 роки, прибуток від операційної діяльності збільшився на 106%, прибуток від звичайної діяльності до оподаткування зріс на 73%, а зростання чистого прибутку відбулося на 76,21% (рис. 2.7).

Відбулося незначне зростання фонду оплати праці персоналу на 8%, що пов'язане із збільшенням розміру мінімальної заробітної плати.

Продуктивність праці на підприємстві за всі 3 роки зросла на 68%, а за 2 останніх роки всього на 26%.

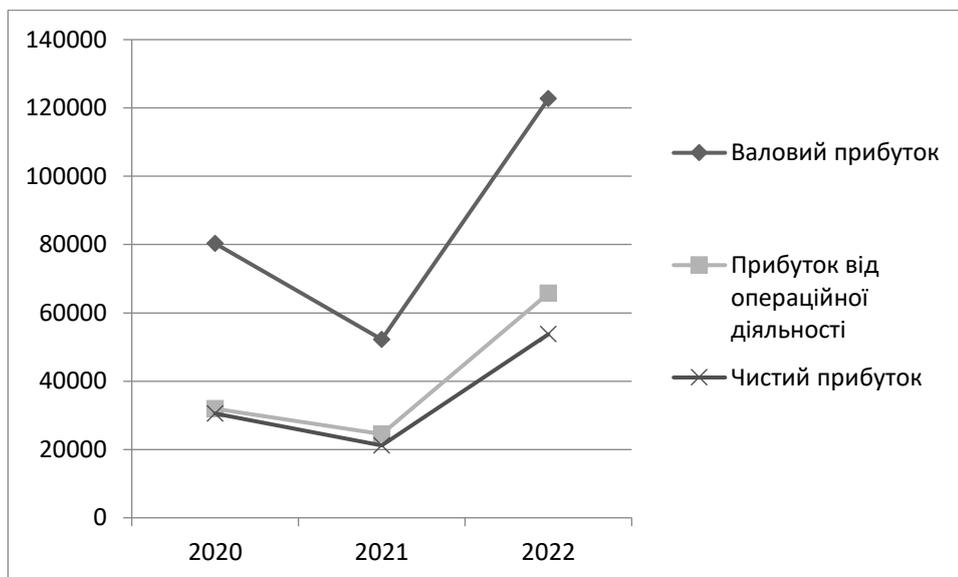


Рисунок 2.7 – Прибутки ТОВ «Домінік Ко» за 2020- 2022 рр.

Показник середньої заробітної плати працівників збільшився за 3 роки на 24%.

Коефіцієнт зносу основних засобів за 3 роки збільшився на 16%, а от коефіцієнт оновлення усього на 6%. Вибуття основних засобів майже не здійснювалося. Фондоозброєність праці персоналу зросла усього на 11% за весь період аналізу.

Спостерігалось значне підвищення показників ефективності використання оборотних засобів на підприємстві : підвищення оборотності на 44% , скорочення роивалості обороту на 31%. Скорочення тривалості операційного циклу відбулося майже на 16%, що є позитивними тенденціями. Показники рентабельності підприємства за 2020-2022роки зросли, а за 2021-2022роки їх темпи зростання ще значно підвищилися.

В цілому ватро зазначити, що у результативності економічній і фінансовій діяльності Товариства відбулися позитивні зміни незважаючи на складні соціально-економічні та соціально-політичні умови, а також підвищилася ефективність використання ресурсів. Серед негативних тенденцій слід відзначити зношеність та незадовільні темпи оновлення основних виробничих фондів та зростання витрат.

2.4. Аналіз стану охорони праці на підприємстві

ТОВ «Домінік Ко» є виробничим підприємством. У зв'язку з цим працівникам компанії щоденно доводиться працювати з ризиковим обладнанням, технологіями та іншими пристроями. В разі порушення техніки безпеки або неправильної їх експлуатації може статися загроза здоров'ю чи навіть летальні випадки. Українське законодавство про охорону праці є регламентованим, діє Закон України «Про охорону праці». Відповідно до нього на підприємствах, де працює понад 50 осіб, повинна бути створена служба охорони праці.

Об'єктом управління охороною праці на підприємстві є діяльність роботодавця або довіреної ним особи, керівників структурних підрозділів, функціональних служб і всього колективу підприємства для забезпечення належних здорових і безпечних умов праці на робочих місцях, виробничих ділянках, цехах і підприємства в цілому, попередження травматизму, профзахворювань, пожеж та аварій [37].

Основні функції охорони праці на ТОВ «Домінік Ко» наведені в табл. 2.4

Таблиця 2.4 – Функції служби охорони праці на ТОВ «Домінік Ко»

1. Здійснення всебічного огляду стану безпеки праці на підприємстві
2. Розроблення колективних заходів з удосконалення умов праці спільно з фахівцями відповідальних служб.
3. Запобігання виробничому травматизму та професійним захворюванням.
4. Проведення або координація всіх форм брифінгів у компанії.
5. Систематичний нагляд за технічним станом будівель та обладнання, включаючи ті, що впливають на створення здорових умов праці, і активна участь у діяльності комісій, які відповідають за ці функції.
6. Активна участь у впровадженні сучасних стандартів безпечної праці.
7. Моніторинг дотримання умов трудового договору в контексті поліпшення умов праці та здоров'я працівників, зокрема тих, які працюють у шкідливих умовах.
8. Реалізація наукових досліджень та науково-дослідних пропозицій, спрямованих на підвищення рівня безпеки виробництва.

Ефективна організація системи охорони праці підкреслює важливість людського капіталу у будь-якому підприємстві, бо безпека та здоров'я працівників стають ключовими факторами, що забезпечують раціональність виробничих процесів та підвищують прибутковість компанії.

На ТОВ «Домінік Ко» за даними 2022 року середнє число працівників становило 599 осіб, тому у складі служби охорони праці налічується 4 особи (рис. 2.8).

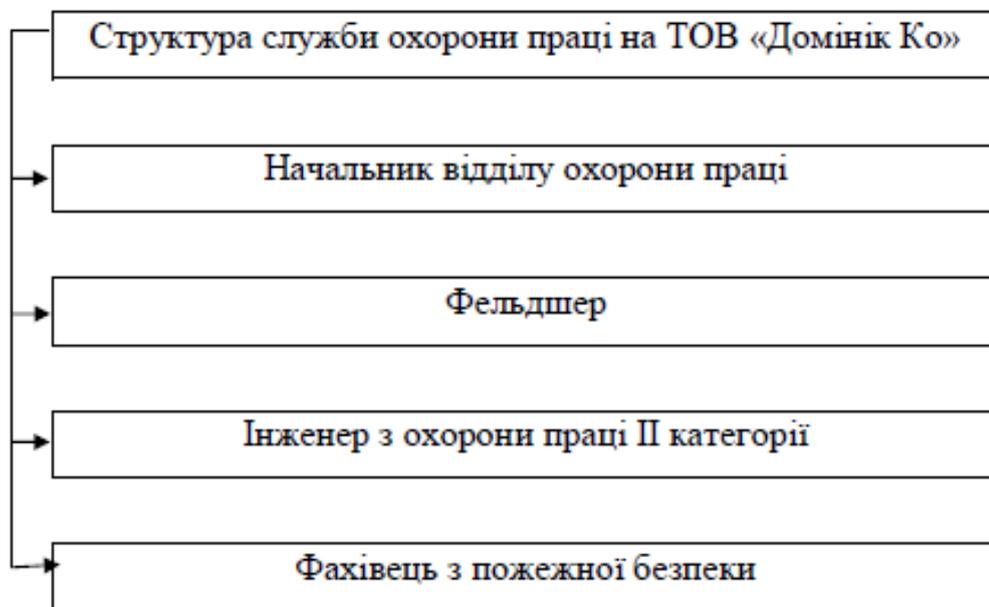


Рисунок 2.8 – Служба охорони праці ТОВ «Домінік Ко»

ТОВ «Домінік Ко» щорічно на охорону праці виділяє 0,5% від суми фонду оплати праці та кожен рік здійснює витрати на поліпшення умов праці.

В цілому можна зазначити, що Товариство створює належні умови праці для всіх категорій персоналу. Протягом 2020-2022 років не відбулося жодного випадку травматизму чи професійного захворювання, що свідчить про дотримання стандартів та правил безпеки.. Основні завдання щодо забезпечення належної охорони праці покладені на інженера з охорони праці.

У результаті виконання даного розділу було проведено аналіз розвитку кондитерської промисловості в Укоаїні та окреслені напрями її подальшого розвитку.

Здійснено характеристику ТОВ «Домінік Ко» з організаційної та правової точки зору та проаналізовано економічні і фінансові показники діяльності за 2020-2022 роки, а також схарактеризовано стан забезпечення охорони праці.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Аналіз системи функціонування корпоративної соціальної відповідальності на ТОВ «Домінік Ко»

Умови господарювання для функціонування ТОВ «Домінік Ко» останні 5 років є досить складними: запровадженню воєнного стану передували виклики пандемії Covid-19, що супроводжувалося зменшенням платоспроможності споживачів, негативним інвестиційним кліматом та іншими зовнішніми факторами. У таких умовах важливо мобілізувати усі можливі резерви та невикористані можливості. Основні можливості полягають у збереженні та подальшому розвитку персоналу Товариства.

Сучасні вимоги до корпоративної соціальної відповідальності полягають у забезпеченні сталого розвитку підприємства, що означає врахування взаємозв'язку та впливу трьох основних аспектів: економічна, соціальна та екологічна відповідальність (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Складові розвитку корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Домінік Ко»

Економічна складова	Економічний розвиток і забезпечення прибутків здійснюються за рахунок задоволення матеріальних і духовних потреб споживачів, працівників і територіальної громади міста та області
Соціальна складова	Встановлення соціальної гармонії та розвиток людського та соціального капіталу шляхом запровадження соціальної відповідальності бізнесу, здійснення соціальних програм, спонсорства, благодійної допомоги, волонтерської діяльності
Екологічна складова	Охорона навколишнього середовища, запобігання його забрудненню та організацію екологічно безпечного виробництва

Розпочати аналіз ефективності системи КСВ на Товаристві доцільно з такого елементу економічної складової як аналіз ефективності праці та використання персоналу.

На основі аналізу, представленого в таблиці 3.2, можна зробити висновки щодо середньої кількості працівників підприємства за 2020-2022 роки.

Таблиця 3.2 – Аналіз складу персоналу підприємства ТОВ «Домінік Ко» за 2020-2022 рр.

Показник	2020 рік		2021 рік		2022 рік		Темп приросту, %	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	<u>2022</u> 2020	<u>2022</u> 2021
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	689	100	618	100	599	100	-13,06	-3,07
Середньооблікова чисельність адміністративно-управлінського персоналу та непромислового персоналу, осіб	132	19,16	87	14,08	96	16,03	-27,27	10,34
Середньооблікова чисельність робітників, осіб	557	80,84	531	85,92	503	83,97	-9,69	-5,27

Згідно з аналізом таблиці, спостерігається зменшення кількості працівників у складі адміністративно-управлінського персоналу та робітників протягом 2020-2022 років на 27,27 %. Найбільшу кількість персоналу можна спостерігати у 2020 році, коли кількість працівників досягла максимального рівня. Порівняно з 2020 роком, кількість робітників зменшилась на 9,69% у 2021 році та на 5,27% у 2022 році, а кількість управлінського та адміністративного персоналу зменшилася за 3 роки в цілому на 27% та за останні 2 роки на 10% .

При цьому у структурі персоналу частка управлінських працівників та адміністративного, а також непромислового персоналу зменшилася на 3 в.п. і становила у 2022р. усього 16,03 % (рис. 3.1). Це пов'язано із закриттям одного з 2 фірмових магазинів підприємства у 2021 році.

Також слід зазначити, що на підприємстві частка працівників з вищою освітою зростає, персонал також проходить навчання як на виробництві так і у закладах освіти-партнерах Товариства.

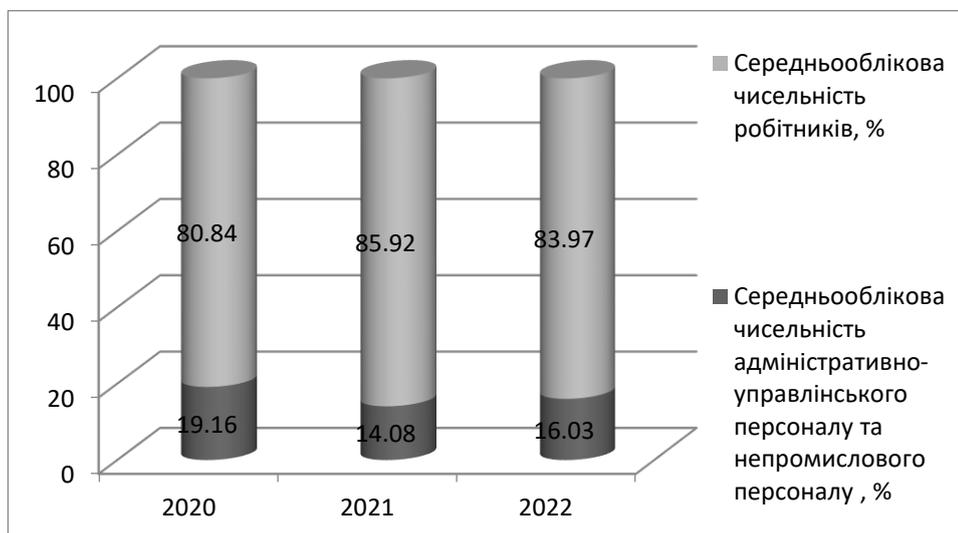


Рисунок 3.1 – Структура персоналу ТОВ «Домінік Ко» у 2020-2022 рр.

Аналіз показників результативності та ефективності праці спрямований на виявлення можливостей для її підвищення, Одним із ключових кроків є оцінка динаміки взаємозв'язку між темпами зростання середньорічної заробітної плати та рівня продуктивності праці працівників підприємства (табл. 3.2).

За данною таблиці видно, що зростання продуктивності праці за 2020-2022рр відбулося на 68%, а рівень оплати праці збільшився усього на 24%, що на перший погляд є позитивним співвідношенням. Водночас, рівень середньої оплати праці персоналу залишається нижчим, ніж в середньому по місту та області (рис. 3.2).

Рентабельність витрат на заробітну плату зростає у 2022 році порівняно з попереднім роком на 177,5% та в цілому за 3 роки на 63,43% (рис. 3.3).

Спостерігалось також зростання показника зрплатовіддачі за період аналізу на 36% та за 2021-2022 роки на 33,9% (рис. 3.4).

Також, існують позитивні аспекти в системі розвитку персоналу, такі як можливість стажування працівників на іноземних підприємствах кондитерської промисловості.

Таблиця 3.2 – Показники ефективності використання персоналу ТОВ «Домінік Ко» у 2020-2022 рр.

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Темп приросту, %	
				2022 до 2020 р.	2022 до 2021 р.
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	436532	521563	638511	46,27	22,42
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	689	618	599	-13,06	-3,07
Фонд оплати праці, тис. грн.	66760	78726	71978	7,82	-8,57
Чистий прибуток, тис. грн.	30503	21181	53749	76,21	153,76
Середньорічний виробіток (продуктивність праці) одного працівника, тис. грн. /особу.	633,57	843,95	1065,96	68,25	26,31
Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	96,89	127,39	120,16	24,02	-5,67
Рентабельність витрат на заробітну плату, грн./грн.	0,46	0,27	0,75	63,43	177,55
Зарплатовіддача, грн./грн.	6,54	6,63	8,87	35,67	33,90

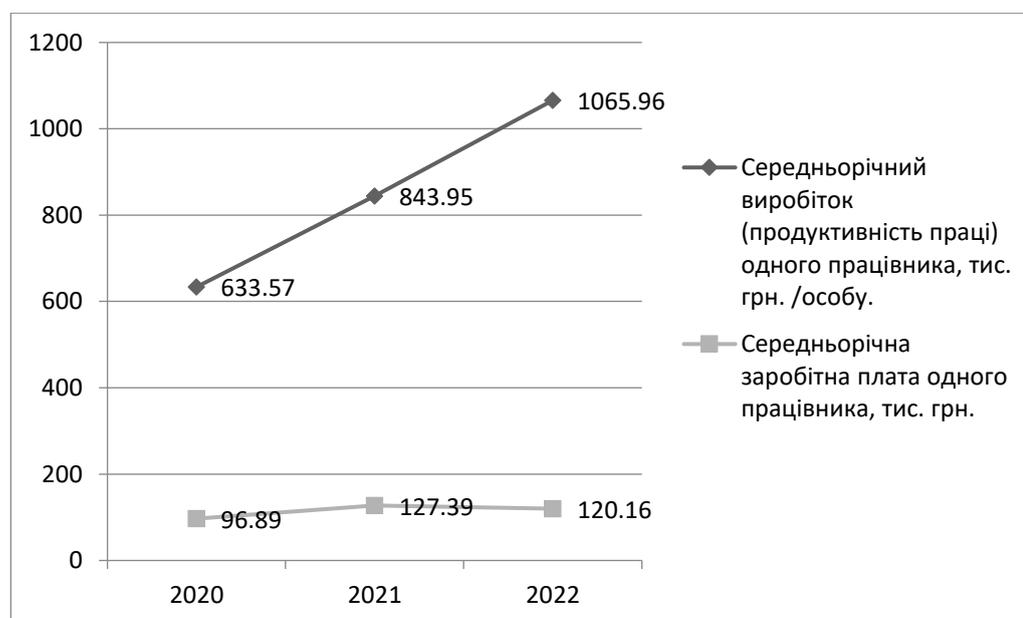


Рисунок 3.2 – Динаміка рівня продуктивності праці та середньорічної заробітної плати персоналу ТОВ «Домінік Ко» у 2020-2022 рр.

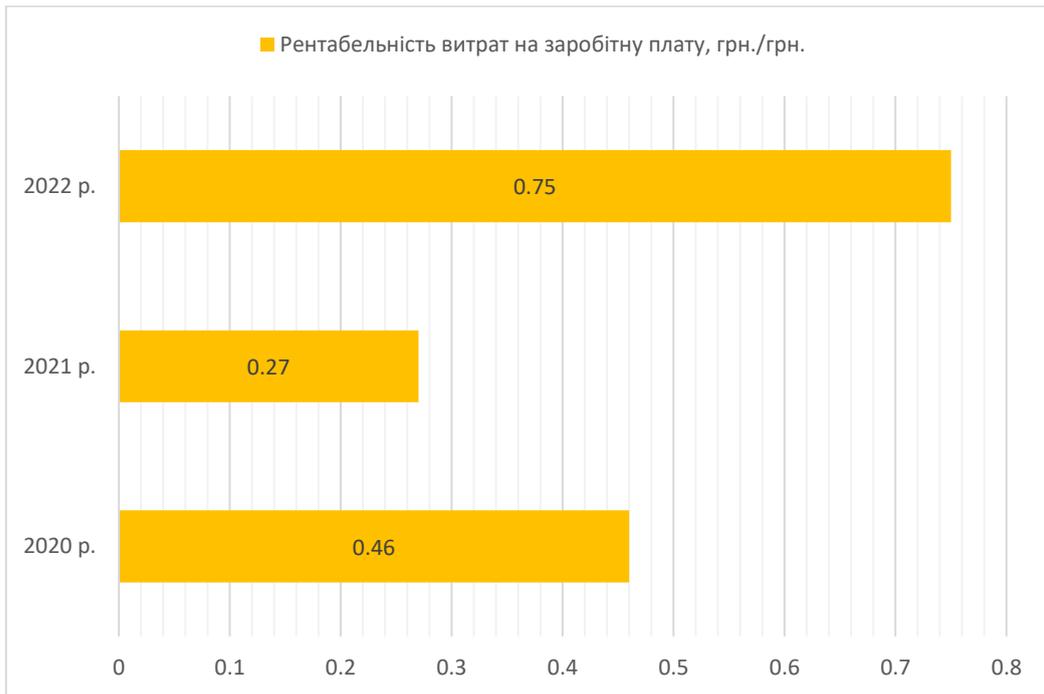


Рисунок 3.3 – Динаміка рентабельності витрат на заробітну плату працівників ТОВ «Домінік Ко» у 2020-2022 рр.

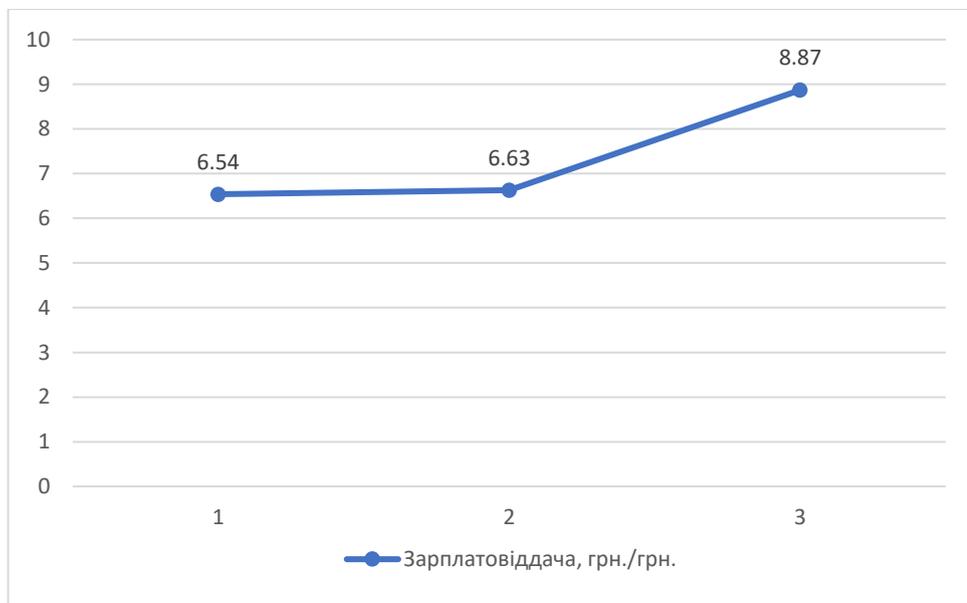
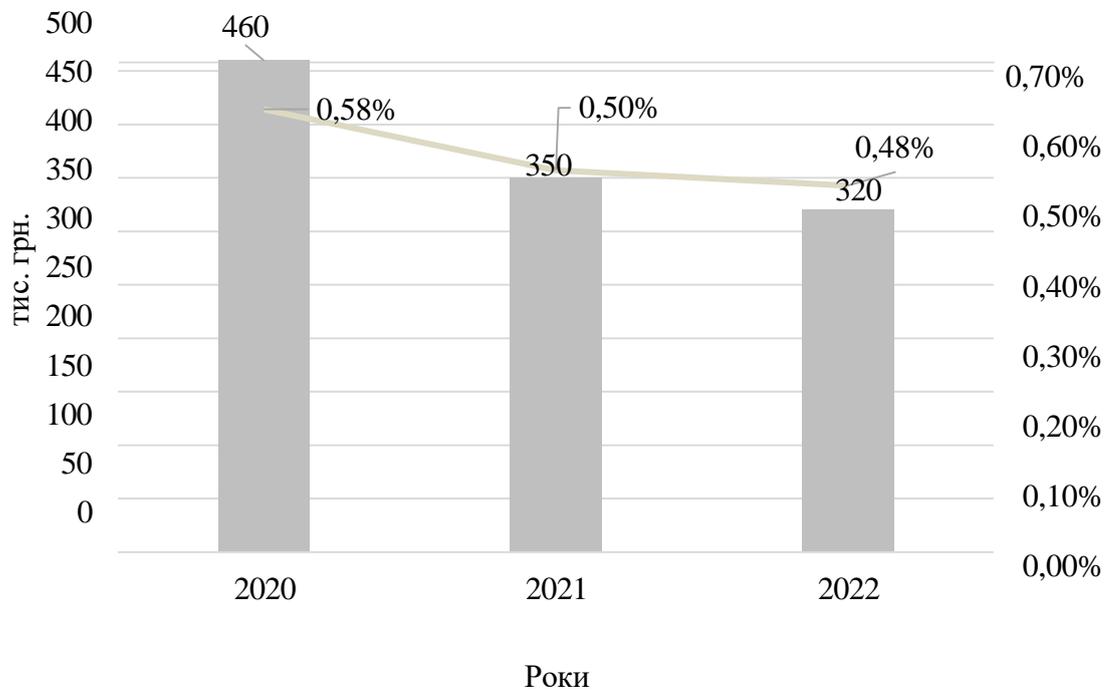


Рисунок 3.4 – Динаміка показника зарплатовіддачі на ТОВ «Домінік Ко» у 2020-2022 рр.

Щорічно Товариством виділяються кошти на програми розвитку персоналу. На рисунку 3.5 наведено ці витрати в динаміці та визначено частку таких витрат в загальних витратах на персонал.



- Витрати на професійний та кваліфікаційний розвиток персоналу, тис. грн.
- Частка витрат на розвиток персоналу персоналу в загальній структурі витрат на персонал, %

Рисунок 3.5 – Витрати на розвиток персоналу
ТОВ «Домінік Ко» за 2020-2022рр.

Виявлено, що обсяг витрат на реалізацію програм розвитку персоналу на протязом 2020-2022 рр. зменшується, а частка витрат на розвиток є досить незначною (0,5%) порівняно з середніми витратами європейських компаній, де вони становлять 2-5 % витрат на персонал. Недостатнє фінансування не може пояснюватися відсутністю коштів, адже прибутки підприємства за цей період зростали. У табл. 3.3 представлено аналіз вікової структури персоналу у порівнянні за даними підприємства 2020 та 2022 років.

Таблиця 3.3 – Вікова структура персоналу ТОВ «Домінік Ко» за 2020 та 2022 роки

Вікова категорія працівників	2020 рік		2022 рік		Відхилення	
	кількість, осіб	питома вага, %	кількість, осіб	питома вага, %	абсолютне, +/-, осіб	структурні зрушення, п.п.
Молодь віком 15-28 років	86	12,48	76	12,7	-10	+0,22
29-40 років	396	57,47	352	58,76	-44	+1,29
41-50 років	178	25,83	156	26,04	-22	+0,57
51-60 років	28	4,06	15	2,5	-13	-2,1
Понад 60 років	1	0,15	0	0	-1	-0,15
Разом	689	100	599	100	-90	0

На ТОВ «Домінік Ко» переважає персонал віком 29-40 років (59%), його частка збільшилася у 2022 р. порівняно з 2020 р. на 1,3 в.п. Водночас, зменшилася частка працівників у віці 41-50 років на 2 в.п. Суттєвих змін у віковій структурі працівників не спостерігалось. У 2022 р. у складі працівників переважали жінки, їх частка становила 69,5%, чоловіків – 30,5% (рис. 3.6).

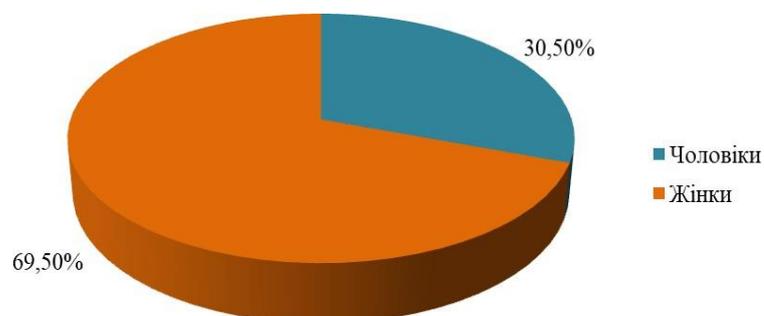


Рисунок 3.6 – Гендерна структура працівників ТОВ «Домінік Ко» у 2022 р.

Соціальна політика Товариства спрямована на забезпечення необхідного рівня продуктивності праці, зменшення плинності та підвищення соціального захисту усіх категорій працівників.

Щорічно на сайті Товариства у блоці «Корпоративна інформація» публікується «Звіт про управління», який готує фінансовий директор у вигляді презентації за розділами (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Зміст консолідованого звіту про управління ТОВ «Домінік Ко» щодо корпоративної соціальної відповідальності

Розділ «Екологічні аспекти»	«Соціальні аспекти та кадрова політика»
<p>Товариство прагне досягти екологізації виробництва завдяки раціональному переробленню сировини і впровадженню безвідходних і маловідходних технологій, а також піклується про екологічні наслідки техногенної діяльності</p>	<p>Для компанії її працівники є найбільшою цінністю. Діяльність підприємства спрямована на підвищення професіоналізму працівників, покращення умов праці, безпеки виробничих процесів та гарантування їх соціального захисту. Саме тому впроваджена і сертифікована система управління безпекою та гігієною праці. Підприємство забезпечує працівників належними умовами праці та життя.</p>
<p>Завданнями підприємства щодо екологізації виробництва визначено розвиток на засадах оновлення та впровадження ресурсозберігаючих та екологічно безпечних технологій, сучасного виробничого обладнання. Щорічно на підприємстві складається план щодо модернізації обладнання</p>	<p>Кожного року передбачено підвищення рівня кваліфікації працівників, медичне обстеження, надання першої допомоги, розвиток соціальної сфери. Підприємство є одним із кращих роботодавців України.</p> <p>На підприємстві серед об'єктів соціальної інфраструктури функціонує сучасно обладнаний медпункт, та їдальня.</p> <p>Усі санітарно-побутові приміщення відповідають сучасним вимогам гігієни праці.</p>
<p>Товариство виготовляє якісну сертифіковану продукцію, яка є екологічно безпечною для споживачів.</p> 	<p>Компанія повністю сплачує всі обов'язкові податки, внески у пенсійний та інші фонди. Соціальна політика щодо персоналу спрямована на забезпечення необхідного рівня продуктивності праці, зменшення плинності кадрів та підвищення соціального захисту працівників. Соціальний пакет, що поширюється, включає: матеріальну допомогу при народженні дитини, при виході на пенсію, в разі одруження, в критичних ситуаціях.</p> <p>Проводиться постійна професійна підготовка, підвищення кваліфікації та навчання всього персоналу, для цього проводяться оцінка компетентності персоналу, підготовка та навчання, інструктажі</p>

В цілому можна зробити висновок, що загальна система управління персоналом підприємства є соціально орієнтованою.

Водночас, окремого звіту про соціальну відповідальність на підприємстві не формується, а також відсутня інформація про співпрацю з місцевими громадами та органами місцевої влади.

Щодо надання благодійної допомоги, то підприємство постійно піклується про вихованців Полтавського спеціалізованого дитячого садка-інтернату.

Також з початком воєнних дій у квітні 2022 р підприємство надавало допомогу військовим підрозділам, військовим шпиталям, евакуйованим громадянам та дітям і особам похилого віку серед мешканців окупованих територій через відправлення та надання власної продукції, за цю діяльність отримана Подяка від Асоціації залізничних перевізників України.

3.2. Напрями розвитку та підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Сьогодні український бізнес в цілому та підприємства харчової промисловості зокрема стикаються з викликами, які ускладнюють впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності, серед яких крім економічних проблем можна відзначити невизначеність державної політики у соціальній відповідальності та відсутність підтримки компаній з боку органів влади та місцевого самоврядування.

З метою розвитку КСВ на рівні країни доцільно розроблення та запровадження ефективної системи участі держави на умовах партнерства з приватним бізнесом. Досвід економічно розвинених країн підтверджує необхідність та високу результативність такого державно-приватного соціального партнерства.

Щодо досліджуваного Товариства, вважаємо доцільним рекомендувати розроблення стратегії та політики КСВ, напрями якої представлені в табл. 3.5.

Дані запропонованої таблиці надають уявлення про те, як Товариство може розвивати свою КСВ за допомогою впровадження конкретних заходів.

Таблиця 3.5 – Стратегія та політика корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Домінік Ко», що пропонуються для впровадження

Напрямок	Опис заходів	Мета	Відповідальна особа
Розробка стратегії КСВ	Провести аналіз сильних і слабких сторінок компанії в контексті КСВ. Визначити основні пріоритети та цілі.	Створення чіткої стратегії КСВ, що відповідає місії та цілям компанії.	Директор з персоналу, Корпоративний секретар
Залучення стейкхолдерів	Організувати зустрічі з представниками спільнот, клієнтами та іншими стейкхолдерами для збору фідбеку та визначення їх очікувань.	Забезпечення взаємодії та підтримки інтересів усіх зацікавлених сторін.	Відділ по роботі з клієнтами
Екологічна стійкість	Розробити план заходів з мінімізації впливу на довкілля, включаючи використання відновлювальних джерел енергії та впровадження енергоефективних технологій.	Зменшення відбитку вуглецю та інших негативних екологічних наслідків діяльності компанії	Відділ екологічної безпеки (необхідно створити)
Соціальні програми	Впровадити програми підтримки співробітників, такі як підвищення рівня безпеки на робочому місці та стимулювання професійного розвитку.	Покращення задоволеності співробітників та забезпечення їхнього благополуччя.	Відділ кадрів
Етичне управління	Розробити і впровадити етичний кодекс поведінки для співробітників та менеджменту компанії. Провести навчання з етики та встановлення моніторингових механізмів.	Забезпечення чесності та інтегритету управлінських практик в компанії	Юридичний відділ

Напрямом підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності у сфері соціально-трудових відносин може стати політика Товариства стосовно різних сфер життя і діяльності працівників, впровадження якої покликано сприяти досягненню розумного балансу між роботою та життям.

Заходи за даним напрямом, які можемо рекомендувати для підприємства, можна згрупувати за блоками:

- розвиток,
- мотивація та стимулювання.
- врахування думки працівників щодо різних аспектів управління персоналом та підприємством в цілому,
- фізичне здоров'я і безпека на робочому місці та поза ним,

- соціально-психологічний клімат і ментальне здоров'я,
- баланс між роботою та родиною і громадським життям,

Особливої уваги ватий напрям «Мотивація та стимулювання», адже він перетинаються з іншими аспектами корпоративної соціальної відповідальності Товариства. Сфера оплати праці та заохочень сьогодні знаходяться серед слабких місць в компанії, отже заходи з вдосконалення даної сфери дозволять утримувати найкращих працівників, підвищити їх рівень компетентностей, зміцнювати лояльність до підприємства та керівництва.

Завдяки створенню ефективної двосторонньої системи внутрішніх комунікацій можливо реалізувати систему участі персоналу в управлінні компанією. Кожен працівник повинен бути впевненим, що подані ним пропозиції з удосконалення виробництва чи управління, скорочення витрат, створення нових видів продукції, вдосконалення рецептури виробів, покращення умов праці та соціальної інфраструктури тощо будуть розглянуті і належним чином оцінені та буде отримана подяка за активність.

Можна також запропонувати заходи і програми із заохочення здорового способу життя.

Програми балансу між роботою та життям можуть реалізуватися шляхом впровадження гнучких графіків роботи, можливості працювати дистанційно, підтримки працівників у догляді за дітьми, організації центру догляду та піклування за дітьми тощо.

Також можна здійснити SWOT-аналіз можливих ризиків та загроз, переваг та можливостей (перспектив) вдосконалення розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємства (табл. 3.6).

Підвищення рівня та ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємства у сучасному бізнес-середовищі також потребує співпраці з територіальною громадою міста Полтава, оскільки це є важлива складова діяльності підприємства.

Таблиця 3.6 – SWOT-аналіз аспектів КСВ ТОВ «Домінік КО»

Аспекти КСВ	Опис
Недоліки	Високі витрати на впровадження КСВ. Зміна підходів до управління і документаційного забезпечення.
Ризики	Ризик втрати конкурентоспроможності через вищі витрати. Можливість негативного впливу на репутацію підприємства в разі невдалого виконання КСВ.
Перспективи	Підвищення репутації та привабливості для інвесторів. Зростання лояльності споживачів та працівників.
Переваги	Сприяння сталому економічному розвитку. Зниження ризиків політичної та економічної нестабільності.

Співпраця з місцевими громадами включає ряд ініціатив та активностей, спрямованих на взаємодію з місцевими жителями, організаціями та владою для вирішення спільних проблем і покращення соціального середовища. Різні напрямки та їх ефективність наведені в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Напрямки співпраці з місцевою громадою м. Полтава корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Домінік Ко» та їх ефективність

Напрямок співпраці	Приклади ініціатив	Оцінка ефективності
Соціальні проекти та програми	Будівництво і ремонт шкіл, лікарень; організація медичних кампаній; надання благодійної допомоги; організація волонтерського центру та центру піклування за дітьми; надання правової та психологічної допомоги	Збільшення доступу до освіти та охорони здоров'я, покращення соціальної інфраструктури, зміцнення трудової дисципліни, поліпшення соціально-психологічного клімату
Зайнятість та розвиток навичок	Програми стажування та професійного навчання; підтримка місцевих виробників	Підвищення компетентностей та конкурентоспроможності й доходів працівників, мотивація і стимулювання персоналу до інновацій та розвитку
Участь у місцевих ініціативах	Підтримка фестивалів, спортивних змагань, культурних заходів	Зростання популярності подій в громаді, залучення нових учасників
Екологічні ініціативи	Відновлення екосистем, сортування, відходів, енергоефективність	Зменшення впливу на навколишнє середовище, підвищення екологічної свідомості в громаді

Співпраця з місцевою громадою включає ряд ініціатив, які можуть бути спрямованих на взаємодію з місцевими мешканцями міста Полтава, благодійними і волонтерськими організаціями та місцевою владою для вирішення спільних проблем і покращення соціального середовища.

Оцінка ефективності таких ініціатив може здійснюватися через систему моніторингу і звітності, збиранням даних про вплив програм на місцевій рівень, анкетуванням учасників і виконанням інших методів збору зворотного зв'язку. Активна взаємодія з місцевими органами влади та громадськими організаціями сприяє успішній реалізації ініціатив і підвищенню ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

Для Товариства доцільним вважаємо також проведення роботи щодо створення власного корпоративного іміджу з метою підвищення репутації компанії як роботодавця та партнера (рис. 3.7).

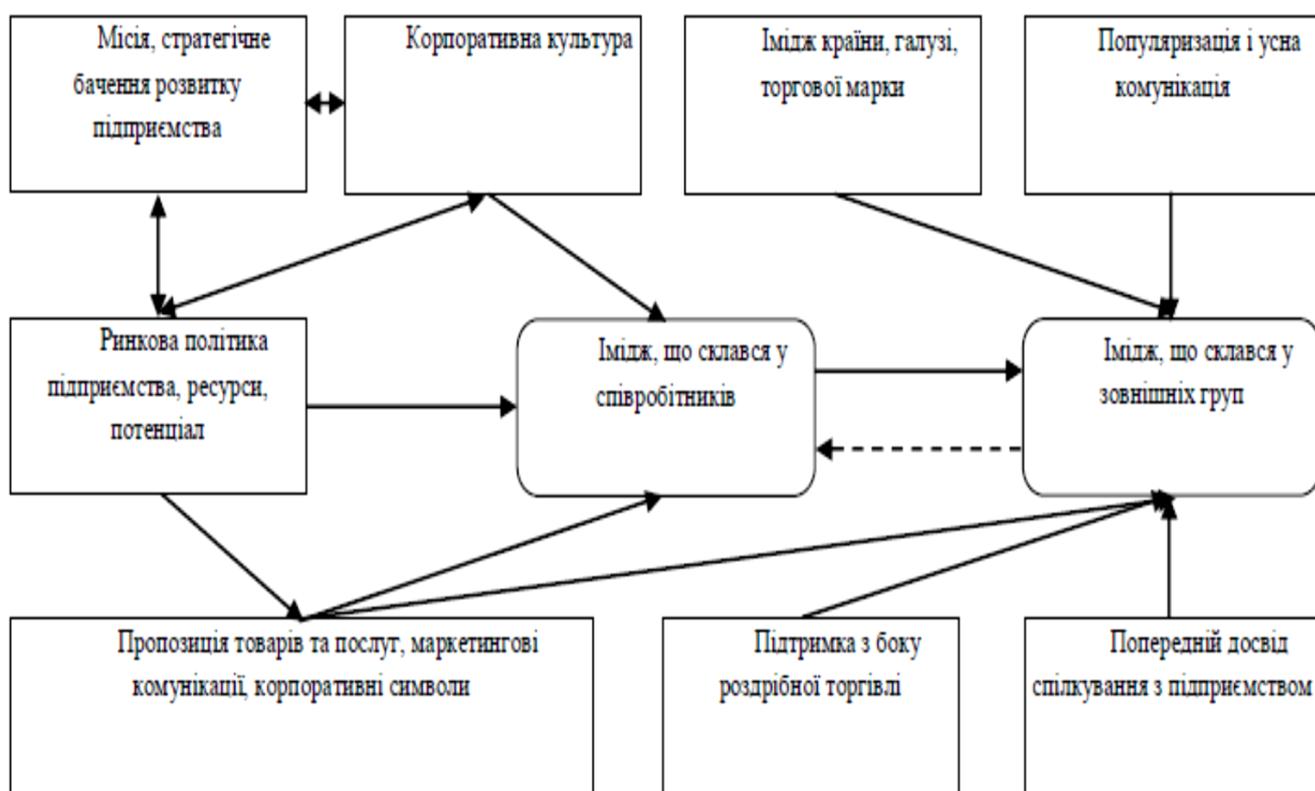


Рисунок 3.7 – Схема формування корпоративного іміджу ТОВ «ДомінікКО» як соціально відповідальної компанії

Отже, корпоративний імідж може стати однією з ключових складових підвищення конкурентоспроможності Товариства. Система КСВ підприємства, її розвиток та вдосконалення тісно пов'язані з усіма напрямками діяльності, у тому числі й з політикою комунікацій.

У даному розділі роботи здійснено аналіз функціонування корпоративної соціальної відповідальності підприємства та запропоновані напрями підвищення її рівня й ефективності з метою позитивного впливу на імідж і конкурентні позиції ТОВ «Домінік Ко». Особливу увагу пропонується спрямувати на соціальне партнерство з місцевими громадами та органами влади, а також провадити роботу з формування корпоративного іміджу Товариства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Під час виконання даної випускної роботи досягнута основна мета і виконані завдання, якв були поставленв.

Метою роботи було визначено здійснення аналізу теоретичних та методичних основ формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві та розроблення напрямів її розвитку та підвищення рівня.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Домінік Ко», яке займається виробництвом та реалізацією кондитерських виробів.

Предметом дослідження роботи виступила корпоративна соціальна відповідальність підприємства та її складові.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку літературних джерел та додатків.

У першому розділі випускної кваліфікаційної роботи було розглянуто: сутність передумови та розвиток корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві; формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства в сучасних умовах; систему оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Корпоративна соціальна відповідальність розглядається як ключовий компонент розвитку підприємства, що впливає на його репутацію, привабливість для інвестицій, маркетингову ефективність, здійснення ефективної комунікації з різними зацікавленими сторонами та на інші стратегічно важливі аспекти, що формують основу успішності підприємства.

В другому розділі було проведено аналіз розвитку кондитерської промисловості України, досліджені організаційно-правові основи діяльності ТОВ «Домінік Ко», а також проведений аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності підприємства і стану охорони праці.

Економічна діяльність досліджуваного підприємства за 2020-2022 рр. характеризується позитивними тенденціями підвищення результативності та ефективності. Ключовими напрямками розвитку економічної та фінансової діяльності Товариства в перспективі є розширення асортименту продукції та розвиток нових її видів, впровадження інновацій, оптимізація витрат, розвиток дистрибуційної мережі, сталість якості продукції, дотримання стандартів харчової та екологічної безпеки, розширення ринків просування.

У третьому розділі роботи було виконано аналіз розвитку та розроблені напрямки підвищення рівня й ефективності корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Для Товариства актуальним є формування стратегії й політики розвитку КСВ за запропонованими напрямками, організація співпраці з органами місцевої влади та територіальною громадою міста. Доцільним є також формування нефінансового звіту Товариства про соціальну відповідальність та створення відділу екологізації виробництва та центру піклування про дітей працівників.

При впровадженні запропонованих рекомендацій щодо підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності керівництво матиме можливість досягти посилення позитивного іміджу компанії як роботодавця та відповідального партнера на ринку кондитерської промисловості.