

3. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування / пер. з англ. К. Сисоєва. Київ: вид-во Олексія Капусти, 2008. 412 с.
4. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: Монографія. Харків: вид. ХДЕУ, 2002. 364 с.
5. Порожня В.М., Безземельна Т.О., Кравченко Т.А. Стратегічне управління: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 224 с.

ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Зибарева Оксана Василівна

д.е.н., професор

Кафедра бізнесу та управління персоналом

o.zybareva@chnu.edu.ua

Лопашук Інна Афанасіївна

к.е.н., доцент

Кафедра бізнесу та управління персоналом

i.lopashchuk@chnu.edu.ua

Присяжнюк Олег Вікторович

аспірант

prysiazhniuk.oleh@chnu.edu.ua

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

В сучасних умовах господарювання, коли ринок не тільки диктує нові вимоги, а й швидко змінюються умови середовища, підприємницький сектор, щоб забезпечити ефективне функціонування та зберегти конкурентоспроможність, повинен адекватно і вчасно реагувати на зміни, використовуючи нові, нетипові для його попереднього досвіду, методи. Практика показує, що в умовах загострення глобальної конкуренції традиційні підходи до формування конкурентних переваг підприємств майже вичерпані, що визначає необхідність створення керованого механізму управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах нового інструментарію, який орієнтується на довгострокові партнерські відносини з контрагентами середовища (партнери, органи влади, споживачі, конкуренти, громада, засоби масової інформації, наймані працівники тощо) на засадах сталого розвитку. В цих умовах від бізнесу очікується не тільки стабільна безперебійна робота, але й активність, яка охоплює не тільки економічні, але й соціально орієнтовані, управлінські та екологічні компоненти, що спрямовані на забезпечення добробуту суспільства та вирішення ключових проблем його розвитку. Зазначена обставина є умовою конкурентної стабільності бізнесу, можливостей його розвитку, інноваційної активності, адаптивності бізнес-процесів до

мінливих умов ринку. Одним з інноваційних для українських підприємств інструментів формування конкурентних переваг бізнесу (неекономічного характеру), завдяки якому забезпечується відповідність вимогам сталого розвитку та прогрес не тільки в економічній, а й у соціальній, управлінській та екологічній практиках його діяльності, є соціальна відповідальність [1].

Аналіз наукових підходів щодо розуміння соціальної відповідальності з позицій конкурентоспроможності бізнесу, проведений у науковій праці [2, с. 46-61] показав, що цей контекст досліджується інтегровано зі сталим розвитком, організацією ефективних відносин з середовищем, а також тим, що соціальна відповідальність виступає інструментом формування спільних цінностей. Такий підхід відповідає науковим концепціям соціальної відповідальності бізнесу К.Девіса (управлінський контекст соціальної відповідальності), А. Керолла (піраміда соціальної відповідальності), Е. Фрімена (концепція стейкхолдерів), Дж. Елкінгтона (концепції сталого розвитку, потрійного підсумку, корпоративної стійкості) та М. Портера та М. Крамера (створення спільних цінностей). В сучасних умовах соціальна відповідальність бізнесу за своєю суттю являється системою цінностей, з іншого боку, вона дозволяє створювати для кожного власні цінності, які слід закладати у процес формування корпоративної стратегії підприємства.

В умовах глобальних викликів та мінливості середовища є соціальна відповідальність є одним з ключових джерел формування конкурентних переваг бізнесу, яка дозволяє йому забезпечити покращення всіх параметрів функціонування бізнес-процесів та забезпечити кращі конкурентні позиції на ринку. Ключовий вплив імплементації принципів соціальної відповідальності на конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності забезпечується:

- досягненням кращих результатів, що сприяє підвищенню рентабельності бізнесу шляхом посилення взаємодії з ключовими стейкхолдерами: власним персоналом та споживачами. З боку персоналу, зростання продаж забезпечується віддачею вищої продуктивності праці, а з боку споживачів – ефектом від монетизації їх лояльності до підприємства [3];

- зростанням інвестиційної привабливості соціально-відповідального бізнесу завдяки підвищенню соціально-етичної спрямованості та екологічності бізнесу, насамперед, через відповідність діяльності та стратегій його розвитку цілям та завданням сталого розвитку;

- зростанням вартості бізнесу від монетизації вигід, що приносять нематеріальні активи [3], насамперед, ділова репутація підприємства, як оцінка та сприйняття стейкхолдерами його діяльності, продукції та бренду в цілому. Йдеться також і про якість корпоративного управління, доброчесність і комплаєнс у відносинах з партнерами та іншими стейкхолдерами, формування гідних умов праці для власного персоналу, впровадження інноваційних підходів у методах ведення діяльності;

- зростанням рівня довіри з боку стейкхолдерів завдяки підвищенню прозорості діяльності підприємств шляхом формування та оприлюднення

нефінансової звітності та участю у рейтингах, де бізнес показує не тільки різні сторони своєї діяльності, але й рівень відповідальності за них у контексті того впливу, що він здійснює на суспільство, забезпечуючи формування тих результатів та вигід, які найбільш цінні як для нього самого, так і для людства у контексті забезпечення сталого розвитку. Сформована довіра стейкхолдерів у довгостроковій перспективі стає потужним джерелом забезпечення прибутковості та нарощування вартості бізнесу;

- активізацією процесів цифровізації бізнесу, що дозволяє забезпечувати інноваційні перетворення бізнес-моделей підприємства у контексті покращення їх операційності та бізнес-ефективності, оптимізувати процес комунікації зі стейкхолдерами, сприяючи передачі інформації про сталий розвиток підприємств у максимально ефективний спосіб.

Отже, соціальна відповідальність є стратегічним напрямом формування конкурентних переваг бізнесу. Зростання конкурентоспроможності можливе лише за використання системного підходу, за якого управління підприємством здійснюється на засадах принципів соціальної відповідальності, яка повністю інтегрована у стратегію його розвитку на всіх рівнях управління, забезпечує створення спільних цінностей і є невід'ємним атрибутом здійснення всіх бізнес-процесів, що гарантує сталість розвитку бізнесу (рис. 1).

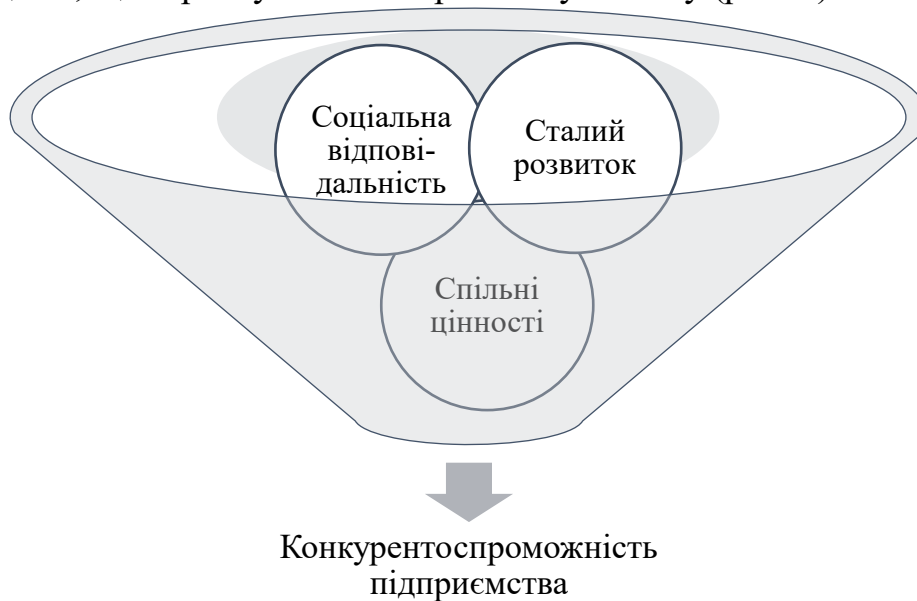


Рис. 1. Соціальна відповідальність як ключовий стратегічний напрям формування конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах

Джерело: побудовано автором

Стратегічне усвідомлення, поступова імплементація та послідовна реалізація заходів щодо зростання соціальної відповідальності бізнесу дозволить йому зміцнити конкурентні позиції на ринку та забезпечити сталий розвиток через створення спільних цінностей задля прогресу людства.

Список використаних джерел

1. Зибарева О.В., Воронюк Т.А. Потенціал соціальної відповідальності підприємства в системі управління його конкурентоспроможністю. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2022. Вип. I (85). С. 106-124. URL: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2022/v1/9.pdf> (дата звернення 15.06.2024).
2. Зибарева О.В. Соціальна відповідальність бізнесу як джерело формування його конкурентних переваг. Економічні та соціальні детермінанти конкурентоспроможності підприємництва: колективна монографія / за заг. ред. Лопатинського Ю.М., Зибаревої О.В. Чернівці: Технодрук, 2023. 572 с., С. 45-80. Zybareva, O., Popadiuk, O., Yaskal, O., Yaskal, I. (2023). Internal Social Responsibility: an assessment based on official reporting data. Studia Regionalne i Lokalne. Special Issue on Ukraine. pp. 68-88. URL: https://studreg.uw.edu.pl/dane/web_sril_files/1960/2023_si_ua_zybareva_popadiuk.pdf (дата звернення 15.06.2024).

РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ШЛЯХИ СТИМУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Хмара Павло Володимирович

здобувач вищої освіти магістерського рівня

з міжнародної економіки

khmara.pv@gmail.com

Ефективний розвиток будь-якої країни тісно пов'язаний з поняттям комплексного розвитку, за якого економічний розвиток не суперечить вирішенню екологічному та соціальному балансу країни. Формування національної моделі соціальної відповідальності підприємництва (далі – СВП) є стратегічно важливим фактором для досягнення стабільного економічного розвитку країни, особливо в умовах політичної та економічної нестабільності. Для стабілізації економічних та соціальних процесів в Україні необхідною умовою є виявлення та використання потенційних можливостей від реалізації СВП. Особливого значення і актуальності набуває дана проблематика в умовах майбутньої поствоєнної відбудови вітчизняної економіки.

Слід зазначити, що жодна з існуючих моделей СВП не може бути застосована в Україні в повному обсязі, оскільки сучасному етапу розвитку соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва притаманні розмитість тенденцій щодо дотримання принципів соціально відповідальної діяльності та відсутність підтримки соціальних ініціатив підприємств з боку держави. Кожна компанія несе соціальну відповідальність за свою діяльність та