

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті розглянуто соціальні параметри механізму формування та підвищення конкурентоспроможності, як окремих суб'єктів господарювання, так і країни в цілому. Підкреслено необхідність впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), завдяки якій можна набути конкурентних переваг та забезпечити стійкий соціально — економічний розвиток. Визначено фактори, що гальмують розповсюдження практики формування КСВ в Україні.

В статье рассмотрены социальные параметры механизма формирования и повышения конкурентоспособности, как отдельных субъектов хозяйствования, так и страны в целом. Подчеркнута необходимость внедрения корпоративной социальной ответственности (КСО), благодаря которой можно приобрести конкурентных преимуществ и обеспечить устойчивое социально — экономическое развитие. Определены факторы, тормозящие распространение практики формирования КСО в Украине.

This article examines social parameters of the mechanism of formation and competitiveness as individual entities and as a whole. The necessity of implementing corporate social responsibility (CSR), which can gain competitive advantages and achieve sustainable socio — economic development. Factors that inhibit the practice of forming CSR in Ukraine.

Ключові слова. Корпоративна соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, механізм формування конкурентоспроможності, глобалізація, соціально — економічний розвиток, інноваційна та інвестиційна складові.

Ключевые слова. Корпоративная социальная ответственность, конкурентоспособность, механизм формирования конкурентоспособности, глобализация, социально — экономическое развитие, инновационная и инвестиционная составляющие.

Key words. Corporate social responsibility, competitiveness, the formation mechanism of competitiveness, globalization, socio — economic development, innovation and investment components.

Вступ. Сучасними напрямками трансформації економічних систем є глобалізація, а також соціалізація економіки. Поява в науці і практиці господарювання категорії «соціальна відповідальність» пов'язана з сучасними трансформаційними процесами в світовій економіці.

Не достатня підтримка державою корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), неприйняття або неправильне розуміння цього питання призводить до збільшення фіскального навантаження на підприємства та втрату конкурентоспроможності як окремими підприємствами, так і країни в цілому. Сприяння впровадженню КСВ може створити умови, сприятливі для стійкого економічного зростання, відповідальної поведінки бізнесу та стабільного створення робочих місць у середньостроковій і довгостроковій перспективі[9].

Об'єктивними причинами актуалізації КСВ є існуюча ситуація з конкурентоспроможністю в країні, яка загрожує остаточно підірвати позиції національних виробників не лише на зовнішніх, але і на внутрішньому ринку [7]. Вирішенню цих національних проблем не сприяє технологічне відставання України та відтік висококваліфікованих фахівців за кордон. Все це потребує знання сучасних економічних технологій та налагодження дієвого урядового механізму задля вирішення стратегічних завдань.

Дослідженням визначення поняття конкурентоспроможності займалось багато вітчизняних та зарубіжних провідних вчених. У теорії та практиці ринкового перетворення підприємницького середовища поширюються методики визначення рівня конкурентоспроможності, що спираються на роботи відомих зарубіжних учених, таких як М. Аокі, Г. Армстронг, Р. Браун, Ф. Котлер, Д. Ліндей, М. Портер, С. Седенбург, Д. Сігел, А. Стрікленд, А. Томпсон, Д. Формбі. Ця проблематика розглядається в дослідженнях багатьох вітчизняних авторів, зокрема, в працях Л.В. Балабанової, І.О. Відоменко, А.П. Градова, З.І. Должанського, О.Є. Сомової, А.Н. Тищенко, Є.М. Улья, Ю.А. Юданова та інших. Розкриття природи соціальної відповідальності бізнесу та еволюції підходів до її розуміння знайшло своє відображення у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, а саме: А. М. Колота, Ю. Є. Благова, В.К. Борисова, М.І. Корсакова, С.Є. Литовченко, Є.Г. Панченко, А.І. Кредісов, П. Друкер, К. Девіс, М. Мескон та ін. Проте, стрімка глобалізація економічних процесів

об'єктивно зумовлює необхідність подальшого вивчення питання щодо формування та розвитку соціальної корпоративної відповідальності у взаємозв'язку з конкурентоспроможністю організацій та економіки в цілому.

Постановка завдання. Метою даної статті є вивчення питання підвищення конкурентоспроможності економіки за рахунок активізації її інноваційної та інвестиційної складових розвитку, а також за умов впровадження та поширення механізмів КСВ серед вітчизняних суб'єктів господарювання.

Результати дослідження. Стрімкий розвиток національних господарств, інтенсифікація глобалізаційних процесів, змушує держави переглянути питання конкурентоспроможності та факторів, що впливають на її формування. Важливою умовою достатнього рівня конкурентоспроможності країни є здатність її суб'єктів оперативно реагувати на зміни у світовій кон'юнктурі та структурі економічних зв'язків.

Передумовами цього є сприятливий інвестиційно — інноваційний клімат, а також національне середовище ефективного функціонування суб'єктів господарювання. Рівень конкурентоспроможності країни визначається наявністю в ній механізмів формування умов і засобів, які сприяють вирішенню завдань загальнонаціональної безпеки, економічного розвитку та підвищенню рівня життя населення. Як підкреслює М. Портер, «в економіці, що глобалізує, вагомі конкурентні переваги все більш і більш визначаються місцевими елементами — знання, відносини, мотивація — чого не можуть отримати віддалені конкуренти» [12].

Для визначення місця України в сучасних глобалізаційних тенденціях, варто звернутися до результатів дослідження Всесвітнього Економічного Форуму, яка застосовується в серії Звітів про Глобальну Конкурентоспроможність з 1979 року.

Спираючись на результати Всесвітнього Економічного Форуму (ВЕФ), який щорічно аналізує конкурентоспроможність різних країн, із застосуванням цілого ряду індикаторів, за індексом глобальної конкурентоспроможності в 2011-2012 році Україна посідала 82 місце із 142 країн, наведених в рейтингу. Для порівняння слід зазначити, що серед країн колишнього СНД, Азербайджан посідає — 55 місце, Росія — 66, а Казахстан на 78. П'ятірку лідерів в рейтингу ВЕФ очолює Швейцарія, далі Сінгапур, Швеція, Фінляндія, та США [11].

Глобальний індекс конкурентоспроможності визначений з урахуванням наступних складових:

1) базові вимоги — рейтинг України за цією складовою — 98 місце із 142 країн, в тому числі: якість інститутів — 131 місце, розвиток інфраструктури — 71 місце, макроекономічна спільність — 112 місце, стан системи охорони здоров'я та освіти — 74 місце;

2) фактори ефективності — за цією складовою Україна займає 74 місце: до факторів позитивного впливу в Україні відносять: розповсюдження вищої освіти та рівень професійної підготовки — 51 місце, ефективність ринку праці — 61 місце; до факторів негативного впливу відносять: ефективність товарних ринків — 129 місце, рівень розвитку фінансового ринку — 116 місце.

3) фактори розвитку бізнесу та інноваційний потенціал — за цією складовою Україна посідає 93 місце: рівень розвитку бізнесу — 103 місце, інновації — 74 місце [11].

Окрім цього проблемними залишаються аспекти [11]: захист прав власності (137 місце), розкрадання державного майна (126 місце), незаконні платежі та хабарі (134 місце), надійність послуг правоохоронних органів (123 місце), етична поведінка компаній (126 місце), прозорість прийняття урядових рішень (116 місце), ефективність правової бази (138 місце), ефективність корпоративного управління (106 місце).

Наведена нами оцінка підкреслює важливість аналізу впливу інституційних факторів на стан бізнес-середовища, в межах якого функціонують вітчизняні господарюючі суб'єкти, до того ж це підтверджує 131 місце, яке посідає Україна в категорії «якість інститутів».

Актуальність питання підвищення конкурентоспроможності економіки України обумовлюється значним її відставанням від розвинених країн світу за своїми економічними показниками.

Вирішення даного питання у сучасних умовах господарювання можливе за рахунок активізації інноваційної та інвестиційної складових розвитку як економіки України, так і окремих її підгалузей, а також за умов впровадження соціальної відповідальності, як фактора забезпечення конкурентоспроможності підприємств. І. П. Булеев відмічає, що «для більш повної характеристики конкурентних відносин є необхідність врахування соціальної складової із використанням методів інституціональної економічної теорії» [1].

На думку А. М. Колота справедливим є твердження, що нині основним критерієм ефективної діяльності підприємства є не прибуток, а більш складний соціально-економічний феномен — конкурентоспроможність. Прибутковість і конкурентоспроможність пов'язані між собою, однак цілком очевидно, що саме конкурентоспроможність є умовою довгострокової прибутковості та стійкого розвитку [4].

Як зазначає Р. Дал: «сьогодні абсурдно розглядати корпорації просто як підприємства, що засновані для єдиної мети отримання прибутку. Ми, громадяни, даємо їм спеціальні права, владу і привілеї, захист і переваги на основі розуміння, що їхня діяльність буде приносити нам користь. Кожна корпорація має розглядатися як соціальне підприємство, чий існування і рішення можуть бути виправдані, тільки якщо вони слугують суспільній або соціальній меті» [10].

Згідно з результатами досліджень А.М. Колота однією з перешкод на шляху утвердження більш високого рівня та якості КСВ є неадекватне потребам і реаліям сьогодення розуміння багатьма бізнес — організаціями своєї місії, спотворене уявлення про критерії та показники стійкого розвитку [5].

На думку багатьох учених — економістів, українське бізнес — середовище не відповідає сучасним вимогам бізнесу, головним завданням якого має бути не лише максимізація прибутку, а створення оптимальних умов для довгострокового, стійкого розвитку бізнесу, а отже, і всього суспільства. Зазначені вище умови мають працювати на підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання [3].

Недостатня поширеність практики формування та впровадження КСВ в Україні, зумовлена низкою факторів [2]:

- фінансова нестабільність більшості компаній та недостатньо розвинена корпоративна культура не сприяє поширенню принципів соціальної відповідальності;

- недосконалість нормативно — правового поля, в межах якого функціонує вітчизняний підприємець призводить до прагнення не дотримуватись діючого чинного законодавства, це пояснюється якістю законів, їхньою нестабільністю та вибірковістю застосування;

- нерозуміння бізнесом механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності та не усвідомлення суспільством ролі бізнесу в її реалізації;

- відсутність прозорості та інформації відносно діяльності більшості українських компаній для громадськості;

- нерівномірне врахування інтересів заінтересованих сторін.

З метою формування відповідного інституційного середовища в Україні розроблено Концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, реалізація якої дозволить створити інституційні механізми поширення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу. Як зазначено в Концепції, такі механізми повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян [6].

Урахування зарубіжного досвіду, як визначають розробники Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, дозволить отримати низку позитивних результатів короткострокового та довгострокового характеру [8].

Очікуваними короткостроковими результатами є: збільшення кількості соціально відповідальних підприємств; створення інституційних механізмів державної підтримки такої діяльності; інтеграція вітчизняних кваліфікованих спеціалістів з СВБ до європейського та світового фахового середовища.

Результати довгострокового характеру полягатимуть у стабільному економічному зростанні; підвищенні конкурентоспроможності національної економіки та її інтеграції до європейського економічного і соціального простору; створенні привабливого інвестиційного клімату, що сприятиме збільшенню обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки; поширенні принципів соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві.

В переважній більшості країн з інноваційною економікою, КСВ визнано на державному рівні і підтримується державною політикою, що є вагомим внеском в розвиток соціальних інновацій.

Міжнародний досвід свідчить про те, що сучасний бізнес все частіше звертається до розв'язання не тільки економічних, але і соціальних проблем національного та глобального характеру.

Висновки. Підсумовуючи наведене вище, правомірно зробити такий висновок: загострення трансформаційних суперечностей під впливом дії глобалізаційних та інтеграційних процесів

актуалізували необхідність перегляду сучасних технологій, що до забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності та умов її формування.

Завдання забезпечення сталого екологічного, соціального та економічного розвитку в межах країни та світового господарства найбільш ефективно можуть бути реалізовані в межах стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка є соціальним інститутом, використовуючи потенціал якого можна набути конкурентних переваг та забезпечити стійкий соціально — економічний розвиток.

Підвищення конкурентоспроможності економіки України має на меті вирішення таких актуальних завдань як: об'єднання суспільства, покращення добробуту нації та наближення її до країн, що входять у інноваційне ядро світової економіки. У такому контексті КСВ може бути реалізована як комплекс стратегічних підходів, процедур та програм, інтегрованих у процеси прийняття управлінських рішень на всіх рівнях та відображають відповідальність бізнес структур за результати і майбутні наслідки своєї діяльності.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є вивчення інституційних механізмів поширення КСВ серед вітчизняних суб'єктів господарювання, які повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян, а також зважати на потреби подальшого розвитку КСВ як інструменту державного стимулювання.

Література

1. Булеев И. П. Конкурентоспособность: теория и практика // Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: Монографія. — Х.:ВД„ІНЖЕК», 2006. — С. 63 –91.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс] / В. Воробей// Києво-Могилянська бізнес-студія, 2005. —
№10. — Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm 037.html>
3. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование: монография / [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.]; под. науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. — К. : КНЭУ, 2013
4. Колот А.М. Дослідження взаємозв'язку соціального та економічного розвитку як складової «переформатизації» економічного мислення // Соціально-трудові відносини: теорія і практика. — 2012. — 1 (3) 2012. — С.5. –11.
5. Колот А.М. Еволюція ролі держави та інструментарію її впливу на розвиток соціально-трудової сфери // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. — 2011. — 1/2011. — С. 5–13.
6. Концепція Національної Стратегії Соціальної Відповідальності Бізнесу [Електронний документ]. // Режим доступу — <http://www.svb.org.ua>
7. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf
8. Офіційний сайт Української мережі Глобального Договору ООН. Електронний документ] // Режим доступу — <http://www.globalcompact.org.ua>
9. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_src_csr05.pdf
10. Dahl, R. A. A Prelude to Corporate Reform // Business and Society Review. — 1972. — Spring. — №1
11. The Global Competitiveness Report 2011 — 2012 [Електронний ресурс] / World Economic Forum. — Geneva, Switzerland, 2011 — 544с. — Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness> — 2011 — 2012/
12. Porter M. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. — The Free Press. A Division of Macmillan, Inc. London. — 1980. — 396 p.

Стаття надійшла до редакції 12.06.2014р.