

---

**ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА  
ТА ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ:  
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВЗАЄМОВПЛИВ**

---

УДК 339.138

*Барабась Д. О.*, к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»,  
dmitry\_barabas@mail.ru

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ,  
УСТАЛЕНИЙ РОЗВИТОК  
І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

**АНОТАЦІЯ.** У доповіді охарактеризовано такі сучасні підходи до забезпечення конкурентоспроможності підприємств, як соціальна відповідальність та усталений розвиток. Викладено припущення, критерії та вигоди від запровадження зазначених концепцій у діяльність компанії.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** конкурентоспроможність, соціальна відповідальність, усталений розвиток.

**АННОТАЦИЯ.** В докладе характеризуются такие современные подходы к обеспечению конкурентоспособности предприятий, как социальная ответственность и устойчивое развитие. Изложены исходные положения, критерии и выгоды от внедрения указанных концепций в деятельность компании.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** конкурентоспособность, социальная ответственность, устойчивое развитие.

**ANNOTATION.** The report characterized by such modern approaches to providing the competitiveness of enterprises, as social responsibility and sustainable development. Assumptions, criteria and benefits of implementing of these concepts in the company are stated.

KEY WORDS: competitiveness, social responsibility, sustainable development.

Соціалізація бізнесу є однією з панівних тенденцій економічного розвитку останніх десятиліть поруч з глобалізацією, інформатизацією, загостренням проблем оточуючого середовища тощо.

Соціальна відповідальність вимагає від підприємства встановлення потреб, вимог та інтересів цільових груп споживачів та їх задоволення ефективнішими, ніж у конкурентів, способами за збереження або підсилення не лише добробуту окремого споживача, а й суспільства в цілому [1, с. 36]. Це передбачає врахування у практиці управління підприємством та його конкурентоспроможністю соціальних та етичних аспектів, що змушує встановлювати баланс суперечливих показників, які визначають доходи підприємства, задоволення потреб споживачів і суспільні інтереси.

Застосування концепції соціальної відповідальності базується на припущеннях:

- разом з потребами покупців, існують інтереси суспільства, які усвідомлюються і сприймаються покупцями;
- конкурентоспроможність підприємства залежить, зокрема, і від громадської думки, яка поблажливо ставиться до врахування підприємством інтересів суспільства;
- споживачі за інших рівних умов віддають перевагу товарам саме такого підприємства.

У ситуації, коли маркетингові зусилля різних виробників знаходяться на одному рівні і конкуренція на ринку інтенсивна, перевагу отримує компанія, пропозиція якої одночасно відповідає інтересам і покупця і суспільства.

Серед критеріїв соціальної відповідальності бізнесу:

- добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств;
- виробництво та реалізація якісної продукції;
- реалізація корпоративних програм підвищення кваліфікації співробітників;
- реалізація корпоративних програм зміцнення здоров'я співробітників;
- реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу;
- реалізація благодійних і спонсорських проєктів;

- участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

Вигоди, які отримує бізнес від дотримання принципів соціальної відповідальності, включають:

- забезпечення суспільної репутації організації, зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів і послуг;
- підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу;
- можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці;
- відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти;
- можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ;
- нарощування конкурентного потенціалу бізнесу, зростання рівня його конкурентоспроможності [2].

Подальша еволюція менеджменту та соціуму зумовила появу концепції усталеного розвитку з додатковим акцентом на екологічності діяльності компанії. Тут урахування екологічної компоненти нарівні з економічною та соціальною передбачає задоволення поточних потреб без заподіяння шкоди потребам і можливостям майбутніх поколінь, при цьому [3, с.64]:

- 1) темпи споживання відновлюваних ресурсів не повинні перевищувати темпів їх відновлення;
- 2) темпи споживання невідновлюваних ресурсів не повинні перевищувати темпів розробки їх стійкої відновлюваної заміни;
- 3) інтенсивність викидів забруднюючих речовин не повинна перевищувати можливості навколишнього середовища поглинати їх.

Нажаль, бізнесові реалії засвідчують, що реалізація даних концепцій більшою мірою розглядається як спосіб позиціонування підприємства на ринку через відповідні рекламні акценти, а не в якості буттєвого базису функціонування компанії та основи прийняття будь-яких стратегічних рішень.

Так, розрекламована соціальна відповідальність одного з найбільших українських мобільних операторів суперечить отримуваним при особистому спілкуванні з працівниками підприємства відзивам. Задекларована увага до потреб співробітників співіснує з обмеженістю простору професійного зростання. Увага до потреб клієнтів дискредитується неухважністю та непрофесіоналізмом працівників кол-центрів тощо.

Серед українських лідерів екологічного руху чільні місця займають найбільші забруднювачі навколишнього середовища, хімічні та металургійні компанії. Будучі змушеними інвестувати суттєві суми у технології очищення відходів і викидів, ці підприємства рекламують такі інвестиції в якості добровільних внесків, захищають себе від штрафів регуляторів і від негативного сприйняття клієнтами завданої екологічної та соціальної шкоди,

Обидві згадувані вище концепції на Україні реалізують представництва іноземних компаній, наприклад «Тетра Пак Україна» (м. Київ; Пакування, обладнання для пакування, обладнання для харчової галузі), ПП «МакДональдз Україна ЛТД» (м. Київ; Ресторанне господарство), ДП «Ейвон Косметікс Юкрейн» (Київська область, с. Щасливе; Дистрибуція косметичних засобів) тощо. 20 грудня 2013 року Компанія Tetra Pak®, світовий лідер в області рішень для переробки і упаковки харчових продуктів, опублікувала російськомовну версію звіту щодо Сталого розвитку, який демонструє ключові досягнення та тенденції її соціальної, екологічної та економічної політики.

Перехід до соціально-орієнтованої ринкової економіки вимагає не лише декларувати, а й діяти за принципами соціального партнерства, метою якого має бути забезпечення відповідних соціальних стандартів життя громадян. Бізнес із соціальною місією, на користь територіальної громади, через підтримку підприємцями відповідних соціальних проектів — це є соціально-відповідальний бізнес.

Міжнародний досвід взагалі переконує, що соціальна відповідальність не тільки корисна для розвитку компанії, але й необхідна. Кожне підприємство, котре хоче розмістити свої акції на лондонській чи нью-йоркській біржі, знає: серед іншого з неї вимагатимуть і соціальний звіт, де має бути вказано, як саме компанія турбується про свій персонал, про суспільство, про екологію тощо.

### **Література**

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Филипп Котлер : Пер. с англ. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. — 656 с.
2. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні: Аналітична записка Відділу регіональної політики НІСД. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/November/13.htm>.

3. Медоуз Д.А. За пределами роста: предотвратить глобальную катастрофу. Обеспечить устойчивое будущее : Учебное пособие / Д. А. Медоуз, Д. Х. Медоуз, Й. Рандерс ; ред. пер., пер. Г. А. Ягодин, пер. Л. Г. Третьякова, пер. Н. П. Тарасова. — Москва : Прогресс, 1994. — 303 с.

УДК 005.21

**Гарафонова О. І.**, к.е.н., доцент,  
доцент кафедри менеджменту  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана»  
ogarafonova@ukr.net

## **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**АНОТАЦІЯ.** В умовах нестабільного економіко-політичного стану країни більшість вітчизняних підприємств опиняться перед вибором виходу із кризи, а саме — вибором процесу впровадження змін в своїх компаніях. В даному випадку проаналізовані різні види змін для підприємств.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** зміни, види змін, потенціал змін, інновації, криза.

**АННОТАЦИЯ.** В условиях нестабильного экономико-политического состояния страны большинство отечественных предприятий окажутся перед выбором выхода из кризиса, а именно — выбором процесса внедрения изменений в своих компаниях. В данном случае проанализированы разные виды изменений для предприятий.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** изменения, виды изменений, потенциал изменений, инновации, кризис.

**ABSTRACT.** In an uncertain economic and political situation in the country, most domestic enterprises will be faced with a choice out of the crisis — namely, the choice of the implementation process of changes in their companies. In this case, analyzed different types of changes for businesses.

**KEYWORDS:** change, the types of changes, the potential changes, innovation crisis.

Поглиблення процесу ринкових перетворень в Україні потребує зміни існуючих стереотипів господарювання, методів планування та принципів управління. Основою мають стати об'єктивні