

3. Штомпке П. Доверие-основа общества. // М.: Логос, 2012, 440 с.
4. Солодовников С.Ю. Социальный капитал как фактор экономического роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsialnyy-kapital-kak-faktor-ekonomicheskogo-rosta>
5. М.Блок, Н.Головин. Социальный капитал: к обобщению понятия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12, Вып.14 – 2015. – С. 99-111.

Уманців Ю.М.,
д.е.н., професор,
професор кафедри економічної теорії та конкурентної політики
Київський національний торговельно-економічний університет

Соціальний вимір конкурентоспроможності корпорацій

В умовах посилення глобалізаційних процесів соціалізація підприємництва виступає об'єктивною закономірністю розвитку суспільства. Саме тому її необхідновикористовуватиякінструментуправлінняз метоюдосягненняцілейкорпорації.Соціально відповідальна корпорація, здійснюючи низку заходи, не лише сприяє розв'язанню багатьох проблем, а й забезпечує формування позитивного іміджу та більш високий рівень конкурентоспроможності. Соціальна відповідальність корпоративного підприємництва виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих корпорацій, які намагаються зміцнити власні позиції у конкурентному середовищі, залучити національних й іноземних інвесторів, привабити висококваліфікованих фахівців тощо [1, с. 88-99].

Становленню конкурентоспроможної національної корпоративної сфери економіки України сприятиме впровадження та імплементація європейських стандартів, норм і правил, які покликані регулювати діяльність усіх суб'єктів ринку, роблячи більш цивілізованим підприємницький сектор. Упровадження

досвіду країн ЄС та загальноприйнятих європейських практик чинитиме позитивний вплив на вітчизняну економіку [2, с. 15-18].

Українська національна модель соціальної відповідальності підприємництва перебуває у стадії активного формування. Зазначена діяльність охоплює багато напрямів, зорієнтована на задоволення нагальних потреб суспільства, зумовлена специфікою теперішнього етапу соціалізації економіки та традиціями вирішення соціальних проблем, які стосуються функціонування соціальної інфраструктури.

Соціальний вимір конкурентоспроможності корпорацій проявляється у рівні їх соціальної відповідальності як суб'єктів економічної діяльності. Проблема соціальної відповідальності корпорацій полягає у взаємодії двох векторів розвитку підприємницької діяльності, а саме – оптимізації рівня витрат на покращення соціального середовища та використання конкурентних переваг соціального середовища з метою посилення рівня власної конкурентоспроможності.

За умов глобальної конкуренції зростають вимоги до рівня людського капіталу, витрати на охорону здоров'я, освіту, підвищення кваліфікації персоналу. Соціальна відповідальність підприємництва передбачає етичне ставлення до всіх зацікавлених сторін, а тому вона містить економічну та екологічну складові й у широкому контексті пов'язана з підвищенням стандартів життя як внутрішніх, так й зовнішніх суб'єктів за умови збереження прибутковості корпорації. Можливість фінансування соціальних програм і розмір соціальних інвестицій безпосередньо обумовлюються економічною ефективністю функціонування підприємства. Основними ідентифікаційними ознаками сучасного конкурентоспроможного підприємництва необхідно вважати таке управління бізнес-процесами, котре спрямовується на отримання прибутку на базі принципів, що забезпечують загальний позитивний вплив на суспільство.

Очевидно, що прихильність корпорації до дотримання суспільних інтересів у короткостроковій перспективі не принесе їй істотного зростання

прибутку. Водночас з позиції суспільства, соціальна відповідальність підприємництва є концепцією, яка ґрунтується на паритетності економічних інтересів усіх суб'єктів та відображає їх сподівання щодо ролі корпорацій у розв'язанні його економічних, екологічних і соціальних проблем. Реалізація соціальної відповідальності корпорацією потребує новітніх підходів до управління на основі імплементації принципів соціальної відповідальності у підприємницьку діяльність. Соціально відповідальне управління підприємством потребує інформації про економічні, соціальні та екологічні наслідки його господарської діяльності [3, с. 41-62].

З позицій інституційного аналізу соціальна відповідальність підприємництва – це особливий економічний інститут, що представляє собою генотипну модель закріплення суспільно значущих функцій за корпораціями, які втілюються в системі принципів, правил, норм, вимог і цінностей соціальної орієнтації. Основними з них є корпоративна благодійність, меценатство, соціальний маркетинг, соціальне інвестування, партнерство, що формують особливий вимір економічної, правової та етичної відповідальності [4, с. 194-199].

З огляду на те, що соціальна відповідальність – це безперервний процес постійного вдосконалення, практична реалізація її принципів потребує розробки відповідної стратегії та програми дій. Одним з головних завдань на сучасному етапі є побудова в Україні системи, спрямованої на створення необхідних передумов соціально відповідальної поведінки корпорацій, посилення мотивації щодо розвитку практик соціальної відповідальності корпоративного підприємництва. Повноцінна реалізація соціальної конкурентоспроможності в умовах глобалізації відбувається на рівні корпорації, а тому соціальна конкурентоспроможність стає вагомим чинником у глобальному конкурентному просторі.

Список використаних джерел:

1. Івашина С.Ю. Соціалізація економіки як тенденція суспільного розвитку: монографія / С.Ю. Івашина. – Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2017. – 252 с.
2. Лагутін В.Д. Ефекти державного регулювання економіки в умовах євроінтеграції України / В.Д. Лагутін // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2017. – №6. – с. 5-23
3. Король С.Я. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку: монографія / С.Я. Король. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 416 с.
4. Соціально-філософські аспекти розвитку економіки, управління та освіти в умовах формування сучасного суспільства: монографія / за ред. Іщенка М.П., Пантелєєвої Н.М., Руденка І.І. – Черкаси: Вид. ПП Чабаненко Ю.А., 2017. – 473 с.

Філіпенко А. С.,

д. е. н., проф., професор кафедри світового господарства

і міжнародних економічних відносин

Інституту міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Принципи народної, солідарної економіки

Особливість вітчизняної альтернативи чинній економічній системі полягає у необхідності здійснення трансформації в напрямі народної, солідарної економіки на двох головних рівнях: макро- та мікрорівні. Народна економіка охоплює цілісне національне господарство як систему, солідарна – окремі первинні сектори, ланки, осередки (народні підприємства, кооперативи, фермерські господарства, асоціації, неприбуткові організації, волонтерські об'єднання тощо)[1, р. 1-2].