

ційний інноваційний процес і простий міжнародний трансфер технологій перестають бути базовими елементами розвитку. Відповідно до концепції економічної синергетики розвиток в економіці зводиться до найважливіших властивостей систем таких, як складність, нелінійність, емерджентність, синергетичність, гетерогенність, здатність до самоорганізації, саморегуляції та саморозвитку. В якості джерела та рушійної сили розвитку розглядаються флуктуації у формі інновацій у системі з позитивним зворотним зв'язком.

Положення економічної синергетики зводяться до того, що розвиток високих технологій в економічних системах супроводжується фазовими, структурними та синергетичними трансформаціями. Економічна синергетика розглядає синергетичні ефекти як найважливіший фактор прискореного розвитку процесів в економічних системах і вбачає головне завдання сучасного менеджменту в освоєнні компетенції в технологіях через формування синергетичних ефектів.

У рамках синергетичного підходу розглядаються інноваційно-синергетичні проекти, що являють собою проекти, орієнтовані на одержання синергетичного ефекту, що відрізняється від відомих типів проектів націленістю на технічний прорив або переклад проектованої системи на нову технологічну платформу [2].

Інструментом реалізації інноваційно-синергетичних проектів ми вважаємо інноваційні мережі [3; 4]. На нашу думку, проекти такого типу мають бути в основі забезпечення національної безпеки через розвиток сучасних високотехнологічних сфер, що базується на явищі технологічної конвергенції різних технологічних груп.

Список використаних джерел

1. Omelyanenko V.A. Innovation priorities optimization in the context of national technological security ensuring // Marketing and management of innovations. – 2016. – № 4. – P. 226–234.
2. Загитов И. Л. Инновационно-синергетическое проектирование производственных систем в машиностроении. – [Электронный ресурс] / И. Л. Загитов, И. А. Кошкина // Современные исследования социальных проблем. – 2013. – № 11 (31). – Режим доступа: http://journal-s.org/-index.php/sisp/article/viewFile/1120133/pdf_462
3. Omelyanenko V.A. Analysis of Potential of International Inter-Cluster Cooperation in High-Tech Industries // International Journal of Econometrics and Financial Management. – 2014. – Vol 2 (4). – P. 141–147.
4. Krapuvny I. V. International innovation networks as new stage of innovation development. – [Internet source] / I. V. Krapuvny, V. A. Omelyanenko, N. O. VERNYDUB // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. – 2015. – № 1. – Access mode: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/-download/2015_1/2015_1_17.pdf

Панухник О.В., д.е.н., проф.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
завідувач кафедри економіки та фінансів, panukhnyk@gmail.com

Плекан Ульяна Михайлівна,

аспірант кафедри економіки та фінансів, Тернопільський національний
технічний університет імені Івана Пулюя, vnv123@ukr.net

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ

Панухник Елена

Плекан Ульяна

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
БИЗНЕСА КАК ИНСТРУМЕНТ
КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ**

Panukhnyk Olena

Plekan Uliana

**SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS
AS A TOOL OF THE CORPORATE
STRATEGY**

Компанія, яка працює на міжнародних ринках і прагне втримати конкурентні переваги, має здійснювати соціально відповідальну діяльність. Дотримання принципів соціальної від-

повідальності є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності компанії у довгостроковій перспективі як у своїй галузі, так і в сучасній економіці загалом. За допомогою соціальної відповідальності бізнес здійснює вплив на свої нефінансові ризики. Саме тому до феномену соціальної відповідальності зараз прикута увага багатьох науковців, бізнесменів, владних структур. Вказане актуалізує дослідження ефективного укорінення принципів соціальної відповідальності бізнесу в корпоративну стратегію управління підприємством та обґрунтовує потребу виділення етапів розробки стратегії соціальної відповідальності.

Кожне підприємство планує свою діяльність, визначає перспективи розвитку та шляхи досягнення мети. Підприємство може формувати кілька функціональних стратегій, які в сукупності забезпечують реалізацію загальної стратегії, а отже, мети діяльності. Складовою загальної стратегії варто виділити стратегію соціально відповідального розвитку, яка визначає стратегічну соціальну орієнтацію підприємства. Зазначимо, що соціальна стратегія розвитку підпорядковується загальній стратегії, а не суперечить їй, допомагає досягти високої ефективності, конкурентоспроможності та формувати фінансову стійкість підприємства.

Таким чином, стратегія соціальної відповідальності – це модель діяльності суб'єкта господарювання, спрямована на виконання його місії, досягнення поставлених цілей, у тому числі забезпечення внеску в суспільний розвиток [1].

Згідно з класичним підходом до процесу стратегічного планування [2, с. 10–13], розробка стратегії соціальної відповідальності підприємства починається із визначення місії та розробки довгострокових цілей. Так, наприклад, О. О. Зайцішкікова виділяє такі етапи створення стратегії соціальної відповідальності [3, с. 202]: визначення місії соціально відповідальної діяльності; систематизація цілей; оцінювання чинників зовнішнього середовища; оцінювання рівня соціальної відповідальності; розгляд альтернатив і на цій основі кінцевий вибір стратегії.

Загалом, виділяють три основних етапи формування та впровадження стратегії соціальної відповідальності підприємства: підготовчий етап, етап розробки стратегії, етап впровадження стратегії. На думку О. О. Зеленко [4], першим важливим кроком підготовчого етапу є визначення головної проблеми. Після цього визначаються найгостріші питання в рамках реалізації стратегії, а також зацікавлені особи та інші важливі характеристики. Наступним кроком є збір інформації та об'єктивний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, часто з використанням SWOT-аналізу. На основі здійсненого аналізу виокремлюються причини та наслідки виникнення головної проблеми. Безпосередньо розробка стратегії включає формування дерева цілей, аналіз альтернативних заходів для досягнення основних цілей, складання календарного плану, бюджету стратегії та розробки системи моніторингу. Останній етап – реалізація стратегії та її моніторинг.

Зазначимо, що обґрунтування стратегічного вибору є недостатньою умовою вирішення проблем розвитку. Без визначення умов і механізму реалізації такий вибір можна розглядати лише як добре побажання [5].

Охоплюючи різні точки зору щодо стратегії соціальної відповідальності підприємства, слід додати, що в літературних джерелах зустрічаються різні підходи до наповнення окремих етапів розробки стратегії. Разом з тим, усі науковці зазначають, що розробка стратегії соціальної відповідальності має здійснюватися разом із загальною стратегією розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/-201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf. – Назва з екрану.
2. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
3. Зайцішкікова О. О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу / О. О. Зайцішкікова // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 200–205.
4. Зеленко О. О. Стратегічні аспекти формування соціальної відповідальності підприємства / О. О. Зеленко // Ефективна економіка. – 2010. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_2_27

Кизенко Олена Олександрівна,
к.е.н., доцент, kyzenko@kneu.ua
Серобян Арпіне Мікаелівна,
аспірантка, serobianarpine@gmail.com

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНИХ КОМПАНІЯХ

Серобян Арпіне
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО
УПРАВЛІННЯ В ВЕРТИКАЛЬНО-
ІНТЕГРОВАНИХ КОМПАНІЯХ

Arpine Serobian
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC
MECHANISM OF STRATEGIC
MANAGEMENT IN VERTICALLY
INTEGRATED COMPANIES

Послідовний перехід до високорозвиненої соціально орієнтованої ринкової економіки інтенсивного типу викликає радикальні зміни в стратегії управління та плануванні діяльності підприємств усіх форм власності, зокрема вертикально-інтегрованих компаній. В умовах поширення процесів глобалізації активно використовуються методи стратегічного менеджменту, що орієнтують вертикально-інтегровану компанію на довгострокове перебування на ринках, підвищення ефективності господарювання та повне використання власного потенціалу. Водночас виявилася певна обмеженість традиційного підходу до стратегічного управління, зорієнтованого на управління лише окремим підприємством, та такого, що не враховує наступних резервів підвищення ефективності господарювання, які використовують вертикально-інтегровані компанії, як: синхронізацію основних бізнес-процесів і моделей планування, управління на основі єдиних інформаційних каналів з постачальниками й споживачами вздовж логістичного ланцюга, спеціалізацію на ключових компетенціях.

У сучасних умовах вертикально-інтегровані компанії формують новий підхід до системи управління взагалі та стратегічного управління зокрема. Стратегічне управління все більше адаптується до змін, яких зазнає ринок. Рівень мобільності стратегічного управління в умовах нестійкого зовнішнього середовища характеризується швидкістю та гнучкістю реакції на ці зміни з метою зберегти себе як організацію і досягти економічної ефективності. З іншого боку, приймаючи виклик оточення, компанія, очевидно, прагне передбачити ці зміни і підготуватися до них так, щоб її позиції в майбутньому були якнайкращими. Однією з характеристик системи управління вертикально-інтегрованою компанією є досягнутий нею рівень розвитку стратегічного менеджменту. Ця обставина зумовлює необхідність створення системи оцінки відповідності між тим, як сформована стратегія організації, і тим, що необхідно для ефективної її реалізації. Якість розроблення такої системи оцінки істотно впливає на забезпечення реалізації стратегії [3].

Алгоритм процесу стратегічного планування вертикально-інтегрованих з компаній з урахуванням глобальних тенденцій диверсифікації ринкового середовища складається з цілей і завдань стратегічного планування (стратегічний, технологічний, інвестиційний, кадровий, організаційно-управлінський і ресурсний аспекти), моніторингу зовнішніх чинників під впливом макrorівня та зовнішньо-економічного середовища на ринку, аналізу отриманих у результаті моніторингу результатів, після чого з'ясовується адекватність стратегії. Далі йде розробка стратегії та вибір інструментарію стратегічного управління, формування та реалізація завдань. Останнім етапом стратегічного планування вертикально-інтегрованих компаній з урахуванням глобальних тенденцій диверсифікації ринкового се-