

Ключевые слова: конкурентоспособность, недобросовестная конкуренция, проконкурентные действия, конкурентная среда, доминирующее положение, концентрация.

Tkachenko T.P., Ptashynskiy A.

COMPETITIVE ENVIRONMENT AND PRO-COMPETITIVE ACTIONS IN THE MARKET OF UKRAINE

The article reviews the main types of competition. The assessment of the competitive environment of Ukraine, the characteristics of unfair competition and pro-competitive actions. Based on the analysis performed strategic assessment of the impact of government regulation on the competitive activities of market incorporation of modern world trends.

Keywords: competitiveness, unfair competition, pro-competitive actions, the competitive environment, dominance, concentration.

Тюленева Ю.В.

к.е.н., ст. викладач НТУУ «КПІ»

Антошко Т.Р.

асистент НТУУ «КПІ»

СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИЙ НАПРЯМ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянута сутність трансформації підприємства. Визначений основний сучасний напрям трансформаційних процесів. Розглянуто сутність корпоративної соціальної відповідальності та запропонований інструмент трансформації підприємства на соціально орієнтовне.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціально-орієнтовний напрям, трансформація.

Вступ. Більшість вітчизняних підприємств, зокрема підприємств з виробництва продукції промислового характеру, створено ще в радянські часи. Сьогодні майже всі вони зіштовхуються з фінансовими труднощами, проблемами матеріально-технічного, інформаційного та енергетичного забезпечення виробництва, збуту готової продукції тощо. Всі ці проблеми породжені морально застарілими та фізично зношеними основними засобами, послабленим рівнем кадрового забезпечення. Крім внутрішніх проблем підприємств, вони же досі знаходяться у процесі перерозподілу власності.

Таким чином, трансформаційні процеси є постійними супутниками підприємницької діяльності. Сьогочасний розвиток підприємництва спонукає враховувати соціальний аспект розвитку світової економіки.

Трансформація підприємств стала предметом всебічних і глибоких досліджень науковців М. Аїстова, О. Акиліна, І. Акімова, Е. Андрацак, А. Афонін, Т. Долгопятова, Л. Кальніченко, Р. Клейнер, І. Мазур, О. Мендрул, Т. Мізерна, С. Львовчкін, С. Нестерчук, О. Неустроєв, С. Опарін, С. Пасічник, О. Підхомний, Р. Савіна, О. Сухарев, Р. Фатхутдінов, С. Федосов, Р. Хол, С. Шапіро та багатьох інших.

Питанням дослідження соціальних аспектів підприємництва присвячені роботи Л. Грициної, М. Стародубської, О. Лазаренко, Ф. Евдокимова, О. Степанової.

Проте наявність численних наукових досліджень даної проблеми не знижують її актуальності. Трансформація являє собою динамічний процес, що потребує постійного моніторингу, виявлення стану та тенденцій, а також ключових чинників подальшого розвитку світової економіки, а враховуючи соціально-орієнтований розвиток економіки стає же більш актуальним.

Постановка задачі. Виходячи з наукової та практичної актуальності теми і враховуючи результати вивчення окремих її аспектів у світовій та національній економічній літературі, метою цієї статті є практичне дослідження соціально-орієнтованого напрямку трансформації підприємства.

Результати дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність є потужним інструментом управління підприємством: забезпечує йому довготривалий успіх на ринку товарів та послуг, сприяє гуманізації усіх сфер діяльності, формуванню високої національної ідеї.

Трансформація підприємств – це складне, системне явище в економічній дійсності, багатовимірність змісту якого може бути представлена як взаємозв'язок його суті – сукупності сутнісних (первинних) властивостей і вторинних, похідних від сутнісних характеристик [1 – 4]. Суть трансформації підприємства як соціально-економічної організації полягає в тому, що вона є одним з процесів загальної організаційної динаміки (еволюції) підприємства у формі фундаментальних перетворень в його внутрішньому середовищі і в зовнішньому доповненні (зовнішній мережі), його взаємозв'язків із зовнішнім середовищем в цілому [1 – 4].

Формування відповідальної поведінки підприємства потребує проведення трансформаційних процесів: перегляд корпоративної культури, корпоративного управління, ієрархії керівництва, ставлення до клієнтів та постачальників, тобто введення принципів корпоративної соціальної відповідальності.

На нашу думку під корпоративною соціальною відповідальністю слід розуміти дотримання суб'єктами господарювання у своїх діях (своїй діяльності) перед зацікавленими сторонами (працівниками, профспілками, постачальниками, споживачами, акціонерами, кредиторами, інвесторами, конкурентами, територіальною громадою, органами влади та засобами

масової інформації) екологічних, трудових, економічних, етичних і суспільних норм та правил у процесі забезпечення розвитку суспільного добробуту [5].

Основні елементи корпоративної соціальної відповідальності мають прояв перед (рис. 1): споживачами (за якість продукції та послуг); партнерами та акціонерами (за результати діяльності підприємства, корпоративну етику та виконання своїх зобов'язань); персоналом та профспілками (за належну соціальну політику, забезпечення сприятливого морально-культурного клімату й дотримання трудового кодексу та прав людини); державою та місцевими органами самоврядування (за вирішення гострих соціальних проблем і раціональне використання природних та інших ресурсів); міжнародною та місцевою спільнотами (за збереження екології); суспільством у цілому (за реалізацію соціальних ініціатив) та засобами масової інформації (за надання об'єктивної та правдивої інформації).

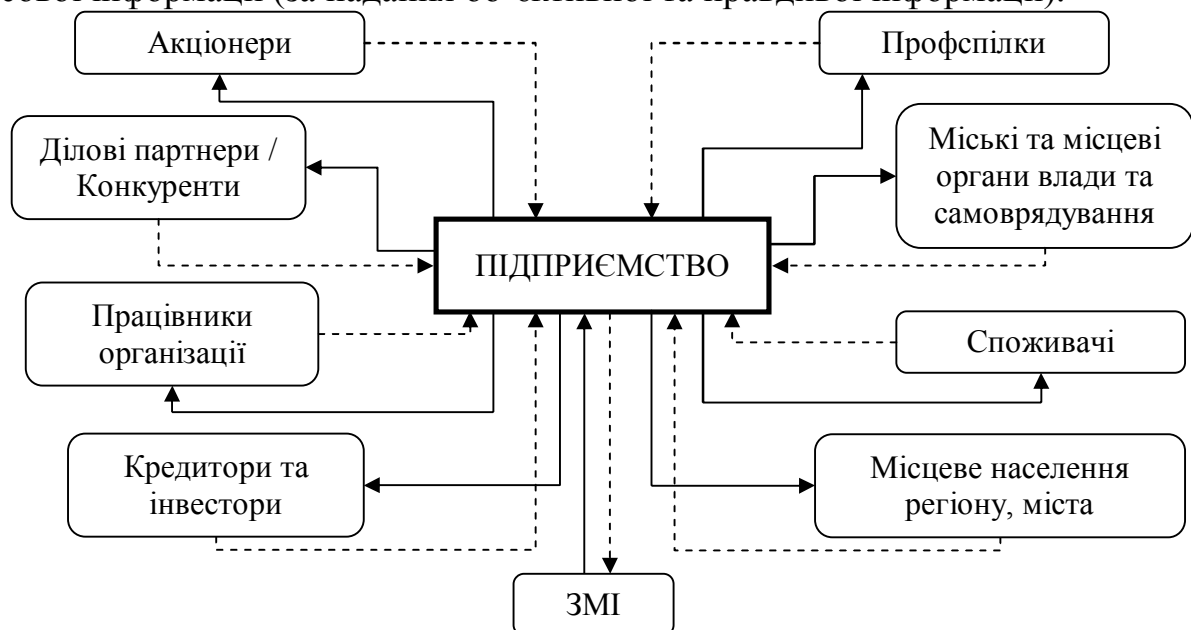


Рис. 1. Взаємодія підприємства з зацікавленими сторонами (джерело: складено автором на основі [6 – 9])

Ефективне функціонування корпоративно-соціальних відносин можливе за умов наявності основи, яка їх забезпечує – механізму, який охоплює всі сфери діяльності підприємства. Аналогічно до сутності корпоративної соціальної відповідальності, що складається з добровільної й обов'язкової складових, пропонується і під механізмом впровадження корпоративної соціальної відповідальності розуміти сукупність взаємопов'язаних принципів, методів, засобів і дій, спрямованих на створення умов щодо становлення добровільних стійких соціально-відповідальних відносин із зацікавленими сторонами у діяльності підприємства з урахуванням нормативних актів міжнародних організацій, держави та підприємств з метою сталого розвитку підприємства та суспільства.

В основу механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності пропонується закласти модель процесу формування

механізму з виокремленням основних його етапів: визначені ключових характеристик, процесу побудови структури механізму, впроваджувального комплексу (рис. 2).



Рис. 2. Процесна модель формування механізму впровадження КСВ на підприємстві (джерело: складено автором [10])

Розроблена процесна модель надає можливість оперативно формувати структуру корпоративних елементів та інформаційних зв'язків між ними для

ефективної взаємодії суб'єктів господарювання на всіх рівнях корпоративного управління.

Неузгодженість дій щодо внутрішнього і зовнішнього управління соціальними процесами викликає конфлікт інтересів учасників корпоративних відносин. Для підвищення адаптивності механізму впровадження пропонується сформувати локальні органи корпоративного контролю (за впровадженням та реалізацією корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств). Це внутрішні (Наглядова рада, Ревізійна комісія, Правління, Корпоративний секретар) і зовнішні органи контролю (зовнішні аудитори), які, взаємодіючи між собою можуть ефективно доповнювати один одного (рис. 3).



Рис. 3. Зовнішні і внутрішні органи корпоративного контролю та їх напрями впливу на рівень корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві (джерело: складено автором)

Для підвищення якості контролю встановлено сукупність контрольованих параметрів у вигляді структурованої матриці контрольних точок залежно від інтересів учасників корпоративних відносин. Ці показники тотожні показникам оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1).

Для функціонування механізму впровадження корпоративної соціальної

відповідальності важливими є дії з узгодження інтересів учасників підприємства і його зацікавлених осіб.

Цей процес за різних обставин і на різних підприємствах може мати відмінності в сукупності робіт, при цьому важливо, щоб жоден елемент механізму не був домінуючим, всі вони були рівно важливими, підтримуючими та супровідними.

Висновки. Розглянутий зміст процесу трансформації, показав, що одним з напрямів може бути переорієнтацією підприємства на соціальні заходи. Запропонований процес формування механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності як інструмента трансформаційного процесу.

У процесі формування механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності передбачено роботу контрольних органів як регуляторів корпоративно-соціальних відносин та визначено критерії для оцінки ефективності впровадження зазначених заходів. Крім цього, у процесі розробки механізму пропонується закласти дії з узгодження інтересів його зацікавлених сторін.

Дана модель підтверджує, що трансформаційні процеси мають циклічний характер. Це дозволяє багаторазово й у різному сполученні учасників ініціювати, обговорювати і затверджувати різні пропозиції для підвищення якості й ефективності корпоративного управління. При взаємодії учасників корпоративних відносин і при визначеному рівні цих відносин можуть з'явитися нові групи, результатом яких може бути створення нових корпоративних структур регіонального, галузевого і національного масштабу.

Перелік посилань

1. Філіппова С. В. Трансформаційні процеси в промисловому виробництві в умовах нестабільності : монографія / С. В. Філіппова. — Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2005. — 416 с.
2. Біліченко В.В. Визначення ефективності проектів трансформації на підприємствах автомобільного транспорту /В.В. Біліченко, В.В. Огевий// Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2009. – № 6. – С. 33 – 38.
3. Огневий В.В. Формування стратегій трансформації підприємств автомобільного транспорту / В.В. Огневий // Вісник ЖДТУ. – № 2 (53). – 2010. – С. 109 – 119.
4. Дзюба С.Г. Реорганізація підприємств як спосіб поновлення ефективної діяльності / С.Г. Дзюба, І.Ю. Гайдай // Актуальні проблеми економіки. – № 11 (113), 2010. – С. 108 – 114.
5. Антошко Т.Р. Основи впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах України / Т.Р. Антошко // Інноваційна економіка : всеукраїнський науково-практичний журнал. – № 4 (23). – 2011. – С. 297 – 305.
6. Демб А., Нойбауер Ф. Корпоративне управління / Ада Демб, Фрідріх Нойбауер – К.: Основи, 1997. – 302 с.
7. Ворона О.В. Соціальна відповідальність як сучасна концепція бізнесу / Ворона О.В. // Вісник економіки транспорту і промисловості : [зб. наук.-практич. статей]. – 2010. – Вип. 29. – С. 410 – 417.
8. Антошко Т.Р. Інституціонально-організаційні заходи щодо впровадження української моделі корпоративної соціальної відповідальності / Т.Р. Антошко //

Формування ринкових відносин: збірник наукових праць / Наук. ред. І.Г. Манцуров. – Вип. 10 (101). – К., 2009. – С. 187 – 193.

9. Антошко Т.Р. Відповідальність у корпоративному управлінні / Т.Р. Антошко // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – № 7 (203) липень. – 2009. – С. 9 – 11.

10. Антошко Т.Р. Особливості формування механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності у діяльність вітчизняних промислових підприємств / Т.Р. Антошко // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. – Вип. 34. – 2011. – С. 260 – 266.

Тюленєва Ю.В.

к.е.н., ст. викладач НТУУ «КПІ»

Антошко Т.Р.

асистент НТУУ «КПІ»

СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИЙ НАПРЯМ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

В статье рассмотрена сущность трансформации предприятия. Определены основные современные направления трансформационных процессов. Рассмотрена сущность корпоративной социальной ответственности и предложен инструмент трансформации предприятия на социально ориентированное.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціально-орієнтовний напрям, трансформація.

Тюленєва Ю.В.

к.е.н., ст. викладач НТУУ «КПІ»

Антошко Т.Р.

асистент НТУУ «КПІ»

СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИЙ НАПРЯМ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

In the paper the essence of the transformation of the enterprise. Designated main current direction of transformation processes. The essence of corporate social responsibility and the tools of transformation on social oriented.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціально-орієнтовний напрям, трансформація.
