



UDK 005.35:658.5 (045)

Лысевич С.Г.
кандидат экономических наук,
доцент кафедры предпринимательства и торговли
Донецкого национального университета
имени Михаила Туган-Барановского
г. Кривой Рог, Украина

ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ПРЕДПРИЯТИЙ С УЧЁТОМ ПРИНЦИПОВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье рассмотрена объективная необходимость использования социальной ответственности на украинских предприятиях. Такая тенденция вызывает необходимость совершенствования хозяйственного механизма. Одной из причин, сдерживающих внедрение принципов социальной ответственности, является низкий уровень конкуренции на внутреннем рынке.

Ключевые слова: социальная ответственность, конкурентоспособность, хозяйственный механизм, конкуренция, эффективность.

Лысевич С.Г. ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті розглянуто об'єктивну необхідність використання соціальної відповідальності на українських підприємствах. Така тенденція викликає необхідність удосконалення господарського механізму. Однією з причин, що стримують упровадження принципів соціальної відповідальності, є низький рівень конкуренції на внутрішньому ринку.

Ключові слова: соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, господарський механізм, конкуренція, ефективність.

Lysevich S.G. ADJUSTMENT TRIGGER OF ECONOMIC MECHANISM IMPROVEMENT OF BUSINESSES CONSIDERING SOCIAL RESPONSIBILITY PRINCIPLES

The article considers an adjustment trigger of social responsibility introduction in the Ukrainian businesses. This trend necessitates economic mechanism improvement. One of the reasons which slows down introduction of social responsibility principles is low level of competition at the domestic market.

Keywords: social responsibility, competitiveness, economic mechanism, competition, efficiency.

Постановка проблемы. Устойчивое развитие цивилизации названо ООН главным направлением в 21 веке. Важнейшее место в этом процессе занимает социальная ответственность бизнеса, которая приобрела широкое распространение в мире. Учитывая то, что Украина интегрируется в мировое сообщество, возникает объективная необходимость в широком использовании принципов социальной ответственности предприятиями нашей страны. Такая тенденция вызывает необходимость исследования особенностей и направлений совершенствования хозяйственного механизма предприятий в связи с внедрением социальной ответственности в практику национальной экономики.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам социальной ответственности бизнеса и хозяйственному механизму предприятий уделяют внимание многие учёные и практики.

В. Турчак рассматривает социальную ответственность предприятий как деятельность, связанную с защитой окружающей среды, развитием человеческого капитала, производством качественной продукции, формированием надлежащих условий охраны и оплаты труда [1, с. 55–56]. Автор выделяет преимущества, получаемые предприятиями, использующими принципы социальной ответственности. Эти преимущества включают повышение имиджа предприятия, рост его конкурентоспособности и улучшение финансово-экономических показателей предприятия [1, с. 52]. В. Турчак отмечает, что социальная ответственность украинскими предприятиями применяется в меньшей степени, чем зарубежными компаниями. Среди населения сформировался довольно негативный образ предпринимательства, поэтому национальным предприятиям необходимо менять такое отношение к своей деятельности, что может

быть достигнуто использованием принципов социальной ответственности [1, с. 55].

Ю. Чала называет принципы социальной ответственности, включающие соблюдение законодательства, производство качественной продукции, создание рабочих мест, учёт ожиданий общества, формирование взаимовыгодных отношений всех заинтересованных сторон, защита окружающей среды, развитие общества [2, с. 276–278]. В работе названы причины, которые стимулируют предприятия к использованию социальной ответственности: процесс глобализации, рост уровня конкуренции и уровня государственного регулирования, повышение гражданской активности и роли нематериальных активов [1, с. 278]. Ю. Чала сформировала преимущества социальной ответственности, дающие компании повышение репутации, формирование хороших отношений с партнёрами, лояльность персонала, экономия ресурсов, привлечение инвестиций и выход на зарубежные рынки, где социальной ответственности предприятий уделяют большое внимание [2, с. 278–279].

М. Буковинская рассматривает социальную ответственность предприятий как деятельность, приносящую пользу как бизнесу, так и обществу, способствующую экономическому, социальному и экологическому развитию [3, с. 9]. Автор рассматривает социальную деятельность предприятия как совокупность внутренней и внешней социальной ответственности. К внутренней ответственности С. Буковинская относит безопасность труда, стабильность заработной платы, социальное и медицинское страхование, развитие персонала, помощь сотрудникам в критических ситуациях и материальное стимулирование. Внешняя социальная ответственность включает спонсорство и меценатство, защиту окружающей среды, взаимодействие с местным сообще-

ством, ответственность перед потребителями продукции и услуг, благотворительную ответственность, уплату налогов [3, с. 10].

Проведенный анализ работ показывает, что социальная ответственность предприятий является важным направлением их деятельности. За рубежом она имеет более широкое применение, чем в Украине. Однако процессы глобализации и интеграция украинских предприятий в мировое экономическое сотрудничество вызывает объективную необходимость использования принципов социальной ответственности национальными производителями. Однако применение социальной ответственности связано с реформированием хозяйственных механизмов предприятий.

Хозяйственный механизм предприятия представляет собой систему основных форм, методов и рычагов использования экономических законов, реализации собственности, всестороннего развития человека, согласование его интересов с интересами коллектива и общества [4, с. 572]. С. Мочерный считает, что одной из функций хозяйственного механизма является реализация отношений собственности на средства производства. Это должно находить отражение в развитии всех составляющих производительных сил, а особенно человека [4, с. 574].

А. Чухно отмечает, что путём изменения и усовершенствования хозяйственного механизма можно решить различные социально-экономические проблемы и обеспечить повышение эффективности хозяйствования. Поэтому не случайно хозяйственный механизм является одной из ведущих тем в экономической теории [5, с. 60].

М. Горин считает, что хозяйственный механизм должен включать организационно-правовые, экономические и социальные аспекты [6, с. 59]. При этом автор отмечает, что структуру хозяйственного механизма необходимо ориентировать на рыночные условия хозяйствования, чтобы он отвечал целям развития производства. Современный хозяйственный механизм предприятий должен обеспечить действенные стимулы для его развития, стимулировать предприятие работать на потребителя, внедрять инновации, снижать затраты и пр. [6, с. 61].

А. Данькевич отмечает, что хозяйственный механизм является сложной системой. Этой системе присущи неустойчивые внутренние и внешние связи. Центральным элементом хозяйственного механизма является экономический механизм. Именно он воздействует через экономические интересы и включает методы, рычаги, нормативы, показатели, с помощью которых реализуются экономические законы. Хозяйственный механизм влияет на конкурентоспособность предприятия, эффективность его функционирования и развитие предприятия [7, с. 169].

Проведенный анализ научных трудов показывает, что создаются объективные причины, вызывающие необходимость внедрения принципов социальной ответственности в деятельность отечественных предприятий. Как свидетельствует практика, многие предприятия Украины уже начинают внедрять социальную ответственность. Среди них пивные компании Heineken, Carlsberg Ukraine, а также PepsiCo, «Метинвест Холдинг», «Санофи в Украине» и др. [8, с. 36–41]. Пока что преимущественно социальную ответственность внедряют предприятия, связанные с международной деятельностью. Однако и для остальной части предприятий становится объективной необходимостью использование вида деятельности, отвечающего потребностям как самих предприятий,

так и общества. Использование принципов социальной ответственности связано с изменениями в хозяйственном механизме.

Целью статьи является исследование изменений хозяйственного механизма на украинских предприятиях в связи с применением ими принципов социальной ответственности.

Изложение основного материала исследования. Внедрение принципов социальной ответственности в деятельности украинских предприятий вызывает необходимость, в частности изменений стратегии и организационной структуры управления. При этом следует учитывать, что именно от верно избранной стратегии на 70% зависит успешная финансово-хозяйственная деятельность предприятия, которая проявляется в поставленных целях [9, с. 408–409]. Стратегия разрабатывается как с помощью ведущих менеджеров, так и при непосредственном участии собственников. При формировании стратегии развития предприятия формируется и организационная структура управления, главной задачей которой является достижение целей, сформированных в стратегии предприятия. Таким образом, организационная структура управления предприятием является результатом разработанной стратегии и должна соответствовать принятой стратегии. В связи с этим в организационной структуре управления необходимо сформировать подразделение, занимающееся внедрением социальной ответственности, осуществляющим контроль исполнения, подведение итогов, а также составление нефинансовых отчётов. При этом предусматривается расширение сотрудничества с государственными органами и органами местного самоуправления. Необходимо разработать должностные инструкции, касающиеся соответствующего персонала.

В работе [10, с. 198] хозяйственный механизм предприятия предложено рассматривать как совокупность экономического (внутреннего и внешнего); административного; нормативно-правового; социально-психологического механизмов.

Экономический механизм (внешний) регулирует деятельность предприятия в сфере обращения.

Экономический механизм (внутренний) регулирует отношения между менеджментом предприятия и структурными подразделениями предприятия, а также отношения между структурными подразделениями предприятия. Результатом этого механизма является конечная продукция. Этот механизм является наиболее важным, ибо от его результатов зависит качество продукции, срок изготовления, себестоимость.

Административный механизм включает в себя административные методы воздействия: приказы, распоряжения, инструкции, положения.

Нормативно-правовой механизм представляет собой совокупность норм, правил по охране труда, защите окружающей среды, должностные инструкции, стандарты предприятия.

Социально-психологический механизм представляет собой методы воздействия на людей нематериальных поощрений, формирование здоровой психологической атмосферы, корпоративную культуру.

Учитывая такую структуру хозяйственного механизма предприятия, его реформирование с учётом социальной ответственности будет включать следующие изменения:

1) экономический механизм (происходит совершенствование стратегии развития предприятия, направленной на повышение имиджа предприятия,

Таблица 1

Структурные предпосылки конкуренции в экономике Украины на начало 2012 и 2015 годов, % [11, с. 4; 12, с. 5]

Характеристика рынка	2012 год	2015 года	Абс. отклонение
Монополизированные рынки	7,2	9,8	+2,6
С признаками доминирования	25,9	30,8	+ 4,9
Олигопольные рынки	17,7	16,7	-1,0
С конкурентной структурой	49,2	42,7	-6,5

его конкурентоспособности; разрабатывается комплекс мероприятий по внедрению принципов социальной ответственности. При этом следует учитывать экономическую выгоду для предприятия в результате принятия новой стратегии развития);

2) административный механизм (путём издания приказов формируется соответствующее подразделение, занимающееся социальной ответственностью предприятия, устанавливается его подчинённость и обязанности);

3) нормативно-правовой механизм (происходит совершенствование норм по охране труда и защите окружающей среды, а также положения в области оплаты труда);

4) социально-психологический механизм (происходит реформирование отношений между администрацией и работающим персоналом путём проведения различных дискуссий по проблемам развития предприятий, совершенствуется корпоративная культура).

Внедрение социальной ответственности в условиях высокой конкуренции позволяет повысить конкурентоспособность предприятия и на этой основе улучшить финансово-экономические показатели.

Как показывают данные Антимонопольного комитета Украины, уровень конкуренции на внутреннем рынке Украины не высокий.

В таблице 1 приведены структурные предпосылки конкуренции в экономике Украины за 2012 и 2015 годы.

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что за период 2012–2015 годов уровень конкуренции в экономике Украины снизился. При этом увеличился удельный вес монополизированных рынков и рынков с признаками доминирования при значительном уменьшении рынков с конкурентной структурой. Это свидетельствует о том, что на предприятиях нет стимула к внедрению принципов социальной ответственности с целью повышения своей конкурентоспособности и эффективности.

Аналогичная ситуация подтверждается и данными Антимонопольного комитета за 2017 год. Уровень конкуренции снизился в сфере машиностроения, строительства, горно-металлургического, аграрно-промышленного, топливно-энергетического комплексов [13, с. 15]. Поэтому говоря о внедрении принципов социальной ответственности на украинских предприятиях, следует принимать меры к повышению уровня конкуренции в экономике. Это будет стимулировать предприятия к использованию социальной ответственности для повышения своей конкурентоспособности.

При этом следует учитывать, что не следует ожидать быстрых результатов от социальной ответвен-

ности. Для получения таких результатов необходимо время, когда произойдёт повышение имиджа предприятия, улучшение взаимоотношений с персоналом, со смежными предприятиями, с органами власти и общественными организациями.

Выводы из проведенного исследования. Такой подход к оценке реформирования хозяйственного механизма с учётом внедрения на предприятии принципов социальной ответственности позволит:

1) выявить направления реформирования хозяйственного механизма предприятия;

2) установить объективные причины внедрения социальной ответственности на украинских предприятиях;

3) оценить последствия от внедрения социальной ответственности.

Направления дальнейших исследований связаны с оценкой влияния принципов социальной ответственности на финансово-экономические результаты деятельности предприятий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Турчак В. Соціальна відповідальність у підприємницькій діяльності України. Інноваційна економіка. 2013. № 1. С. 52–56.
2. Чала Ю. Соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Збірник наукових праць. 2014. Випуск 40. С. 275–285.
3. Буковинська М. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор розвитку бізнесу та суспільства. Формування ринкових відносин в Україні. 2016. № 5 (180). С. 8–11.
4. Мочерний С., Мочерна Я. Політична економія: Навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 684с.
5. Чухно А. Господарський механізм та шляхи його вдосконалення на сучасному етапі. Економіка України. 2007. № 3 (544). С. 60–67.
6. Горин М. Механізми розвитку промислового виробництва регіону. Регіональна економіка. 2009. № 1. С. 59–66.
7. Данькевич О. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Наукові праці НУХТ. 2012. № 44. С. 166–173.
8. Кершис О., Гош А., Силивончик А. Под прицелом КСО. Бизнес. 2017. № 38. С. 36–41.
9. Терещенко О. Фінансова діяльність суб'єкта господарювання: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2003. – 554 с.
10. Лысевич С.Г. Формирование структуры хозяйственного механизма с учётом сферы производства и обращения. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2014. Вип. 2 (9). С. 196–201.
11. Звіт Антимонопольного комітету України за 2012 рік. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=95114&schema=main>
12. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schema=main>
13. Звіт Антимонопольного комітету України за 2017 рік. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/140488>

УДК 658.3:005.412

Маказан Є.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Запорізького національного університету*

РОЗВИТОК ТА ПІДТРИМКА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Досліджено складники управління корпоративною культурою. Проаналізовано методи зміни наявної культури організації. Обґрунтовано необхідність розвитку корпоративної культури. Узагальнено основні елементи корпоративної культури.

Ключові слова: корпоративна культура, людський капітал, розвиток підприємства.

Маказан Е.В. РАЗВИТИЕ И ПОДДЕРЖКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Исследованы составляющие управления корпоративной культурой. Проанализированы методы изменения имеющейся культуры организации. Обоснована необходимость развития корпоративной культуры. Обобщены основные элементы корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, человеческий капитал, развитие предприятия.

Makazan Y.V. DEVELOPMENT AND SUPPORT OF CORPORATE CULTURE

The components of corporate culture's management are explored. The methods of changing the existing culture of the organization are analyzed. The necessity of development of corporate culture is substantiated. The main elements of corporate culture are summarized.

Keywords: corporate culture, human capital, development of enterprise.

Постановка проблеми. Сьогодні тема корпоративної культури – ключове питання багатьох досліджень, семінарів і конференцій. Неухильно зростає її роль у загальній стратегії розвитку організацій.

Важливим питанням досі залишається не тільки те, як створити корпоративну культуру в організації, а також як вплинути на неї, змінити та вдосконалити.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед досліджень і публікацій вітчизняних та закордонних науковців, які займалися вивченням корпоративної культури, можна назвати праці таких дослідників, як Е. Джекс, Л. Елдрідж, А. Кромбі, Х. Шварц, С. Девіс, К. Голд, Л. Смірджич, С. Мішон, П. Штерн, А. Бліннов, О. Василевська, В. Козлов, О. Козлова, О. Виханський, А. Наумов та інші. Дослідження проблем та методів формування корпоративної культури в глобалізованому економічному середовищі здійснюють зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме: Б. Андрушків, В. Воронкова, А. Кальянова, В. Куценко, О. Франчук, Г. Хаєт, Р. Чорний, В. Шконда та багато інших.

Мета статті – узагальнити основи, етапи та складники стратегічного управління корпоративною культурою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна культура займає все більше простору в картині сучасного бізнесу. Але точно визначити її зміст і межі досить важко. Люди, відповідальні за розроблення і впровадження корпоративної культури, часто мають про неї обмежене уявлення. Незаперечним фактом є те, що корпоративна культура – широке і гнучке поняття. Вона відрізняється складністю і взаємозалежністю елементів, відносною цінністю прогнозів.

За даними Асоціації менеджерів, тільки 23% українських компаній мають спеціальні департаменти, що займаються формуванням та використанням корпоративних цінностей. Перед іншими фірмами відкривається широке поле вдосконалення. Їм ще належить усвідомити значимість корпоративної культури, яку все частіше називають нематеріальною основою розвитку і успіху будь-якої організації. Сучасне визначення корпоративної культури має на увазі систему цінностей організації, втілених

у різних сторонах її діяльності (мікроклімат, атмосфера, стиль керівництва і ведення бізнесу, норми і правила, виробничі традиції і т. д.). Незалежно від наявності спеціальних відділів корпоративна культура в тих чи інших проявах існує практично в будь-якій фірмі з моменту її утворення. Тільки в одних випадках це майже філософська система, створена десятиліттями, а в інших – вичерпується листком на стіні, які рекомендують куріння у відведених для цього місцях. Зрозуміло, нас цікавить перший різновид: культура, яка є візитною карткою компанії. Ідеться про норми і цінності, які піднімають авторитет організації, збільшуючи її привабливість не тільки для працівників, але і для партнерів із бізнесу, інвесторів.

Зупинимо увагу на основних етапах формування корпоративної культури. Створення сильної організації, що має яскраву індивідуальність і загальні цінності можливе лише в результаті послідовного формування і впровадження цілісної системи поглядів. І починати потрібно з особистої внутрішньої культури персоналу.

Перший крок на цьому шляху – відповідні методи рекрутингової діагностики. Занижуючи культурну планку під час набору персоналу, роботодавець ризикує зіткнутися з неприємною поведінкою співробітників (аж до пияцтва і злочинства на робочому місці), порушенням дисципліни або конфліктами в колективі. Практика свідчить, що виконання нескладних рекомендацій з культури поведінки здатне змінити компанію: зробити колектив більш згуртованим, створити в ньому сприятливу психологічну атмосферу, розвинути у співробітників лояльне ставлення до організації. Останнє дуже важливе, оскільки лояльний співробітник завжди прагне бути чесним і щирим із компанією, переживає і турбується за її успіхи, прагне виконати свою частину роботи найкращим чином і готовий навіть приносити певні жертви заради успіхів компанії, відчуваючи почуття гордості за її перемоги.

Проте робота над персональною культурою сприяє більш ефективному вирішенню тих чи інших питань, формуванню дружньої відкритої атмос-