

УДК 005.35:339.17

СИЧОВА Ніна, к. е. н., доцент кафедри менеджменту КНТЕУ
СИЧОВА Анастасія, менеджер з персоналу компанії "Мрія"

СТРАТЕГІЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ ТА ПІДХОДИ ДО ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

Обґрунтовано поняття "стратегія соціального розвитку підприємства торгівлі". Запропоновано комплексну систему показників оцінки прийнятності стратегії соціального розвитку підприємства торгівлі.

Ключові слова: підприємство торгівлі, соціальний розвиток підприємства, стратегія управління, конкуренція, персонал підприємства, оцінка соціального розвитку підприємства.

Світовий досвід переконливо доводить, що набуття конкурентних переваг можливе лише за умов розбудови соціально орієнтованої економіки, яку правомірно трактувати як економіку розвитку, що заснована на знаннях. Ключовим фактором успіху в умовах соціально орієнтованої економіки стає соціальний розвиток підприємств, у рамках якого увага акцентується насамперед на задоволенні потреб персоналу в адекватній соціальній компенсації, перманентному розвитку й інноваційній праці. Працююча людина в умовах соціально орієнтованої економіки сприймається як стратегічний ресурс розвитку підприємства, який акумулює професійні знання, уміння, навички, творчі та інтелектуальні здібності, досвід, мотиваційні настанови, емоційний інтелект, потенціал ефективної командної роботи та інноваційний потенціал з орієнтацією на високі показники результативності та ефективності праці.

Відмічаючи значний внесок учених у розробку теоретико-методологічних проблем стратегічного управління соціальним розвитком підприємства, необхідно зазначити, що у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі відсутній комплексний підхід до дослідження проблем формування стратегії соціального розвитку підприємств торгівлі. Недостатньо уваги приділено питанням оцінки прийнятності сформованої стратегії соціального розвитку підприємства. Наявність цих проблем обумовила вибір теми й актуальність статті.

Стосовно змісту категорії "соціальний розвиток" у науковій літературі існує багато трактувань, в яких ця категорія інтерпретується в різних змістовних значеннях. Найбільш повно розкриває зміст цієї дефініції визначення Р. Акоффа [1], в якому наголошується на необхідності набуття потенціалу для покращення якості і рівня життя персоналу підприємства.

© Сичова Н., Сичова А., 2012

Однак у цілому проблема природи процесів соціального розвитку підприємства не має однозначного вирішення в економічній літературі, і це цілком закономірно, адже йдеться про багатомірний управлінський процес.

Варто погодитись із науковою позицією М. Боровик [2], яка зазначає, що формування системи показників соціального розвитку підприємства є однією з функцій управління і містить аналіз соціального середовища підприємства, ефективність проведення якого визначається якістю інформаційної бази, що формується і використовується, її аналітичними можливостями, які найбільш повно відповідають цілям дослідження. Водночас, наприклад, А. Литвиненко [3] не виправдано звужує систему показників оцінки соціального розвитку підприємства, обмежуючись лише показниками, що характеризують рівень розвитку соціальної сфери підприємства, рівень розвитку працівників підприємства і рівень зростання реальної заробітної плати.

Результативний процес управління соціальним розвитком підприємства вимагає застосування стратегічного підходу, тобто наявності чітко визначеної стратегії соціального розвитку підприємства з відповідним механізмом її реалізації. Практика свідчить, що стратегія соціального розвитку підприємства реалізується лише за обставин, коли персонал у своїй більшості сприймає її зміст і мотивований щодо її ефективної реалізації, і якщо зовнішнє оточення підприємства, завдяки створеному позитивному іміджу, не тільки не перешкоджає, а й допомагає підприємству в реалізації цієї стратегії. Зміна ролі й місця соціального розвитку в діяльності сучасного підприємства обумовлює необхідність подальшого розгляду і вдосконалення методичних підходів до формування та оцінювання стратегії соціального розвитку. Отже, метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад і розробка методичного підходу та практичних рекомендацій щодо оцінювання стратегії соціального розвитку підприємства торгівлі.

Соціальний розвиток підприємства – це специфічна форма розвитку, що має багатоаспектний характер. *По-перше*, про наявність соціального розвитку підприємства доцільно стверджувати в тому випадку, якщо за звітний період відбулися зміни на краще у соціальному середовищі підприємства й не було повернення до попереднього стану соціальних процесів. *По-друге*, зміни в рівні соціального розвитку підприємства повинні бути наслідком усвідомленого, спрямованого на досягнення поставлених цілей управлінського впливу на внутрішнє і зовнішнє соціальне середовище підприємства.

Прогресивний соціальний розвиток підприємства дозволяє забезпечити зростання соціальної активності персоналу, що спричиняє підвищення відповідальності за результати колективної праці, зростання показників ефективності та продуктивності праці, скорочення втрат робочого часу, тобто забезпечує додатковий економічний ефект і виступає джерелом прогресивного економічного розвитку підприємства.

Формується відповідний цикл: економічний розвиток підприємства як базис для соціального розвитку підприємства; соціальний розвиток підприємства, що обумовлює зростання соціальної активності персоналу підприємства; соціальна активність персоналу, яка, сприяє економічному розвитку підприємства на новому, більш високому рівні.

Слід погодитися з думкою науковців [4], що управління соціальним розвитком є *специфічним видом менеджменту*, який має об'єкт, задачі, специфічні форми та методи розробки і реалізації управлінських рішень. Основними об'єктами управління соціальним розвитком є внутрішнє і зовнішнє соціальне середовище підприємства. Внутрішнє соціальне середовище утворює персонал підприємства, об'єкти соціального призначення, які забезпечують належні умови праці та побуту працівників і членів їх сімей, складові якості трудового життя, які в першу чергу визначаються матеріальною винагородою праці, атмосферою співробітництва, взаєморозуміння і взаємодопомоги, ступенем згуртованості колективу, соціальним партнерством і престижністю спільної праці. Зовнішнє соціальне середовище представлено такими ключовими групами стейкхолдерів, як споживачі, бізнес-партнери, громадськість тощо.

В умовах динамічного зовнішнього середовища *соціальний розвиток підприємства торгівлі* доцільно розглядати як здійснення прогресивних кількісних, якісних і структурних організаційних змін, спрямованих на вдосконалення соціального середовища підприємства і сфери соціальних взаємовідносин із зацікавленими в діяльності підприємства групами впливу (власниками, персоналом, споживачами, громадськістю, бізнес-партнерами) на засадах соціального партнерства і партисипативного підходу в управлінні.

Мета і цілі соціального розвитку підприємства мають реалізовуватися через управління соціальними процесами як у внутрішньому, так і у зовнішньому соціальному середовищі підприємства. Заходи з управління соціальним розвитком сучасного підприємства торгівлі необхідно планувати на довгострокову перспективу з обов'язковим урахуванням інтересів соціальних партнерів для підвищення соціально-економічної ефективності господарської діяльності підприємства та досягнення соціальної стабільності у суспільстві в цілому.

Слід зауважити, що стратегія соціального розвитку як одна із функціональних стратегій має принципово важливе значення для розвитку підприємства у сучасних умовах функціонування, адже саме вона передбачає заходи щодо соціального розвитку і захисту персоналу підприємства у процесі здійснення стратегічних змін. Стратегія соціального розвитку підприємства відіграє роль *специфічного фільтра*, через який у процесі підготовки мають проходити всі управлінські рішення стратегічного характеру.

У працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців немає одностайності щодо визначення функціонального змісту стратегії соціаль-

ного розвитку підприємства. Деякі науковці розглядають це поняття, помилково звужуючи його до масштабів кадрової стратегії підприємства [5]. Найбільш адекватне визначення надає А. Кузнецов, він зазначає, що стратегія соціального розвитку в умовах соціально орієнтованої економіки має розглядатися як одна із ключових функціональних стратегій підприємства, яка спрямована на виявлення і задоволення потреб і очікувань зацікавлених у діяльності підприємства груп: власників, персоналу, суспільства в цілому [6]. А. Петров додає, що її основними компонентами мають бути: базова стратегія соціального розвитку (реалізація програми комплексного розвитку соціальної сфери підприємства); цільові програми соціального розвитку (вирішення пріоритетних завдань соціального розвитку підприємства) [7].

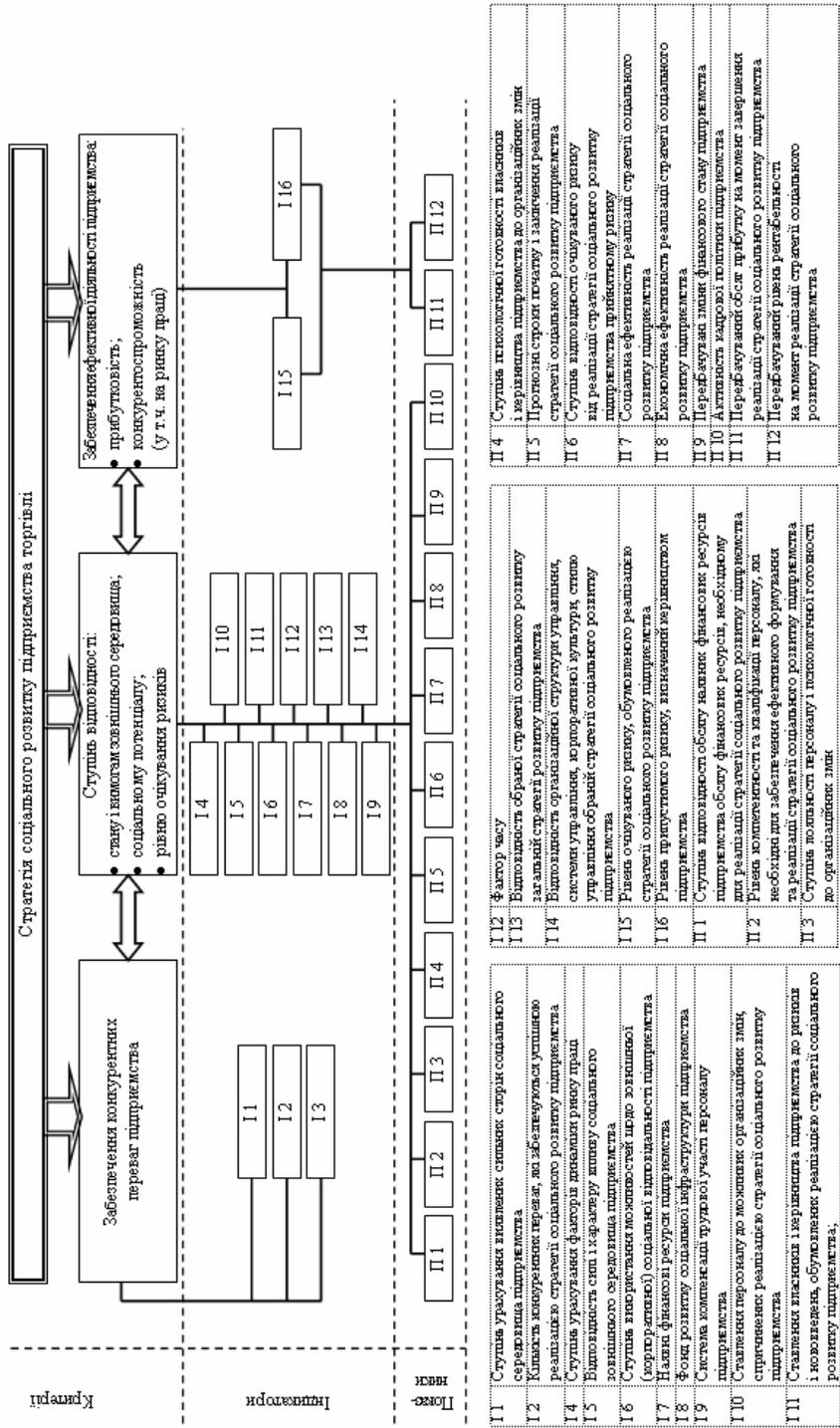
Необхідно виокремлювати стратегію соціального розвитку підприємства як різновид функціональної стратегії, це обумовлено низкою причин.

По-перше, в умовах ринкової економіки, перманентного зростання цін, інфляційних процесів і інших відчутних наслідків світової економічної та фінансової кризи, особливого значення набуває соціальна захищеність персоналу: підприємство може, наприклад, встановлювати додаткові (крім виплат із централізованих соціальних фондів) компенсації працюючим і членам їх сімей, жінкам з малими дітьми, пенсіонерам за рахунок прибутку, а також суттєво зменшувати вартість товарів і послуг, які надаються в рамках соціальної інфраструктури підприємства.

По-друге, соціальний розвиток можна віднести до ключових "стратегічних факторів успіху" підприємства. Беручи до уваги принципово нову роль підприємства в умовах соціально орієнтованої економіки, *стратегія соціального розвитку* підприємства торгівлі має розглядатися як загальний напрям дій щодо розвитку компетенцій, лояльності й ефективності роботи персоналу до рівня, необхідного підприємству для досягнення стратегічних цілей у поєднанні із задоволенням потреб і очікувань інших зацікавлених у діяльності підприємства груп: власників, споживачів, бізнес-партнерів, громадськості.

У ході розробки стратегії соціального розвитку підприємства принципово важливими є питання методики вибору оптимального варіанту стратегії та формування комплексної системи показників для оцінювання обраної стратегії. Комплексна система показників оцінювання стратегії соціального розвитку підприємства являє собою сукупність відповідних критеріїв, індикаторів і показників, які дозволяють у формалізованому вигляді описати стан певного параметра відповідності стратегії соціального розвитку підприємства параметрам оптимальності (*рисунок*).

Стратегічний вибір із найвищими показниками за всіма зазначеними критеріями визнається найбільш оптимальним варіантом соціального розвитку підприємства.



Комплексна система показників оцінювання стратегії соціального розвитку підприємства торгівлі

Для оцінювання стратегії соціального розвитку підприємства робочій групі необхідні фінансова звітність підприємства та документи із зазначеними політиками, процедурами і програмами, зокрема:

- кодекси поведінки персоналу підприємства;
- документи, в яких визначено місію та принципи роботи підприємства;
- бізнес-стратегія підприємства та ключові індикатори результативності;
- документи щодо відповідності галузевим стандартам і принципам;
- політики та кодекси з трудових взаємин, прав людини, чесних операційних практик, прав споживачів, екологічних питань;
- інформація щодо практик соціально відповідальної поведінки конкурентів та компаній в інших секторах економіки;
- документи щодо роботи з бізнес-партнерами та постачальниками тощо.

Таким чином, проведені дослідження дозволили запропонувати методику оцінювання прийнятності стратегії соціального розвитку підприємства торгівлі. Оцінювання прийнятності стратегії соціального розвитку підприємства, здійснене із використанням запропонованої комплексної системи показників, стане запорукою її інтеграції в бізнес-стратегію підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Акофф Р. Л.* Планирование будущего корпорации / Р. Л. Акофф. — М. : Сирин, 2002. — 256 с.
2. *Боровик М. В.* Формирование совокупности показателей, характеризующих социальное развитие предприятия / М. В. Боровик // Коммунальное хозяйство городов. — 2005. — Вып. 61. — С. 285–290.
3. *Литвиненко А. В.* Социальное развитие коллективов предприятий: понятие, структура, показатели / А. В. Литвиненко // Науч. тех. сб. ХНАГХ. Серия: Экономические науки. — 2005. — № 6. — С. 294–300.
4. *Ворожейкин И. Е.* Управление социальным развитием организации / И. Е. Ворожейкин. — М. : Инфра-М, 2001. — 173 с.
5. *Колпаков В. М.* Стратегический кадровый менеджмент / В. М. Колпаков, Г. А. Дмитренко. — К. : МАУП, 2005. — 747 с.
6. *Кузнецов А. Л.* Стратегия социального развития коллектива предприятия в трансформационной экономике / А. Л. Кузнецов. — Екатеринбург, 2000. — 332 с.
7. *Петров А. Н.* Стратегическое планирование развития предприятия / А. Н. Петров. — СПб. : Изд-во. ун-та экономики и финансов, 1993. — 235 с.

Стаття надійшла до редакції 26.01.2012.

ПІДПРИЄМНИЦТВО

Сычёва Н., Сычёва А. Стратегия социального развития предприятия торговли и подходы к её оцениванию. Обосновано определение "стратегия социального развития предприятия торговли". Представлена комплексная система показателей оценки приемлемости стратегии социального развития предприятия торговли.

Ключевые слова: предприятие торговли, социальное развитие предприятия, стратегия управления, конкуренция, персонал предприятия, оценка социального развития предприятия.

Sychova N., Sychova A. Strategy of social development of the trade enterprises and approaches to its evaluation. The definition of "strategy of social development of the trade enterprise" has been expedienced. Complex system of indicators defining acceptability of strategy of social development of the trade enterprises has been presented.

Key words: trade enterprise, social development of enterprises, management strategy, competition, staff of the enterprise, evaluation of the social development of the enterprise.