

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Бортнік С.М.

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк*

Для того, щоб посилювати свої конкурентні позиції, підприємству необхідно не лише створювати належні умови праці для працівників, але й дбати про їхню постійну належну підтримку з метою збільшення продуктивності праці. Досягається це шляхом розробки і реалізації соціальної стратегії бізнесу. Питання соціальної відповідальності бізнесу та необхідності формування стратегій соціального розвитку підприємств розглядалися у працях О.В. Сороки, О.О. Затеїщикова, Л.О. Юзик, О. Грішної та ін. Підприємства, які активно реалізують стратегії соціалізації та розвитку власного бізнесу вже сьогодні відчули очевидні вигоди, якими є підвищення продуктивності праці, зменшення терміну окупності бізнесу, збільшення оборотності коштів, зростання загальної ефективності діяльності тощо. Як показує практика, така соціальна політика організації [1]: формує лояльність працівників до підприємства; сприяє встановленню дружніх стосунків в колективі; забезпечує зв'язок між працівниками різних рівнів; збільшує віддачу працівників своїй роботі; позитивно впливає на якість кінцевих продуктів; дозволяє збільшити обсяги виробництва продукції; створює імідж організації, як надійного та соціально-орієнтованого елемента ринку. Поряд з цим, впровадження ефективної соціальної політики на підприємстві, на наш погляд, збільшує рівень довіри персоналу до вищого керівництва організації; дозволяє підприємству встановити партнерські зв'язки з іншими учасниками ринку; зменшує плинність кадрів, що сприяє зниженню витрат на набір, підготовку персоналу та забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Однак отримання таких переваг можливе лише за умови комплексного підходу до розробки і реалізації ефективної соціальної стратегії на конкретному підприємстві з урахуванням специфічних умов функціонування підприємства. Таким чином, розробка та реалізація соціальної стратегії дозволяє [2]: створити передумови для того, щоб підвищити стабільність персоналу та рівень прихильності працівників організації; знизити плинність кадрів і забезпечити зростання продуктивності праці за рахунок активізації внутрішнього соціального капіталу; оптимізувати соціальні інвестиції; збільшити обсяг продажів і капіталізацію компаній на основі формування соціально відповідального іміджу, і, в цілому, дозволить перейти від слабо взаємопов'язаних проектів і програм, що стосуються зовнішніх і внутрішніх соціальних проблем господарюючих суб'єктів, до цілісної, науково-обґрунтованої системи довгострокових інноваційних соціальних перетворень.

Література:

1. Сорока О. В. Соціальна стратегія у системі управління сучасним підприємством / О. В. Сорока, М. С. Кривцова // Соціально-трудові відносини : теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 315-319. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/stvttp_2014_1_52.pdf. 2. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу : сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // Україна : аспекти праці. – 2010. – № 7. – С. 3-8. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uap_2010_7_3.pdf