

ління ризиками забезпечити її комплексність та системність. Необхідно розуміти, що лише відділом з управління ризиками не можна сформувати ефективну систему управління ризиками, долучити кожного працівника до розбудови та функціонування даної системи. Кожен працівник має нести відповідальність за ризики на своєму рівні ієрархії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпунцов М. В. Ризикостійкість підприємства / Карпунцов М. В. // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – С. 71–76.
2. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління : навч. посіб. / А. В. Шегда, М. В. Голованенко ; за ред. А. В. Шегди. – Київ : Знання, 2008. – 271 с.
3. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. / Старостіна А. О., Кравченко В. А. – Київ : ІВЦ «Вид-во “Політехніка”», 2004. – 200 с.

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

***І. А. Масляник**, магістрантка спеціальності Менеджмент і адміністрування, група МАМ-51*

***О. В. Лозова**, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах жорсткої конкурентної ринкової економіки підприємства намагаються максимально ефективно використати свої фінансово-економічні ресурси, при цьому часто нівелюючи питанням соціального розвитку. Сьогодні всі дослідження пов'язані з управлінням соціального розвитку підприємства носять не систематичний та не комплексний характер. Так, немає єдиного погляду науковців навіть на саме визначення поняття «соціальний розвиток підприємства». Найбільш повно, на нашу думку, розкриває зміст цієї дефініції визначення Р. Акоффа [1], в якому наголошується на необхідності набуття потенціалу для поліпшення якості і рівня життя персоналу підприємства. Слід 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, ефектив-

ність проведення якого визначається якістю інформаційної бази, що формується і використовується, її аналітичними можливостями, які найбільш повно відповідають цілям дослідження.

Управління соціального розвитку підприємства починається з розробки стратегії соціального розвитку. Як і термін «соціальний розвиток», так і «стратегія соціального розвитку підприємства» є неоднозначним та не має єдиного підходу щодо змісту в науковців. Найбільш обґрунтоване визначення, на нашу думку, надає А. Кузнецов, котрий 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 [3]. У свою чергу, А. М. 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) [4].

Мета соціального розвитку підприємства, як і стратегія, мають бути в симбіозі із загальною метою діяльності підприємства, а саме забезпечення конкурентоспроможності підприємства та зростання його вартості за рахунок фінансових, людських, інтелектуальних ресурсів.

Управління соціальним розвитком підприємства передбачає вирішення ряду завдань: особистісний та професійний розвиток персоналу; розбудова та функціонування корпоративної та організаційної культури підприємства; розбудова та оновлення соціальної інфраструктури; створення та посилення позитивного іміджу підприємства; налагодження відносин та ефективної комунікації із зацікавленими сторонами; організаційно-технічний та фінансово-економічний розвиток.

Отже, відповідно до вищезазначеного слід підкреслити, що управління соціальним розвитком підприємства має досить розгалужену компоненту складових: вдосконалення соціально-трудових відносин, мотивація праці, соціально-психологічний клімат у колективі, профорієнтація, маркетинг та соціальна адаптація, підготовка кадрів та формування трудового колективу, удосконалення корпоративної та організаційної культури підприємства тощо. Навіть із цих наведених складників соціаль-

ного розвитку підприємства видно, наскільки дане питання недооцінене науковцями і наскільки воно є актуальним в сучасних ринкових умовах господарювання. Адже саме від ефективності управління соціальним розвитком підприємства залежить і його позитивний імідж, і зацікавленість інвесторів та рівень прибутковості. В умовах фінансово-економічної кризи більшість підприємств нівелюють значення соціального розвитку підприємства та почитають скорочувати витрати саме в цьому напрямку, що призводить до ще більшої кризи та посилення незадоволення працівниками умов праці, а іноді і взагалі до банкрутства підприємства.

Тому слід визначити, що людський капітал та соціальний розвиток є найвищою цінністю для будь-якого підприємства, а отже, потребує ефективного управління та комплексного підходу до його розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Акофф Р. Л. Планирование будущего корпорации / Р. Л. Акофф. – Москва : 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. Кузнецов А. Л. Стратегия социального развития коллектива предприятия в трансформационной экономике / Кузнецов А. Л. // Екатеринбург, 2000. – 332 с.
4. Петров А. Н. Стратегическое планирование развития предприятия / А. Н. Петров. – Санкт-Петербург : Изд-во ун-та экономики и финансов, 1993. – 235 с.

THEORETICAL PRINCIPLES OF MANAGEMENT OF THE COMMERCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Osun Oluwatobi Greatness, 6th year student majoring in Management and Administration master's degree

I. P. Chayka, PhD – scientific advisor

Poltava University of Economics and Trade

Commercial activity as a process is related to the results of activity of the enterprise, its potential, and competitiveness. That is why the management of commercial activity must occupy a leading position in the whole management system of the enterprise because it creates the appropriate conditions for the growth of its value. The