

## СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ

М.П. Буковинська, д-р екон. наук  
Національний університет харчових технологій

Соціальним аспектам діяльності корпорацій за останні роки стало приділятися помітно більше уваги, як у теорії так і у практиці менеджменту. Це зв'язано як із загальносвітовими (перш за усе, європейськими) тенденціями соціалізації бізнесу, так і особливостями української ситуації, а саме: загальною кризою та збільшенням долі кваліфікованих менеджерів, які бачать майбутнє свого бізнесу в Україні. Найбільш складним і цікавим являється той аспект формування соціальних технологій управління крупним бізнесом, який поєднаний із функціонуванням та розвитком корпоративних структур, або бізнес-груп. На сьогодні світовий бізнес у більшості випадків являє собою не окремі підприємства, а їх інтегровану сукупність.

Методологічно правильний підхід до аналізу соціальної проблематики корпоративного будівництва передбачає облік двох важливих обставин. *Перша* пов'язана з тим, що рух по шляху соціальної держави є конституційним для українського суспільства. Як наслідок, у соціальному ринковому господарстві соціальні параметри у системі макроекономічного планування повинні мати пріоритетний цільовий характер, висуватися головою держави та знаходитися у системі відповідальності органів виконавчої влади. Економічні показники – суть засобів, які забезпечують реалізацію соціальних пріоритетів та параметрів.

*Друга* обставина визначається загальними положеннями теорії корпоративного управління, суть якого полягає у тому, щоб політика корпорацій урахувала суспільно вагомі цілі та відповідально підходила до їх реалізації. Зрозуміло, що дана вимога далеко не завжди стоїть у руслі поточних інтересів топ-менеджменту. Та й діюча на державному рівні політика сприяння становлення в Україні цивілізованого корпоративного управління часто зводиться до абсолютизації інтересу власника незалежно від його спрямованості та ступеня відповідності загальнонаціональним інтересам.

Облік суспільно значущих цілей та пріоритетів у поведінці корпорацій – безперечно питання складне і аж ніяк не приводить до безперечного оперативного реагування на директиви чиновників «зверху». Безперечно, національно орієнтований корпоративний менеджмент не може не признавати перспективну значимість переходу від корпоративно-сировинної до корпоративно-перероблюваної моделі промислового розвитку. В цьому ж руслі іде визнання зростаючої ролі корпоративно-інноваційної моделі, яка базується на використанні великим промисловим бізнесом власних інноваційних розробок.

Важлива громадська роль крупних корпорацій полягає в тому, щоби активно брали участь у формуванні та реалізації перспективних концепцій та планів соціально-економічного розвитку регіонів. Мало обмежитися добросовісною сплатою податків у бюджети, оскільки це – мінімальна вимога до відповідального ведення бізнесу.

Соціальне ринкове господарство вимагає взаємодоповнення і узгодження територіальних та корпоративних стратегій забезпечення зайнятості, екологічної безпеки, професійного навчання кадрів тощо.

Численність направлень соціальної ефективності корпорацій на фоні їх обмежених ресурсних можливостей обумовлює значимість етапу визначення пріоритетних соціальних проблем корпоративних структур. Дані проблеми можуть бути сформульовані у контексті таких задач, як підвищення рівня доходів працюючих, їх житлового забезпечення; покращення професійно-кваліфікаційної структури кадрів, умов та охорони праці; збереження та розвиток інфраструктури, покращення екології та інше. Саме у руслі вибраних соціальних пріоритетів згодом формуються цілі соціального розвитку корпорацій, а також відповідні цільові показники та плани стратегічних заходів.

Активна соціальна політика менеджменту повинна підтримуватися системою внутрішньо корпоративних стандартів, регламентуючих спільну діяльність акціонерів, ради директорів, профспілкових організацій та найманого персоналу по забезпеченню раціональних процедур рішення соціальних проблем. Соціальні стандарти повинні мати загально корпоративний характер, бути невід'ємним елементом корпоративної культури у тих структурах, для яких соціальна відповідальність бізнесу не є пустим звуком.

Соціальна відповідальність бізнесу: сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [1].

Особливістю корпоративних структур є їх орієнтація на досягнення не тільки організаційно – економічного, але і соціального синергізму. Направлення соціальної взаємодії бізнес одиниць по реалізації загально корпоративних соціальних пріоритетів повинні бути чітко регламентовані у соціальному плані. Показники соціального синергізму (у вигляді спільно реалізованих соціальних проектів навчання кадрів, будівництва об'єктів соціальної інфраструктури або їх використання у загально корпоративних інтересах тощо) підлягають плануванню, обліку, мотивації та контролю.

Отже, соціальні технології корпорацій є дуже важливими інструментами реалізації їх соціальних стратегій та планів. При появі в Україні більшого числа крупних компаній, які реалізують соціальну відповідальність бізнесу, рівно як підвищення соціальної відповідальності влади перед бізнесом та суспільством стає усе більш наполегливим велінням часу.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] / Вікіпедія : Вільна енциклопедія. – Режим доступу : [uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна\\_відповідальність\\_бізнесу](http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу).