

Джерела та література

1. Балабанов И.Т. Финансы и статистика, – М.: 2002. – 512с.
2. Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І., Петрова К.Я. Фінансова діяльність підприємства: Підручник. – К.:Либідь, 1998 р. – 312 с.
3. Бланк И.А. Управление оборотным капиталом/ И.А.Бланк. – К.: Ника-Центр, 2000. – 480 с.
4. Ковальов В.В. Финансы предприятий/ В.В.Ковалев, Вит.В.Ковалев. – М.: ООО «ВИТРЭМ»; 2002. – 352 с.
5. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 387с.
6. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: Підручник. – К.: КНЕУ. – 2000. – 307 с.
7. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. Посіб. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 662с. – (Вища освіта ХХІ століття).
8. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / Поддєрьогін А.М., Буряк Л.Д., Нам Г.А. – К.: КНЕУ, 1998. - 368 с.
9. Яструбецька Л.С. Аналіз грошових потоків в системі управління підприємством // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Л. Українки. – 2005. – №1. – С. 352–357.

Ситак И.Л.**ЭКОНОМИКО-СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Путь развития экономики Украины с целью вхождения в международное экономическое содружество, вступления в ВТО и активизации процессов евроинтеграции предполагает целенаправленное управление развитием ее предприятий как социально экономических систем. В связи с этим проблему социально-экономического развития предприятий следует рассматривать как доминирующую компоненту деятельности предприятия.

Актуальность исследования по управлению промышленным предприятием и его социально-экономическим аспектам в новых условиях экономической реформы определяется прежде всего продолжающимся становлением рыночной экономики, что в свою очередь требует перестройки не только форм и методов хозяйствования, но и мышления всех категорий трудящихся, участвующих в процессе управления хозяйством. Значение этой проблемы выходит и в теоретическом, и в практическом аспектах на первый план не только потому, что свыше 70% всех трудящихся объединены в производственные коллективы, где создается примерно 90% национального дохода, но и достаточно сложным, неустойчивым положением производственных коллективов в нынешнем состоянии национальной экономики.

Вопросы оценки социальных аспектов развития предприятия в разной степени исследовались в работах И. Ансоффа, П. Друккера, М. Портера, М. Дорониной, А. Гальчинского, Ф. Котлера, А. Гринева, В. Гриневой, С. Ильяшенко, А. Пушкаря, Т. Назарова. Однако следует отметить недостаточную разработанность комплексного подхода к оценке уровня социальных аспектов и их интегральной составляющей.

Современное крупное промышленное предприятие представляет собой сложную производственную социально-экономическую систему, которой присущи все характеристики системы: вход, выход, процесс, цель, обратная связь и т.д. Первое что следует отнести к социальным аспектам развития предприятия это то, как компания ведет себя в ежедневном бизнесе: платит достойные зарплаты, создает хорошие условия труда, предоставляет возможность учиться своим работникам, дает им социальное и медицинское страхование, платит налоги, ведет свой бизнес открыто и честно. Второе и не менее важное - занимается ли компания проблемами общества. Не во всех странах работодатели уделяют этому достойное внимание. Однако следует отметить что в Украине и во всем мире мировоззрение и отношение к этой проблеме меняется. С одной стороны, появилось больше информации о значении социальной ответственности, участие в улучшении жизни общества становится более значимым. С другой стороны - предприниматели стали понимать, что в благополучном обществе и экологически чистой среде они будут лучше развиваться и иметь больше возможности организовать обширную эффективную сбытовую сеть.

Можно выделить несколько ключевых признаков социального подхода:

- реализация внутренних программ предприятия социального характера;
- ориентация на незащищенные слои населения;
- пропаганда социальных проблем, повышение внимания к той или иной социальной проблеме;
- привлечение денежных средств на решение этой проблемы.

Для реализации такого подхода необходимо повышение результативности маркетинговой деятельности, обеспечение роста продаж и удовлетворенности потребителя путем привлечения его к участию в общественной деятельности.

Именно этой цели следует социально-ориентированный подход к ведению бизнеса, обеспечивающий решение социально значимых задач и создающий при этом новые возможности для развития предприятий. Максимальное удовлетворение запросов и представлений потребителей с учетом интересов общества – вот что на сегодняшний день создает потребительские предпочтения, особенно если предприятия выводят на рынок новый бренд, торговую марку. Результаты показывают, что вложения в социально-ответственную деятельность коммерчески прибыльны. Без дополнительных увеличений рекламного бюджета гарантирован рост продаж.

Успех социально-ориентированных программ зависит от многих факторов. Среди наиболее важных стоит выделить следующие. Во-первых, социальная проблема должна быть близка и понятна потребителям. Идеально, если она соответствует миссии компании. Второе обязательное условие – это поддержка и личное участие высшего менеджмента в программе. Без глубокой приверженности руководства и сотрудников программа не будет реализована полностью. В-третьих, важен верный выбор партнеров для программы, в том числе среди некоммерческих организаций. Неудачное партнерство способно свести на нет самую благородную идею и отразиться негативно на репутации компании в целом. Однако тем предприятиям которые рассматривают возможность использования программ социально ориентированного ведения бизнеса совместно с партнерами, следует учесть ряд факторов, таких как непоследовательность, непродолжительность кампании (менее года), а также непрозрачность отчетности (куда и на что были направлены средства) могут привести к замедлению или полной остановке реализации идеи. Высокий уровень этичности – это основа социально ориентированного подхода к ведению бизнеса.

Важным фактором успешной реализации социальной политики на предприятии является ее идеологическое обеспечение, которое должно способствовать преодолению отчуждения работников предприятия от экономического развития предприятия, а руководства предприятия - от ответственности за результаты инновационной политики, а также созданию на предприятии благоприятного социально-психологического климата, способствующего раскрытию творческого инновационно-ориентированного потенциала каждого работника. Оценка эффективности инновационной политики производится с использованием системы статистических и социологических показателей, включающей наряду с частными и интегральные показатели, обобщающие объективные и субъективные компоненты социальной и экономической ситуации на предприятии. Для интегральной оценки эффективности социальной политики можно использовать такие показатели, как уровень креативности, уровень безразличия и уровень социального-экономического удовлетворения.

Практика показывает, что достижение высокого уровня развития предприятия возможно только с привлечением к этому процессу самих работников и только в системе сотрудничества, конструктивное взаимодействие является гарантией как инновационной, так и социально-экономической стабильности на предприятии.

При формировании социальной политики и определении ее основных стратегических направлений необходимо провести анализ социальных индикаторов, который позволит составить прогнозы развития социально-экономической ситуации, выработать необходимые меры в социально-экономической сфере с целью снижения уровня безразличия работников предприятия и повышению уровня креативности и инновационности каждого работника предприятия. Для проведения этих мероприятий необходимо:

1. выработать меры по повышению качества и уровня социальности управленческих решений;
2. на первое место необходимо поставить принцип тщательного подбора управленческих кадров с учетом их профессиональных качеств и образовательной подготовки и отработать схемы ответственности при выполнении ими конкретных функций;
3. при формировании направлений социальной политики необходимо определиться в социальных приоритетах персонала. Первоочередным объектом усилий должен стать работающий человек, который создает конкретные материальные блага, используя творческий потенциал и духовное развитие;
4. необходимо повысить качество социальной работы, чтобы специалисты могли способствовать распространению инновационных разработок;
5. необходимо формировать новую личность в рамках новой общественной психологии, в основе которой должна быть инновационная составляющая деятельности и социальная ответственность каждого работника за свои действия;
6. формирование у работников предприятия активной социальной позиции.

Главным итогом проведения инновационной политики развивающейся экономической структуры следует считать не появление какой-либо новой идеи или успешную реализацию новых технологий, а возникновение принципиально нового организма социально-ответственных систем, в рамках которых постоянно и непрерывно зарождаются и реализуются инновации. Успешное функционирование таких систем требует не только научного подхода и образования, но и целого комплекса условий: развития предпринимательства, способность создания творческого и благоприятного климата на предприятии, социальная ответственность и интеграция в глобальную инновационную сферу. Особое внимание в развитии предприятия должно уделяться социальным аспектам, которые приведут предприятие не только к экономическому росту, но и, как следствие, к экономическому развитию.

Источники и литература

1. Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. Управление развитием предприятия: Монография. – Х.: Издательский Дом "ИНЖЕК", 2003. – 184с. Русск. яз.
2. Дороніна М.С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства. Монографія. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. – 444с. Укр. мов.
3. К. Клок, Дж. Голдсмит. Конец менеджмента. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.: ил.
4. Котлер Ф., Ненсі Лі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства /Пер. с англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.