

Карлов Г.В.

ПОСИЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО АКЦЕНТУ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ

Всі звикли, що кожен суб'єкт господарювання, в тому числі й корпорація, розробляє та реалізує стратегію свого функціонування на досить тривалий проміжок часу. На думку більшості фахівців, основною метою корпоративної стратегії є створення додаткової вартості як в поточному періоді, так і весь час, на який розрахована стратегія. Тобто, головною метою розробки стратегії корпорації є стабільне здійснення нею прибуткової діяльності.

Останнім часом в світі спостерігається поступове зміщення громадських інтересів, що вплинуло і на зміни пріоритетного змісту стратегій. На перший план виходить не стільки прибуток корпорації, скільки соціальний аспект процесу її функціонування. Найбільш перспективні корпорації, як і всі інші, враховують, що в задачі стратегії обов'язково входить здатність своєчасно та адекватно адаптуватися до мінливих умов середовища. Однак лише найбільш передові з них своєчасно звернули увагу, що в сучасному світі ці мінливі зміни містять саме соціальну складову.

Увага при розробці корпоративної стратегії зміщується на чинники, які до останнього часу не входили в коло пріоритетів більшості компаній, хоч і були присутніми в змісті їх місій: на динаміку зростання та рівень оплати праці робітників з урахуванням середнього рівня їх витрат; на стан, склад робочого місця та умови на ньому не задля отримання лише максимального прибутку від діяльності робітника, а для забезпечення комфортних умов праці; на розвиток персоналу не лише для покриття інтересів корпорації, а й для забезпечення підвищення трудового потенціалу робітників, для покращення працевлаштування при скороченні тощо; на організацію медичного забезпечення не тільки для мінімізації терміну перебування робітників на лікарняному, але й в якості турботи про співробітників для забезпечення ним всіх умов для підтримки здоров'я та попередження виникнення та прогресуванню багатьох хвороб та ін.

Однак не слід вважати, що при розробці корпоративної стратегії забезпечення прибутку корпорації перестає бути важливим і відходить на другий план. Як було зазначено вище, при формуванні соціально орієнтованої стратегії необхідно врахувати реалізацію значної кількості напрямів соціального забезпечення персоналу та суспільства, а зробити це буде можливо лише за умов наявності стабільного розвитку корпорації, наявності у неї ресурсів, коштів, можливостей. Кожен з соціальних процесів є досить витратним, відносно довготривалим, потребує як часу і витрат на підготовчі етапи, так і на сам процес впровадження соціальної складової. Відповідно, корпорація повинна мати резерв часу, резерв коштів, резерв виконавців і можливостей для реалізації соціального процесу.

Тож можна сказати, що стратегія отримання прибутку – це теж вагома, значуща складова соціально орієнтованої стратегії. Відмінність від звичної стратегії буде полягати в обов'язковій наявності додаткових пунктів, які є беззаперечно витратними для компанії тактично, але корисними для персоналу і суспільства, і тому позитивно значущими для корпорації в довготривалій перспективі.

Роботу виконано під керівництвом доц. кафедри екон. та менедж. Кір'ян О.І.