

4. Визначити, скільки ресурсів треба на кожному рівні (потрібно повністю оновити бюджетну систему. Громади повинні мати власні бюджети, можливість об'єднувати зусилля і фінанси. Тоді у них з'являться ресурси для вирішення нагальних питань і розвитку).

5. Зробити органи місцевого самоврядування підзвітними перед виборцями і державою (люди почнуть розуміти, що від їхнього голосування залежить, чи добре працюватиме для них місцева влада. А отже від самих мешканців залежить якість життя)[ 4].

**Висновки.** Отже, питання реформування системи державної влади та місцевого самоврядування є досить актуальним в даний час, так як виникли проблеми, які потребують негайного розв'язання, це: централізація влади; слабка матеріально – фінансова база територіальних громад; надмірна подрібненість адміністративно – територіальних одиниць, що призвело до підвищення соціальної напруги серед населення.

Основними шляхами реалізації реформи децентралізації та державного управління є :

1. Забезпечення бюджетної автономії та фінансової самостійності місцевих бюджетів;
2. Зміцнення податкової бази органів місцевого самоврядування.

На даний час Вже внесено зміни до Бюджетного та Податкового кодексів України. До кінця 2015 року планується прийняття законодавчої основи щодо децентралізації фінансів, розширення дохідної бази місцевих бюджетів шляхом закріплення окремих податкових платежів та зборів за місцевими бюджетами. За попередніми розрахунками ріст ресурсу місцевих бюджетів складе більше 30 млрд. гривень. Зміни дадуть синергетичний ефект і доходи місцевих бюджетів зростуть у два-три рази. У розпорядженні місцевого самоврядування буде ресурс для вирішення питань розвитку громад.

**Список використаної літератури:**

1. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. – М.: Прогресс, 1989. - 376 с.
2. Особливості децентралізації влади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.loda.gov.ua/upload/users\\_files/22/upload/Prezentaciya%201.ppt](http://www.loda.gov.ua/upload/users_files/22/upload/Prezentaciya%201.ppt)
3. Пиріков О.В. Індикатори та системи сталого розвитку: теорія та практика / Пиріков О.В. // Ефективна економіка. - № 11. – 2013.
4. П'ять необхідних кроків для проведення децентралізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/>
5. Сенчук А. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» - шлях до кращого майбутнього/ Сенчук А. [Електронний ресурс]. - Науковий журнал «Зовнішні справи». - Режим доступу: <http://uaforeignaffairs.com/.../strategija-stalogo-rozvitku-ukrajina-2020-shljakh-do-kr/>
6. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12.01.2015 №5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

**14.09.2015**

УДК 33.011: 005.35

**Муромець Н.Є.**

д-р.екон.н., проф., зав. кафедри менеджменту  
ХТЕІ КНТЕУ

**Кобеняк К.Л., Тіхтей Н.С.**

здобувачі вищої освіти ступеня «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій»  
ХТЕІ КНЕУ

**ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**Анотація.** У статті розглядається необхідність запровадження та дотримання в менеджменті торговельних підприємств концепції соціальної відповідальності у процесі взаємодії держави, бізнесу та суспільства, як головної умови щодо забезпечення сталого розвитку. Розкривається взаємозв'язок понять соціальна відповідальність та сталий розвиток. Проаналізовано тенденції закордонного та вітчизняного підходів до формування стандартів та політики КСВ. Основна увага приділяється економічному значенню дотримання торговельним підприємством принципів КСВ.

**Ключові слова:** сталий розвиток, соціально-економічна відповідальність, торгівельні підприємства, економіка, стейкхолдери, стандарти менеджменту.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ  
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ  
МЕНЕДЖМЕНТА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В  
СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ

FORMATION OF THE CONCEPT OF  
SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT  
SYSTEM TRADE ENTERPRISES IN  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Аннотация.** В статье рассматривается необходимость внедрения и соблюдения в менеджменте торговых предприятий концепции социальной ответственности в процессе взаимодействия государства, бизнеса и общества, как главного условия по обеспечению устойчивого развития. Раскрывается взаимосвязь понятий социальная ответственность и устойчивое развитие. Проанализированы тенденции зарубежного и отечественного подходов к формированию стандартов и политики КСО. Основное внимание уделяется экономическому значению соблюдения торговым предприятием принципов КСО.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, социально-экономическая ответственность, торговые предприятия, экономика, стейкхолдеры, стандарты менеджмента.

**Abstract.** The article discusses the need for implementation and compliance in the management of commercial enterprises concept of social responsibility in the process of interaction between the state, business and society as a main condition for sustainable development. It reveals the relationship of the concepts of social responsibility and sustainable development. The tendencies of foreign and domestic approaches to the development of standards and CSR policy. The focus is on compliance with the economic importance of trade enterprise CSR.

**Keywords:** sustainable development, social and economic responsibility, commercial enterprises, economy, stakeholders, management standards.

**Вступ.** Інтеграція України до європейського співтовариства вимагає використання ефективних інструментів у процесі взаємодії держави, бізнесу та суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників громадського життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку держави і суспільства та стати на шлях сталого економічного розвитку. На сьогодні у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ). КСВ є добровільною діяльністю компаній приватного та державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо. [8]

Формування активного соціально-економічного простору – простіру взаємодії влади і бізнесу, суспільства, який дозволяє підвищити керованість соціо, еколого-, економічними системами, передбачає застосування різних міжнародних стандартів і рекомендацій системи менеджменту – передбачає застосування різних міжнародних стандартів і рекомендацій системи менеджменту.

**Постановка завдання.** Проаналізувати концепцію корпоративної соціальної відповідальності у відповідності до європейських стандартів. Обґрунтувати необхідність введення корпоративної соціальної відповідальності на торговельних підприємствах України як однієї з умов сталого розвитку.

**Результати.** Організації по всьому світу усвідомлюють необхідність і переваги соціально відповідальної поведінки. Мета соціальної відповідальності полягає у сприянні сталого розвитку діяльності організації по відношенню до суспільства, в якому вона працює, а також відіграє роль у впливі організації на довкілля. Соціальна відповідальність стала найважливішою частиною вимірювання загальної продуктивності та її здатності продовжувати ефективно працювати. Це, зокрема, є відображенням зростаючого визнання необхідності забезпечення здорових екосистем, соціальної справедливості і ефективного організаційного управління.

Тому на сучасному етапі розвитку суспільства пильна увага менеджерів всіх рівнів має бути зосереджена на процесах формування соціально-економічного простору, його активізації, оскільки вони дозволяють цілеспрямовано трансформувати природу людини, тим самим прискорюючи становлення і розвиток «нової економіки».

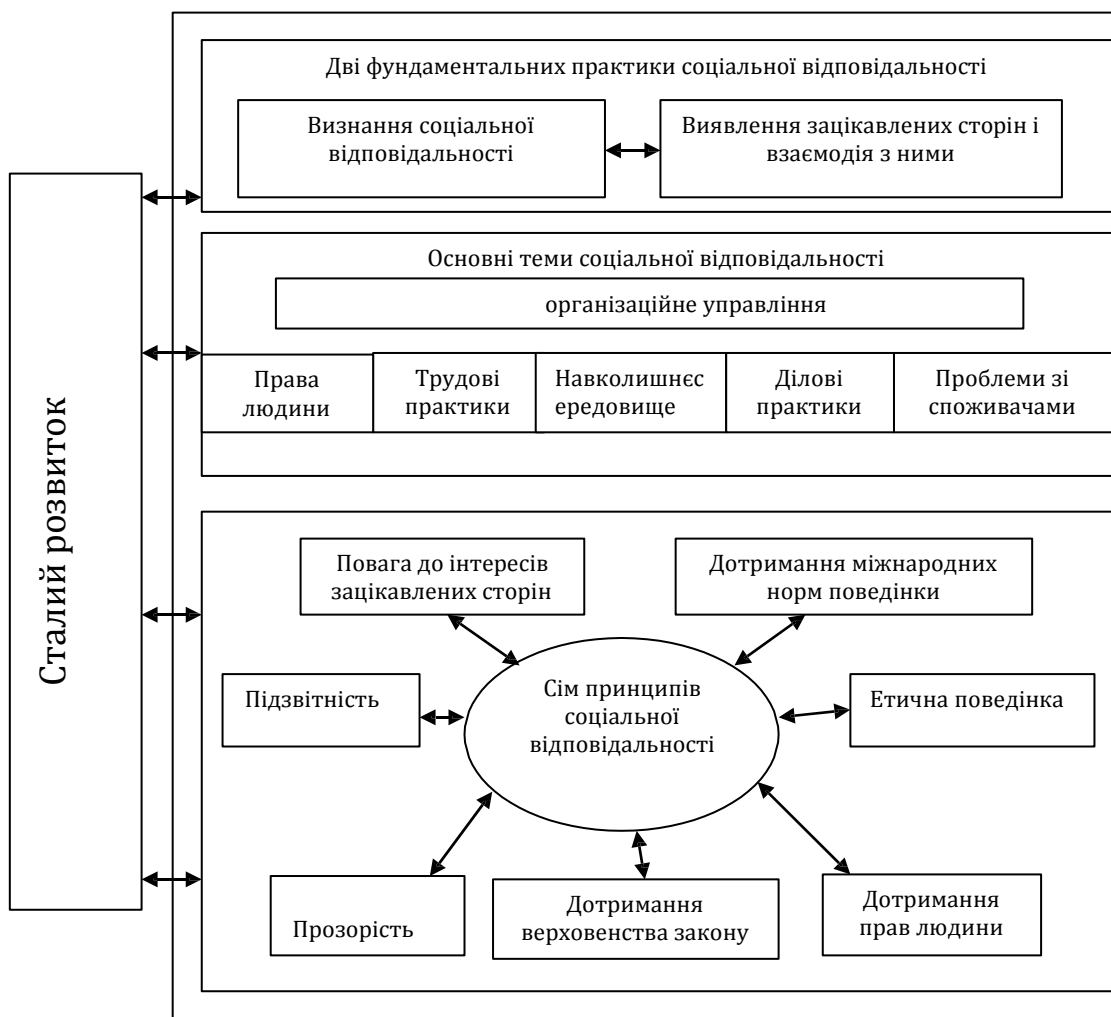
Розглянемо два основних поняття: корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток. За визначенням Європейської Комісії корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це «...концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі» [9].

Під соціальною відповідальністю компанії переважно розуміють надання благодійної допомоги громаді, розвиток власного персоналу, чесне введення бізнесу та дотримання і захист прав людини. Найменше асоціюють із соціальною відповідальністю впровадження принципів і практик підзвітності, прозорості й етичної поведінки, здійснення екологічних проектів та участь у регіональних програмах розвитку [8].

На засіданні Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку (1987 р.) було визначено поняття «сталий розвиток» (sustainable development), де було наголошено на потребах задоволення теперішніх та захисту майбутніх потреб людства: «Це такий розвиток, який задовольняє потреби сьогодення, але не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь задовольняти свої потреби»[10]. Треба зазначити, що це найпоширеніше визначення, але всієї багатогранності сталого розвитку воно не відображає.

Науковці Б. В. Бурківський, В. Н. Степанов та С. К. Харічков пропонують розглядати сталий розвиток через призму динамічної рівноваги. Вони вважають, що сталий розвиток еколого-економічної системи є здатністю цієї системи витримувати зміни, спричинені зовнішніми і внутрішніми впливами в економічних та екологічних підсистемах, а також здатність збереження визначеної динамічної рівноваги [2]. В. І. Торкатюк та Н. В. Бібік визначили, що «сталим розвитком слід вважати процес поліпшення соціально-економічного середовища життєдіяльності людини без нанесення шкоди оточуючому середовищу ані в теперішньому часі, ані в майбутньому» [11].

Таким чином за допомогою схеми можна побачити, що саме КСВ є частиною та головною умовою сталого розвитку (рис. 1).



### **Рис.1. ВЗАЄМЗВ'ЯЗОК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Суб'єктом соціальної відповідальності є організація («компанія», «підприємство», «корпорація»), яка є цілісною системою виробничих відносин, функціонує заради досягнення економічних цілей і є частиною оточення, що включає безліч складових, від яких залежить її існування [8].

Насамперед, існування організації залежить від споживачів, постачальників, засобів масової інформації, працівників, акціонерів та інших зацікавлених осіб (стейкхолдерів), які можуть впливати на організацію і випробовувати її вплив на собі.

Стейкхолдер в широкому сенсі – одна з фізичних або юридичних осіб, яка зацікавлена у фінансових та інших результатах діяльності компанії – акціонерів, кредиторів, власників облігацій, членів органів управління, співробітників компанії, клієнтів (контрагентів), суспільства в цілому, уряду [5].

Таким чином, соціальна відповідальність в системі сталого розвитку організації представлена зіставленням очікувань, вимог і правил, відповідно до яких організація несе відповідальність перед суспільством, в якому функціонує.

Оскільки більша частина вимог стейкхолдерів не формалізована, інститут соціальної відповідальності є неформальним. Саме тому питання про вигоди і недоліки корпоративної соціальної відповідальності є досить актуальним на сьогоднішній день для діяльності торговельних підприємств. Збільшенню кількості соціально відповідальних підприємств сприяють не тільки зовнішні виклики: вимоги соціального та екологічного характеру з боку стейкхолдерів, але й внутрішні стимули, а саме позитивний зв'язок між впровадженням принципів соціальної відповідальності та фінансовими показниками підприємства. Економічні вигоди соціальної відповідальності виникають за рахунок посилення активності підприємства в екологічному та соціальному напрямках і проявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг, продажі, управління репутацією і ризиками. Можна сказати про те, що дотримання концепції КСВ істотно розширює можливості з залучення інвестиційних ресурсів, а також зниження їх вартості.

Для того, щоб діяльність у галузі корпоративної соціальної відповідальності дійсно приносила суттєві економічні вигоди, необхідно враховувати особливості соціальних, політичних та економічних умов, в тій країні де торговельне підприємство веде свою діяльність.

Необхідно підкреслити, що сучасний соціально-економічний простір, функціонує на принципах і правилах, які встановлені державою, носить добровільно-примусовий характер, бо інститути, які його утворюють, діють в межах законодавства.

Соціально-відповідальні дії різних підприємств (в тих чи інших формах) здійснюється стихійно, не заплановано і безсистемно. Однак процес становлення інституту цивілізованого бізнесу неможливий без зміни природи не тільки його самого, а й взаємодіючих з ним інститутів держави і суспільства. Для того, щоб знизити можливі негативні наслідки, які неминуче супроводжують будь-яку трансформацію, слід дані процеси зі стихійних перевести в керовані. Це дозволить сформуванню нового балансу інтересів між державою, бізнесом і суспільством через висвітлення активного соціально-економічного простору.

Підприємства здебільшого усвідомлено сприймають соціальну відповідальність. За даними аналітичного звіту Центру «Розвиток КСВ», який формується кожні 5 років і базується на результатах опитування 600 компаній України, у 2010 році кількість компаній, які вважають, що бізнес повинен брати активну участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем, у порівнянні з 2005 роком, зросла вдвічі [7].

На перших порах у формування активного соціально-економічного простору буде залучено лише окремих представники бізнесу, які більшою мірою готові до подібного роду змін. Згодом коло учасників слід збільшити за рахунок торговельних підприємств. Тим самим залучаючи не тільки постачальників і покупців, а також підприємств і організацій інших видів економічної діяльності.

Результати дослідження зафіксували значні зміни у ставленні українських торговельних підприємств до розуміння необхідності брати активну участь у вирішенні соціальних та

екологічних проблем, а не покладатися тільки на державу. Так, частка тих, хто згоден з твердженням: «Бізнес повинен брати активну участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем суспільства і житті громади» (сума відповідей «повністю згоден» та «скоріше згоден») вища (68,1 %), ніж тих, хто вважає: «Бізнес повинен тільки забезпечувати прибуток власникам та платити податки» (сума відповідей «повністю згоден» та «скоріше згоден») (49,1 %). [7]

Суттєвих відмінностей у ставленні до ролі бізнесу у вирішенні соціальних та екологічних проблем за формою власності не існує. Частка державних і акціонерних компаній щодо активної ролі бізнесу у вирішенні соціальних та екологічних проблем громади трохи вища, ніж відповідна частка підприємств приватної форми власності. При цьому варто зазначити, що кількість акціонерних компаній, які абсолютно згодні з таким рішенням, вдвічі перевищує кількість державних підприємств [7].

Формування активного соціально-економічного простору передбачає застосування різних методів, з урахуванням сучасних принципів управління, поєднання яких дозволяє залучати в соціально-економічні процеси все більшу кількість учасників. Наприклад, такі як соціальне і приватно-державне партнерство, саморегулювання, со-регулювання, некомерційні організації, що сприяє сталому економічному розвитку сфери торгівлі.

Переважну частину заходів із соціальної відповідальності, які впроваджують підприємства, можна віднести до трудових практик (заходи із розвитку власного персоналу, відмова від використання примусової та дитячої праці, відсутність дискримінації, впровадження програм поліпшення умов праці) та захисту здоров'я і безпеки споживачів (рис.2). Найменш поширеним для українських підприємств, які впроваджують соціально відповідальні заходи, є захист природних ресурсів та співпраця з громадою.

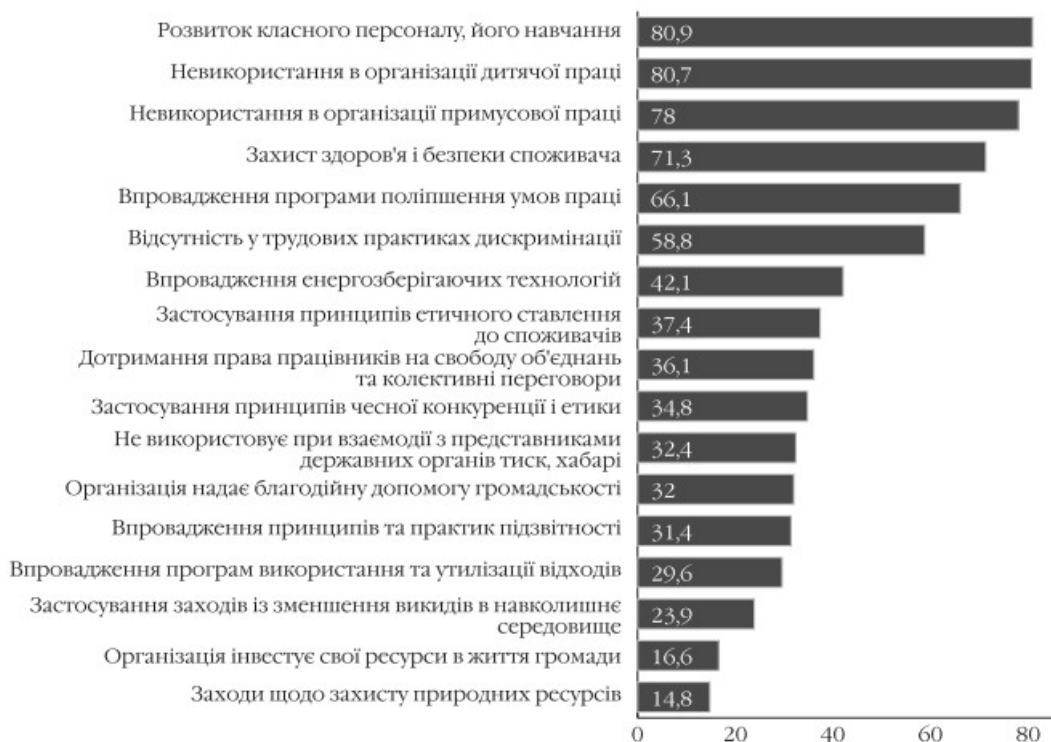


Рис. 2. Розподіл відповідей на запитання «Які з наступних соціально відповідальних заходів здійснює ВАША КОМПАНІЯ?» (N=404) [7]

Також для отримання активного соціально-економічного простору бажано спиратись на застосовувані в зарубіжній практиці стандарти системи менеджменту корпоративної соціальної відповідальності.

Дані стандарти включають механізми взаємодії компанії з представниками держави, суспільства та іншими зацікавленими особами, а також систему звітності компанії перед ними.

Виділяють чотири основні стандарти системи менеджменту КСВ, розроблені і діючі в Європейському союзі, якими доцільно керуватись вітчизняним торговельним підприємствам в процесі своєї діяльності:

1. Проект Q-RES, який визначає систему менеджменту для програми «Якість соціальної і цілеспрямованої відповідальності корпорації», випущеної університетом LIUC (Італія) [6]. Проект Q-RES ґрунтується на тому, що відносини між корпорацією і об'єктом соціальної відповідальності (держава, суспільство та інші зацікавлені особи) повинні управлятися у відповідності зі стратегією соціального контракту, з урахуванням принципів дієвості, ефективності та справедливості.

2. Проект VMS (Система менеджменту цінностей) являє собою систему принципів і компонентів сталого розвитку, розроблену Центром економічної етики (Німеччина)

3. Проект SIGMA побудований на цінностях, реалізованих у концепції сталого розвитку, відображеної в моделі «П'яти Капіталів», яка допомагає організації інтегрувати сталий розвиток у процесах її менеджменту і вести відносини з зовнішнім світом (Проект SIGMA, Лондон)

4. Концепція звітності AA 1000, яка розроблена Інститутом соціальної та етичної звітності (Лондон) та заснована на трьох ключових принципах - суттєвості, закінченості і відповідальності [3].

Перелічені вище стандарти слід ввести в систему менеджменту корпоративної соціальної відповідальності, що забезпечить сталий розвиток торговельного підприємства в соціально-економічному просторі. Виділяють чотири основні блоки, на яких базуються дані стандарти:

1. Цінності та принципи корпоративної соціальної відповідальності.

2. Процес менеджменту корпоративної соціальної відповідальності - загальний організаційний процес, який зв'язує між собою цінності, принципи і інструменти соціальної відповідальності підприємства, а також стратегію організації, її політику і методи управління.

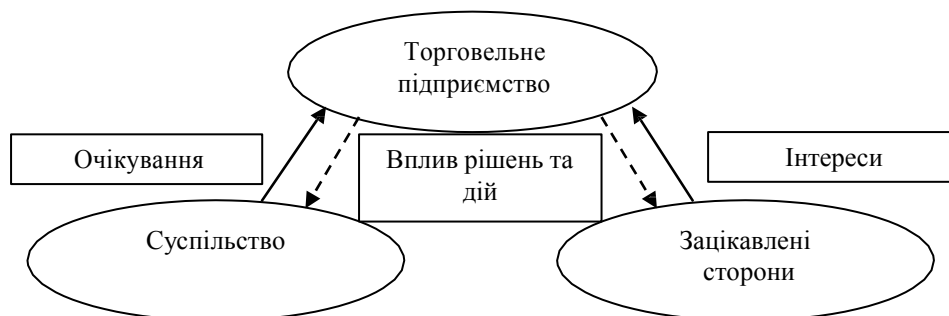
3. Інструменти менеджменту КСВ - певна кількість інструментів менеджменту, які допомагають організації брати участь у процесі соціальної відповідальності (взаємодія з учасниками всього процесу, соціальні звіти та ін.)

4. Гарантія (верифікація) - процедури внутрішнього аудиту і зовнішньої перевірки, спрямовані на підвищення кредитоспроможності загальної системи менеджменту.

28 жовтня 2010 був опублікований Міжнародний стандарт ISO 26000: 2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» [4].

ISO 26000 призначений для того, щоб бути корисним для організацій усіх типів, як великих так і малих, що функціонують як у розвинених, так і країнах, що розвиваються. Хоча не всі частини цього стандарту будуть однаково корисні для всіх типів організацій, але основні теми повністю можуть застосовуватися будь-яким торговельним підприємством.

Розвиваючи свою соціальну відповідальність, організації слід розуміти зв'язки наступних елементів: взаємодія, інтереси і очікування ( Рис. 3):



**Рис.3. Взаємозв'язок між організацією її зацікавленими сторонами (стейкхолдери) і суспільством**

Організації слід розуміти як її рішення і діяльність впливають на суспільство. Також слід розуміти очікування щодо відповідальної поведінки, що пред'являються суспільством і

стосуються цього впливу. Це слід робити, розглядаючи основні теми і проблеми соціальної відповідальності.

Організації слід знати про свої різні зацікавлені сторони. Рішення і діяльність організації можуть надавати потенційний і реальний вплив на цих приватних осіб і організації. Цей вплив є основою «інтересу», який змушує розглядати організації або приватних осіб як зацікавлені сторони.

Необхідно зважати на взаємозв'язок між інтересами зацікавлених сторін, на які впливає організація, з одного боку, і очікуваннями суспільства з іншого. Хоча зацікавлені сторони є частиною суспільства, вони можуть мати інтереси, які не відповідають очікуванням суспільства. Наприклад, інтерес постачальника в тому, щоб отримати оплату, і інтерес співтовариства в дотриманні договірних умов можуть бути різними сторонами однієї проблеми.

**Висновки.** Корпоративна соціальна відповідальність як концепція розвитку компанії сприяє формуванню позитивного іміджу і ділової репутації компанії, забезпечує більшу прозорість компанії для суспільства, забезпечує відданість трудового колективу фірмі. Стандарти загальної системи менеджменту корпоративної соціальної відповідальності покликані доповнити існуючу систему загального менеджменту, і є одним з основних інструментів становлення інституту цивілізованого бізнесу, використання якого (при відповідній взаємодії з іншими інститутами) створить умови для формування системи сталого розвитку.

В Україні традиційно більше уваги приділяється питанням соціальної відповідальності бізнесу, як спонсорство і меценатство. Актуальність проблеми спостерігається в тому, що поступово суспільство починає усвідомлювати, що соціальна відповідальність передбачає собою не тільки благодійність.

Загальноприйнятого визначення соціальної відповідальності бізнесу в міжнародній практиці не існує, що дає привід розуміти цей термін кожному по-своєму. Це, у свою чергу, заважає встановленню і закріпленню правильного розуміння серед керівників торговельних підприємств, що не дає компаніям бути по-справжньому соціально відповідальними.

Ведення соціально-відповідального бізнесу допомагає уникнути переростання соціальних проблем в кризу, яка може негативно позначитися на роботі підприємств.

Спектр міжнародних моделей корпоративної соціальної відповідальності визначається дилемою: підприємство самостійно визначає міру свого внеску в розвиток суспільства або офіційні та неофіційні інститути виробляють узгодження суспільних інтересів, які потім трансформуються в обов'язкові вимоги до бізнесу.

Нерозуміння цілісності концепції корпоративної соціальної відповідальності та бажання скоріше відзвітувати перед державою становлять певну загрозу для формування української моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Українська модель соціальної відповідальності поки орієнтується на державу, власників і персонал, але в міру того, як буде розвиватись суспільство, до КСВ будуть поступово залучатись місцеві громади, споживачі та інші стейкхолдери. Підхід до соціальної відповідальності в Україні повинен мати більш широкий і більш прагматичний характер.

#### **Список використаних джерел:**

1. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10.
2. Буркинский Б. В. Экономико-экологические основы регионального природопользования и развития / Б. В. Буркинский, В. Н. Степанов, С. К. Харичков / ИПРЭИ НАН Украины. – Одеса: Фенікс, 2005. – 575 с.
3. Стандарт верификации отчетов АА 1000 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.accountability.org.uk/resour-ces>. - 07.11.2008.
4. Стандарт ISO 26000 «руководство по обеспечению социальной ответственности» <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1>.
5. R. Edward Freeman, Alexander Moutchnik (2013): Stakeholder management and CSR: questions and answers. In: UmweltWirtschaftsForum, Springer Verlag, Vol. 21, Nr. <http://link.springer.com/article/10.1007/s00550-013-0..>
6. Corporate Social Responsibility / Ed. J. Allouche. - V. 1: Concepts, Accountability and Reporting. - N.Y.: Palgrave Macmillan, 2006. -P. 333-355.

7. АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ: КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ 2005–2010: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ksv-2005-2010-analitychnyy-zvit.pdf>

8. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку. Аналітичний звіт / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К.: Вид-во „Фарбований лист”, 2010. – 56 с.

9. «Зелена книга з корпоративної соціальної відповідальності», 2001 р

10. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. – М.: Прогресс, 1989. – 376 с.

11. Шалугін В. С. Екологізація економіки і перехід до сталого розвитку / В. С. Шалугін, Д. О. Васюков // Екологічна безпека. - 2009. - № 4. - С. 80.

29.09.2015

УДК 123.456

**Остапенко Т.Г.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств  
ДВНЗ «Національний авіаційний університет»

**Вітюк О.В.**

студентка 4 курсу

ДВНЗ «Національний авіаційний університет»

## РОЛЬ ЛІДЕРСТВА В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА ТА ЙОГО СОЦІАЛЬНІ ФУНКЦІЇ

**Анотація.** У статті проаналізовані основні підходи лідерства, а також лідерських рис особистості. Запропоноване сучасне бачення лідерських якостей і лідерства як соціального явища. Доведено необхідність наявності лідерських якостей у фахівців сфери менеджменту.

**Ключові слова:** лідерство, лідерські якості, менеджмент, система управління, менеджер.

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В ПРОФЕСИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА  
И ЕГО СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ

LEADERSHIP ROLE IN PROFESSIONAL  
ACTIVITY OF THE MODERN MANAGER  
AND ITS SOCIAL FUNCTION

**Аннотация.** В статье проанализированные главные подходы к лидерству, а также лидерских качеств личности. Предложено современное видение лидерских качеств и лидерства как социального явления. Доказана необходимость наличия лидерских качеств у специалистов сферы менеджмента.

**Ключевые слова:** лидерство, лидерские качества, менеджмент, система управления, менеджер.

**Abstract.** In the article the basic approaches of leadership, and leadership traits. The proposed modern vision of leadership qualities and leadership as a social phenomenon. Proved the need for leadership skills of specialists in management.

**Keywords:** leadership, leadership traits, management, management system, manager.

**Вступ.** Лідерство – це багатоаспектне соціальне явище. Феномен лідерства проявляється в усіх організованих групах, які спрямовані на досягненні спільної мети. Тема лідерства вивчається в багатьох галузях і різних напрямках наук, таких як: психологія, менеджмент, соціологія, історія, педагогіка, політологія. В сучасних умовах існує кілька підходів до визначення та розуміння поняття лідерства, тому його трактують неоднозначно. До цього часу так і не досягнуто повної згоди стосовно лідерства, а також методів його вивчення. Крім того, феномен лідерства залишається вивченим далеко не повністю в сфері менеджменту і дослідження даної проблеми не припиняється. Тому ми вважаємо доцільно зробити аналіз даної тематики.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що професійна діяльність менеджера потребує не лише високого рівня компетентності, але й особливих психологічних якостей, одним з яких є лідерство. Незважаючи на те, що наші спеціалісти в цій галузі користуються досить великим попитом, між ними існує високий рівень конкуренції за робочі місця у кращих організаціях. Крім того, у сфері менеджменту гостро постало завдання розвитку професіоналів, які здатні ефективно керувати робочою групою, підлеглими з метою прибуткового функціонування фірми чи організації. Для цього сучасні менеджери повинні володіти лідерськими якостями, що допомагають отримати бажаний результат у професійній діяльності.