

стандарти якості продукції. У 2008 р. фірма однією з перших сертифікувала чотири системи управління за міжнародними стандартами: ДСТУ ISO 9001:2001, ДСТУ ISO 22000:2007, ДСТУ ISO 14001:2006, ДСТУ-П OHSAS 18001:2006, реалізує проекти зі зменшення впливу на навколишнє середовище, займається переробкою ПЕТ-пляшок. До 2009 р. фірма переробляла 85% власних відходів, зменшивши викиди в атмосферу на 42%, утворення відходів – на 48%. Під патронатом компанії знаходяться школи, дитячі садки, дитячі будинки, футбольний клуб, команда з пляжного волейболу. На кошти фірми збудовано стадіон.

Ефективний та відповідальний перед суспільством соціальний підприємець зобов'язаний забезпечувати всебічний соціально-економічний розвиток країни, реалізовувати в якості головного пріоритету підвищення рівня життя населення, створювати нові високооплачувані робочі місця та якісну, доступну продукцію.

Список літератури: 1. Социальная ответственность бизнеса. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csjournal.com/lib/networkoverview/1726-socialnaja-otvetstvennost-biznesa.html> 2. Приходько В. Социальная ответственность бизнеса и психиатрия // Новости медицины и фармации. – 2009. – № 33. 3. Социальная ответственность компаний – опыт Запада и России. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csjournal.com/lib/analyticarticle/1075-socialnaja-otvetstvennost-kompanijj-opyt-zapada-i.html> 4. Тавер Е.И. Стандарты и социальная ответственность бизнеса // «Акционерное общество: вопросы корпоративного управления». – № 5. – 2010.

*Решетяк Н.Б., Демченко С.К., Пахай В.А.
м. Харьков, Украина*

СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ ТА РОСІЇ

Розвиток бізнесу, інтеграція України і Росії у світовий економічний простір ставить перед підприємцями нові питання. В сучасному діловому світі комерційний успіх кожного підприємства безпосередньо залежить від ефективності використання персоналу організації, в якому ступені працівники реалізують свій професійний потенціал. Механізмом, який би забезпечував координацію діяльності працівників і заохочував їх до ефективного виконання заданих функцій згідно з визначеними цілями і завданнями, є обґрунтована система мотивування, яка дає змогу цілеспрямовано впливати на поведінку людей відповідно до потреб організації. Чи не найважливішу роль у формуванні позитивного бренду роботодавця відіграють ставлення роботодавця та керівників до власних співробітників, турбота про них, розроблення особистісно-орієнтованої соціальної політики, зокрема надання соціальних гарантій, благ і винагород, створення у працівників відчуття комфорту, а відтак формування належності до підприємства та бажання зробити свій внесок у його розвиток, досягнення організаційних цілей.

В сучасних умовах господарювання соціальне забезпечення працівників, тобто наявність соціального пакету часто стає вирішальним фактором мотивації працівника до співпраці з тим чи іншим підприємством. Соціальний пакет, в який входять соціальні пільги й виплати, становить, по ряду даних, приблизно 32,5%, тобто третину загального пакету. З розвитком ринкових відносин особливо гостро постало питання забезпечення соціальних прав працівників, тому дана тема викликає загальний інтерес.

Для будь-якої компанії розробити ефективну систему мотивації – одна з складових підвищення ефективності праці і збільшення прибутку. Мотивувати працівника можна різними методами. Підбір мотиваційних чинників конкретного працівника залежить від: індивідуальних потреб працівника; розуміння процесу мотивування керівником, знання мотиваційних технік і вмінь мотивування; ситуаційних чинників. В останній час поняття соціального пакету все більш активно використовується в регулюванні трудових відносин на національному ринку праці. Наслідком розвитку економічних відносин в Україні та інших країнах є зміна змісту і форми соціального забезпечення. Поряд з традиційними формами з'являються нові, які характеризують соціальну відповідальність роботодавця.

Аналіз нормативних документів, що регламентують порядок оплати праці, показав, що поняття соціального пакету в законодавстві не закріплене, але чітко відокремлені обов'язки роботодавця: оплата лікарняних, щорічних відпусток, обов'язкове соціальне страхування, відшкодування витрат пов'язаних з відрядженням та інші гарантії і компенсації. Насьогодні існує багато думок щодо поняття соціального пакету. Але висновок одноставний – це винагорода, яка надається роботодавцем своїм працівникам у відповідності до норм законодавства, а також та винагорода, яку роботодавець пропонує своїм працівникам з метою стимулювання персоналу на більш ефективну працю.

Досліджуючи природу соціального пакета, треба взяти до уваги таке. По-перше, соціальний пакет є складовою компенсаційного пакета. По-друге, соціальний пакет формують винагороди (виплати, заохочення, блага, гарантії, компенсації тощо) соціального характеру, що вирізняє їх від інших складових компенсаційного пакета. По-третє, за своїм функціональним призначенням складові соціального пакета можуть різнитися: компенсувати витрати, пов'язані з виконанням посадових обов'язків та функцій; сприяти підтриманню та поліпшенню здоров'я та працездатності працівників; заохочувати до професійного зростання. По-четверте, соціальний пакет є однією з основних характеристик, що формує бренд роботодавця та його привабливість на ринку праці; виплати та винагороди, що формують соціальний пакет, мають створювати конкурентні переваги підприємства на ринку праці. По-п'яте, відсутній тісний зв'язок між винагородами та заохоченнями, що формують соціальний пакет, та кількістю і якістю праці. Фактично соціальний пакет отримують працівники лише за те, що вони є співробітниками певного підприємства, членами однієї команди, носіями корпоративної культури.

Надання працівникам соціальних виплат і заохочень дає змогу роботодавцю досягати таких цілей: сформувати позитивний імідж і бренд роботодавця на ринку праці; залучити і закріпити компетентних працівників; поліпшити результати праці за рахунок посилення мотивації працівників та зменшення кількості захворювань; поліпшити якість трудового життя, матеріальний добробут найманих працівників і членів їхніх родин; підвищити якісні параметри людського капіталу; зміцнити лояльність працівників до підприємства, знизити плинність; оптимізувати витрати на соціальне забезпечення працівників, отримати податкові пільги, зменшити непередбачувані фінансові витрати; поліпшити соціально-психологічний клімат; зменшити кількість конфліктів, судових позовів, тощо.

Необхідним є грамотна розробка, впровадження соціального пакету та інформування персоналу про його реалізацію, пояснення необхідності та корисності його для персоналу. Структура соціального пакета повинна відповідати стратегії підприємства, його цілям, стану ринку праці та загальним тенденціям, його законодавству, системі оподаткування, розміру компанії та її фінансовим можливостям, потребам, рівню посади працівника та ін.

Слід відмітити необхідність надання роботодавцями елементів соціального пакету працівникам задля забезпечення конкурентоспроможності при відборі висококваліфі-

кованих кадрів, особливо в частині, що перевищує мінімальні державні гарантії. Навіть при високій оплаті праці наявність соціального пакету є важливим елементом якості трудового життя. Він має бути, з одного боку, максимально універсальним, а з другого, враховувати конкретні індивідуальні потреби кожного працівника.

Розглядаючи місце соціального пакета в системі мотивації персоналу, треба зазначити, що основна тенденція в розвитку мотиваційної політики провідних компаній полягає у збільшенні частки соціальних виплат у компенсаційних пакетах. Конкурентна соціальна політика вказує на те, що керівництво не лише прагне до максимізації прибутку, а й надає важливого значення соціальному забезпеченню найманих працівників, створенню гідних умов праці, збереженню і збагаченню людського капіталу.

Щодо вітчизняних підприємств, то відсутність соціального пакета на більшості з них негативно впливає на мотивацію працівників. За результатами опитування, проведеного міжнародним кадровим порталом hh.ua серед своїх користувачів, лише 38% українців отримують соціальні пакети на роботі, 16% респондентів зазначили, що в їхніх компаніях соціальні виплати та заохочення надаються лише керівникам вищого рівня управління. Найчастіше компанії включають в соціальні пакети: оплату мобільного зв'язку (44%), медичне страхування (32%), оплату транспортних послуг (17%), харчування (15%) та відпочинку (15%).

Ідеальний соціальний пакет, якому віддають перевагу більшість найманих працівників, що взяли участь в опитуванні, відрізняється від реального. Найбільший відсоток респондентів віддає перевагу таким складовим соціального пакета: медичному страхуванню (85%), страхуванню життя (63%), оплаті навчання (60%), страхуванню від нещасного випадку (58%), оплаті мобільного зв'язку (58%), відпочинку (48%), харчування (47%), транспортних послуг (46%), програмам пільгового кредитування в банках (45%), оплаті спортивних занять (25%).

Частина вітчизняних роботодавців починає усвідомлювати значущість соціальних виплат і благ для формування тривалих партнерських взаємовідносин з найманими працівниками. Разом з тим під час розроблення соціальних пакетів потреби та інтереси найманих працівників не враховуються. У структурі компенсаційних пакетів більшості найманих працівників взагалі відсутня соціальна складова, що безумовно негативно впливає на взаємовідносини між найманими працівниками та роботодавцями. У зв'язку з цим важливим напрямом трансформації системи мотивації персоналу є збільшення частки соціальних виплат і заохочень в структурі компенсаційного пакета.

Соціальний пакет на кожному підприємстві може включати різні складові, але основними його елементами є: потреби харчування (субсидювання або повна оплата одноразового харчування, організація безкоштовного спецхарчування працівників); розвиток фізичного руху (надання абонементів до спортивних клубів); поліпшення житлових умов (видача кредиту на придбання житла, забезпечення гуртожитками молодих працівників, грошові виплати за опалення житла, газу); заохочення відпочинку та підтримка здоров'я (оплата санаторного лікування, медичне страхування, матеріальна допомога на оздоровлення тощо); бажання приналежності до підприємства (оплата корпоративного одягу, надання службового транспорту); поліпшення сімейних питань працівників (оплата навчання та відпочинку дітей співробітників). Набір послуг і пільг, що входять до складу соціального пакету, не повинен бути однаковим для всіх працівників, оскільки кожному працівнику притаманні власні особисті потреби.

Створені компаніями системи пільг еволюціонують: від надання простих (одиночних) пільг організації переходять до складної системи, що вимагає значних ресурсів для управління нею. Опції соціального пакету повинні періодично переглядатися. Окремі з

них можуть надаватися на постійній основі. Це питання має розглядатися окремо на кожному підприємстві в залежності від того, яку компенсаційну та мотиваційну політику проводить дане підприємство. Наявність даного аспекту мотивації персоналу в компаніях надає їй додаткового позитивного іміджу на ринку, свідчить про більш стабільне функціонування компанії. Таким чином, головна мета корпоративних бонусних (соціальних) програм – підвищення умов роботи та підвищення рівня лояльності працівників. Це дає змогу стимулювати працівників, укріпляти командний дух і підвищувати рівень корпоративної культури.

Список літератури: 1. Ковальова В. Як утримати працівника? // Урядовий кур'єр, 17 жовтня 2012 р., № 189. – С. 6. 2. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2. 3. Пылаев А. Социальный пакет в системе вознаграждения работников как инструмент функционирования институтов рынка труда // Управление персоналом. – 2007. – № 18 (172). 4. Цимбалюк С. Компенсаційний пакет: сутність, структура, вимоги щодо формування // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 1.

*Савченко О.І., Нестеренко Р.О., Марута Д.С.
м. Харків, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННІ НАУКОВИХ ПАРКІВ ПРИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА КРАЇНИ

Завдання управління інноваційною діяльністю повинні вирішуватися як на рівні підприємств, так і на державному рівні. Державна підтримка інноваційної діяльності дає можливість суб'єктам господарчої діяльності мінімізувати оподатковування, одержувати кредити на підтримку своїх обігових коштів, а значить залишатися прибутковими.

Саме університети являються джерелом великої кількості об'єктів інтелектуальної власності. Так переважна більшість усіх винахідників, авторів промислових зразків та раціоналізаторів Харківської області діяли у складі: Харківський національний медичний університет, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харківська медична академія післядипломної освіти, Національний фармацевтичний університет і Харківський державний університет харчування і торгівлі. Харківська Обласна рада ініціювала створення Регіональних агенцій з залучення інвестицій з інноваційного розвитку.

Перетворення, які відбуваються в Україні на сучасному етапі її розвитку потребують докорінних змін у формуванні системи взаємозв'язку освіти, науки та бізнесу з метою розвитку їх науково – технічної та інноваційної діяльності.

Методологічною основою даного дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних фахівців у сфері інноваційної діяльності, комерціалізації технологій, інтелектуального капіталу, управління інтелектуальною власністю організацій. Правова та законодавча база у цьому напрямку, зокрема: Господарського та Цивільного кодексів України, законів України «Про вищу освіту», «Про інвестиційну діяльність», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про інноваційну діяльність», «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», «Про наукові парки».