

- <http://www.tourism.gov.ua>. – Назва з екрана.
14. *Перехідна економіка* : підручник / В. М. Геєць, Є. Г. Панченко, Е. М. Лібанова та ін. ; за ред. В. М. Гейця. – К. : Вища школа, 2003. – 591 с.
 15. Прахалад К. К. *Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами* / К. К. Прахалад, В. Рамасвами ; пер. з англ. М. Ставицького. – К. : Вид-во Олексія Капусты (підрозділ «Агенція «Стандарт»), 2005. – 258 с.
 16. *Природа фірми* : Походження, еволюція і розвиток / [за ред. О. Е. Вільямсона, С. Дж. Вінтера ; пер. з англ. А. В. Куликова. – К. : А.С.К., 2002. – 336 с.
 17. Ткаченко Т. І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу* : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
 18. *World Tourism Performance 2011 and Outlook 2012* [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.unwto.org>. – Title from display.

УДК 658.011.1:304.4

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. В. Самойлик, кандидат економічних наук

У ринкових умовах діяльність підприємства пов'язана з виконанням низки функцій. Крім виробничої функції, або надання послуг, підприємство здійснює збут продукції, формування ресурсного потенціалу, займається інноваційною, інвестиційною діяльністю. Останнім часом усе більшу роль відіграє соціальна функція. Соціальна політика стає невід'ємною складовою стратегії підприємства. Соціальну політику підприємства можна розглядати у двох аспектах: внутрішньому та зовнішньому. Внутрішня соціальна політика направлена насамперед на різнобічний розвиток персоналу підприємства, зовнішня – на задоволення соціальних потреб споживачів, зокрема їх попиту на якісну продукцію, а також на додаткові послуги соціального характеру. Однак, нині більшість підприємств не мають чіткої стратегії соціального розвитку, що і визначає актуальність теми дослідження.

Питання соціальної політики підприємства останнім часом привертають усе більше увагу науковців, а саме: І. Багрової, Н. Бураковської, В. Вовка, В. Воронкової, А. Волченко, Н. Гілберта, В. Гриньової, С. Гончарової, О. Кривицької, Т. Кузьміної, Л. Михайлової, Л. Мозгової, П. Спікера, С. Тетерського та ін. [1–5].

Кузьміна Т. Л. зазначає, що «соціальна політика підприємства – це комплекс соціально-економічних заходів, спрямованих на ослаблення нерівності в розподілі доходів і майна, на захист працюючих» [5].

В. Г. Воронкова вважає, що «соціальна політика підприємства, як складова частина менеджменту, являє собою заходи, пов'язані з наданням своїм працівникам додаткових пільг та виплат соціального характеру» [3].

Вовк В. А. виділяє три основних компоненти соціальної політики підприємства: 1) заходи, орієнтовані на персонал підприємства; 2) заходи, спрямовані на споживача; 3) заходи, націлені на суспільство в цілому [2].

На думку Н. Бурковської, «комплекс заходів соціальної політики повинен спрямовуватися на збереження та відтворення трудового потенціалу народу, стимулювання необхідної мотивації продукуючої праці, запобігання масовому безробіттю та прогресуючому розпаду соціальної сфери – охорони здоров'я, освіти, культури, інших галузей сфери соціальної інфраструктури [1].

Мозгова Л. О. вважає, що в Україні найбільш розповсюджені два класичні напрями реалізації видів соціальної політики підприємств: надання пакетів соціальних компен-

сацій у грошовому еквіваленті (так звана монетизація соціального пакета) та безпосереднє надання соціальних послуг на власних об'єктах [6].

Проаналізувавши погляди науковців, можна зробити висновок, що в сучасній економіці відсутній єдиний підхід до визначення ролі, значення та основних напрямів соціальної політики підприємства. В літературі зустрічаються поодинокі праці, у яких розглядаються стратегічні аспекти соціальної діяльності підприємства. З огляду на зростання ролі соціальних аспектів діяльності підприємства в контексті його стратегічного розвитку, виникає актуальність дослідження даної теми.

Метою статті є обґрунтування основних стратегічних напрямів і пріоритетів соціальної політики підприємства у внутрішньому та зовнішньому аспектах, а також визначення показників, за якими можна проаналізувати ефективність соціальної стратегії підприємства.

Соціальна діяльність підприємства формує підґрунтя для розвитку соціально орієнтованої економіки України в цілому, тому від ефективності соціальної політики окремого господарюючого суб'єкта залежить стратегічний курс держави.

Стратегія – це засіб реалізації місії підприємства, що являє собою сукупність методів, способів, важелів і алгоритмів для встановлення довготермінових цілей, які комплексно охоплюють усі сфери діяльності підприємства, враховують можливі майбутні зміни зовнішнього середовища, циклічність розвитку національної та світової економік, а також інтереси кожного з членів трудового колективу; або це довгостроковий план розвитку підприємства, що являє собою сукупність цілей різних видів і рівнів, упорядкованих у єдину ієрархічну ранжировану систему, та механізмів їх досягнення.

Соціальна політика у контексті складової загальної базової стратегії підприємства являє собою систему взаємопов'язаних заходів, направлених на формування сприятливих умов для відтворення та розвитку потенціалу працівників підприємства через їх самореалізацію, саморозвиток, самовдосконалення, ре-

алізацію їх суспільних потреб; крім того, це комплекс напрямів діяльності щодо забезпечення соціальних потреб споживачів продукції, або послуг, підприємства у довгостроковій перспективі. Отже, соціальну політику доцільно розглядати в двох аспектах: внутрішньому та зовнішньому.

Для формування інформаційної бази, необхідної для розроблення ефективної стратегії соціального розвитку підприємства, доцільно постійно проводити опитування працівників підприємства. Анкета має містити питання, що стосуються визначення:

- рівня потреб (чи вистачає працівникові отриманих коштів і додаткових соціальних послуг підприємства у задоволенні потреб у харчуванні, медичному забезпеченні, відпочинку, у придбанні товарів довгострокового користування тощо);
- місця працівника в колективі (необхідно дослідити мікроклімат в колективі, чи не відчуває себе працівник пригніченим, ізольованим у процесі виконання трудових обов'язків, або задоволений він результатами своєї роботи, чи не відчуває надмірного напруження та навантаження тощо);
- бажання розвиватися (наскільки часто працівник підвищує свою кваліфікацію, динаміка зміни часу на виконання однієї і тієї ж операції, кількість раціоналізаторських ідей, висунутих працівником, його ініціативність);
- ставлення працівника до підприємства, на якому він працює (чи зацікавлений працівник у кінцевих результатах діяльності підприємства, чи вбачає можливості кар'єрного й соціального зростання в підприємстві, чи бажає змінити роботу, посаду).

Для формування стратегії зовнішньої соціальної політики необхідна інформація про вподобання споживачів, їхні вимоги до якості продукції, додаткові соціальні функції, які може містити дана продукція або послуги. Крім того, доцільно дослідити співвідношення норм і фактичного рівня споживання окремих видів продуктів.

У формуванні стратегії соціальної діяльності підприємства важливо враховувати психологічні особливості як працівників підприємства, так і споживачів його продукції.

Зокрема, ставлення працівників до змін, агресивності стратегії, до ризиків. Важливим є їх прагнення до самореалізації, саморозвитку.

У цілому на формування стратегії соціальної політики підприємства впливають такі групи чинників, як інформаційне забезпечення, напрями державної соціальної політики,

міжнародний менеджмент підприємства та держави в цілому, психологічні особливості працівників підприємства та споживачів. Залежно від рівня соціальної політики можна сформулювати особливості дії основних чинників, що визначають її напрями (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика чинників, що визначають стратегічні напрями соціальної політики підприємства залежно від її рівня

Чинники, що впливають на соціальну політику підприємства	Характеристика дії чинника на відповідному рівні соціальної політики	
	Внутрішній рівень соціальної політики	Зовнішній рівень соціальної політики
Інформаційне забезпечення	Дослідження мікроклімату в колективі	Моніторинг уподобань споживачів
	Структура та вага потреб працівників	Статистичні норми споживання окремих видів продукції
	Опитування працівників щодо їх задоволеності роботою, своїм соціальним розвитком	Рівень зайнятості, безробіття
Державна соціальна політика	Законодавство щодо соціальної політики підприємства	
	Система соціального захисту громадян держави	
	Кон'юнктура ринку (продовольчого, непродовольчого, праці)	
	Рівень соціальної безпеки держави	
	Рівень розвитку соціальної інфраструктури	
	Система субсидіювання	Антимонопольне регулювання економіки
Міжнародний менеджмент	Міжнародний поділ праці	
	Напрями інтеграції держави і відповідні соціальні вимоги, пов'язані з цим процесом	
	Діяльність транснаціональних корпорацій	
Психологічні особливості особистості	Рівень потреб працівників	Ставлення до покупок
	Стиль управління на підприємстві	Ставлення до новинок
	Ставлення до ризику	Рівень знань своїх прав
	Ставлення до роботи	Рівень комфорту
	Рівень освіти, кваліфікації	
	Наявність бази для порівняння	
Особливості підприємства	Відчуття приналежності до певного соціального класу	
	Розмір підприємства	
	Галузь функціонування	
	Форма власності	
	Фінансово-економічний стан і ефективність діяльності	
Роль і напрями діяльності профспілки	Співпраця з органами із захисту прав споживачів	

Зовнішня соціальна політика підприємства направлена насамперед на формування його позитивного іміджу в очах споживачів і суспільства в цілому. Тому основними стратегічними її напрямками має бути:

1. Формування розвинутої соціальної інфраструктури підприємства, яка включає

дитячі садки, транспортну систему, медичні заклади, гуртожитки, квартири для працівників підприємства, бази відпочинку, спортивні майданчики та спортивно-оздоровчі заклади.

2. Підтримка соціальних проектів, зокрема щодо збереження довкілля, прибирання тери-

торії, будівництва дитячих майданчиків, відкриття пам'ятників.

3. Спонсорство, благодійність, зокрема надання коштів для лікарень, дитячих будинків, організація пільгового харчування в школах (для підприємств, що виробляють продукти харчування).

4. Вчасний і всебічний контроль якості продукції (послуг).

5. Формування освітніх програм, зокрема організацій екскурсій на підприємство, налагодження співпраці з фаховими навчальними закладами, школами.

Активну стратегію зовнішньої соціальної політики веде кондитерська корпорація «Roshen», основними напрямками якої є будівництво дитячих майданчиків по всій території України та за її межами, проведення безкоштовних екскурсій для дітей на фабрики, що входять до складу корпорації, фінансування проектів з благоустрою, зокрема відкриття фонтану та торгово-розважального центру в м. Вінниця. Крім даної корпорації, відомими є соціальні заходи таких підприємств,

як кондитерської корпорації «АВК», яка відкрила музей шоколаду; компанії «Київстар», яка організувала сімейні свята майже у всіх обласних центрах; компанія «Nemiroff», яка є постійним спонсором боїв братів Кличко, підтримала екологічну ініціативу українських рибалок «Чисте джерело» та ін. Активна зовнішня соціальна стратегія цих підприємств сприятливо впливає на формування їхнього іміджу, стимулюючи таким чином збут продукції, а отже, і підвищує ефективність господарської діяльності підприємств.

Внутрішню соціальну політику підприємства можна розглядати, по-перше, як мотиваційний механізм, який спонукає працівників до високопродуктивної праці, по-друге, як спосіб відтворення їхньої життєдіяльності, по-третє, як напрям формування відповідної організаційної культури та мікроклімату в колективі, по-четверте, як спосіб духовного розвитку та самовдосконалення. Таким чином, стратегія внутрішньої соціальної політики має здійснюватись у таких напрямках (табл. 2):

Таблиця 2

Напрями стратегії та завдання внутрішньої соціальної політики підприємства

Напрямок стратегії внутрішньої соціальної політики підприємства	Завдання соціальної політики підприємства
Забезпечення належного відтворення робочої сили підприємства	Формування ефективної системи оплати праці та її рівня
Зростання зацікавленості працівника у кінцевих результатах діяльності підприємства, ототожнення своєї роботи з потребами підприємства в цілому	Забезпечення участі працівника у доходах підприємства, диференціація розмірів виплат за категоріями персоналу залежно від завдань, які вони вирішують, і пропорційно до трудового внеску кожного з них
Соціальний захист працівників	Надання «соціального пакета» згідно з чинним законодавством, встановлення додаткових пільг і гарантій
Підтримка ініціативи працівника	Навчання креативному мисленню, запровадження ініціативного підходу до розробки загальної стратегії підприємства, застосування методу «мозкового штурму» для прийняття стратегічних рішень
Підвищення продуктивності праці	Покращення моральної атмосфери на підприємстві, формування сприятливого соціально-психологічного клімату

Доцільно детальніше розглянути складові «соціального пакета» та додаткових соціальних пільг, доплат і послуг підприємства.

До обов'язкових складових соціальної політики підприємства входять виплати єдиного соціального внеску згідно з Законом України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне

страхування», який набув чинності 1 січня 2011 р. Сума єдиного внеску розподіляється на загальнообов'язкове державне соціальне страхування у разі безробіття, через тимчасову втрату працездатності та витрати, зумовлені похованням, страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного за-

хворювання, які спричинили втрату працездатності, та державне пенсійне страхування.

Крім обов'язкових виплат згідно з чинним законодавством у соціальній сфері, підприємство може самостійно встановлювати соціальні пільги для працівників. До таких виплат належить допомога при виході на пенсію, при урочистих подіях (одруження, народження дитини, день народження). Важливим елементом додаткових соціальних послуг підприємства є можливість охорони здоров'я (медичне страхування, створення лікарні в інфраструктурі підприємства, додаткові грошові виплати на оздоровлення), транспортне забезпечення (персональний автомобіль, автобус, який здійснює перевезення працівників до підприємства та їх дітей до школи), організація проведення дозвілля тощо.

До показників, що характеризують ефективність соціальної стратегії підприємства, можна віднести:

- достатність доходу для задоволення потреб (у тому числі у продуктах харчування, в оплаті житла, в медичному обслуговуванні, у придбанні одягу, у придбанні товарів довгострокового користування, для оплати навчання, для відпочинку);
- можливості отримання відповідного медичного обслуговування та освіти за місцем проживання;
 - рівень безпеки громадян;
 - оцінка власного соціально-економічного статусу в суспільстві (у тому числі приналежність до певного соціального класу, зокрема середнього);
 - кількість і рівень пільг за місцем роботи;
 - рівень використання отриманих знань у своїй роботі;
 - відповідність рівня кваліфікації роботі;
 - можливості отримання професійної підготовки, підвищення кваліфікації;
 - можливості підвищення по роботі, кар'єрного росту в даному підприємстві;
 - рівень упевненості в тому, що знадобляться набуті професійні знання впродовж наступних 5 років;
 - рівень упевненості у збереженні роботи у найближчий період;

- бажання переїзду до іншого міста для покращення соціально-побутових умов.

Зробимо висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У процесі формування соціально-орієнтованої економіки в Україні важливого значення набуває соціальна складова загальної стратегії розвитку підприємства. Соціальна політика підприємства поділяється на внутрішню, яка направлена на задоволення соціальних потреб працівників, і зовнішню, спрямовану на формування позитивного іміджу підприємства в очах споживачів.

У процесі розроблення соціальної стратегії підприємства необхідно враховувати такі чинники, як соціальна політика держави, міжнародний менеджмент, інформаційне забезпечення, психологічні особливості особистості, особливості підприємства.

Зовнішня соціальна стратегія має включати такі напрями, як спонсорство, благодійність, розбудова соціальної інфраструктури, підтримку соціальних проектів. Внутрішня – забезпечення «соціального пакета» згідно з чинним законодавством і додатковими, встановленими підприємством пільг, доплат, послуг. Основним показником, що характеризує ефективність соціальної стратегії, є якість життя працівників підприємства та рівень забезпеченості потреб соціальних потреб споживачів.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку полягають в обґрунтуванні методики оцінки ефективності соціальної політики підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бураковська Н. Соціальна стратегія розвитку торговельного підприємства [Електронний ресурс] / Соціум. Наука. Культура : матеріали інтернет-конф., (вересень 2011 р.). – Режим доступу : <http://intkonf.org/burakovska-n-sotsialna-strategiya-rozvitku-torgovelnogo-pidpriemstva>. – Назва з екрана.
2. Вовк В. А. Формування соціальної політики підприємства : автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. екон. наук : спец. 08.09.01

- / В. А. Вовк ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х., 2005. – 21 с.
3. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади / В. Г. Воронкова, А. Г. Волченко, О. М. Попов. – К. : Професіонал, 2006. – 576 с.
 4. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування [Електронний ресурс] : Закон України № 2464-VI від 08.07.2010 р. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2464-17>. – Назва з екрана.
 5. Кузьміна Т. Л. Соціальна політика підприємства як елемент забезпечення соціально-економічного розвитку підприємства / Т. Л. Кузьміна, С. В. Позднякова // Економіка і маркетинг в XXI сторіччі : матеріали 9-ї міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених. – Донецьк : ДРУК-ІНФО, 2008. – С. 162–164.
 6. Мозгова Л. О. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні [Електронний ресурс] / Л. О. Мозгова // Руснаука : Економічні науки. – 2011. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/11_EISN_2011/Economics/10_84639.doc.htm. – Назва з екрана.

УДК 344.145

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КЛАСТЕРА

В. Ф. Проскура, кандидат економічних наук

Під час вибору методики оцінки ресурсного забезпечення необхідно враховувати цілі даної оцінки. Якщо в умовах централізованого планування дана оцінка служила базою для доведення контрольних цифр виробництва й реалізації продукції, то в умовах децентралізованої економіки оцінка внутрішніх можливостей підприємства цікавить у першу чергу власників і інвесторів. Основними критеріями ресурсного забезпечення в цьому випадку є або маса чистої поточної вартості, або маса прибутку, яку можна порівняно стабільно одержувати, використовуючи наявні ресурси.

Дослідженню особливостей економічної оцінки ресурсного забезпечення підприємств присвячені праці провідних вітчизняних і зарубіжних економістів, серед яких А. Бурда, Д. Костоглодов, Є. Крикавський, Л. Міротін, В. Стаханов, Л. Фролова, Н. Чухрай та ін.

Метою статті є дослідження особливостей економічної оцінки ресурсного забезпечення підприємств агропромислового кластера.

Визнаючи високу трудомісткість і складність розрахунку коефіцієнтів еквівалентності взаємозамінності виробничих ресурсів,

А. Бурда пропонує визначати їх через кореляційно-регресійні моделі потенціалу сільськогосподарського підприємства. Коефіцієнти родючості ґрунту, на його думку, варто брати з результатів оцінки земель, а розмір площі порівнянної ріллі обчислювати за допомогою бала родючості й коефіцієнтів переводу різних земельних угідь в умовну рілля. Отримана величина потенціалу сільськогосподарського підприємства є основою для розрахунку його «продуктивності», що визначають через відношення валового доходу, який можна отримати в умовах використання потенціалу і вартісної оцінки самого потенціалу сільськогосподарського підприємства. На його думку, теоретичною основою кількісного вираження потенціалу сільськогосподарського підприємства (як виробничого, так і економічного) є взаємозамінність факторів виробництва, а не тільки приведення до порівнянного виду виробничих ресурсів [2].

Критично розглядаючи методи оцінки ресурсного забезпечення, А. Бурда, на жаль, не зміг уникнути під час розробки власної методики цілого ряду недоліків цих підходів. Так,