

УДК 316.473 : 378.1

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*О. В. Благоразумова, кандидат економічних наук
Харківський торговельно-економічний інститут*

Київського національного торговельно-економічного університету

Уточнено сутність поняття «соціальне середовище» та його особливості на макро- і мікрорівнях. Виділено чинники соціального середовища підприємства, що визначають якість трудового життя персоналу. Відмічено властивості сучасної моделі соціального середовища організації, що відповідає потребам та інтересам працівників і тим самим сприяє соціально-економічному розвитку підприємства. Висунуто вимоги до соціальної інформації та джерел її отримання. Запропоновано базовий варіант технічного та програмного забезпечення середнього підприємства.

Ключові слова: *соціальне середовище підприємства, соціальна конкуренція, потреби та інтереси працівників, інформація, властивості інформації, джерела інформації, об'єктивні і суб'єктивні показники, шкала оцінювання, базові критерії, базовий варіант технічного та програмного забезпечення.*

Постановка проблеми. У господарських системах різних рівнів, що функціонують в реальному часі і просторі, обов'язковим є наявність програми сталого людського розвитку, яка передбачає підвищення якості середовища існування індивіда, розширення людського вибору та досягнення гідного рівня добробуту.

Індикатором економічного зростання та накопичення ресурсного потенціалу підприємства є нарощування якості соціального середовища, що забезпечує повноцінне задоволення потреб та інтересів працівників відповідно до їх ціннісних орієнтирів і уявлень про гідний рівень життя. Для отримання оцінного судження про стан соціального середовища потрібна кількісна та якісна інформація, що є необхідною для розроблення ефективних заходів щодо підвищення його якості та доведення до прогресивних стандартів. Із метою задоволення соціальних інтересів людини, суспільства, підприємства, держави необхідно методологічно визначитися за такими організаційними питаннями:

1) конкретизувати зміст і сутність поняття «соціальне середовище»;

- 2) виділити особливості інноваційної моделі соціального середовища підприємства, чинники та якісні характеристики;
- 3) позначити інформацію як інструментарій для розроблення і корегування соціального курсу підприємства за ринкових умов;
- 4) установити вимоги до інформації та джерел її отримання;
- 5) розглянути методичні підходи до об'єктивного та суб'єктивного оцінювання соціального середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні формується суспільний запит на соціальні зміни. Наразі з'явилася значна кількість робіт, присвячених аналізу впливу соціального середовища на людський і трудовий потенціали, економічне зростання. Накопичено значний науковий досвід з вивчення багатоаспектних проблем розвитку соціального середовища життєдіяльності соціуму на макро- і мікрорівнях. Суттєвий внесок у досліджувану проблему зробили Л. Абалкін, Д. Богиня, С. Глазьєв, С. Гринкевич, О. Грішнова, Б. Данилишин, В. Данюк, Г. Задорожний, Т. Заславська, О. Ляш, М. Кім, М. Львов, Р. Нурієв та ін. Соціальне середовище, зокрема, соціальне середовище організації, є динамічним і суперечливим, що викликає необхідність у постійному відстежуванні притаманних йому процесів із метою його доведення до рівня національних і міжнародних стандартів.

Формулювання цілей. Для управління якістю соціального середовища потрібна достатня інформація, яка генерується в різних структурних підрозділах підприємства. У зв'язку з цим важливо організаційно побудувати систему (методологію) збирання, реєстрації, узагальнення та надання інформації користувачам, висунути вимоги до інформації, розглянути її види, джерела отримання, базовий варіант технічного та програмного забезпечення організації.

Виклад основного матеріалу. Перехід української соціально-економічної системи до інформаційного розвитку в контексті нової загальносвітової цивілізаційної динаміки переконливо демонструє, що основні характеристики сучасного і майбутнього суспільств пов'язані із підвищенням значенням соціального середовища. Саме в ньому створюються загальні умови для ефективного функціонування усіх сфер життєдіяльності людей і розвитку відтворювальних процесів у господарській системі країни.

Соціальне середовище є синтетичною характеристикою соціального прогресу, умов середовища життєдіяльності індивіда, певних груп населення, територій, держави. Як економічна категорія соціальне середовище являє собою сукупність чинників, що характеризують оточення (соціальний простір), в якому забезпечуються відтворення людини та задоволення її потреб, формуються і розвиваються суспільні відносини з приводу життєзабезпечення, життєдіяльності та життєздатності людей у визначених просторі і часі [1].

Межі соціального середовища слід розуміти в широкому сенсі як макросередовище, що охоплює соціально-економічну систему в цілому: сферу економіки, суспільні інститути, суспільну свідомість, культуру тощо, і у вузькому — як мікросередовище, що включає безпосереднє оточення людини в сім'ї, організації, установі, на підприємстві та ін.

Соціальне середовище підприємства можна розглядати як сукупність чинників, що визначають якість трудового життя працівників, а саме [2]:

- забезпеченість елементами соціальної інфраструктури;
- умови та охорону праці;
- соціальну захищеність працівників;
- психологічний клімат у колективі;
- матеріальну винагороду праці та достатність сімейного бюджету;
- використання позаробочого часу і дозвілля.

Нині соціальна відповідальність бізнесу виходить на новий рівень [3]. Підприємства, у першу чергу великі, починають брати на себе функції щодо задоволення потреб працівників у якісному житлово-побутовому обслуговуванні, розвитку культури, фізичному вихованні та охороні здоров'я, відпочинку, забезпеченні дитячими закладами тощо. Підприємці інвестують у соціум уже не тільки для управління своєю репутацією. Для них важливо знати: наскільки сприятливе середовище буде сформоване в організації, аби нарощувати і максимально використовувати соціально-економічний потенціал підприємств надалі.

Таким чином, з одного боку, розробляється концепція «єдиної цінності» (цей термін уперше пролунав у 2012 р. на Давоському економічному форумі), а з другого — посилюється соціальна конкуренція.

Соціальна конкуренція як явище, найбільш характерне для ринкової економіки, на рівні фізичних осіб виявляється у таких формах, як:

- конкуренція у сфері освіти;
- конкуренція у сфері отримання певної професії, кваліфікації;
- конкуренція у трудовій сфері (за робоче місце, перспективу кар'єрного зростання, рівень оплати праці, посаду, умови праці, статус у колективі).

На рівні юридичних осіб соціальна конкуренція ведеться за:

- залучення та утримання найкращих фахівців;
- право розроблення престижних проектів;
- статус підприємства у галузі;
- статус бізнесмена у підприємницькому середовищі та суспільстві.

Крім того, соціальна конкуренція має певні прояви і на рівні держави за такими позиціями:

- якість політичної системи;

- політичний і соціальний клімат;
- адекватність соціальної системи;
- інвестиційний клімат;
- рівень «зрілості» громадянського суспільства;
- ставлення до людини, фахівця з боку держави.

Заходи щодо підвищення якості соціального середовища повинні будуватися зважаючи на баланс інтересів власника, найманого персоналу, держави, суспільства і фіксуватися у колективних договорах, тарифних угодах, планах соціального розвитку, оперативних та перспективних програмах підприємства. Укрупнено всі заходи можна об'єднати в групи:

- щодо поліпшення умов праці, відпочинку та побуту на основі аудиту охорони праці;
- щодо забезпечення та дотримання санітарно-гігієнічних норм і стандартів;
- з охорони природи і раціонального використання ресурсів;
- з організації культурного дозвілля співробітників (спортивні заходи, корпоративні свята тощо);
- з мотивації здорового способу життя;
- з охорони праці та протипожежної безпеки;
- з матеріального заохочення співробітників та підтримці ветеранів.

Основна мета соціальної служби підприємства — досягнення стійкого зростання добробуту і якості трудового життя персоналу на основі інноваційної моделі розвитку соціального середовища, що має такі якості, як: гнучкість, динамічність, варіантність, наступність, демократичність. Оскільки пріоритетним стають знання, вміння та професійні навички, то підприємство охоче інвестує у підвищення кваліфікації працівників і створення сприятливого середовища для новаторства.

При такому постановленні питання соціальний розвиток і якість задоволення соціальних потреб колективу перетворюються на потужну продуктивну силу, здатну не тільки генерувати ресурси для соціально-економічного розвитку власної організації, а й забезпечувати економічне зростання національної економіки.

Відомо, що кожному предмету, у тому числі соціальному середовищу організації, притаманні три ступені визначеності: якість, кількість та міра, яка є результатом об'єднання двох перших. Кількість і якість, з одного боку, протистоять одне одному, однак, з другого — знаходяться в безпосередній єдності. Кількість може змінюватися у певних межах без зміни якості, не змінюючи при цьому міри предмета. У разі, коли збільшення або зменшення кількості виходить за межі міри, відповідно змінюється якість, а точніше, відбувається

якісне визначення предмета, що проявляється у трансформаціях його властивостей. Зміна властивостей у межах даної міри спричиняє збільшення або зменшення рівня якості.

Динамічність соціального середовища створює реальні потреби в організованій, своєчасній, кваліфікованій інформації, яка дозволяє ухвалювати управлінські рішення для виконання узгодженого впливу на його якісний стан, обирати найкращу альтернативу з порівнюваних варіантів.

Інформація є інструментом для ухвалення рішення при побудові плану соціального розвитку колективу і корегуванні соціального курсу підприємства відповідно до мінливої ринкової ситуації. З цієї точки зору інформація має бути надійною, своєчасною та повною і відповідати таким вимогам, як достатність, корисність, аналітичність, зрозумілість, адресність, оперативність, порівнянність, доцільність, рентабельність, релевантність та гнучкість.

Соціальна інформація поширюється на всі види діяльності та процеси, що здійснюються на підприємстві. Така інформація поділяється на види: нормативно-правова, облікова, позаоблікову та нормативно-технічна.

Нормативно-правова інформація репрезентована такими рівнями:

- закони, укази Президента, постанови Уряду;
- положення та стандарти (у тому числі міжнародні);
- методичні вказівки, інструкції, рекомендації тощо;
- соціальні програми державного та регіонального рівня.

Облікова інформація — оперативна, статистична, бухгалтерська — надається за стандартними формами, встановленими законодавчо або розробленими самостійно на підприємстві. Ці дані кількісно і якісно відображають сукупність явищ і процесів виробничої діяльності підприємства.

Позаоблікова інформація — це матеріали контролю, перевірок, виробничих нарад трудових колективів, доповідні записки тощо.

Нормативно-технічна інформація — виробничі і соціальні норми, нормативи і стандарти, патентна інформація тощо.

Показники оцінювання стану соціального середовища підприємства поділяються на вимірні (об'єктивні) та невимірні (суб'єктивні). Значення вимірюваних показників можуть бути виражені у кількісній формі, а невимірних — у вигляді якісних описів.

Оцінювання об'єктивних показників — це процедура виявлення ступеня відповідності параметрів трудового життя працівника його життєвим потребам та ціннісним орієнтирам. Оскільки оцінювання соціального середовища підприємства має порівняльний, а не абсолютний характер, то найважливіше значення надається обранню критерію, підстав, бази порівняння. Значення

показника оцінювання розраховують на основі зіставлення емпіричних (реальних) даних з обраними критеріями, взятими за еталон, стандарт, норматив, ціннісний орієнтир людини, за формулою

$$y = x / z \times 100,$$

де y — ступінь відповідності тієї чи іншої соціальної потреби еталонному критерію; x — емпіричний рівень; z — еталонний рівень.

До об'єктивних показників соціального середовища підприємства відносять продуктивність праці, кваліфікаційну структуру персоналу, оплату праці, охорону праці, плінність робочої сили, екологію, внутрішньофірмове підприємництво тощо.

Суб'єктивні показники завжди є індивідуальними і відображаються в особистих думках та відчуттях працівників. Для якісних описів та збирання даних за невимірними суб'єктивними показниками застосовуються соціологічний та експертний методи.

Соціологічний метод заснований на аналізуванні думок окремих працівників з проблем їх трудового життя, наприклад, задоволення трудовою діяльністю, житлом, медичним обслуговуванням, матеріальною винагородою за працю, охороною праці, екологічною безпекою та ін.

Метод експертних оцінок являє собою процедуру отримання оцінки показника на основі групової думки фахівців (експертів), спільне судження яких має більшу вірогідність, ніж індивідуальна думка кожного. У цьому разі використовується бальна шкала оцінок, за допомогою якої можна впорядкувати відповіді респондентів у ряд, ранжируваний у зростаючому або спадаючому порядку. Наприклад, при оцінюванні суб'єктивного показника «задоволення працею» можна використовувати п'ятибальну шкалу, що фіксує думку респондента (таблиця).

Т а б л и ц я

Показник задоволення працею

Якісний опис значень показника	Оцінка, бал
Відсутній	1
Частково прийнятний	2
Прийнятний	3
Достатній	4
Повний	5

Показники об'єктивного та суб'єктивного оцінювань соціального середовища підприємства є інструментом управління його якістю. Однак таке

оцінювання потребує відповідного інформаційного забезпечення сучасного підприємства.

Під інформаційним забезпеченням розуміємо організацію цілеспрямованих масивів інформації, а також систему збирання, збереження, відновлення, перероблення та передавання даних для підготовки і ухвалення рішень органами управління. Метою інформаційного забезпечення є своєчасне і безперебійне надання апарату управління необхідної і достатньої інформації для ухвалення рішень, що забезпечують високу ефективність і якість роботи підприємства.

Ефективним способом оброблення інформації на підприємстві виступає децентралізоване автоматизоване оброблення з використанням персональних комп'ютерів. Такий підхід є найбільш перспективним, оскільки забезпечує такі переваги:

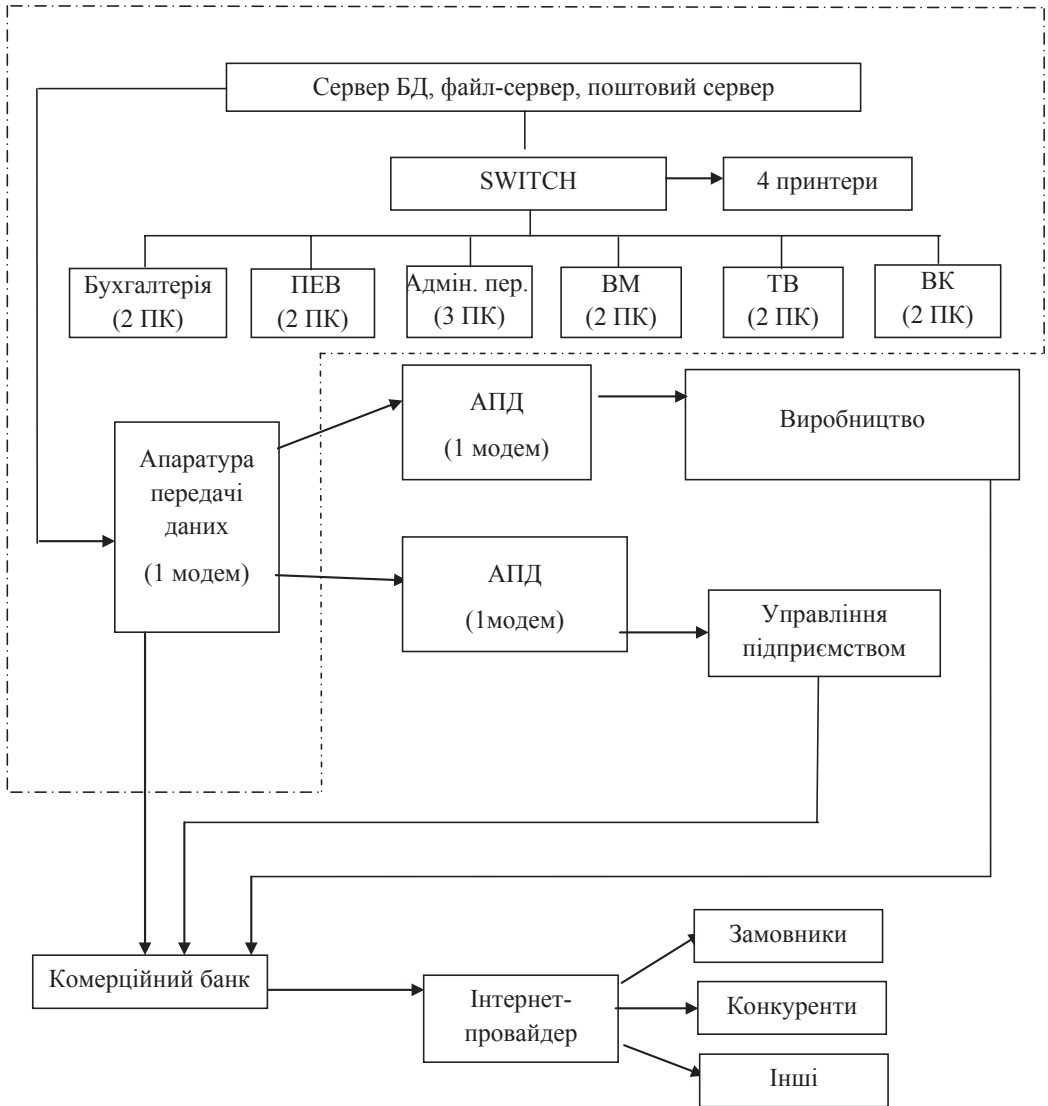
- оперативність вирішення завдань;
- можливість вирішення більшої кількості завдань;
- підвищення рівня надійності розрахунків, що виконуються.

Керівництво підприємства отримує можливість для ухвалення обґрунтованих та ефективних управлінських рішень, унаслідок чого створюються передумови для зростання обсягів виробництва та реалізації продукції, доходів, прибутку, рентабельності, фондівіддачі, продуктивності праці; підвищується престиж управлінської праці; спрощується робота із замовниками продукції підприємства.

Отже, на рівні підприємства створення і розвиток автоматизованої системи управління є ефективним організаційно-технічним рішенням. При цьому передбачається створення автоматизованих робочих місць (АРМ) керівників і фахівців у підрозділах апарату управління. Такими підрозділами, як правило, є бухгалтерія, відділ маркетингу (ВМ), технічний відділ (ТВ), планово-економічний відділ (ПЕВ), відділ кадрів (ВК) та ін. Узагалі на підприємстві раціонально налагодити зв'язок із зовнішнім середовищем (клієнтами, постачальниками, конкурентами тощо) та між підрозділами через послуги Інтернет-провайдера (зв'язок із управлінськими структурами здійснюватиметься через модем). Крім того, для постійного зв'язку з установою банку за допомогою системи «Клієнт-банк» надається окрема комунікаційна лінія.

Варіант базового технічного та програмного забезпечення середнього підприємства наведено на рисунку.

Порівняння базового варіанта з власною організацією цілеспрямованих масивів інформації, а також системою збирання, збереження, відновлення, перероблення та передавання даних надає підприємству можливість обґрунтувати управлінське рішення щодо його достатності та ефективності.



Програмне забезпечення:

1. Операційні системи.	5. Загальні господарські розрахунки.
2. Облік заробітної плати.	6. Складський облік, спецодяг.
3. Основні засоби; каса, банк, розрахунки з покупцями.	7. Виписка накладних.
4. Головна книга.	8. Облік роботи рухомого складу.
	9. Табелі обліку робочого часу.

Варіант базового технічного
та програмного забезпечення середнього підприємства

Висновки. У сучасному суспільстві соціальні закони орієнтують систему виробничих відносин між працівниками підприємства та всіма іншими суб'єктами економічного розвитку, наприклад власником, у напрямку суспільної злагоди, партнерства, співробітництва, підвищення суспільних цінностей (свободи, справедливості, безпеки, прогресу), розвитку соціальної конкуренції.

На сучасному етапі підприємство, як і бізнес у цілому, безпосередньо бере участь у створенні сприятливого середовища для свого персоналу. Соціальні витрати суперечать основній меті підприємництва — максимізації прибутку. Разом із тим підвищення моральної компоненти бізнесу, орієнтація на вдосконалення соціальних відносин, спрямованість підприємницької діяльності на соціальну сферу стають чинником ділового успіху, стратегічною конкурентною перевагою сучасного підприємства.

Інноваційна модель розвитку соціального середовища сучасного підприємства, що має такі якості, як гнучкість, динамічність, варіантність, наступність, демократичність, забезпечує становлення потужної продуктивної сили, здатної генерувати ресурси для соціально-економічного розвитку на макро- і мікрорівнях економіки.

Мінливість соціального середовища формує потреби в системній інформації, достатній для ухвалення оптимальних управлінських рішень. Соціальна інформація охоплює всі види діяльності та процеси, що здійснюються на підприємстві.

Відрегульована система отримання своєчасної та достатньої інформації дозволяє керівництву підприємства ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення з підвищення якості соціального середовища організації до рівня національних і міжнародних стандартів. Відставання інформаційної складової неодмінно позначиться на соціально-економічній ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Благоразумова О. В. Модификация социальной среды и ее воздействие на приращение трудового потенциала / О. В. Благоразумова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. : сб. науч. трудов; Донец. нац. ун-т. — Донецк : ДонНУ, 2011. — Ч. I. — С. 26-32.
2. Социальная среда организация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title>.
3. Толкач А. Дороже денег : діалог / А. Толкач, В. Коваленко // Инвестгазета. — 2013. — № 50. — С. 42-44.

4. Практичні аспекти функціонування підприємств міського господарства / за ред. Кайлюка С. М. — Х. : Точка, 2012. — 244 с.
5. Ляш О. І. Економіка праці та соціально-трудова відносини : навч. посіб. / О. І. Ляш, О. С. Гринкевич. — К. : Знання, 2010. — 476 с.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНИВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Благодарумова О. В.

Уточнены сущность понятия «социальная среда» и ее особенности на макро- и микроуровнях. Выделены факторы социальной среды предприятия, определяющие качество трудовой жизни персонала. Отмечены свойства современной модели социальной среды организации, соответствующей потребностям и интересам работников и тем самым способствующей социально-экономическому развитию предприятия. Выдвинуты требования к социальной информации и источникам ее получения. Предложен базовый вариант технического и программного обеспечения среднего предприятия.

Ключевые слова: социальная среда предприятия, социальная конкуренция, потребности и интересы работников, информация, свойства информации, источники информации, объективные и субъективные показатели, шкала оценивания, базовые критерии, базовый вариант технического и программного обеспечения.

INFORMATIVE PROVIDING ESTIMATION OF SOCIAL ENVIRONMENT FOR MODERN ENTERPRISE

Blagorazumova O. V.

In this article, the author's position refined essence of the concept of «social environment» and its characteristics at the macro and micro levels. The factors of social media companies, which determine the quality of working life of staff. Properties of modern model of social environment of organization, proper needs and marked, the same, cooperant socio-economic development of enterprise. Demanded for social information and resources of its receipt. A basic version of the hardware and software medium enterprises.

Key words: social environment of enterprise, social competition, the needs and interests of employees, information, property information, sources of information, both objective and subjective indicators, rating scale, the basic criteria, base of hardware and software.