

2. Гурч Л.М. Вдосконалення маркетингових комунікацій як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасного ринку [Електронний ресурс] / Л.М. Гурч, Н.С. Курцева. – 2008. – Режим доступу: <http://vlp.com.ua/files/126.pdf>.

3. Косенко А.В. Особливості управління маркетинговими комунікаціями на сучасному підприємстві [Електронний ресурс] / А.В. Косенко. – 2016. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2016-2/doc/2/01.pdf>.

4. Офіційний сайт IGroup [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://igroup.com.ua/>

Христина СЕЛЬВЕСТЕР

Тернопільський національний економічний університет, Україна

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Конкурентоспроможність сучасного підприємства значною мірою залежить від мотивації співробітників та ефективності їх діяльності. Досягти високих бізнес-результатів або створити міцну репутацію на ринку підприємство може досягти лише завдяки високому ступеню лояльності з боку персоналу. Один із шляхів високої вмотивованості персоналу – це формування привабливого і конкурентного компенсаційного пакету.

Соціальний пакет – це вагома частина компенсаційного пакету, який дозволяє суттєво підвищити мотивацію працівників. Єдиного поняття соціального пакета не існує., що пов'язано із його значною варіативністю. На думку А. Дмитрієвої соціальний пакет – всі блага, які надаються роботодавцем своїм працівникам відповідно до вимог законодавства. До них відноситься надання та оплата відпусток, лікарняних та інше [1]. На нашу думку, це поняття скоріше характеризує соціальні гарантії, які, на відміну від соціального пакета, є обов'язковими для роботодавця. Соціальний пакет, навпаки не є обов'язковим та включає в себе складові, які роботодавець вважає надати за власним бажанням, наприклад: навчання за рахунок підприємства, безкоштовний проїзд або оплата витрат на бензин, житло, безкоштовне харчування, організація дозвілля, відшкодування інших витрат працівника на розсуд роботодавця. Тому соціальним пакетом скоріше інструментом мотивації, яку надає роботодавець своїм працівникам з метою стимулювання їх трудової активності на більш ефективну працю.

Зміст соціального пакета підприємства визначається вмістом

завдань, які вирішуються за його допомогою. До основних завдань, які вирішує роботодавець запроваджуючи соціальний пакет можна віднести: вдосконалення медичного обслуговування працівників підприємства, вдосконалення пенсійного забезпечення, поліпшення житлових умов працівників, зміцнення здоров'я та формування здорового способу життя працівників підприємства, розвиток їх творчих можливостей, формування професійно-кадрового потенціалу підприємства з урахуванням сучасних демографічних процесів. Зіставляючи завдання соціального пакета підприємства з основними напрямки його соціальної політики, приходимо до висновку про обумовленість змісту соціального пакета підприємства пріоритетними напрямками його соціальної політики. Таким чином, показано соціально-політичний вимір соціального пакета підприємства.

Соціальний пакет підприємства передбачає наявність певних соціальних програм на підприємстві, що представляють комплекс соціальних послуг з професійно-відомчим принципом на пільгових умовах. Соціальні програми, як інструмент вирішення завдань одного з напрямків соціальної політики підприємства, являють собою сукупність науково-обґрунтованих заходів, реалізація яких сприяє найбільш ефективному вирішенню соціальних проблем персоналу.

Існує думка, що для досягнення балансу розширення соціального пакету і фінансового стану організації необхідний перехід від уніфікованої системи пільг до розробки соціального пакета, коли працівник вправі самостійно вибрати необхідний набір пільг і гарантій з виділеної суми. Причому можлива диференціація суми залежно від категорії працівників, стажу роботи тощо. Різної може бути і сума в рамках кожної пільги (Наприклад, «вартість» медичного страхування варіюється в залежності від списку медичних послуг).

Необхідно також відзначити, що особливістю корпоративних соціальних програм є їх залучення до системи управління соціальними процесами на підприємстві: процесами профілактики захворюваності, збереження здоров'я співробітників (спортивно-оздоровчі програми), процесами пенсійного забезпечення (програми пенсійного забезпечення), вдосконалення житлових умов (житлові програми), формування кадрового потенціалу (освітні програми). Таким чином, за допомогою соціального пакета підприємства управління соціальними процесами більшою мірою набуває характеру соціального програмно-цільового управління.

Варто також зазначити, що соціальний пакет буде ефективним, якщо під час його формування дотримуватись таких умови: пільги, як

складові соціального пакету, повинні сприйматися співробітниками як актуальні і необхідні; соціальний пакет повинен бути однаковий для співробітників тієї чи іншої посадової категорії; впровадження соціального пакета не повинно істотно збільшувати витрати компанії [2]. Лише при дотриманні цих і деяких інших умов можна очікувати, що соціальний пакет забезпечить досягнення бажаного ефекту.

Бібліографія

1. Мельникова К.В. Соціальний пакет як інструмент матеріальної мотивації / К. В. Мельникова // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – 2014.– 1 (25) січень-березень, – С. 53–62.

2. Сардарян А. Мотивационная функция социального пакета: чем заинтересовать работника XXI века? / А. Сардарян, Т. Комарова, В. Хожемпо // Управление персоналом. – 2008. – №8. – С. 57–58.

Дана СЕРВИТНИК

Тернопільський національний економічний університет, Україна

ЛІДЕРСТВО – ЗАПОРУКА УСПІХУ

В останні роки Україна, суспільство, колективи як ніколи потребують лідерів, спроможних вивести їх із кризи, наštтовхнути на нові ідеї, звершення, зміни.

Із моменту дослідження проблем лідерства фахівці пробували визначити межі компетенцій ефективного лідера. Це дало б змогу відповісти на запитання: яким чином має діяти ефективний лідер, що він мусить уміти і знати, якими навичками володіти, яким чином формувати партнерські відносини між своєю командою односторонців та організацією загалом? [3, с. 48]

Проблему лідерства досліджували багато вчених – представників різноманітних наук. Саме психологи, політологи, педагоги висували та доводили свої теорії, визначення щодо лідерства. Зокрема, проблему лідерства розглядали Геродот, Плутарх, Н. Макіавеллі, М. Вебер та інші. Над розвитком теорії характеристик лідерства працювали такі соціологи, як А. Сміт, Р. Крюгер. Р. Стогділл, В. Дженкінс і Ф. Селзник. Г. Хоманс, М. Грегор, Б. Басс, Ф. Фідлер, З. Холландер і Дж. Джуліан.

«Усі люди рівні» – це одне з найхибніших тверджень сучасного суспільства. Я вважаю, що абсолютної рівності між людьми нема, тому що в кожному конкретному середовищі існування є один ініціатор, який