

Зазначені підходи дозволяють виділяти галузі доцільної спеціалізації промислового виробництва, виявляти дисбаланс між інвестиційними потоками в галузевому розрізі та пріоритетами розвитку промисловості регіону на довгострокову перспективу. В контексті зростання ролі передових технологій щодо якісної зміни структури промисловості доцільно виділяти параметри інноваційності, до яких можна віднести: наукомісткість, якість та конкурентоспроможність, техніко-економічний рівень, ступінь оновлення та експортбельність.

Аналіз впливу інновацій на структурну корекцію промисловості, які дозволяють вдосконалювати відтворювальну і технологічну структури через якісне оновлення основних виробничих фондів, технічне переоснащення та розвиток наукомістких виробництв, свідчить про необхідність розробки механізму стимулювання інновацій, який би поєднував централізоване регулювання інноваційного процесу з приватними ініціативами.

#### Висновки:

1. Аналіз структурних змін в промисловому виробництві ґрунтується на коефіцієнті структурної трансформації, розрахунок якого щодо галузевої та секторної структури промисловості дозволяє оцінити структурні зміни в динаміці, їх вектор та зробити висновок щодо оптимальності трансформаційних процесів.
2. Формування високотехнологічної структури промисловості доцільно реалізувати на основі інноваційної політики. Співставлення галузевих структурних змін з технологією промислового виробництва дозволяє константувати різке скорочення прогресивних технологічних укладів у виробництві промислової продукції.
3. Інституційні зміни в промисловому виробництві відбуваються в умовах нестабільності, а кризові явища видозмінюють загальний зміст багатьох перетворень, спотворюють їх хід та наслідки. Проблеми створення критичної маси ринкових інститутів пов'язані з неузгодженістю політики структурних реформ та зміни форм власності, що йде в розріз з світовим досвідом трансформації (розпорошення прав власності серед дрібних акціонерів, відсутність стратегічного інвестора, монополізм на товарних ринках, недостатній розвиток малого бізнесу).

#### Джерела та література:

1. Дробитько Н. А. Теоретические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Н. А. Дробитько // Вісник ХДЕУ. – 2001. – №4(20). – С. 72–76.
2. Поліщук О. В. Інноваційно-інституціональне середовище бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Поліщук // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2008. – Вип. 1. – Режим доступу до журн. : <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/index.htm/>
3. Полищук Т. А. Методологические принципы оценки продукции производственного назначения на международных рынках / Т. А. Полищук // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – 2003. – Вип. 201. – С.64–76.
4. Рожков В. О. Організаційне забезпечення впровадження інструментарію управління конкурентними перевагами на промислових підприємствах / В. О. Рожков // Національне господарство України: теорія та практика управління : зб. наук. Праць. – 2008. – С. 236–243.

Норкіна О.М., Смутко А.М.

УДК 005.95:658.3

## ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

*Анотація.* У статті наведено теоретичні засади управління соціальним розвитком підприємства, визначено фактори, що формують його соціальне середовище. Проаналізовано роль соціальної відповідальності, як фактору підвищення ефективності функціонування підприємства. Розглянуто модель інсайдера-аутсайдера, яка враховує ідентичність працівника та передбачає аналіз поведінки персоналу підприємства залежно від двох типів ідентичності, а також аналіз відповідних винагород.

**Ключові слова:** соціальний розвиток підприємства, соціальне середовище, соціальна відповідальність, ідентичність персоналу.

*Аннотация.* В статье приведены теоретические основы управления социальным развитием предприятия, определены факторы, формирующие его социальную среду. Проанализирована роль социальной ответственности. Как фактора повышения эффективности функционирования предприятия. Рассмотрена модель инсайдера-аутсайдера, которая учитывает идентичность работника и предусматривает анализ поведения персонала предприятия в зависимости от двух типов идентичности, а также анализ соответствующих вознаграждений.

**Ключевые слова:** социальное развитие предприятия, социальная среда, социальная ответственность, идентичность персонала.

*Summary.* The article presents the theoretical foundations of social development management of the company, identifies the factors that form its social environment. The role of social responsibility is analyzed as a factor in increasing the efficiency of the enterprise. We formulate the essence of management of social development and identify its priority areas for businesses in transforming market economy in Ukraine.

The article focuses on the process of social development planning of the organization. The methods of social planning are exemplified, and the tasks that are solved by it (i.e. increased productivity, workplace organization, improving wages, quality assurance of work and production) are characterized.

*Considered a model of insider–outsider, which takes into account the identity of an employee and provides analysis of the staff behavior according to the two types of identities, and also analyses of existing rewards.*

**Keywords:** social enterprise development, social environment, social responsibility, the identity of the staff.

**Вступ.** Реформування ринкових відносин в Україні пов'язано з розв'язанням низки економічних, технологічних, інвестиційних та соціальних питань. Поряд із забезпеченням економічної ефективності функціонування суспільної системи одною з головних проблем є забезпечення сталого соціального розвитку підприємств галузей народного господарства. Побудова в Україні соціально–орієнтованої економіки зумовлює зростання ролі соціальних чинників у діяльності вітчизняних підприємств. Прибутковість бізнесу перестає бути єдиним критерієм ефективності роботи менеджерів. Рівень їх професіоналізму значною мірою визначається такими характеристиками, як уміння формувати команду підлеглих, забезпечувати не тільки організацію праці, а й позитивний емоційний клімат у колективі.

Для досягнення цілей і успішного функціонування сучасного підприємства важлива не тільки раціональна складова управління; у разі жорсткої конкуренції саме персонал, його кваліфікація, компетентність і лояльність стають головним стратегічним ресурсом підприємства. В умовах соціально–орієнтованої економіки стратегія соціального розвитку може розглядатися як загальний напрям дій щодо розвитку компетенцій, лояльності й ефективності роботи персоналу, необхідний підприємству для досягнення стратегічних цілей діяльності у поєднанні із задоволенням потреб і очікувань інших, зацікавлених у діяльності підприємства груп: власників, споживачів, бізнес–партнерів, громадськості.

Тема дослідження має важливе теоретичне значення. Проблема розвитку підприємства є предметом наукових пошуків багатьох закордонних і вітчизняних дослідників. Питання соціального розвитку підприємства розробляли Л. Барабанник, Н. Волосковець, А. Гірман, О. Дудкін, Р. Пустовійт, А. Пригожин, В. Пономаренко, В. Пастухова, І. Смолін, С. Фролов, Дж. Акерлоф, А. Томпсон, Б. Мильнер, Д. Майерс, П. Друкер, Е. Роджерс та ін. Однак більшість запропонованих моделей стратегічного управління соціальним розвитком підприємства можуть бути використані лише на початкових етапах стратегічного планування. Отже, необхідно розробити модель, яка б охоплювала всі аспекти управління соціальним розвитком підприємства, і була б впроваджена у процес аналізу, планування та управління соціальним розвитком конкретних підприємств.

Метою та завданням дослідження є розробка основних методичних принципів і організаційних основ планування соціального розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання в Україні.

**Результати дослідження.** В розвитку працівника, підвищенні ефективності його трудової діяльності важливе місце займає соціальна політика організації. Соціальний розвиток організації означає зміни на краще у її соціальному середовищі – в тих матеріальних, суспільних і духовно–моральних умовах, у яких працівники організації працюють, разом з сім'ями живуть та в яких відбувається розподіл і споживання благ, складаються об'єктивні зв'язки між особистостями, знаходять вираження їх морально–етичні цінності.

Неодмінний об'єкт управління персоналом – розвиток соціального середовища організації. Це середовище утворюють сам персонал з його відмінностями за демографічними та професійно–кваліфікаційними ознаками, соціальна інфраструктура організації і все те, що так чи інакше визначає якість трудового життя працівників, тобто ступінь задоволення їхніх особистих потреб за допомогою праці в даній організації [8].

Соціальне середовище органічно взаємопов'язане з технічною та економічною сторонами функціонування організації, складає разом з ними єдине ціле. Завжди, а на сучасному етапі розвитку суспільства особливо, успішна діяльність будь–якої організації залежить від високої результативності спільної праці зайнятих у ній працівників, від їх кваліфікації, професійної підготовки та рівня освіти, від того, наскільки умови праці та побуту сприяють задоволенню матеріальних і духовних потреб людей.

Соціальні чинники стосовно організації утворюють її соціальне середовище та виражають зміст змін і адекватні цим змінам наслідки (рис. 1). Їх розрізняють насамперед за спрямованістю та формою впливу на персонал як в межах самої організації, де здійснюється спільна праця, так і в її найближчому оточенні, де працівники організації та їх сім'ї живуть.



**Рис. 1.** Чинники соціального середовища організації

Управління соціальним розвитком організації – це сукупність способів, прийомів, процедур, що дозволяють вирішувати соціальні проблеми трудових колективів на основі наукового підходу, знання

закономірностей протікання соціальних процесів, обґрунтованих аналітичних розрахунків та вивіреніх на практиці соціальних нормативів [9]. Воно представляє собою організаційний механізм заздалегідь продуманого, спрогнозованого, планомірного і комплексного впливу на соціальне середовище, використання різнобічних факторів, що впливають на це середовище.

Соціальний розвиток організації у сучасних економічних умовах має концентруватися на наступних основних напрямках:

- удосконалення соціальної структури персоналу, його демографічного і професійно–кваліфікаційного складу, в тому числі регулювання чисельності працівників, підвищення їх загальноосвітнього і культурно–технічного рівня;
- поліпшення ергономічних, санітарно–гігієнічних та інших умов роботи, охорони праці та забезпечення безпеки працівників;
- стимулювання засобами як матеріальної винагороди, так і морального заохочення ефективної праці, ініціативного й творчого ставлення до справи, групової і індивідуальної відповідальності за результати спільної діяльності;
- створення і підтримка в колективі здорової соціально–психологічної атмосфери, оптимальних міжособистісних і міжгрупових зв'язків, що сприяють злагодженій і дружній роботі, розкриття інтелектуального і морального потенціалу кожної особистості, задоволення спільною працею;
- забезпечення соціального страхування працівників, додержання їх соціальних гарантій і громадянських прав;
- зростання життєвого рівня працівників і членів їх сімей, задоволення потреб у житлі і побутовому пристрої, продукти харчування, промислових товарах і різноманітних послугах, повноцінне використання дозвілля.

Важливим інструментом управління соціальним розвитком організації є планування. Воно полягає в глибокому та всебічному аналізі стану соціального середовища організації, діагностику, передбачення напрямку рішення соціальних проблем [5]. Для цього необхідні надійні джерела інформації, статистичні дані, аудит умов та охорони праці, можливостей відпочинку та дозвілля працівників, настроїв у колективі.

Планування соціального розвитку підприємства – це науково обґрунтоване визначення мети, показників і завдань (термінів, темпів, пропорцій) підприємства з урахуванням його стратегічних інтересів [8]. Такий вид планування має здійснюватися адміністративними і суспільними структурами, а його реалізація – фінансуватися за рахунок коштів бюджету підприємства і спеціальних фондів на основі затверджених програм і положень. Планування соціального розвитку підприємства має індикативний, рекомендаційний характер.

Соціальне планування являє собою частину техніко–економічного, так як в ході складання плану соціального розвитку вирішується багато техніко–економічних завдань – підвищення продуктивності праці, організація робочого місця, удосконалюється оплата праці, забезпечується якість роботи та продукції і т.д. Якісна особливість соціального планування, обумовлена самим об'єктом (всебічне і гармонійний розвиток особистості та колективу), вимагає додаткової та специфічної інформації та нормативів: даних про соціальну та вікову структуру працюючих, про їх запити і схильності, освіту, кваліфікацію, взаємини в колективі. Така інформація може бути отримана лише в результаті конкретних соціологічних досліджень, які виконуються за особливими програмами і методами. Для отримання інформації при складанні планів соціального розвитку використовують наступні основні методи [9]:

- безпосереднє спостереження за колективом та діяльністю його громадських організацій, бесіди з робітниками і керівниками;
- вивчення службової документації та матеріалів громадських організацій, що характеризують соціальну структуру працівників, ступінь задоволення матеріальних і культурних потреб;
- анкетне опитування та інтерв'ювання з метою з'ясування думок працівників та їх пропозицій з різних питань соціального життя колективів; структура анкет і метод обробки даних вибирається за рекомендаціями соціологічних служб;
- аналіз і використання досвіду планування соціального розвитку колективів на інших підприємствах, а також літературних даних;
- соціальний експеримент, мета якого – перевірити можливості здійснення та ефективність рекомендацій, вироблених в результаті аналізу зібраної інформації;
- статистичний аналіз масових даних.

План соціального розвитку колективу являє собою обґрунтовану матеріальну і фінансово забезпечену систему заходів, спрямованих на планомірний розвиток соціального життя у виробничому колективі. Плани соціального розвитку спрямовані насамперед на підвищення ефективності виробництва, зростання продуктивності праці і виховання високоморального ставлення до колективу і праці.

Основні показники плану соціального розвитку колективу включають у план виробничої діяльності та у колективний договір, що укладається з адміністрацією організації. Такий план є документом, що визначає соціальну програму діяльності адміністрації підприємств і громадських організацій, що мобілізує колектив на рішення виробничих і соціальних завдань.

Важливим чинником ефективності функціонування підприємства є підвищення соціальної відповідальності [2, 3, 4, 6, 7]. Актуальність вирішення загальних проблем трансформації соціальної

відповідальності промислових підприємств та особливо закладів соціальної сфери підвищилася з посиленням кризових тенденцій у вітчизняній економіці.

Говорячи про трансформаційні процеси у площині соціальної відповідальності слід підкреслити важливість її зміни у кризових умовах [6]. Якщо донедавна основним напрямками досліджень були: вибір соціального напрямку діяльності компанії, визначення кола функцій, які може перейняти від держави бізнес, міра участі бізнесу у вирішенні суспільних проблем, система заохочення і утворення ефективних механізмів стимулювання підприємств до таких дій, – то останнім часом, у зв'язку з кризовими явищами, коло проблем було доповнено не менш важливими питаннями пов'язаними з трансформацією стратегій соціальної відповідальності, збереженням досягнень попередніх років, зміною структури соціальних заходів, ролі і змісту поняття соціальної відповідальності в період економічної нестабільності.

Слід відмітити, що економічна нестабільність внесе певні корективи у соціальну діяльність промислових підприємств. Головна відповідальність підприємства – це забезпечення подальшого існування і розвитку підприємства. Тому в компаніях, які відчувають себе нестабільно, відбувається скорочення соціальних ініціатив. В інших, що почуваються більш впевнено, заходи соціального спрямування будуть у більшій мірі адресовані персоналу.

Актуальною проблемою для власників бізнесу та вищого керівництва більшості підприємств є визначення способу винагороди персоналу, який стимулюватиме до підвищення ефективності праці [2, 6].

Важливим аспектом досліджуваної проблеми є достовірність та повнота інформації про процес праці та результати трудової діяльності конкретного працівника компанії. Варто відзначити, що хоча для власника чи керівника є неможливим отримати абсолютно повну інформацію про діяльність окремого працюючого індивіда, однак навіть неповна інформація надає відповіді щодо системи матеріального стимулювання. У разі, якщо існують прості та доступні для відстеження критерії ефективності, їх варто застосовувати для мотивації підвищення ефективності. Відносно до оплати праці, це означає, що працівник повинен одержувати таку винагороду, яка б дозволяла брати на себе ініціативу, і не потребував додаткової мотивації чи контролю.

Однак це рішення не може бути застосовано в ряді випадків. Матеріальна винагорода, що пов'язана з простими критеріями, які легко відстежувати (наприклад, результатами продажів, чи кількістю бракованої продукції) не завжди добре втілюється і здатна створити умови для опортуністичної поведінки персоналу підприємства, без аналізу яких неможливо пояснити поведінку працівників.

Таким чином власники і керівники підприємства, а також персонал, який є відповідальним за розроблення та впровадження системи матеріального стимулювання, не можуть використовувати одні лише грошові винагороди, а повинні вводити методи стимулювання, які враховують морально-особистісні характеристики працівників. Отже можна зробити висновок, що при виконанні працівниками сукупності обов'язків, роботі в колективі і неможливості використання простих критеріїв оцінки ефективності діяльності суто грошові методи винагороди персоналу є недостатніми і повинні доповнюватися іншими.

У ряді робіт значним фактором впливу на ефективність діяльності як працівника, так і підприємства, вказується ідентичність персоналу [1, 6]. Відповідно до даних досліджень працівники мусять знаходитися на тих посадах, на яких вони формують ідентичність індивіда, що асоціює себе із підприємством. Працівники в такому випадку працюють більш ефективно, тому що така ідентифікація не вимагає підвищеної винагороди за виконання працівником своїх обов'язків.

Найбільш показовою моделлю, яка враховує ідентичність працівника, є модель інсайдера–аутсайдера Дж. Акерлофа та Р. Крентон, яка представлена у роботі [1]. Вона передбачає аналіз поведінки персоналу підприємства залежно від двох типів ідентичності (інсайдера та аутсайдера), а також аналіз відповідних винагород.

Автори моделі виділяють три елементи, що її формують: типи працівників; їхні норми та ідеали; втрати та придбання, які супроводжують тип ідентичності [1].

В моделі «інсайдера–аутсайдера» розглядаються два типи працівників [1]. Перший тип – інсайтери – працівники, які отождоюють себе з підприємством. Цей тип працівників поділяє цілі компанії та вважає необхідним докладати додаткові зусилля для їх досягнення. Другий тип – аутсайтери – працівники, які не ідентифікують себе як частину підприємства. Цей тип представників персоналу не прагне докладати додаткові зусилля, оскільки керується лише власними цілями, а не цілями підприємства. Така поведінка працівників позначається як «ухилення». Поведінка обох типів персоналу пояснюється тим, що в випадку докладання додаткових зусиль інсайдер отримує корисність ідентичності, а аутсайдер її втрачає.

Відмінності у ідентичності для двох типів працівників мають наслідком різний ступень винагород, які необхідні для того, щоб працівник підвищував власну ефективність та докладав більші зусилля. Для працівника–інсайдера потрібна менша додаткова винагорода, щоб він напружено працював. Натомість працівник–аутсайдер потребує більшого розміру винагороди, оскільки при напруженій роботі він відмовляється від ідентичності.

Тому ефективний менеджмент підприємств має впроваджувати систему заходів, які формують ідентичність інсайдера, оскільки це пов'язане з більшою ефективністю та меншими витратами на винагороду за додаткову працю. У випадку, коли додаткове матеріальне винагородження та витрати на процедури контролю перевищують витрати на заходи, що забезпечують зміну ідентичності, підприємствам стає вигідним формувати у персоналу ідентичність інсайдера.

**Висновки.** Ефективність виробництва в умовах розвинутої ринкової економіки, насамперед, визначається соціальним управлінням та організацією розвитку персоналу, високим ступенем координації спільної роботи працівників, бажанням персоналу відповідати цілям виробництва, заохоченням власної

ініціативи працівників з метою вирішення особистих проблем, зокрема, свого професійного розвитку, професійно-кваліфікаційного просування.

Виходячи з цього, соціальний розвиток персоналу – це цілеспрямований процес вдосконалення соціальної структури і професійно-кваліфікаційного складу працівників, задоволення потреби менш соціально захищених груп персоналу організації в їх професійному розвитку.

Важливим аспектом діяльності підприємства є формування стратегії соціального розвитку. В умовах соціально-орієнтованої економіки, перманентного зростання цін і відчутних інфляційних процесів, особливого значення набуває соціальна захищеність персоналу підприємства, мотивація щодо ефективної реалізації загальної стратегії розвитку підприємства. І хоча функціональна стратегія соціального розвитку підприємства не є обов'язковою, однак саме комплексний підхід до розробки функціональних (робочих) стратегій розвитку підприємства забезпечує цілісність його розвитку в усіх сферах діяльності.

#### Джерела та література:

1. Акерлоф Дж. Экономика идентичности. Как наши идеалы и социальные нормы определяют кем мы работаем, сколько зарабатываем и насколько несчастны / Дж. Акерлоф, Р. Крентон. – М.: Карьера Пресс, 2010. – 224 с.
2. Барабанник Л.Б. Концепція корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / Л.Б. Барабанник, О.В. Вознюк // Вісник Дніпропетровської державної академії: Економічні науки. – 2010. – № 1. – С. 5–11.
3. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 74–85.
4. Волосковець Н.Ю. Порівняльний аналіз моделей корпоративного управління соціальною відповідальністю / Н.Ю. Волосковець // Економічний простір. – 2010. – № 33. – С. 194–201.
5. Гірман А.П. Формування нової соціальної політики підприємства / А.П. Гірман // Вісник Дніпропетровської державної академії: Економічні науки. – 2010. – № 2 (24). – С. 22–25.
6. Дудкін О.В. Трансформація сутності соціальної відповідальності підприємства в умовах економічної нестабільності / О.В. Дудкін // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – 2010. – № 5/1. – С. 150–155.
7. Коник Д.Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Д.Л. Коник, М.В. Олійник, Ю.О. Привалов ; відп. ред. Ю. Саєнко. – К. : Батискаф, 2002. – 71 с.
8. Оксинайд К.З. Управление социальным развитием организации: учеб. пособие / К. З. Оксинайд. – М.: Флинта: МПСИ, 2007. – 160 с.
9. Пустовійт Р.Ф. Інституціональне середовище підприємництва в трансформаційній економіці: [монографія] / Р.Ф. Пустовійт. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 372 с.

Андреев Д.А., Апатова Н.В.

УДК 659.113

#### ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

*Анотація.* В статті проведено аналіз сучасного стану інтернет-реклами в Україні та виявлені основні проблеми в її розвитку. Розглянуто основні особливості та фактори, що впливають на рекламу в Інтернеті. Досліджено основні види інтернет-реклами з описом їх особливостей та можливостей. Досліджено основні підходи та показники, необхідні для оцінки ефективності інтернет-реклами. В статті докладно розглянуто комплексний підхід для оцінки ефективності реклами в Інтернеті.

**Ключові слова:** інтернет-реклама, ефективність інтернет-реклами, особливості інтернет-реклами, види інтернет-реклами, комплексний підхід.

*Анотація.* У статті проведено аналіз сучасного стану інтернет-реклами в Україні та виявлено основні проблеми в її розвитку. Розглянуто основні особливості та фактори, які впливають на рекламу в Інтернеті. Досліджено основні види інтернет-реклами з описом їх особливостей і можливостей. Досліджено основні підходи та показники, необхідні для оцінки ефективності інтернет-реклами. У статті докладно розглянуто комплексний підхід для оцінки ефективності реклами в Інтернеті.

**Ключові слова:** інтернет-реклама, ефективність інтернет-реклами, особливості інтернет-реклами, види інтернет-реклами, комплексний підхід.

*Summary.* The rapid growth of the Internet around the world made the Internet an effective business environment. Internet now allows you to advertise, make payments, buy and sell products, share and find information, travel, etc. Internet advertising market in Ukraine every year is growing rapidly. Advertise their products and services on the Internet every year becomes more and more popular, as most people already have access to the global network. On the Internet advertising market is observed gradual monopolization by pooling large companies. For effective management of Internet advertising should know all its types and features, and the ability to assess its effectiveness in the Internet environment.

Using comprehensive approach to assess the effectiveness of Internet advertising can more fully reflect the degree of economic and communicative impact on consumers, to identify the strengths and weaknesses of ad campaigns, improve business efficiency through integrated analysis of ad campaigns.