

Самолук Н.М., к.е.н., доцент
Національний університет водного
господарства
та природокористування, м. Рівне, Україна

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Успіх сучасного бізнесу вимагає орієнтації на попит, орієнтації на споживача, що зумовлює постійне покращення якості продукції (робіт, послуг) та оновлення її асортименту. Це в свою чергу, вимагає від працівників додаткових затрат часу, енергії, інтелектуальних та фізичних ресурсів, а від фірми - підтримки на відповідному рівні їх працездатність. Тому, в сьогоденних умовах досить актуальним питанням стає розробка та запровадження механізму збалансування цілей організації та найманих працівників. Реальним заходом вирішення даного питання є перерозподіл загальних витрат на персонал в сторону зростання частки додаткового стимулювання, а саме - надання працівникам соціальних пакетів наповнення яких залежатиме від результатів їх праці [1].

Недаремно успішні топ-менеджери вважають, що соціальний пакет являється «...відпрацьованим, дієвим інструментом в руках роботодавця для маніпулювання найманою робочою силою з метою підвищення рентабельності підприємства» [2], важливо вміти грамотно ним користуватися. Адже, по-перше, соціальний пакет є прекрасним засобом «внутрішнього PR», що підвищує відданість працівників компанії, викликаючи у них відчуття турботи. По-друге, соціальний пакет забезпечує високу працездатність та віддачу персоналу, адже частина винагороди надається у вигляді цільової послуги, направленої на підтримку відмінного фізичного та психічного стану працівника, а не в якості грошей, що можуть бути витрачені на що завгодно (розваги, сім'ю і т.д.) [2].

З метою виявлення поширеності соціального пакету та популярності його складових у червні-вересні 2018 року в рамках «Програми розвитку малого і середнього підприємництва в м. Рівному на 2018-2019 роки» було проведено власне дослідження. У вибірку опитування входили 170 малих та середніх підприємств м. Рівного (6,19% їх загальної кількості). Загалом було зібрано 526 анкет, в т. ч. 170 – представників власників та 356 – найманих працівників.

В результаті дослідження виявлено суттєве неспівпадання важливих для працівників та фактично наявних на підприємствах складових соціального пакету. Зокрема, як видно з рис.1, для більше 60% працівників важливими є такі складові як сплата роботодавцем внесків на добровільне медичне страхування; часткова оплата харчування; оплата короткострокових навчальних програм; компенсація транспортних витрат. Водночас, лише 19% суб'єктів підприємницької діяльності у свій соціальний пакет включили добровільне медичне страхування працівників, 38% - забезпечують працівників питною водою, чаєм, кавою та печивом, 40% - оплачують короткострокове навчання, 29% - компенсують транспортні витрати.

Однак, більшість підприємств (57%) надають своїм працівникам подарунки на свята та пам'ятні дати, що майже задовольняє потребу працівників щодо даної складової соціального пакету (62%).

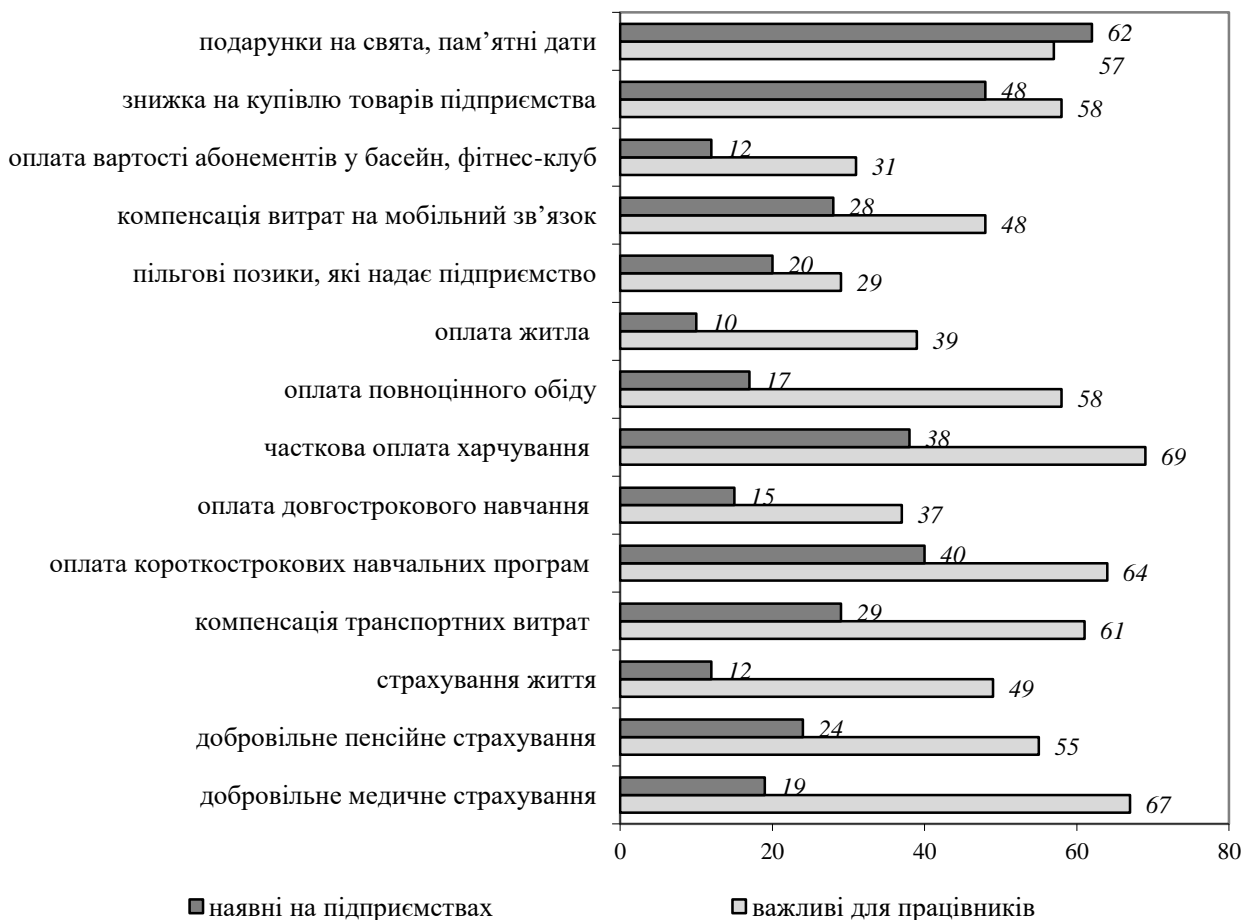


Рис. 1. Важливість складових соціального пакету для найманих працівників та їх наявність на підприємствах м. Рівне, % до всього працівників

Варто зауважити, що важливість складових соціального пакету варіює в залежності від статі та віку працівників. З таблиці 1, можна побачити, що працівники у віці до 35 років надають перевагу оплаті короткострокового та довгострокового професійного навчання – відповідно 72% та 44% опитаних, частковій оплаті харчування – 72% та оплаті житла – 41%. Водночас, для працівників старших 50 років оплата професійного навчання є менш важливою і короткострокові програми навчання цікавлять лише 38%, а довгострокові - 14%. Натомість для цих працівників важливим є страхування їх життя (55%). Універсальною за важливістю для працівників будь-якого віку є така складова соціального пакету як пенсійне страхування - її хочуть бачити у своєму соціальному пакеті більш 50% усіх опитаних працівників. При цьому, з віком зменшується потреба у таких складових соціального пакету як оплата житла та знижка на купівлю товарів підприємства.

За статевою ознакою бажана наповненість соціального пакету має незначні відхилення, а саме:

- 62% чоловіків проти 52% жінок хотіли б бути забезпеченими повноцінними обідами за рахунок підприємств;
- 53% чоловіків і лише 45% жінок включили б до свого соціального пакету компенсацію витрат на мобільний зв'язок;
- 40% чоловіків та 35% жінок цікавляться довгостроковими програмами навчання, зокрема стажуванням за кордоном;
- 60% жінок і тільки 53% чоловіків хотіли б отримувати від роботодавця подарунки на свята та пам'ятні дати.

Таблиця 1

Важливість складових соціального пакету для працівників м. Рівне за статевою та віковою ознакою, %

Вік, років			Складові соціального пакету	Стать	
до 35	35-50	більше 50		жі н.	чо л.
68	67	62	добровільне соціальне страхування працівників: - медичне страхування;	67	68
53	60	52	- пенсійне страхування;	55	56
48	48	55	- страхування життя	49	48
61	60	62	компенсація транспортних витрат (проїзний квиток, повернення вартості пального, забезпечення проїзду транспортом підприємства)	60	64
72	59	38	оплата професійного навчання: - короткострокові навчальні програми (тренінги, майстер-класи);	63	65
44	31	14	- довгострокове навчання (стажування за кордоном, здобуття вищої освіти, підвищення кваліфікації та інше)	35	40
72	65	66	оплата харчування: - часткова (питна вода, чай, кава, печиво);	68	69
54	59	55	- повноцінний обід	52	62
41	37	34	оплата житла (оренда житла, його утримання; купівля житла)	35	46
28	33	24	пільгові позики, які надає підприємство	25	38
43	54	52	компенсація витрат на мобільний зв'язок	45	53
34	29	31	оплата вартості абонементів у басейн, фітнес-клуб, інші групи здоров'я	30	35
61	56	45	знижка на купівлю товарів підприємства	56	61
57	56	65	подарунки на свята, пам'ятні дати	60	53

Тому для ефективної мотивації персоналу варто враховувати відмінності у потребах працівників при формуванні структури соціального пакету. На жаль, у досліджуваних суб'єктів підприємницької діяльності в м. Рівне наповненість соціального пакету не зовсім відповідає потребам працівників, тож і очікувати на високу продуктивність їх праці не варто.

Список використаних джерел:

1. Савіна Н. Б. Механізм формування ефективного соціального пакета / Н. Б. Савіна, Н. М. Самолук // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. - 2011. - № 4(2). - С. 216-221. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2011_4\(2\)_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2011_4(2)_49).

2. Варфоломеева И. В. Социальный пакет и его составляющие. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://sdo-regional.ru/prof-post/sotsialnyj-paket-i-ego-sostavlyayushchie>

Сарахман І.В., студентка
Науковий керівник: Мохнюк А.М.,
к.е.н., доцент
СНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк

THE ROLE AND IMPORTANCE OF KPI

To begin with, organisations use various models and tools to evaluate their performance in the changing environment. Recent studies show that one of the most effective methods to measure enterprise activities is KPI (Key Performance Indicators) that management uses to operate business.

The starting point for choosing which performance indicators are key to a particular company should be those that the directors uses to manage the business. [3] In our experience, many corporations tend to receive financial performance indicators, even though they may be communicating strategies such as maximising customer experience, or attracting and retaining the best and brightest people.

However, management should not feel compelled to create KPIs to match those reported by their peers. The overriding need is for the KPIs to be relevant to that particular company. Management should explain their choice in the context of the chosen strategies and objectives and provide sufficient detail on measurement methods to allow readers to make comparisons to other companies' choices where they want to. Giving the reader multiple performance measures without explaining which ones are key to managing their business does not aid transparency. However, our experience suggests that between four and ten measures are likely to be key for most types of company. The primary reason for including performance indicators in corporate reporting is to enable readers to assess the strategies adopted by the company and their potential to succeed. KPIs presented in isolation from strategies and objectives, or vice versa, cannot fulfil this requirement, and will fail to provide the reader with the level of understanding they need.

It is important for management to explain why they believe a performance indicator is relevant. In many instances this will be because it measures progress towards achieving a specific strategic objective.

Making your KPIs actionable is a five-step process:

- 1) Review business objectives
- 2) Analyze your current performance
- 3) Set short and long term KPI targets
- 4) Review targets with your team
- 5) Review progress and readjust [1]

Some performance indicators are best suited to a quantification of future targets. Comparability over time is a key principle of good corporate reporting. It is recognised that KPIs may evolve over time as strategies change or more information becomes available. [2]