

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ТА ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Х.П. Боярчук, Е.Г. Мороз

Національний університет водного господарства та природокористування

Успіх будь-якої галузі та сфери діяльності залежить від орієнтації на попит та орієнтації на споживача, що зумовлює постійне покращення якості продукції (робіт, послуг) і оновлення та розширення її асортименту. Це, у свою чергу, вимагає від працівників підприємств додаткових затрат часу, енергії, інтелектуальних і фізичних ресурсів, а від фірми, у свою чергу – підтримки на відповідному рівні їх працездатності. Тому в нинішніх умовах господарювання досить актуальним є розробка та запровадження механізму збалансування цілей підприємств та найманих працівників. Найбільш дієвим інструментом для вирішення даного питання є перерозподіл постійних витрат на персонал у бік зростання частки додаткового стимулювання, а саме: надання працівникам соціальних пакетів, наповнення яких залежатиме від результатів їх праці.

Питанням теоретичних та практичних засад мотивації та стимулювання персоналу присвячені праці багатьох вітчизняних учених: А. Аткинсона, Д. Богині, А. Колота, Т. Костишної, О. Кузнецової, Е. Лібанової, В. Новікова, І. Новака, Н. Мазур, Г. Осового та ін. Однак в економічній літературі недостатньо глибоко розкриті питання управління додатковим стимулюванням, в тому числі й соціальним пакетом, що є його головною складовою.

Соціальний пакет слід розуміти як надання роботодавцем працівнику матеріальних благ у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв та соціальних гарантій понад розмір належної йому основної заробітної плати.

На разі в Україні зміст та структура соціального пакета підприємства чітко не визначені жодним нормативним актом. Тому це питання вирішується самостійно вищим топ-менеджментом на кожному окремому господарюючому суб'єкті.

Вітчизняні вчені розробили класифікацію соціальних пакетів, яка ґрунтується на критеріях добровільності/обов'язковості надання матеріальних благ працівнику понад розмір його основної заробітної плати, а також за ознакою доповнення до неї або відшкодування особистих витрат [1]. Отже, до складу соціального пакета варто включити як базові соціальні гарантії, що передбачені

законодавством про працю та соціальне забезпечення, так і додаткові матеріальні блага, які роботодавець має можливість надавати надає за власною ініціативою (рис. 1).

Наявність соціального пакету на підприємстві має позитивний вплив не тільки на працівника, а і на роботодавця. Надання працівникам соціальних виплат і заохочень дає змогу роботодавцю досягати наступних цілей [2]:

- сформувати позитивний імідж і бренд роботодавця на ринку праці;
- залучити і утримати компетентних працівників;
- підвищити результативність праці за рахунок посилення мотивації працівників та зменшення кількості захворювань;

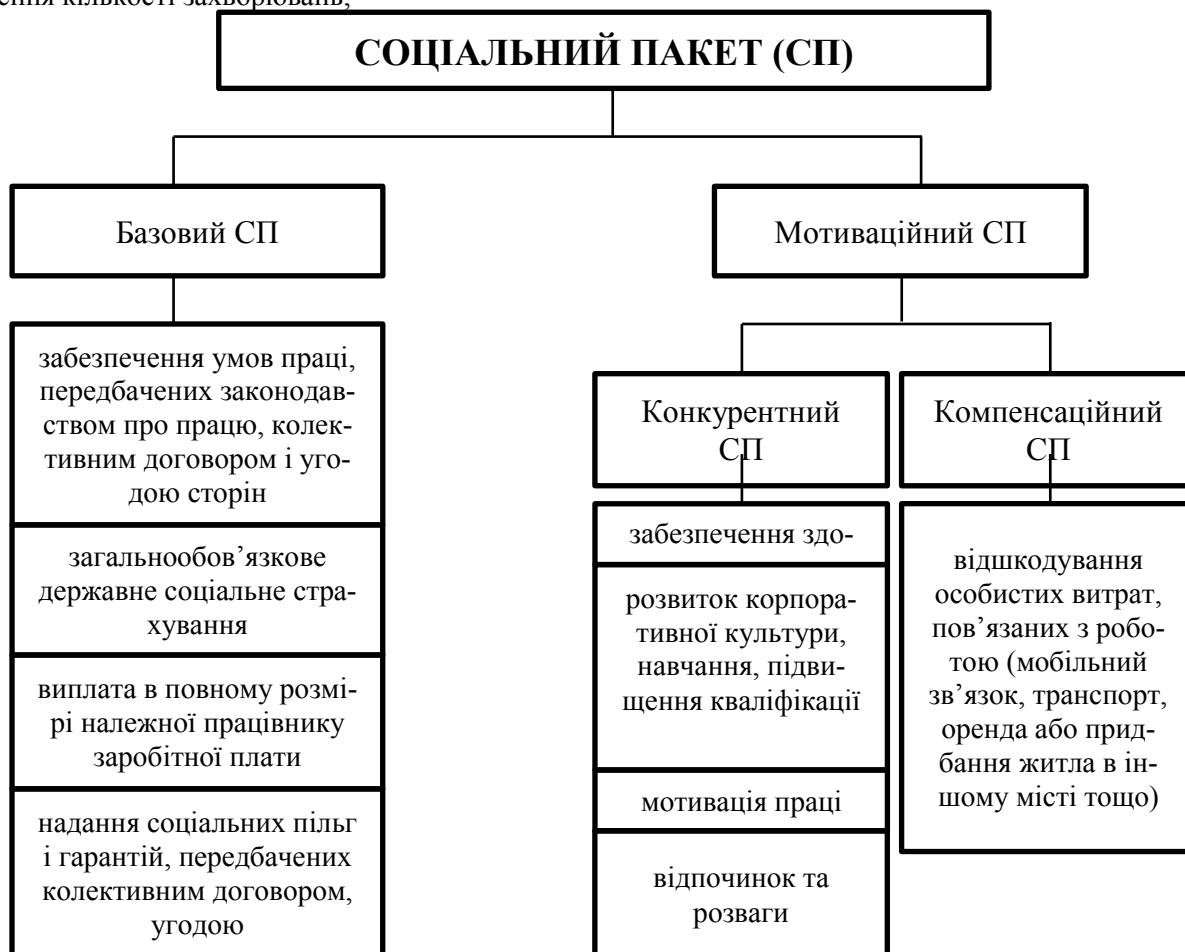


Рисунок 1. – Структура соціального пакета

- поліпшити якість трудового життя, матеріальний добробут найманих працівників і членів їхніх родин;
- підвищити якісні параметри людського капіталу;
- зміцнити лояльність працівників до підприємства, знизити плинність;
- поліпшити соціально-психологічний клімат;
- зменшити кількість конфліктів, судових позовів тощо.

Теоретичний аналіз основ мотивації та стимулювання персоналу вітчизняних підприємств має можливість стверджувати, що більшість роботодавців під соціальним пакетом розуміє достатній розмір заробітної плати, гідні умови праці та облаштування робочих місць, проведення корпоративних свят, та, відповідно, подарунки до цих свят. Зарубіжні ж компанії, навіть ті, які функціонують на українському ринку, мають більш насичене наповнення соціального пакету: компенсація при переході з іншої компанії, надання особистого транспорту, оплата оренди квартири, індивідуальний пенсійний план та інші. Порівняльний аналіз соціального пакету європейських та українських підприємств наведений на рис. 2.

У свою чергу вітчизняні роботодавці можуть запропонувати пакет, вартість якого становить не більше 20% від заробітної плати, тоді як в Європі вартість соціального пакету становить 40-50%.

Варто відзначити, що 72% працівників та 78% роботодавців вважають соціальний пакет важливою складовою компенсації за працю і, як результат, лише 38% українських роботодавців надають своїм працівникам соціальний пакет, який за структурою не відрізняється від поширеного досвіду у закордонних організаціях.

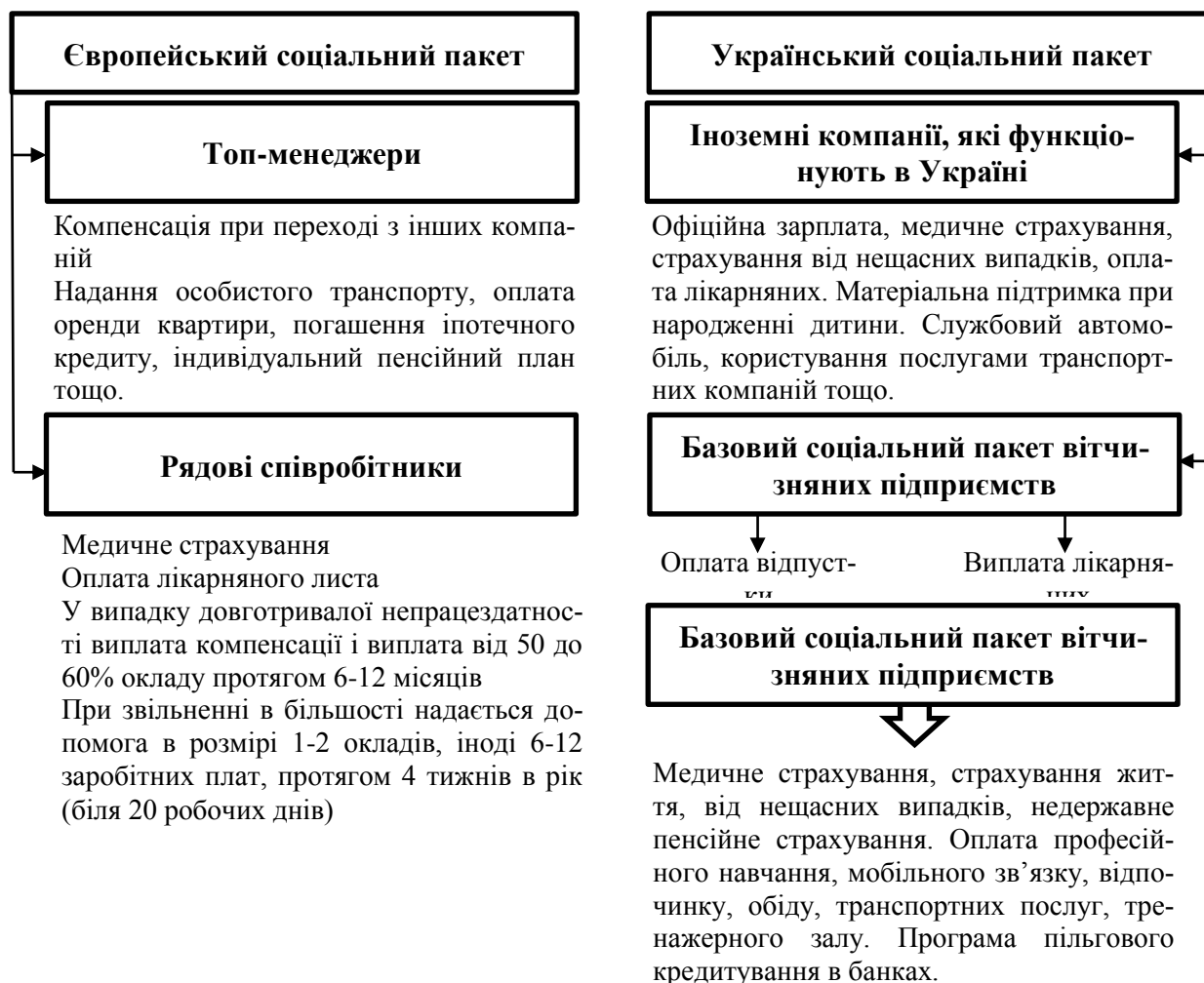


Рисунок 2. – Порівняння соціального пакету європейських та українських підприємств

Так, як свідчать дані опитування, проведеного у 2017 році Дослідницьким центром Міжнародного кадрового порталу HeadHunter Україна, тільки двоє з п'яти офісних співробітників мають можливість взяти лікарняний тоді, коли це необхідно, лише 14% надається медичне страхування і лише у кожного п'ятого нормований робочий день [3].

Отже, аналізуючи складові соціального пакету, можна зробити висновок, що ефективний соціальний пакет на вітчизняному ринку праці це переважно виключення, аніж правило. На жаль, досі для українських господарюючих суб'єктів доцільно сформований, обґрунтований і ефективний соціальний пакет є рідкісною позитивною практикою, у той же час як іноземні компанії вважають, що цей інструмент є вагомим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства через забезпечення високої мотивації та продуктивності праці персоналу, залучення та утримання найцінніших працівників, формування у них лояльності до керівників.

Список використаних джерел:

1. Новак І.М. Соціальний пакет: особливості формування та управління / І.М. Новак. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua>
2. Цимбалюк С.О. Соціальний пакет: сутність, природа та мотиваційна роль // соціально-трудові відносини: теорія та практика – 2011. - №1. – С. 39-47
3. Сайт Міжнародного кадрового порталу HeadHunter Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hh.ua>