

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК НАПРЯМ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

У статті розроблені стратегічні орієнтири удосконалення оплати праці як чинника збереження й розвитку трудового потенціалу споживчої кооперації України. Запропоновано напрями розвитку трудового потенціалу за рахунок удосконалення оплати праці на підприємствах споживчої кооперації України за рахунок дотримання конституційних прав і свобод людини на працю, забезпечення підвищення ціни робочої сили з метою самодостатнього і якісного її відтворення за рахунок демократичного регулювання з урахуванням кваліфікації працівника, умов і складності праці, співставлення попиту і пропозиції на ринку праці, забезпечення індивідуалізації в організації заробітної плати, посилення її залежності від рівня ефективності праці, професіоналізму кваліфікації, складності, умов праці та відповідальності працівника за результати праці, творчого характеру праці, застосування сучасних мотиваційних і стимулюючих механізмів високопродуктивної праці, зокрема визначення розмірів заробітної плати через оцінку особистого внеску та ділових якостей працівника та створення оптимального механізму формування та регулювання оплати праці на підприємствах споживчої кооперації залежно від результатів виробничої та фінансово-господарської діяльності.

There are strategic goals of improving wages as a factor in the maintenance and development of labor potential consumer cooperation in Ukraine developed in this article. Also there is suggested directions of development of labor potential by improving wages at enterprises of consumer cooperation of Ukraine due to constitutional rights and freedoms to work to ensure increased cost of labor for the purpose of self-sufficient and quality of play by democratic regulation based training officer, conditions and complexity work, matching supply and demand in the labor market, providing individualization of the organization wages, increasing its dependence on the level of work efficiency, professional qualification, complexity, working conditions and responsibilities of the employee for the results of work, creative work, application of modern motivational and incentive mechanisms highly work, including determining wages by evaluating personal contributions and merit employee and an optimal mechanism of formation and regulation of wages at enterprises of consumer cooperation based on the results of production and financial-economic activity.

Ключові слова: споживча кооперація, трудовий потенціал, заробітна плата.

Keywords: consumer cooperation, labor potential, wages.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. В умовах соціалізації української економіки все актуальнішими стають питання розвитку трудового потенціалу. Споживча кооперація займає важливе місце серед галузей економіки України та має значний трудовий потенціал. На цьому тлі вирішення проблем його збереження і розвитку за рахунок удосконалення оплати праці є дуже важливим, оскільки створює фундамент ефективного функціонування підприємств і системи в цілому.

Погіршення якості трудових ресурсів держави, щорічне збільшення інтенсивності процесів зовнішньої міграції працездатної частини населення в країни близького і дальнього зарубіжжя, низькі темпи відтворення населення, зростання показників старіння населення, збільшення загальної кількості пенсіонерів, щорічне погіршення показників здоров'я людей як молодших, середніх, так і старших вікових груп, низька тривалість життя, особливо чоловіків, у всіх регіонах держави – характерні явища щодо стану трудового потенціалу України.

Аналіз досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми. Проблемами збереження й розвитку трудового потенціалу займаються такі українські вчені, як Д. Богиня, О. Грішнова, А. Колот, Л. Лісогор, І. Петрова, М. Семикіна, Л. Шаульська та інші.

Метою статті є розроблення стратегічних орієнтирів удосконалення оплати праці як чинника збереження й розвитку трудового потенціалу споживчої кооперації України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концептуальні засади розвитку трудового потенціалу визначаються як комплексна система заходів і дій на макро-, галузевому та мікрорівнях (рис. 1).

Метою Загальнодержавної цільової соціальної програми "Збереження і розвиток трудового потенціалу України на 2008-2017 роки" є створення правових, економічних, соціальних і організаційних засад щодо збереження, відтворення та розвитку робочої сили шляхом:

- ✓ створення сприятливих умов для зміцнення сім'ї та підвищення народжуваності та тривалості життя;
- ✓ отримання середньої, професійно-технічної та вищої освіти, підготовки кадрів, безперервного навчання відповідно до потреб людини та суспільних потреб;
- ✓ забезпечення професійної підготовки кадрів та їх професійного розвитку відповідно до потреб економіки, роботодавців та особистих інтересів працівників, пов'язаних з їхньою самореалізацією, з метою підвищення продуктивності праці та забезпечення якісного виконання робіт (надання послуг);
- ✓ сприяння повній продуктивній і вільно обраній зайнятості населення, підвищення його економічної активності;
- ✓ поліпшення умов охорони праці, зниження ризику втрати здоров'я і недопущення втрати життя працюючих на виробництві;
- ✓ забезпечення належного рівня соціального захисту працюючого і непрацюючого населення;
- ✓ посилення відтворювальної, стимулюючої та регулюючої функцій заробітної плати та забезпечення зростання реальних доходів населення;
- ✓ забезпечення захисту прав і гарантій працюючих у сфері соціально-трудова відносин;
- ✓ проведення ефективної міграційної політики.

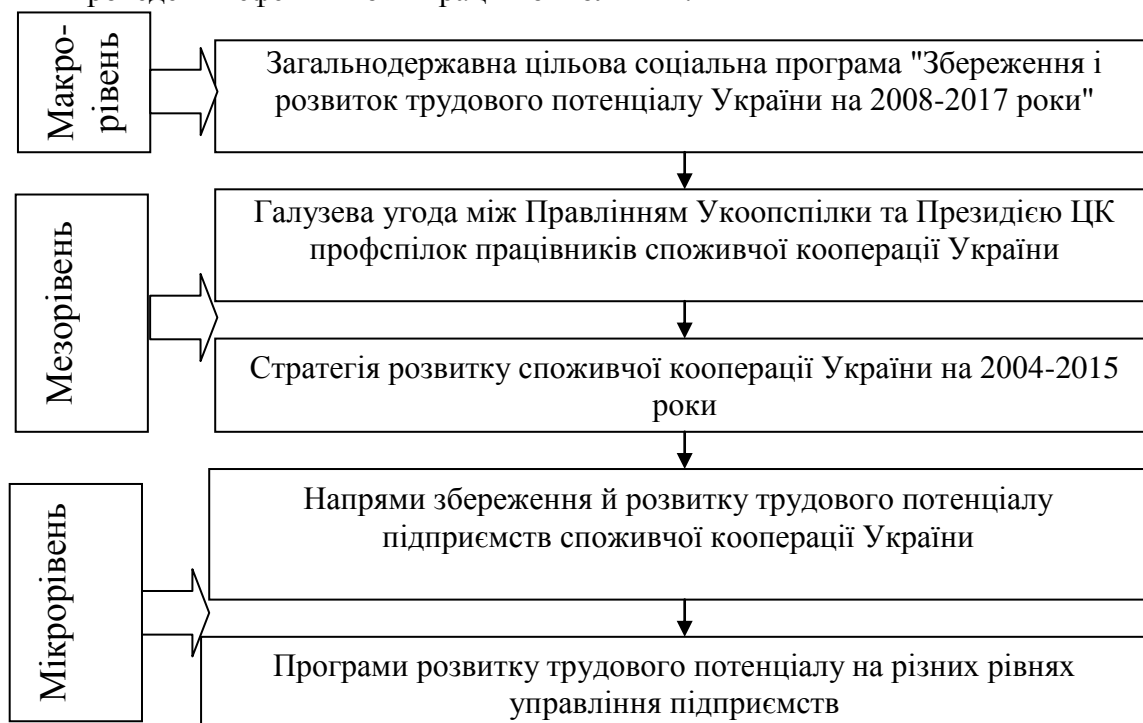


Рис. 1. Реалізація концептуальних засад збереження й розвитку трудового потенціалу на макро-, галузевому та мікрорівнях

Проблеми збереження й розвитку трудового потенціалу в загальнодержавній програмі розв'язуються шляхом виконання таких завдань:

- ✓ підвищити рівень та якість життя за рахунок зростання реальних доходів населення;
- ✓ збільшити реальну допомогу держави у сфері охорони здоров'я, освіти, пенсійного забезпечення та системи страхування;
- ✓ підвищити роль сім'ї в державі і на цій основі збільшити кількість шлюбів і зменшити кількість розлучень;
- ✓ проводити загальнодержавну ефективну міграційну політику, яка б найбільшою мірою відповідала національним інтересам України, її соціально-економічному, політичному, культурно-етнічному розвитку, сприяти розв'язанню геостратегічних та гео економічних проблем;
- ✓ впроваджувати сучасні ресурсо- та енергозберігаючі, екологічно безпечні технології;
- ✓ не менше ніж у 3-4 рази підвищити рівень інноваційності у виробництві;
- ✓ створити умови для забезпечення загальнодоступної, своєчасної та якісної медичної допомоги для всіх верств населення, запровадити систему загальнообов'язкового державного соціального медичного страхування;
- ✓ розширити можливості загальнодоступного повноцінного відпочинку і оздоровлення населення;
- ✓ поліпшити умови праці жінок шляхом вивільнення їх від виробництва з важкими та шкідливими умовами праці, надати можливості для роботи на умовах гнучкого режиму праці;
- ✓ забезпечити розвиток ринку житла, функціонування сім'ї на всіх етапах її життєдіяльності за рахунок створення розвинутої соціальної інфраструктури, державних та недержавних служб соціальної допомоги;
- ✓ забезпечити доступну, якісну та безоплатну повну загальну середню освіту, інтегрування професійно-технічної, вищої та післядипломної освіти України в міжнародну освітню систему;
- ✓ створити належні умови для запровадження системи навчання протягом усього життя;
- ✓ створити якісні робочі місця на базі широкого розвитку малого і середнього бізнесу, самозайнятості на основі інвестиційно-інноваційного механізму;
- ✓ стимулювати працевлаштування для окремих соціально-демографічних груп населення (молоді, жінок, інвалідів, військовослужбовців, звільнених з військової служби, тощо);
- ✓ знизити рівень та тривалість безробіття шляхом реалізації заходів активної політики на ринку праці;
- ✓ забезпечити захист прав і гарантій громадян шляхом розвитку соціального діалогу між державою, профспілками та роботодавцями на всіх рівнях;
- ✓ посилити нагляд і контроль за дотриманням законодавства про працю;
- ✓ вдосконалити правові норми регулювання соціально-трудова відносин в альтернативних секторах економіки;
- ✓ забезпечити подальшу гармонізацію законодавства з питань соціально-трудова відносин з міжнародними та європейськими нормами;
- ✓ створити умови для стимулювання продуктивної праці, підприємницької та ділової активності;
- ✓ забезпечити подальший розвиток ринкових механізмів регулювання оплати праці і підвищити роль колективних договорів та угод на всіх рівнях соціального партнерства;
- ✓ забезпечити профілактику та знизити рівень виробничого травматизму та професійних захворювань, зменшити фактори шкідливого впливу на організм працюючих та скоротити кількість робочих місць із шкідливими та важкими умовами праці [1].

Стратегією розвитку споживчої кооперації України на 2004-2015 роки [2, с. 52] передбачені певні напрями розвитку трудового потенціалу споживчої кооперації, серед яких:

- ✓ забезпечення постійного зростання професійного рівня керівників, фахівців та кваліфікованих робітників, формування в кожній кооперативній організації галузевого

замовлення на підготовку перепідготовку, підвищення кваліфікації працівників з урахуванням періодичності навчання не менше одного разу на п'ять років, аналіз ефективності проведених стажувань і вибір місця їх проведення;

✓ здійснення постійного контролю за підготовкою фахівців, що проводиться на замовлення кооперативних організацій навчальними закладами Укоопспілки, надання за результатами проходження практики студентів оцінки якості їх підготовки, взаємодія з навчальними закладами при розробці варіативних компонент освітньо-кваліфікаційних характеристик та освітньо-професійних програм з метою урахування регіональних особливостей та вимог замовника на підготовку фахівців відповідних напрямів;

✓ удосконалення практики організації на базі кращих споживспілок, споживчих товариств, проведення семінарів з актуальних проблем кооперативної діяльності, обміну досвідом роботи;

✓ розповсюдження досвіду роботи передових організацій, підприємств галузей діяльності споживчої кооперації;

✓ зміцнення співпраці науки і практики, продовження активної участі науково-педагогічних працівників кооперативних вищих навчальних закладів із залученням науковців науково-дослідних інститутів НАН України та практичних працівників у підготовці і проведенні науково-практичних конференцій, семінарів, круглих столів та інших заходів з перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів із впровадженням результатів такої співпраці у повсякденну роботу кооперативних організацій та підвищення ефективності діяльності кооперативів, забезпечення високорентабельного господарювання;

✓ вивчення можливості запровадження системи рейтингової оцінки професійного рівня працівників, результати якої повинні бути тісно пов'язані з оплатою праці та просування по службі;

✓ удосконалення системи моральних і матеріальних стимулів, що дозволить зацікавити як самого працівника, так і керівників системи споживчої кооперації в підвищенні рівня професіоналізму, ділової активності.

Висновки. Ми пропонуємо стратегічні напрями розвитку трудового потенціалу за рахунок удосконалення оплати праці на підприємствах споживчої кооперації України:

✓ дотримання конституційних прав і свобод людини на працю, що дозволить заробітній платі відігравати ту роль, яку вона повинна виконувати в реалізації соціальних прав людини і передусім його права на працю;

✓ забезпечення підвищення ціни робочої сили з метою самодостатнього і якісного її відтворення за рахунок демократичного регулювання з урахуванням кваліфікації працівника, умов і складності праці, співставлення попиту і пропозиції на ринку праці;

✓ забезпечення індивідуалізації в організації заробітної плати, посилення її залежності від рівня ефективності праці, професіоналізму кваліфікації, складності, умов праці та відповідальності працівника за результати праці, творчого характеру праці, що сприятиме зростанню трудової активності, підвищить мотивацію до ефективної праці [3];

✓ застосування сучасних мотиваційних і стимулюючих механізмів високопродуктивної праці, зокрема визначення розмірів заробітної плати через оцінку особистого внеску та ділових якостей працівника;

✓ створення оптимального механізму формування та регулювання оплати праці на підприємствах споживчої кооперації залежно від результатів виробничої та фінансово-господарської діяльності.

Формування ефективної оплати праці на підприємствах споживчої кооперації України сприятиме збереженню й розвитку трудового потенціалу та ефективному розвитку системи споживчої кооперації загалом.

Література

1. Концепція Загальнодержавної цільової соціальної програми збереження і розвитку трудового потенціалу України на період до 2017 року : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>. – Назва з титул екрана.

2. Про Стратегію розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.). – К.: Укоопспілка, 2004. – 62 с.

3. Костишина Т.А. Конкуренстоспроможна система оплати праці: теорія та практика : [монографія]. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2009. – 500 с.

УДК 316.776.32

Прохоровська Світлана, Островерхов Віктор

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ БРЕНДОМ РОБОТОДАВЦЯ

В статті розкрита роль комунікацій як чинника оцінки ефективності бізнесу компаній, охарактеризовані критерії за якими можна оцінювати силу брэнда; визначено основні функції комунікаційної системи та її складові; з'ясовано роль брэнд-комунікацій в мотивуванні споживачів до певної діяльності; обґрунтовано необхідність розробки комунікаційних програм на підприємствах, які б дозволяли коректно та ефективно пояснювати споживачам переваги брэнда і забезпечувати довготермінову взаємодію з ним.

The article stated that a leading role in creating and promoting the employer brand plays a formation of an appropriate system of communication that is able to convey the nature and advantages of the brand target audience. Was studied that Ukrainian companies slowly add brand-oriented management, due to the need for scientifically based, adapted to local conditions approaches to creating brand enterprises and brand-oriented communications.

It is proved that an important factor in creating a brand is to build a communications system that provides reports of necessary information to consumers and it is basis of interaction with consumers.

Was exposed the role of communication as a factor in estimation the effectiveness of business companies, described criteria by which can be assessed the power of the brand; was determined the basic functions of communication system and its components. Was found out the brand messages in the communications system, which represents concepts, ideas, images, colors, symbols, etc., that the company communicates to customers and potential customers to provide product or service of significance.

The important role in brand promoting plays brand-communicators who, through promotional activities should address the following main objectives: to ensure that advertising noticed; to sell branded goods as soon as possible; ensure further sales through positive brand image.

Found out the role of brand communications in motivating consumers to the specific activity; learned the role of brand communicators in promoting the brand. Ground the necessity of developing communications programs for companies, which would allow correctly and effectively explain to consumers the benefits of the brand and ensure long-term cooperation with them

Ключові слова: брэнд, комунікації, брэнд-комунікація, роботодавець, підприємство, споживач, торгова марка, цільова аудиторія.

Key words: brand, communications, brand-communication, employer, enterprise, consumer, trade mark, target audience.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Брэнд служить головним активом компанії на ринку ХХІ ст. Попри те, що можливо управляти деякими аспектами брэнда, справжні його значення та цінність обумовлює споживач. Повідомлення про брэнд, контакти й асоціації з ним, структура і капітал брэнду є найважливішими поняттями для їхнього розуміння й для можливості ефективно управляти ним. Для оцінки брэнда з погляду споживача необхідна інформація про ставлення споживачів до нього та їхню поведінку на ринку.

Провідне місце у створенні та просуванні брэнда відіграє формування відповідної системи комунікацій, яка спроможна донести сутність та переваги брэнда до цільової аудиторії. Особливо гостро це питання постає в умовах інформаційного перевантаження сучасного суспільства та постійного збільшення витрат підприємств на маркетингові комунікації. Незважаючи на суттєві переваги, які дає створення брэндів, українські компанії повільно впроваджують брэнд-орієнтоване управління. Це пов'язано з потребою в науково обґрунтованих, адаптованих до вітчизняних умов підходах щодо створення брэндів підприємств та брэнд-орієнтованих комунікацій.