

Розділ 2

Інновації у маркетингу

УДК 338.49:339.138:330.341.1:332.1

Телетов Олександр Сергійович,
*д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та УІД
Сумського державного університету;*

Суміна Ольга Миколаївна,
*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД
Сумського державного університету;*

Косолап Наталія Євгенівна,
студентка факультету економіки та менеджменту Сумського державного університету

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК НАПРЯМОК РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ І ТЕРИТОРІЙ

Стаття присвячена вивченню проблеми взаємодії різних суб'єктів господарської діяльності у сфері соціально орієнтованого маркетингу. Уточнено поняття соціальної інфраструктури та її складових. Надано рекомендації щодо формування ефективної соціальної інфраструктури за участі промислових підприємств.

Ключові слова: соціальний маркетинг, соціальна інфраструктура, соціально-економічний розвиток, промислове підприємство, соціально орієнтований бізнес.

Постановка проблеми. Сучасна маркетингова наука стрімко розвивається разом із прогресом соціально-економічних відносин у суспільстві. Поширюється твердження про появу кризи традиційного маркетингу, що спричинена такими глобалізаційними процесами як посилення конкуренції, прискорення науково-технічного прогресу, зростання очікувань суспільства щодо компаній, які володіють великими обсягами ресурсів та швидкі зміни умов та можливостей маркетингової діяльності. Маючи економічне підґрунтя, сучасний маркетинг дедалі більше спирається на нові досягнення соціології. Інноваційний підхід враховує те, що будь-яка організація перш за все є неодмінним членом суспільства, що взаємодіє в процесі своєї діяльності з різними ланками соціально-економічної сфери країни, бере участь у формуванні соціальної інфраструктури регіону тощо. Сприяння розвитку підприємницької діяльності лежить в основі пошуку нових джерел фінансування соціально-економічного розвитку України. У свою чергу кожна організація має зважати на те, що вкладання коштів у соціальну сферу є основою формування ефективної системи взаємозв'язків із мікросередовищем, підвищення економічної бази регіону, а також являє собою підґрунтя побудови докорінно нової ланки соціально-відповідального бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. До проблем розвитку соціальної сфери, зокрема інфраструктури, у дослідженнях зверталися як вітчизняні науковці, так і зарубіжні, серед яких: І.Ф. Гнибіденко [2], О.А. Агарков [1], В.К. Збарський [4], Р.С. Дяків [5], Г.Е. Слезінгер [6], Н.Є. Копер [7], А. Крамер [11], А. Вільямс [12] та ін. Водночас питання, пов'язані зі з'ясуванням сутності соціальної інфраструктури, розроблені недостатньо, не вистачає конкретних пропозицій удосконалення місцевої інфраструктури. Потребує уваги дослідження ролі промислових підприємств у сфері соціального маркетингу територій.

Метою цього дослідження є вирішення протиріч у сфері соціального маркетингу щодо ролі різних суб'єктів суспільства у формуванні та підтримці інфраструктурних територіальних утворень. У статті поставлено та вирішено такі завдання: з'ясовано поняття соціальної інфраструктури як напряму реалізації соціального маркетингу; надано рекомендації щодо вирішення проблем, пов'язаних із соціальною політикою в регіоні; обґрунтовано шляхи підвищення ефективності розвитку соціальної інфраструктури за участі промислових підприємств.

Основна частина. Соціальний маркетинг з'явився в останній третині ХХ століття. Для європейських та американських корпорацій соціально-відповідальна діяльність стала сьогодні звичним правилом. Якщо корпорація хоче зайняти провідні позиції на ринку, вона збільшує поточні витрати на соціальний розвиток. У такому разі вона виграє в довгостроковій перспективі, створюючи сприятливі маркетингові умови для збільшення прибутку. Важлива роль у пропаганді соціального вектору розвитку бізнесу належить великим національним компаніям, які пояснюють поняття прибутку не тільки як складову економічного, але й соціального ефекту. Дослідження в США, що проводилися агентством «Walker Information», виявили пряму залежність між зростанням престижу підприємства й ефективності його економічної діяльності та дотриманням ним соціальних обов'язків: у компанії, які впродовж 10 років дотримувалися курсу на соціальну відповідальність, фінансові результати були вищі, ніж у соціально-безвідповідальних. Так, дохід на інвестиційний капітал був вищим на 9,8%, дохід від активів – на 3,55%, дохід від продаж – на 2,79%, прибуток – на 63,5%. П'ятнадцятирічна діяльність у руслі концепції соціальної відповідальності давала результат перевищення доходу акціонерів у 2 рази [1]. На рис. 1 авторами запропоновано модель соціально орієнтованого бізнесу. На підставі цієї моделі формується участь бізнесу в розвитку території.

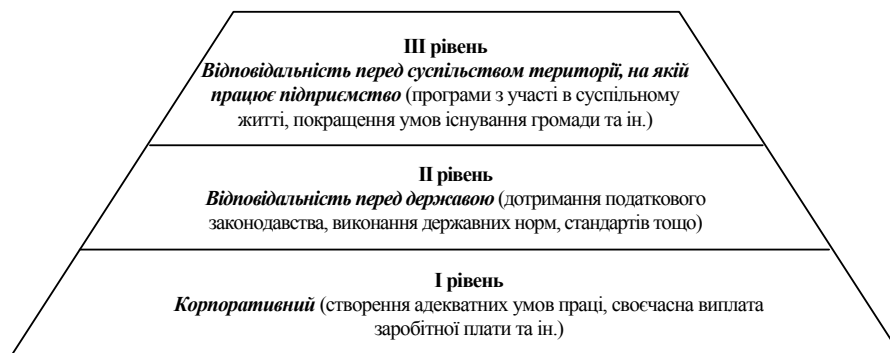


Рисунок 1 – Трьохрівнева модель соціально орієнтованого бізнесу

Концепція участі бізнесу в соціальному розвитку суспільства, згідно запропонованій моделі, реалізується через відповідальність перед працівниками, що створює корпоративний рівень. На його основі формується наступна ланка – соціальних обов'язків перед державою. Третім рівнем є відповідальність перед суспільством регіону, територій, на яких працює підприємство.

В Україні елементи соціальної політики в різних формах почали з'являтися ще за часів Київської Русі: спорудження церковних храмів, монастирів і відкриття при них шкіл, друкарень, бібліотек, притулків, лікарень, започаткування Києво-Могилянської академії, розвиток будівництва, культури, медицини, відкриття Політехнічного інституту та ін., але до 2005 року соціальні питання у сфері бізнесу майже не порушувалися.

Практичні кроки по «соціалізації» підприємств носили несистемний характер. Сучасний рівень соціальної інфраструктури нашої держави знаходиться в стагнующому стані, достатньо назвати існуючу ситуацію скорочення об'єктів соціальної сфери промислових підприємств. Матеріальна база галузей цього комплексу становить лише 48-50 % нормативного рівня. Понад 7 млн жителів України стоять у черзі на одержання житла. У складному становищі перебуває медичне обслуговування населення, скоротилася середня тривалість життя, зменшилася народжуваність, поглиблюються процеси депопуляції населення країни. Значна кількість структур культури та мистецтва узагалі втратили попередні масштаби діяльності [2].

Поняття «соціальна інфраструктура» розглядають багато наук, але однозначного визначення ще не отримано [3, 4, 5, 6, 7, 8]. Воно залежить від специфіки постановки й вирішення завдань суспільного та інноваційного розвитку території, від класифікації основних складових соціального процесу, інших характеристик. У табл. 1 авторами проведено аналіз підходів до розуміння соціальної інфраструктури, викладених різними вченими.

Таблиця 1 – Підходи до розуміння соціальної інфраструктури

Автори	Визначення
Гнибіденко І.Ф.	Блок об'єднаних у підгалузі підприємств, організацій та установ невиробничої сфери, управління якими повинно ґрунтуватися на програмно-цільовому принципі фінансування, а також наданні дотацій, субсидій, субвенцій, кредитів для активізації розвитку підприємницької діяльності та створення нових робочих місць [3]
Агарков О.А.	Стійка сукупність матеріально-речових елементів, які створюють загальні умови для раціональної організації діяльності людини [4]
Збарський В.К.	Територіально організована, історично конкретна, що відповідає способу виробництва, сукупність видів діяльності й відповідних їм галузей виробництва, підприємств і суспільних відносин, які забезпечують поза власним виробництвом матеріальних благ задоволення особистого споживання, необхідного для збереження життя населення, відтворення робочої сили та її продуктивного суспільного споживання [5]
Дяків Р.С.	Система організацій, установ, суб'єктів підприємництва й невиробничої сфери, які забезпечують обслуговування життєдіяльності населення [6]
Царук І.М.	Матеріально-технічна основа функціонування й розвитку соціальної сфери, представлена широкою мережею освітніх, медичних, культурних, торгових, побутових та інших об'єктів, які створюють реальні умови для задоволення широкого кола потреб суспільства та індивіда, ураховуючи індивідуальні особливості кожного територіального утворення [7]
Копер Н.С.	Міжгалузеве утворення, що обслуговує (забезпечує умови життєдіяльності) працівників певної промислово-територіальної системи та їхніх сімей [8]

Порівняльний аналіз визначень соціальної інфраструктури дозволяє стверджувати, що трактування сутності цього поняття в багатьох випадках подається як комплекс організацій, установ і не відображає конкретного її значення. Вони не враховують важливості ролі виробничих підприємств у формуванні інфраструктурних утворень, майбутньої спрямованості соціальної сфери, обділяють увагою важливість інноваційного маркетингового підходу, що аналізує потреби всіх груп населення. Під час розгляду соціальної інфраструктури в першу чергу необхідно звернути увагу на те, що вона виступає індикатором рівня суспільного розвитку і є однією зі складових рівня життя, що забезпечується за рахунок використання соціально орієнтованого маркетингового підходу.

Аналіз наукової літератури свідчить про відсутність однозначного погляду на класифікацію соціальної інфраструктури. На нашу думку, підхід до її класифікації повинен базуватися на функціональному призначенні її ланок та враховувати розмежування потреб на матеріальні та культурно-духовні. Виходячи з цього, авторами побудовано структуру соціальної інфраструктури (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура соціальної інфраструктури території

Відповідно до цієї структури, складові соціальної інфраструктури розподілені на 4 групи за функціями: соціальний захист (забезпечення оптимальних житлово-комунальних та побутових умов життя населення), продуктивна (виробництво соціальних благ для суспільства), відтворювальна (відтворення робочої сили, яка б

відповідала потребам та рівню розвитку виробництва, охорона здоров'я, покращення фізичного здоров'я населення), культурологічна (формування громадської свідомості та наукового світогляду). Слід зауважити, що соціальна інфраструктура має не тільки галузеву, а й територіальну структуру, тому важливим напрямом регіональної політики є підтримання розвитку соціальної сфери як у галузевому, так і територіальному аспектах.

Аналіз історії розвитку окремих країн показує важливу роль інфраструктури в забезпеченні економічного зростання. На рис. 3 подано схему трансформації взаємодії трьох найважливіших елементів соціально-економічного розвитку (науково-технічного прогресу, економіки та соціальної інфраструктури) у процесі переходу до якісно нових суспільних відносин.



Рисунок 3 – Взаємодія компонентів соціально-економічного розвитку в процесі еволюції суспільства

Прикладом ефективної взаємодії науково-технічного прогресу (НТП) та соціальної інфраструктури є розвинені країни. Поєднання НТП та економіки є більш характерним для країн колишнього союзу (Радянський Союз, країни Східної Європи). Для країн, які перейшли на етап потужного розвитку останнім часом (Китай, Сінгапур, Південна Корея), притаманне поєднання економіки та інфраструктури.

Аналіз різних аспектів соціальної інфраструктури дозволяє зробити висновок, що комплексне поняття соціальної інфраструктури має розглядатися з позицій соціально-етичного маркетингу, у ньому має враховуватися визначальна роль підприємств у формуванні ефективної інфраструктури. Звідси соціальна інфраструктура – це система

суб'єктів підприємницької діяльності, організацій та установ невиробничої сфери, які створюють умови для задоволення потреб різних сегментів суспільства та індивідів з урахуванням географічних особливостей, рівня економічного та культурно-історичного розвитку території. Зважаючи на визначення соціальної інфраструктури, окреслимо основні умови ефективності її розвитку, такі як: наявність суб'єктів соціального маркетингу, що надають населенню необхідні блага й послуги, надання об'єктивної інформації про існуючі об'єкти соціальної інфраструктури, доступність надаваних послуг, прийнятний рівень обслуговування, достатність маркетингових досліджень запитів цільових сегментів суспільства, необхідний рівень економічного та культурно-історичного розвитку території, прийнятність географічного розташування для розвитку даного типу інфраструктури. За наявності перерахованих умов соціальна інфраструктура може ефективно виконувати свої функції, які ведуть до досягнення основної мети – відтворення людини.

Необхідно звернути увагу на важливість ролі промислового виробництва в соціальній сфері на всіх територіальних рівнях і в різних формах. Промислові підприємства були внутрішніми рушійними силами й чинниками розвитку у важкі періоди потрясінь: у воєнні та післявоєнні роки, у періоди реформ. Саме тоді промисловість здатна була не тільки створити умови для самовідновлення й подальшого розвитку, але й сприяти відновленню й розвитку всіх інших підкомплексів суспільного виробництва. За часів планової економіки підприємство завжди виступало ядром формування інфраструктури територіальної системи. Можна навести як приклад місто Тольятті, яке завдяки побудованому в 70-х роках минулого століття Волзькому автомобільному заводу (ВАЗ), виросло в потужний індустріальний центр із населенням у 719 тис. чоловік з розвинутою інфраструктурою для життєдіяльності його мешканців. В Україні типовим прикладом розвинутої інфраструктури є Сумське ВАТ МНВО ім. Фрунзе, для якого всі елементи соціальної структури були поєднані з територією підприємства та проживання більшості його працюючих (прикладом може служити будинок творчості та молоді, який за рівнем випереджав загальноміський; також підприємство утримувало власну футбольну команду класу майстрів) чи ПАТ «Суміхімпром». Інші підприємства Сумського регіону (ВО «Електрон», ПАТ «Насосенергомаш», ВАТ «Сумський рафінадний завод» та ін.) теж мали окремі фрагменти інфраструктури (палаци культури, профілакторії, будинки відпочинку, спортивні комплекси тощо). На жаль, зараз відбуваються зворотні процеси. Так, на вже згадуваному підприємстві ВАТ СМНВО ім. Фрунзе не тільки число працюючих зменшилося з 22 до 14 тис. чоловік, а й поступово віддається більшість важливих об'єктів соціальної сфери.

У наш час керівництво більшості великих та середніх підприємств, що створюються, займатися вирішенням проблем розвитку соціальної сфери не хоче, хоча саме крупні компанії є основним джерелом наповнення бюджетів усіх рівнів. Значення таких підприємств у тому, що вони формують середній клас суспільства, що є найважливішою ланкою економіки всіх розвинутих країн. Фінансовий стан такого підприємства значною мірою визначає життєдіяльність міста, у якому воно знаходиться [9]. Прикладом може служити ситуація з ВАТ Свеським насосним заводом, на якому працює 3200 чоловік, що забезпечує роботою та коштами майже все місто. У 2006 році це підприємство опинилося в складному фінансовому положенні, через що відбулося розбалансування опалення в зимовий період у цілому по місту. У нинішніх умовах розвитку таких країн як Україна, підприємство потенційно може виступати ядром

формування певної інфраструктурної територіальної системи, бо можна говорити лише про розвинуту інфраструктуру в столичних містах (Київ), всесвітньо історично та культурно відомих (Львів) і портових (Одеса). Середні ж обласні центри України, які отримали бурхливий розвиток у II половині XX ст., втрачають свій соціальний потенціал, а головне – науковий та освітній. З'являється необхідність щорічно визначати пріоритети розвитку регіонів, створювати сприятливий бізнес-клімат, який є ядром соціально-економічного розвитку міст України. Прикладом може служити невелике місто Яремче Івано-Франківської області, де останніми роками створені сприятливі умови для розвитку малого бізнесу, у результаті чого закріпилася позитивна тенденція зростання кількості суб'єктів підприємництва. При фонді підтримки діє бізнес-центр, який надає консультації з питань комерційної діяльності, управління, здійснює маркетингові дослідження, оцінює ефективність інноваційних впроваджень у підприємницькій діяльності.

Дослідження показують, що потенційно успішними інноваційними напрямками розвитку інфраструктури України є згадки про багату історію, науку, культуру, мистецтво нашої держави, вітчизняні туристичні об'єкти. Прикладами є сотні будинків відпочинку в селищі Кирилівка в Криму, що створені за сприяння підприємств Запорізької області. Аналогічно, у Сумській області в урочищі Баранівка в минулі часи було зосереджено чимало піонерських таборів, підпорядкованих великим підприємствам, обласним відомствам.

Формування інфраструктурних осередків на основі територіальних особливостей та історико-культурної спадщини є важливим елементом соціального маркетингу. Наприклад, Сумська область має всі підстави вийти на провідні місця з історико-культурних питань. До соціально орієнтованих проектів тут відносяться розробки туристичних маршрутів (типові пропозиції мають на меті підвищити інтерес українців і гостей держави до історії України) [10], літературно-історичні проекти (садиба Лінтварьових, музей Чехова), громадські ініціативи створення музично-історичного комплексу Петра Чайковського в селищі Низи Сумського району, що включатиме музей-садибу засновників м. Суми Суханових та Кондратьєвих, музейну експозицію «П.І. Чайковський у Низах», дитячий освітньо-духовний центр «Надія» та ін. Навіть на початку при наявності мінімальних можливостей для розташування туристів прогнозований потік відвідувачів сюди складатиме 3400 чоловік на рік, а щорічний дохід становитиме близько 150 тис. грн. Реалізація таких заходів, як одноденні екскурсії, семінари конференц-залі, майстер-класи, дозволить значно підвищити освітньо-культурний рівень дітей, молоді та іншого населення смт Низи, зацікавить туристів до візиту в Центр «П.І. Чайковський у Низах». Подібні проекти сприяють соціально-економічному розвитку територій та є прикладом інноваційного підходу до формування об'єктів соціальної інфраструктури.

Такий соціальний напрям політики місцевих компаній, як створення мережі культурних закладів у місцевості, де знаходиться підприємство, спрямований на поліпшення умов відпочинку працюючих, організацію освітнього та виховного процесу дітей робітників тощо. У результаті трудові ресурси докладають більше зусиль у виконанні своїх професійних обов'язків, усвідомлюючи, що від продуктивності їхньої праці залежатиме те, у яких умовах проживатимуть вони та їхні родини. Значний ефект справляють психологічні аспекти, коли люди починають підсвідомо сприймати виробничий процес уже як працю на власне благо, а не керівництва компанії [11].

Соціальна роль підприємств полягає в наданні працюючим гарантій, якими людина

може користуватися, будучи членом колективу компанії. Важливу роль в умовах сьогодення відіграє забезпечення працівників власним житлом. У такому разі підприємство забезпечує отримання житла в кредит. За умови роботи на підприємстві працівник має можливість сплачувати його без відсотків (частину понад суми вартості житла сплачує підприємство, тоді спеціаліст зацікавлений працювати саме на цьому підприємстві). Особливо це питання актуальне для молодих спеціалістів – випускників ВНЗ, які тільки-но починають трудову діяльність і не мають у розпорядженні достатньо коштів, які дозволили б задовольнити потребу в житлі. Доцільним є формування системи цілеспрямованого вузівського навчання майбутніх кадрів, що полягає в забезпеченні конкретним підприємством фінансування або часткової оплати навчання студента задля подальшої його роботи за цільовим призначенням на ньому. У такий спосіб підприємство забезпечує свій резерв кадрового потенціалу.

Висновки. Комплексне визначення соціальної інфраструктури дозволяє розглядати її як складну систему, яка забезпечує інноваційний розвиток території. Доцільно для розвитку соціальної інфраструктури створювати такі механізми, які забезпечать оптимальність фінансування та утримання об'єктів соціальної сфери між людиною, підприємством, місцевою владою та державою в цілому. За вкладання коштів у розвиток інфраструктури одержується віддача з боку трудових ресурсів, яка забезпечує окупність цих витрат, призводить до зростання рентабельності виробництва й посилення його стійкості в умовах конкурентного ринку.

Належний стан соціальної інфраструктури, який відповідає вимогам сучасності, дає змогу підвищити продуктивність людського капіталу, опосередковано забезпечуючи збільшення обсягів товарного виробництва та покращення якості продукції, що виробляється. Розвинута соціальна інфраструктура вимагає залучення додаткової кількості трудових ресурсів для її обслуговування, що забезпечує створення нових робочих місць у регіоні.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на поглиблення вивчення ролі різних суб'єктів господарювання у формуванні ефективної соціальної інфраструктури, пошук інноваційних механізмів розвитку та фінансування об'єктів соціальної сфери з врахуванням досвіду провідних у цій галузі країн.

1. Кубіцький С.О. Історія соціальної роботи в зарубіжних країнах : навч. посіб. / С.О. Кубіцький. – К. : ДАКККіМ, 2009. – 298 с.
2. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : підручник / Д.М. Стеченко. – К. : Вікар, 2006. – 396 с.
3. Гнибіденко І.Ф. Сільська соціальна інфраструктура: аспекти розвитку та зайнятості населення / І.Ф. Гнибіденко. – К. : РВПС України НАН України, 2003. – 54 с.
4. Агарков О.А. Соціальна інфраструктура як один з напрямків реалізації соціально-державного маркетингу / О.А. Агарков // Грані. – 2010. – №2. – С. 124-128.
5. Збарський В.К. Соціальна інфраструктура села як фактор відтворення робочої сили / В.К. Збарський // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2012. – № 11. – С. 35-40.
6. Дяків Р.С. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р.С. Дяків. – К. : Міжнародна економічна фундація, 2000.
7. Слезингер Г.Э. Социальная экономика : учебник / Г.Э. Слезингер. – М. : Издательство «Дело и Сервис», 2001. – 368 с.
8. Копер Н.Є. Стимулювання участі промислових підприємств у розвитку соціальної інфраструктури / Н.Є. Копер // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Серія: Географія. – 2008. – Вип. 15. – С. 181-185.

Розділ 2 Інновації у маркетингу

9. Сосупина Е.О. Взаимодействие градообразующего предприятия и предпринимательства в развитии социальной инфраструктуры города / Е.О. Сосупина // Социальные и экономические проблемы градообразующих предприятий в Уральском регионе : сб. материалов регион. заоч. науч. практ. конф. – Магнитогорск : МГТУ, 2003.

10. Телетов О.С. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О.С. Телетов, Н.С. Косолап // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №1. – С. 21-33.

11. Cramer A. The Socially Responsible Board [Електронний ресурс] / A. Cramer, M. Hirschland // Business for Social Responsibility. – 2006. – Fall. – Режим доступу: http://www.bsr.org/meta/bsr_socially-responsible-board.pdf.

12. McWilliams A. Corporate Social Responsibility: a Theory of the Firm Perspective / A. McWilliams, D. Siegel // Academy of Management Review. – 2001. – № 1 (Vol. 26). – P. 117-126.

А.С. Телетов, О.Н. Сумина, Н.Е. Косолап

Усовершенствование инфраструктуры как направление реализации социального маркетинга в условиях инновационного развития предприятий и территорий

Статья посвящена изучению проблемы взаимодействия разных субъектов хозяйственной деятельности в сфере социально ориентированного маркетинга. Уточнено понятие социальной инфраструктуры и её составляющих. Предложены рекомендации по формированию эффективной социальной инфраструктуры при участии промышленных предприятий.

Ключевые слова: социальный маркетинг, социальная инфраструктура, социально-экономическое развитие, промышленное предприятие, социально ориентированный бизнес.

A.S. Teletov, O.N. Sumina, N.Ye. Kosolap

Infrastructure improvement as the direction of social marketing in the conditions of innovative enterprises and territories development

Article is devoted to learning problem of different economic subjects interaction in the sphere of social marketing. The concept of social infrastructure and its components is specified. Recommendations for formation the effective social infrastructure with participation of industrial enterprises are offered.

Keywords: social marketing, social infrastructure, socio-economic development, industrial enterprise, socially oriented business.

Отримано 09.07.2012 р.