

УДК 005.35:339.17

Бортнік С.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та безпеки підприємства
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Левчук А.О.
студент
Інституту економіки та менеджменту
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В СТРАТЕГІЧНОМУ НАБОРІ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА

PLACE OF SOCIAL COMPONENT IN STRATEGIC SET OF DOMESTIC ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню та обґрунтуванню необхідності впровадження соціальної стратегії розвитку в стратегічний набір вітчизняних підприємств. Визначено місце та роль даної стратегії в ієрархічній структурі стратегій організації. Сформовано алгоритм процесу розробки та реалізації соціальної стратегії розвитку. У результаті дослідження доведено важливість включення соціальної стратегії розвитку в стратегічний набір вітчизняних підприємств. Запропоновано практичні рекомендації щодо впровадження стратегії соціального розвитку за сучасних умов економічного розвитку країни. Результати досліджень дають можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та забезпечити їхній цілеспрямований розвиток у довгостроковому періоді за рахунок активізації соціального чинника.

Ключові слова: стратегія розвитку, функціональні стратегії, соціальна стратегія, стратегічний набір, місія.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию и обоснованию необходимости внедрения социальной стратегии развития в стратегический набор отечественных предприятий. Определено место и роль данной стратегии в иерархической структуре стратегий организации. Сформирован алгоритм процесса разработки и реализации социальной стратегии развития. В результате исследования доказана важность включения социальной стратегии развития в стратегический набор отечественных предприятий. Предложены практические рекомендации по внедрению стратегии социального развития в современных условиях экономического развития страны. Результаты исследования дают возможность повысить конкурентоспособность отечественных предприятий и обеспечить их целенаправленное развитие в долгосрочном периоде за счет активизации социального фактора.

Ключевые слова: стратегия развития, функциональные стратегии, социальная стратегия, стратегический набор, миссия.

ANNOTATION

The article deals with the research and reasoning of necessity of social strategy implementation into strategic set of domestic enterprises. The place and role of this strategy in the hierarchic structure of organization strategy are determined. The algorithm of development and realization of social strategy of development process is formed. As a result of the investigation the importance of including the social strategy of development in the strategic set of domestic enterprises is proved. Practical recommendations as to implementation of social development strategy in modern conditions of a country's economic development are offered. The results of the research give an opportunity to promote the competitiveness of domestic enterprises and provide their purposeful development in a long-term period by social factor activation.

Keywords: strategy of development, functional strategy, strategic set, social strategy, mission.

Постановка проблеми. Однією із функціональних стратегій підприємства є соціальна стратегія. Якщо в стратегічному наборі будь-якої організації звично бачити маркетингову, виробничу, інноваційну, фінансову стратегії, то стратегія соціального розвитку швидше за все виступає винятком із правил, ніж невід'ємною складовою діяльності. Незважаючи на те, що побудова соціально-орієнтованої економіки зумовлює зростання ролі соціальних чинників у діяльності вітчизняних підприємств, використання соціальної стратегії як цілісного і самодостатнього стратегічного плану залишається епізодичним явищем, а не закономірним процесом. Аналізуючи іноземний досвід ведення бізнесу, можна констатувати той факт, що керівництво підприємств у високорозвинених країнах уже перейшло від використання жорстких, практичних і прямолінійних планів до застосування гнучких систем управління, де рівнозначне місце поряд з усіма базовими стратегіями займає соціальна стратегія. Впевнені, що під час постійних трансформаційних змін національної економіки завданням керівників більшості вітчизняних підприємств стане побудова такої ж гнучкої системи для підвищення рівня конкурентоспроможності власного бізнесу. Тому питання визначення чіткого місця стратегії соціального розвитку в загальній ієрархії стратегій підприємства є не лише актуальним, а й відповідає об'єктивним реаліям сьогодення. Необхідно обґрунтувати важливість застосування соціальної стратегії і дослідити послідовність її розробки та реалізації в сучасних умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики функціонування соціальної сфери у діяльності підприємств присвячено праці Р. Акоффа, І. Ансоффа, М. Армстронга, Б. Карлоффа, Р. Марра, А.Дж. Стрикленда, А. Томпсона, О. Сороки, О. Затейщикова, Л. Юзика та ін.

Теоретичні і методичні основи управління персоналом при реалізації стратегії соціального розвитку розглянуто в працях зарубіжних

учених Р. Блейка, Т. Базарова, А. Кібанова, Р. Фатхутдінова та вітчизняних – Л. Балабанова, О. Крушельницької, Н. Ситника. Незменшуючи значення ґрунтовних досліджень відомих учених у напрямі визначення ролі соціальної стратегії, існує низка невирішених питань, пов'язаних із розвитком стратегічного управління соціальною сферою на вітчизняних підприємствах. Зокрема, аналіз останніх досліджень і публікацій у цьому напрямі показує, що наукові роботи, де ґрунтовно було б описано чіткий механізм формування, впровадження та реалізації стратегії соціального розвитку на практиці, відсутні. Тому ключові питання впровадження цієї стратегії потребують поглиблених досліджень та розробки рекомендацій щодо їх практичної реалізації в умовах сучасного економічного та суспільного розвитку.

Метою статті є обґрунтування необхідності включення соціальної стратегії розвитку в стратегічний набір вітчизняних підприємств як окремої функціональної стратегії, а не епізодичного елемента соціальної етики.

Завданнями дослідження є:

- обґрунтування необхідності використання соціальної стратегії та визначення місця цієї стратегії в стратегічному наборі вітчизняних підприємств за сучасних умов господарювання;
- дослідження взаємозв'язку та взаємозалежності стратегій різних рівнів та визначення ролі соціальної стратегії в загальному стратегічному наборі підприємства;
- визначення принципів формування та реалізації стратегії соціального розвитку;
- розроблення етапів впровадження стратегії соціального розвитку на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідною передумовою досягнення високої конкурентоспроможності та успіху підприємства є розробка його стратегічних планів, які проявляються у створенні стратегій різних рівнів. Сукупність кількох стратегій, що використовуються підприємством позначаються поняттям «стратегічний набір». Під стратегічним набором, на наш погляд, слід розуміти ієрархічну систему стратегій різних рівнів, які взаємодіють між собою, визначаючи пріоритетні напрями розвитку підприємства і сприяючи досягненню його довгострокових стратегічних цілей. До складу стратегічного набору підприємства входять корпоративна, конкурентна, функціональні та операційні стратегії.

Функціональні стратегії підприємства розглядаються як забезпечуючі стратегії, що визначають стратегічну орієнтацію функціональних напрямів – підсистем управління підприємством і сприяють досягненню їх цілей та керованості процесом виконання корпоративної і конкурентної стратегій. До функціональних стратегій належать: маркетингова, виробнича, фінансова, соціальна, інформаційна, інноваційна, інвестиційна стратегії, стратегія управління персоналом та інші. Якщо більшість із цих страте-

гій є невід'ємними елементами стратегічного набору будь-якого вітчизняного підприємства, то соціальна стратегія розвитку як окрема складова зустрічається вкрай рідко. Зумовлено це, з одного боку, нерозумінням керівниками організацій важливості створення сприятливого соціального клімату та переваг, які забезпечує соціальна стратегія розвитку підприємству, а з іншого – небажанням інвестувати вкрай обмежені кошти у розвиток соціальної інфраструктури. На нашу думку, така позиція є наслідком застарілих консервативних позицій та неготовності керівників сприймати прогресивні соціальні інновації. Однак ті власники підприємств та керівники, які активно використовують соціальну стратегію в процесі ведення власного бізнесу мають змогу переконатися у ефективності та всіх перевагах її застосування.

Стратегія соціального розвитку може розглядатися як загальний напрям дій щодо розвитку компетенцій, лояльності й ефективності роботи персоналу, необхідного підприємству для досягнення стратегічних цілей діяльності у поєднанні із задоволенням потреб і очікувань інших, зацікавлених у діяльності підприємства груп: власників, споживачів, бізнес-партнерів, громадськості [1, с. 35]. Застосування цієї стратегії дає змогу утворити взаємозв'язок між зовнішнім і внутрішнім середовищем організації, що сприяє підвищенню позитивного суспільного іміджу підприємства та його престижності.

Комплексу соціальних завдань організації, які виконує соціальна стратегія умовно можна поділити на:

1. Соціальні завдання, які вирішуються безпосередньо в межах організації з метою задоволення інтересів всіх (або більшості) членів трудового колективу. До таких завдань можна віднести гуманізацію та поліпшення умов праці, відпочинку, взаємовідносин у колективі, впровадження новітніх форм оплати та стимулювання праці тощо.

2. Соціальні завдання, що забезпечують розвиток об'єктів соціальної інфраструктури на підприємстві. Це забезпеченість належним житлом працівників підприємства, наявність дитячих дошкільних установ, оздоровчих і медичних установ для працівників і членів їх сімей, наявність освітніх установ тощо. Ця група соціальних завдань сприятиме підвищенню мотивації працівників до поліпшення соціально-економічних показників виробничо-господарської діяльності.

Необхідність формування та вирішення цих та інших соціальних завдань на підприємстві обумовлена низкою об'єктивних причин, ключовими з яких є:

- необхідність формування та розвитку соціального капіталу організацій;
- низька ефективність та нераціональне використання соціального капіталу підприємства та людського потенціалу працівників загалом;

- потреба створення можливостей для професійного розвитку персоналу та необхідність підвищення рівня кваліфікації працівників підприємств;
- висока потреба моделювання іміджу організації, у т.ч. і соціального;
- розвиток процесів корпоративної та соціальної відповідальності;
- відсутність інноваційної спрямованості соціальних програм підприємств;
- низький рівень управлінської культури, гуманізації праці та ефективності соціальних інвестицій організацій тощо.

Саме розробка та реалізація соціальної стратегії розвитку підприємства сприяє вирішенню зазначених завдань та усуненню перешкод на шляху до досягнення максимальної ефективності діяльності. Окрім того, соціальна стратегія у перспективі створює умови для нарощування та ефективного використання соціального капіталу підприємства. Саме тому вона повинна розроблятися у вигляді самостійної програми дій, погодженої з корпоративною і бізнес-стратегіями організації та враховувати вплив чинників внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства з метою підвищення гнучкості та адаптивності функціонування підприємства. Етапи розробки та реалізації соціальної стратегії організації представлено на рисунку 1, який розроблено на основі [2, с. 315].

Як видно з рисунка 1, алгоритм розробки та реалізації соціальної стратегії організації умовно поділений на сім етапів, на яких послідовно проводять:

Формулювання місії, яка відображає основну соціальну мету діяльності та призначення підприємства. Вирішальне значення при цьому має процес цілепокладання, оскільки від визначення чітких стратегічних соціальних цілей і завдань організації залежать результати подальшого розвитку підприємства.

Комплексний аналіз зовнішньої і внутрішньої соціальних сфер організації, результати якого визначають структуру кінцевої моделі соціальної стратегії. Він є вихідною базою для розроблення стратегії соціального розвитку.

Розробку альтернатив можливих стратегій соціального розвитку підприємства, їх аналіз і остаточну оцінку з метою вибору найефективнішої.

Визначення найбільш перспективного стратегічного напрямку соціального розвитку організації, зважаючи на спрямованість соціальної місії і

цілей підприємства, їх обґрунтування наявним ресурсним потенціалом.

Продуктування стратегічних соціальних проєктів, програм, планів з їх повним бюджетуванням, розгорткою за строками реалізації, виконавцями та очікуваними результатами задля забезпечення подальшої реалізації стратегії. Безпосереднє створення обґрунтованої комплексної соціальної стратегії.

Розробку організаційних заходів з їх деталізацією, які будуть забезпечувати процес конкретизації та поетапної реалізації стратегії

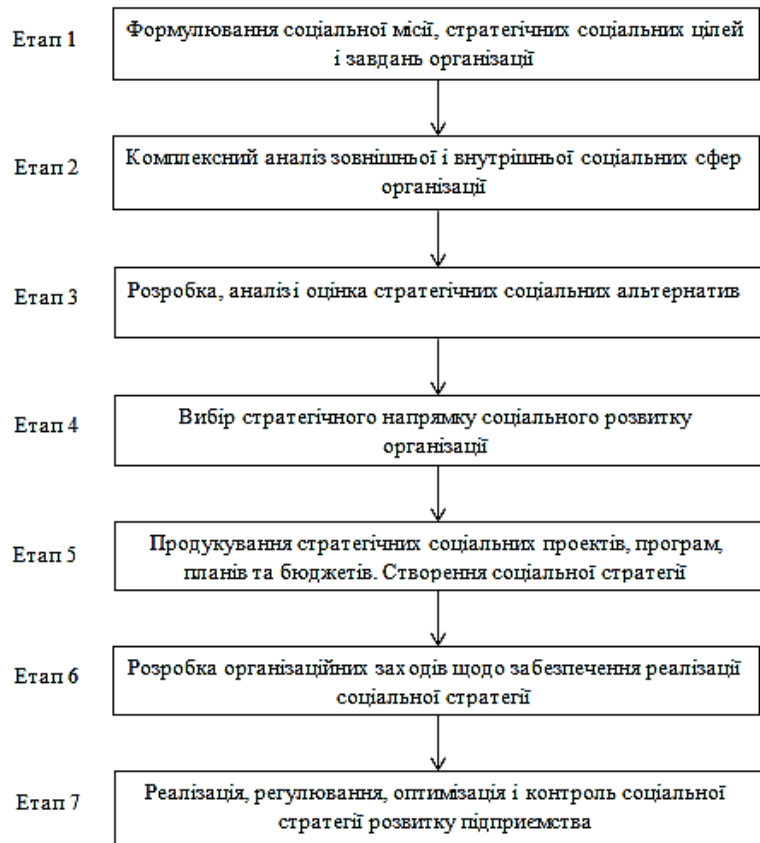


Рис. 1. Процес розробки а реалізації соціальної стратегії організації

Першого рівня	Узгодженість із корпоративною, конкурентною і функціональними стратегіями	Попереднє чітке визначення потенційних можливостей підприємства	Встановлення пріоритетних напрямів розвитку організації
Другого рівня	Сприяння створенню позитивного іміджу підприємства, як роботодавця	Враховання основних тенденцій на ринку праці	Підтримка ефективних нововведень та ініціативності персоналу
Третього рівня	Слідування циклу реалізації стратегії розвитку персоналу	Визначення основних напрямів інвестування в розвиток персоналу	Розробка системи ефективного мотивування працівників при реалізації соціальної стратегії

Рис. 2. Принципи формування і реалізації стратегії соціального розвитку підприємства

соціального розвитку підприємства в плановому періоді.

Безпосередню реалізацію розробленої соціальної стратегії, її оптимізацію та пристосування до умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Можливе регулювання в ході реалізації та ведення постійного контролю задля отримання бажаного результату від впровадження стратегії соціального розвитку підприємства. При цьому важливим є забезпечення високої адаптивності, гнучкості та швидкості реагування на зміни з метою зменшення ризиків.

Результатом реалізації цих етапів повинно стати створення моделі стратегічного управління соціальним розвитком підприємства, котра являє собою механізм реалізації соціальної стратегії. Більшість запропонованих на сьогодні моделей стратегічного управління соціальним розвитком підприємства можуть бути використані лише на початкових етапах стратегічного планування, а не цілісного управління цим процесом загалом. Тому необхідно розробити модель, яка б охоплювала всі аспекти управління соціальним розвитком підприємства, і була б впроваджена у процес стратегічного керування соціальним розвитком організації на всіх стадіях її життєвого циклу.

Зрозуміло, що обґрунтована стратегія соціального розвитку підприємства повинна формуватись і практично реалізовуватись на основі низки принципів. Найбільш прийнятні, на наш погляд, принципи формування і реалізації стратегії соціального розвитку підприємства, представлені на рисунку 2.

Урахування цих принципів дасть змогу уникнути конфліктів в системі управління та забезпечити узгодження стратегії соціального розвитку із загальним стратегічним набором підприємства. Запропоновані принципи було поділено на рівні важливості, що дасть змогу визначити їх пріоритетність. Так, на думку авторів, принципи першого рівня належать до тих, які потрібно врахувати почергово. Принципи другого та третього рівнів теж важливі, однак їх використання недоцільне без урахування принципів вищого рівня. Варто зауважити, що лише тісний взаємозв'язок та повна узгодженість між принципами різних рівнів дасть змогу досягнути максимальної ефективності від впровадження стратегії соціального розвитку на підприємстві, і що не менш важливо, оптимальним чином використати наявні ресурси, в першу чергу інвестиційні. Мінімізувати витрати на реалізацію стратегії соціального розвитку організації, на наш погляд, цілком реально без шкоди для кінцевого результату за рахунок виділення пріоритетних напрямів інвестування, які здатні забезпечити найбільший кінцевий ефект при заданих реальних умовах функціонування підприємства обмеженнях.

Стратегія соціального розвитку, яка створена з дотриманням зазначених принципів відіграє роль специфічного фільтра, через який у процесі підготовки мають проходити всі управлін-

ські рішення стратегічного характеру і котрий, залежно від обраного варіанту стратегії соціального розвитку, суттєво впливає на кінцевий результат прийняття стратегічного рішення щодо загального розвитку підприємства. Адже соціалізація підприємства дає змогу отримати конкурентні переваги за рахунок підвищення рівня лояльності та збільшення відданості працівників організації своїй роботі. Тому дуже важливо правильно й обґрунтовано організувати процес соціалізації через вибір ефективних шляхів впровадження самої соціальної стратегії.

На наш погляд, до основних шляхів реалізації соціальної стратегії підприємства можна віднести:

1. Розвиток ефективної системи підготовки і перепідготовки кадрів.

2. Сприяння навчанню працівників задля підвищення рівня їх кваліфікації та створення можливостей успішного кар'єрного росту.

3. Реалізацію на підприємстві пільг і гарантій у рамках соціального захисту працівників.

4. Надання своїм працівникам і членам їх родин додаткових пільг, що належать до елементів матеріального стимулювання, за рахунок виділених на цю мету коштів з фондів соціального розвитку підприємства.

5. Сприяння неформальному спілкуванню працівників, розвиткові художньої самодіяльності, спорту, адже ці сфери життя розширюють світогляд людей, посилюють взаємоповагу і почуття колективізму.

6. Забезпечення природоохоронної діяльності та ресурсозбереження.

7. Забезпечення соціально-економічного розвитку персоналу.

8. Створення нових робочих місць і заснування новітніх, гнучких форм зайнятості [3, с. 205].

Сприятливий вплив на створення соціально-позитивного духу в колективі здійснюється і за рахунок соціального спрямування умов колективного договору підприємства з працівниками, у якому встановлюються взаємні зобов'язання сторін щодо регулювання виробничих, трудових, соціально-економічних відносин, таких як: нормування і оплата праці; встановлення мінімальних соціальних гарантій, компенсацій, пільг; умов з охорони праці; житлово-побутового, медичного, культурного обслуговування, організації оздоровлення і відпочинку; умов зростання фондів оплати праці; встановлення міжкваліфікаційних (міжпосадових) співвідношень в оплаті праці тощо.

Якщо розглядати умови, які не передбачаються трудовим договором, але також спрямовані на сприяння підвищенню соціально-позитивного духу в колективі, то з них варто виокремити: виховання почуття приналежності до колективу; залучення працівників до прийняття управлінських рішень; гуманізацію умов праці та управління; допомогу працівникам у вирішенні їх проблем; гнучкий графік роботи на підприємстві; забезпечення можли-

вості кар'єрного росту у разі сумлінного виконання професійних обов'язків та ін.

Виконання зазначених умов в межах ефектної соціальної стратегії сприяє скороченню плинності кадрів на підприємстві, покращенню соціального забезпечення працівників, розвитку їхньої особистості, збереженню здоров'я. Це є обов'язковою передумовою успішної діяльності будь-якого підприємства.

У період економічної кризи багато підприємств неспроможні в повному обсязі задовольнити всі соціальні гарантії для працівників. Тому їх вищому керівництву необхідно посилити акцент на ефективному впровадженні систем нематеріального заохочення, вивчати психологічні особливості працівників організації та задовольняти не лише їх матеріальні, а й моральні, духовні, естетичні та творчі потреби, значна частина яких для їх задоволення не потребує додаткових капіталовкладень. Підприємство може і має стати центром затишку та комфорту, де кожен буде виконувати свою роботу в сприятливих для цього соціально-психологічних умовах.

Нині багато керівників не зважають на необхідність включення соціальної стратегії розвитку в загальний стратегічний набір власного підприємства. Більшість практиків не може визначити остаточного місця соціальної стратегії в ієрархії стратегій різних рівнів. Тим самим, замість того, щоб реалізовувати повноцінну стратегію соціального розвитку підприємства, як правило, вітчизняні підприємці обмежуються використанням лише окремих елементів ділової і соціальної етики, включаючи їх в інші види стратегій. Цілком очевидно, таке епізодичне і вибіркоче застосування методів і механізмів соціальної стратегії не дає змогу

отримати максимально можливого ефекту від соціалізації діяльності. З огляду на вищезазначене, пропонуємо визначити чітке місце стратегії соціального розвитку підприємства в його стратегічному наборі. Ієрархія можливих стратегій на підприємстві та місце в ній соціальної стратегії представлена на рисунку 3.

З рисунка 3 очевидно, що соціальна стратегія розвитку посідає визначене місце у ієрархічному наборі стратегій різних рівнів підприємства. Ця стратегія належить до функціональних і є ланкою, яка забезпечує та сприяє функціонуванню стратегій усіх інших рівнів. Окрім цього, окремі елементи соціальної стратегії можуть і повинні бути складовими інших стратегій підприємства.

Включення стратегії соціального розвитку підприємства в його стратегічний набір надає низку переваг, а саме:

- формує лояльність працівників до підприємства;
- сприяє встановленню дружніх стосунків у колективі;
- забезпечує зв'язок між працівниками різних рівнів;
- збільшує відданість працівників своїй роботі;
- позитивно впливає на якість кінцевих продуктів;
- дає змогу збільшити обсяги виробництва продукції;
- створює імідж організації як надійного та соціально-орієнтованого елемента ринку;
- зменшує плинність кадрів, що сприяє зниженню витрат на набір, підготовку та перепідготовку персоналу тощо.

Як бачимо, впровадження стратегії соціального розвитку на підприємстві сприяє вирі-

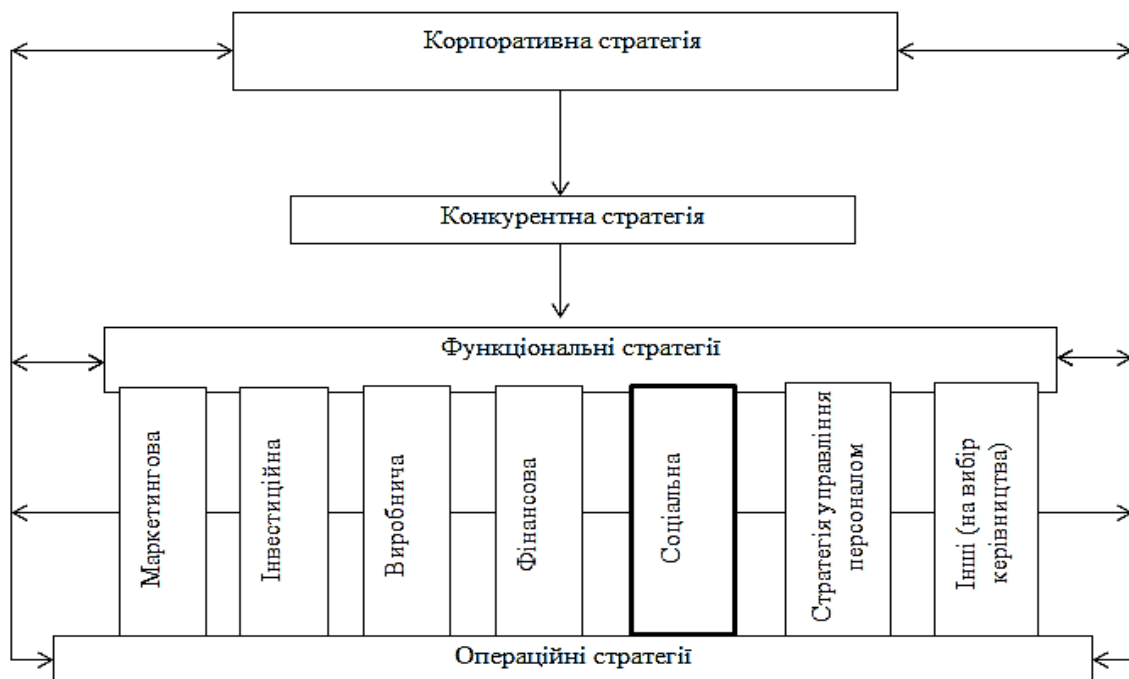


Рис. 3. Місце соціальної стратегії розвитку в загальній ієрархії стратегій підприємства

шенню низки проблем та покращенню ефективності його діяльності загалом. Поряд із тим, як доведено сучасною практикою господарювання економічно розвинених країн, соціально-орієнтований бізнес дає змогу отримати низку й економічних вигід.

Висновки. З наведеного вище можна зробити висновки, що виокремлення стратегії соціального розвитку підприємства як самостійної функціональної стратегії є необхідністю, проголошеною реаліями сьогодення. В умовах соціально-орієнтованої економіки, постійного 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 організації забезпечує цілісність її розвитку в усіх сферах діяльності.

З метою покращення економічної ефективності діяльності вищому керівництву всіх вітчизняних підприємств необхідно використовувати соціальну стратегію розвитку в процесі ведення власної діяльності. Це допоможе створити сприятливий клімат у колективі, збільшити економічні вигоди та сформувати лояльність працівників до організації, в якій вони працюють.

Соціальна стратегія розвитку повинна посідати місце однієї з функціональних стратегій у стратегічному наборі будь якого підприємства. Застосування окремих елементів соціальної стратегії доцільне в більшості інших стратегій підприємства. При розробці кінцевої моделі соціальної стратегії розвитку необхідно дотримуватися низки принципів та певної послідовності її розробки і реалізації, про що йшлося у викладі основного матеріалу.

Таким чином, обґрунтування необхідності внесення соціальної стратегії розвитку в стратегічний набір вітчизняних підприємств як окремої функціональної стратегії, а не епізодичного елементу соціальної етики показує її перспективність, економічну та соціальну виправданість та доцільність, а також практичну значимість. Розроблення детальних механізмів практичної реалізації соціальних стратегій розвитку з урахуванням специфіки функціонування конкретних підприємств потребує створення більш ґрунтовної теоретичної бази і застосування її надбань на практиці, що є перспективою подальших комплексних досліджень у цьому напрямі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гнат'єва Т.М. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент ефективності корпоративної стратегії / Т.М. Гнат'єва // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 2. – С. 35-44. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vcndtue_2014_2_6.pdf.
2. Сорока О.В. Соціальна стратегія у системі управління сучасним підприємством / О.В. Сорока, М.С. Кривцова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 315-319. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/stvtpt_2014_1_52.pdf.
3. Затеїщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу / О.О. Затеїщикова // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 200-205. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/binf_2014_2_36.pdf.
4. Юзик Л.О. Стратегія соціальної відповідальності підприємства в умовах стійкого розвитку / Л.О. Юзик // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1(2). – С. 305-311. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/esprstp_2012_1\(2\)_45.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/esprstp_2012_1(2)_45.pdf).
5. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 7. – С. 3-8. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uap_2010_7_3.pdf.