

УДК 331.225

кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна  
cymso@ukr.net

С. О. Цимбалюк



## СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ: СУТНІСТЬ І МІСЦЕ В СИСТЕМІ РОЗПОДІЛЬНИХ ВІДНОСИН

**Анотація.** Досліджено сутність категорії «соціальний пакет». Обґрунтовано діалектику соціальної та економічної природи соціального пакета. Розглянуто практику надання соціальних пакетів найманим працівникам на українських підприємствах. Виявлено потреби найманих працівників у відповідних соціальних благах. Запропоновано формувати соціальні пакети з урахуванням потреб та інтересів найманих працівників.

**Ключові слова:** соціальний пакет, компенсаційний пакет, найманий працівник, заробітна плата, винагороди, соціальні блага.

С. А. Цимбалюк

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда,  
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана, Украина

### СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ: СУЩНОСТЬ И МЕСТО В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

**Аннотация.** Исследована сущность категории «социальный пакет». Обоснована диалектика социальной и экономической природы социального пакета. Рассмотрена практика предоставления социальных пакетов наемным работникам на украинских предприятиях. Выявлены потребности наемных работников в определенных социальных благах. Предложено формировать социальные пакеты с учетом потребностей и интересов наемных работников.

**Ключевые слова:** социальный пакет, компенсационный пакет, наемный работник, заработная плата, вознаграждения, социальные блага.

Svitlana Tsymbaliuk

PhD in Economics, Associate Professor, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine  
54/1 Peremohy Ave, Kyiv, 03680, Ukraine

### SOCIAL PACKAGE: THE ESSENCE AND PLACE IN DISTRIBUTION RELATIONS

**Abstract.** *Introduction:* Despite the increasing of interest of scientists to the phenomenon of the social package, its nature, essence and place in distribution relations remain not enough studied. *Purpose:* research of the nature and essence of category «social package» and the practice of benefits providing to employees at Ukrainian companies. *Methods:* The study of the practice of benefits providing at Ukrainian companies was done using the survey. *Results:* The essence of category «social package» and the reasons of giving employers to employees the benefits are studied. The dialectics of social and economic nature of the benefits are substantiated. Also unreasonableness of inclusion some options into the social package is justified. The study of practice of benefits providing to employees at Ukrainian companies revealed that only 63% of companies provide benefits to employees. The study also revealed that needs of the employees are not always considered during the development of the social packages. This situation is not good for the performance and motivation of employees. *Conclusion:* The important direction of transformation of the motivation of employees at Ukrainian companies is increasing of quantity of benefits in the compensation packages. It is necessary to take into account the interests and needs of employees during the development of the social packages.

**Keywords:** social package; compensation package; employee; salary; rewards; social benefits.

**JEL Classification:** J30, J32, J33

**Постановка проблеми.** Однією із найважливіших складових компенсаційного пакета є надання найманим працівникам соціальних виплат, винагород і благ, які формують соціальний пакет. Заробітна плата відіграє важливу роль для того, щоб залучити та утримати компетентних працівників. Однак сьогодні недостатньо створити робочі місця й запропонувати розмір заробітної плати на рівні середніх значень у відповідній галузі чи регіоні. Багато керівників підприємств переконується в тому, що заробітна плата не формує належної мотивації і лояльності працівників. Мотиваційний ефект від підвищення посадового окладу (тарифної ставки) має короткостроковий характер, оскільки працівники швидко звикають до встановленого рівня винагороди. Рішення про вибір кандидатом місяця докладання своєї праці залежить від низки чинників, з-поміж яких дедалі частіше основну роль відіграють можливості для повноцінного розвитку, ставлення роботодавців та керівників до співробітників, турбота про них, розроблення особистісно-орієнтованої соціальної політики, зокрема надання соціальних гарантій, благ і винагород, створення у працівників відчуття комфорту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі аспекти щодо визначення сутності соціального пакета, його структури, підходів до формування та значення для посилення мотивації працівників висвітлено у працях російсь-

ких і українських учених та практиків, а саме І. Алієва, Н. Горелова [1], Л. Бабіної [2], А. Беляєва [3], Є. Ветлужских [4], В. Матросова, С. Мельника, Д. Чумакова [5], І. Новак [6] та ін. Серед іноземних авторів, які займалися дослідженням теоретичних і прикладних аспектів формування соціального пакета, треба виокремити М. Армстронга (Armstrong, 2006) [7], Дж. Мілковича (Milkovich, 2010), Дж. Ньюман (Newman, 2010) [8], М. Хемел (Hamel, 2008) [9], Р. Хендерсона (Henderson, 2005) [10] та ін.

Незважаючи на посилення інтересу і науковців, і практиків до терміну «соціальний пакет», його природа та сутність залишаються малодослідженими. Більшість праць і публікацій, присвячених питанням формування соціального пакета, мають поверховий характер. Відсутня єдність учених та практиків щодо визначення терміну «соціальний пакет». Часто автори не розмежовують поняття «компенсаційний пакет» і «соціальний пакет», вживаючи їх як синоніми. Крім того, бракує системних досліджень практики надання соціальних пакетів найманим працівникам на українських підприємствах.

**Мета статті** полягає у визначенні природи й сутності соціального пакета та його місця в системі розподільних відносин, дослідженні механізмів надання соціальних виплат, благ і винагород на українських підприємствах та виробленні пропозицій щодо формування соціальних пакетів.

**Основні результати дослідження.** Частина науковців та дослідників розглядає соціальний пакет як виплати і блага, які надає роботодавець понад заробітну плату [11; 12]. На нашу думку, такий підхід до трактування соціального пакета методологічно неправильний, оскільки перелік винагород, які надає роботодавець найманим працівникам, окрім заробітної плати, досить широкий, і деякі з них не мають соціального характеру, як-от: премії, бонуси, що виплачуються із прибутку, доходи за акціями та інші доходи від участі працівників у власності підприємства (дивіденди, відсотки, виплати за паями). Крім того, згідно з Інструкцією зі статистики заробітної плати, затвердженою наказом Державного комітету статистики України від 13.01.2004 № 5, до заробітної плати належить частина виплат і винагород соціального характеру: матеріальна допомога, оплата або дотації на харчування, надання проїзних квитків, путівок на лікування та відпочинок і т. ін.

Існує також протилежна точка зору, за якою соціальний пакет є системою пільг і компенсацій матеріального та нематеріального характеру, які надає компанія співробітникам як одну зі складових заробітної плати або ж бонусів до неї [13]. На наш погляд, розглядати соціальний пакет як складову заробітної плати недоцільно, оскільки більшість виплат соціального характеру не належить до заробітної плати.

Окремі автори соціальний пакет ототожнюють із компенсаційним [12]. Проте більшість учених і фахівців розмежовують зазначені поняття, висловлюючи при цьому різні погляди стосовно співвідношення компенсаційного та соціального пакетів. Згідно із підходами окремих дослідників [5; 6], компенсаційний пакет є складовою соціального пакета. Цей підхід ґрунтується на визначенні компенсаційного пакета у вузькому, традиційному значенні, відповідно до якого останній є набором компенсацій, передбачених трудовим законодавством. Така точка зору діаметрально протилежна науковим поглядам більшості вчених і фахівців щодо сутності та структури пакета компенсацій, де соціальний пакет виділяється як його складова [2; 8; 9; 10].

Досліджуючи природу соціального пакета, треба брати до уваги такі положення: 1) наявність соціального пакета є однією з основних характеристик привабливості підприємства на ринку праці; 2) соціальний пакет є складовою компенсаційного пакета; 3) соціальний пакет формують винагороди, що мають переважно соціальний характер, на відміну від інших складових компенсаційного пакета; 4) за своїм функціональним призначенням складові соціального пакета можуть різнитися: компенсувати додаткові витрати, пов'язані із виконанням посадових обов'язків та функцій (оплата транспортних витрат, мобільного зв'язку тощо); сприяти підтриманню і поліпшенню здоров'я та працездатності працівників (медичне страхування, оплата путівок на лікування, абонементів у групи здоров'я тощо); заохочувати до професійного зростання (оплата навчання).

Варто зауважити, що попри соціальний характер винагород, які формують соціальний пакет, не можна заперечувати також економічну природу таких виплат, заохочень і благ. На нашу думку, економічна природа виплат, винагород та благ, які формують соціальний пакет, насамперед, полягає в тому, що вони потребують від роботодавця певних фінансових витрат. Причому їх не можна ототожнювати із благодійністю чи добровільним внеском, оскільки роботодавці, надаючи найманим працівникам соціальний пакет, очікують одержати певну вигоду (зиск, користь) від таких витрат. Основними формами зиску роботодавця від надання найманим працівникам соціальних виплат, винагород, заохочень і благ можуть бути: поліпшення результатів праці, зокрема підвищення її продуктивності завдяки збільшенню вірогідності залучити компетентних та кваліфікованих працівників, посилення їхньої лояльності й мотивації, підвищення працездатності та поліпшення здоров'я; зменшення плинності персоналу, а відтак і додаткових витрат на пошук та відбір персона-

лу, адаптацію і навчання нових працівників та зменшення втрат унаслідок неуккомплектованості персоналу; зменшення витрат, насамперед часу, на залучення працівників на підприємство в результаті поліпшення його іміджу на ринку праці тощо.

Надаючи найманим працівникам соціальний пакет, роботодавці, звичайно, очікують, що одержана ними вигода перевищить відповідні витрати. Отже, існує тісний взаємозв'язок між соціальною та економічною природою виплат, заохочень і благ, що формують соціальний пакет, незважаючи на домінування, на перший погляд, соціальної природи таких винагород.

Треба зазначити, що сьогодні серед учених і практиків відсутня єдність поглядів щодо структури та переліку виплат, котрі формують соціальний пакет. Одні автори вважають, що соціальний пакет складається лише із винагород добровільного (необов'язкового) характеру [1], а інші до соціального пакета відносять, окрім винагород добровільного (необов'язкового) характеру, також виплати і блага, передбачені законодавством [6]. Основними складовими соціального пакета деякі вчені та чимало практиків вважають виплату в повному розмірі належної працівникові заробітної плати, офіційну заробітну плату, надання соціальних гарантій, передбачених колективним договором, тощо. На нашу думку, внесення цих складових до соціального пакета стало можливим лише в умовах низького рівня розвитку соціально-трудових відносин і соціальної відповідальності бізнесу у країні, де порушення трудового законодавства вважається нормою, а дотримання його основних положень – конкурентною перевагою.

Під час дослідження практики формування соціальних пакетів на вітчизняних підприємствах<sup>1</sup> 63% респондентів зазначили, що в компаніях, де вони працюють, надається соціальний пакет, а решта опитаних працює в компаніях, де він відсутній. Із тієї кількості осіб, які вказали, що в компаніях, де вони працюють, надається соціальний пакет, 11% відзначили, що такий пакет отримують лише окремі категорії працівників, зазвичай керівники. З цього можна зробити висновок, що близько половини найманих працівників не одержують соціального пакета.

Відсутність у структурі компенсаційних пакетів соціальних виплат, винагород і благ не сприяє встановленню партнерських взаємовідносин між роботодавцями та найманими працівниками, не створює у працівників відчуття захищеності й комфорту, негативно характеризує компенсаційну політику підприємств і відповідно не посилює мотивації персоналу, не дає змоги залучити та закріпити на підприємстві компетентних працівників.

Результати нашого дослідження показали, що на вітчизняних підприємствах поширено такі підходи до формування соціального пакета: встановлення соціальних виплат і заохочень відповідно до ієрархічної структури компанії (51%); надання однакового набору соціальних виплат та заохочень усім працівникам (33%); грошова компенсація витрат соціального характеру (7%); застосування системи соціальних виплат і заохочень відповідно до грейдів (6%); інші підходи (3%).

У ході опитування ми з'ясували, що найчастіше компанії включають у соціальні пакети такі опції, як: оплата мобільного зв'язку (73% респондентів із-поміж тих, які зазначили, що в компаніях, де вони працюють, найманим працівникам надаються соціальні пакети); медичне страхування (72%); компенсація транспортних витрат або надання проїзних квитків (40%); додаткова оплачувана відпустка (36%); безкоштовні обіди, оплата харчування

<sup>1</sup> Дослідження практики надання соціальних пакетів проводилося автором на репрезентативній основі із використанням методу опитування впродовж 2011–2013 рр. Генеральна сукупність – наймані працівники, що обіймають посади, які належать до категорій керівників і професіоналів, мають повну вищу освіту й навчаються в системі післядипломної освіти, зокрема здобувають другу вищу освіту у вищих навчальних закладах III і IV рівнів акредитації міста Києва. Кількість респондентів, залучених до опитування, – 191 особа.

(35%); компенсація витрат на навчання (31%); надання вихідної допомоги в разі припинення трудового договору (29%). Чимало респондентів (31%) відзначило, що оплата навчання не характерна для вітчизняних підприємств. Це зумовлено тим, що в опитуванні брали участь люди, які навчаються у вищих навчальних закладах III і IV рівнів акредитації для здобуття другої вищої освіти за відповідним напрямом підготовки.

У процесі дослідження нами також було вивчено думку респондентів щодо доцільності внесення змін у наявну практику формування соціальних пакетів та заінтересованості у відповідних соціальних виплатах і благах. Більшість опитаних (81%) зазначила, що керівництво має вносити зміни у практику формування соціальних пакетів на підприємстві.

Найприйнятнішими підходами до формування соціальних пакетів, що застосовуються на підприємстві, респонденти вважають установлення соціальних виплат і заохочень: відповідно до ієрархічної структури компанії (37% респондентів, які зазначили, що потрібно вносити зміни до практики формування соціальних пакетів); однакових для всіх працівників (19%); за принципом «шведського столу» (19%); відповідно до ґрейдів (18%).

Для виявлення інтересу респондентів до надання відповідних соціальних виплат, винагород та благ нами було взято за основу результати опитування 20 респондентів, які зазначили, що практика формування соціальних пакетів на підприємстві не потребує змін. Ми зробили припущення, що респондент зацікавлений у тому наборі опцій соціального пакета, який використовується на підприємстві. Підрахунки показали, що кількість людей, думка яких була врахована нами для визначення переліку найзатребуваніших із боку керівників та професіоналів соціальних виплат, заохочень і благ, склала 175 осіб (16 респондентам складно було відповісти на запитання щодо доцільності внесення змін у практику формування соціальних пакетів і відповідно набору останніх).

За результатами проведеного опитування виявилось, що найбільшою мірою наймані працівники заінтересовані в таких соціальних виплатах, винагородах і благах, як медичне страхування (84%); оплата навчання (68%); оплата спортивних занять, зокрема басейну (60%); оплата мобільного зв'язку (59%); надання пільгових кредитів та позик (50%); надання безкоштовних обідів, оплата харчування (43%); надання вихідної допомоги в разі припинення трудового договору (38%).

Слід відзначити, що серед обраних респондентами соціальних виплат, винагород і благ, одержанню яких вони надають пріоритет, більшість (медичне страхування, оплата навчання, спортивних занять, зокрема басейну) спрямована на збереження та розвиток людського капіталу. Наявність такої опції, як «оплата мобільного зв'язку», серед переліку найзатребуваніших складових соціального пакета пояснюється тим, що засоби комунікації нині стали важливими засобами праці керівників і професіоналів. Популярність опції «надання пільгових кредитів та позик» спричинена низьким рівнем задоволення найманих працівників розміром заробітної плати.

Ураховуючи те, що респонденти були людьми не передпенсійного віку, заінтересованість їх у такій опції, як «надання вихідної допомоги в разі припинення трудового договору», може вказувати на невисокий рівень лояль-

ності керівників і професіоналів до компанії, у якій вони працюють, й потенційну загрозу звільнення.

За результатами статистичного аналізу числа опцій, в одержанні яких зацікавлені учасники опитування, доходимо таких висновків. У середньому респондентів цікавлять шість опцій. Медіанне значення кількості опцій теж дорівнює шести. Згідно із розрахованою модою, найпоширенішим є обрання набору соціальних виплат, заохочень і благ, що також складається із шести опцій. Отже, оптимальна кількість опцій соціального пакета, яка задовольнятиме потреби більшості керівників та професіоналів у одержанні відповідних виплат і благ, дорівнює шести.

Порівняння поширеності надання та заінтересованості респондентів в одержанні соціальних виплат, винагород і благ наведено на рис.

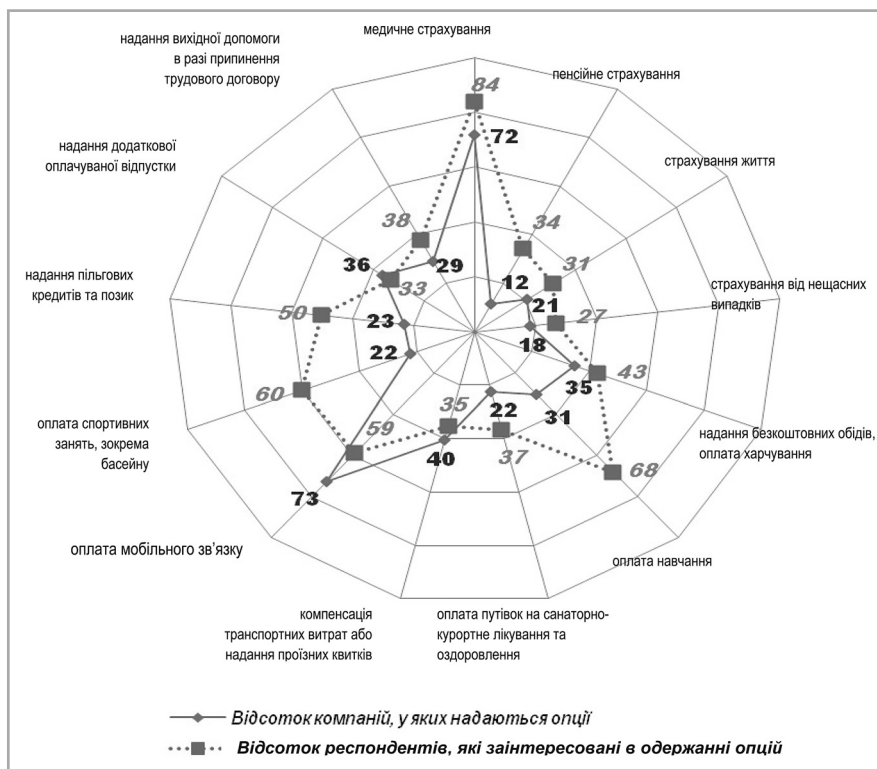


Рис. Порівняння поширеності надання та заінтересованості респондентів в одержанні соціальних виплат, винагород і благ

Джерело: Складено автором за результатами опитування

Як свідчать дані рис., ідеальний соціальний пакет, якому віддає перевагу більшість найманих працівників, що брали участь в опитуванні, відрізняється від реальних пакетів, які пропонують роботодавці. Поширеність надання найманим працівникам найбільш соціальних виплат, заохочень і благ на практиці зазвичай перевищує той їх обсяг, котрий бажає одержувати персонал. Найбільше розбіжностей у заінтересованості респондентів отримувати певні опції та поширеності їх надання виявлено щодо таких соціальних виплат, винагород і благ, як оплата спортивних занять (зокрема басейну) та навчання, надання пільгових кредитів і позик, пенсійне страхування.

У процесі дослідження ми з'ясували, що поширеність включення окремих опцій до соціальних пакетів перевищує заінтересованість у них найманих працівників. Насамперед, це стосується оплати мобільного зв'язку, компенсації транспортних витрат, надання проїзних квитків та додаткової оплачуваної відпустки.

У зв'язку з цим варто визначити частку опцій, в одержанні яких зацікавлений кожний працівник (респондент), у загальній кількості опцій соціального пакета, що надає роботодавець. На думку 20 респондентів (10%), практика формування соціальних пакетів на підприємстві не потребує змін. Це означає, що ці наймані працівники повною



мірою заінтересовані в одержанні соціальних виплат, винагород і благ, які їм пропонують роботодавці. Крім того, 26 респондентів, котрі зазначили, що в компанії потрібно вносити певні зміни до практики формування соціальних пакетів, залишилися заінтересованими в тому наборі, який пропонує роботодавець. Такі респонденти або доповнили наявний у компанії набір новими опціями, які вони хотіли б додатково одержувати, або вважають за доцільне змінити підхід до формування соціального пакета. Не виявили заінтересованості у жодній опції соціального пакета, який пропонують роботодавці, 34 особи (або 28% респондентів, котрі зазначили, що в компанії, у якій вони працюють, надається соціальний пакет).

За результатами статистичного аналізу даних щодо заінтересованості респондентів у соціальних виплатах, винагородах і благах, які пропонують роботодавці, у середньому відсоток опцій, в одержанні яких зацікавлені респонденти, у загальній кількості опцій соціального пакета, що надає роботодавець, складає лише 58%.

**Висновки.** Нині частина вітчизняних роботодавців починає усвідомлювати значущість соціальних виплат і благ для формування тривалих партнерських взаємовідносин із найманими працівниками. Водночас, під час розроблення соціальних пакетів потреби та інтереси найманих працівників не враховуються. У структурі компенсаційних пакетів багатою найманими працівниками узагалі відсутня соціальна складова, що негативно впливає на взаємовідносини між найманими працівниками і роботодавцями, лояльність та мотивацію персоналу. З огляду на це важливим напрямом трансформації системи компенсаційної політики є збільшення кількості опцій у соціальних пакетах і вдосконалення практики їх формування з урахуванням різних чинників, насамперед потреб та інтересів найманих працівників.

Дальші дослідження мають бути спрямовані на конкретизацію вимог до проектування соціального пакета, виходячи із сучасних соціально-економічних умов, розроблення рекомендацій щодо узгодження інтересів найманих працівників і роботодавців стосовно структури соціального пакета, розміру та порядку виплати окремих його складових.

#### Література

1. Алиев И. М. Политика доходов и заработной платы / И. М. Алиев, Н. А. Горелов. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 382 с.
2. Бабынина Л. С. Компенсационная модель оплаты труда: теория, методология и корпоративный опыт : автореф. дис. ... док. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика труда)» / Л. С. Бабынина. – М., 2012. – 55 с.
3. Беляев А. Н. Современные формы и системы оплаты труда / А. Н. Беляев. – М. : Дело и Сервис, 2009. – 272 с.
4. Ветлужских Е. Стратегическая карта, системный подход и KPI : Инструменты для руководителей / Е. Ветлужских. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 204 с.

5. Мельник С. Удосконалення системи надання роботодавцями соціальних пакетів як складової соціального захисту працівників / С. Мельник, В. Матросов, Д. Чумаков // Довідник кадровика. – 2011. – № 4. – С. 76–82.
6. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці / І. Новак // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2. – С. 6–12.
7. Armstrong M. Strategic reward: making it happen / M. Armstrong, D. Brown. – London : Kogan Page, 2006. – 266 p.
8. Milkovich G. T. Compensation / G. T. Milkovich, J. M. Newman. – 10th edition. – Boston : McGraw-Hill/Irwin, 2010. – 712 p.
9. Hamel M. C. Compensation guide / M. C. Hamel // A Manual on Compensation Practice and Theory. – 2008. – March. – 71 p.
10. Henderson R. I. Compensation management in a knowledge-based world / R. I. Henderson. – 10th edition. – Prentice Hall, 2005. – 576 p.
11. Армстронг М. Оплата труда. Практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала / М. Армстронг, Т. Стивенс ; пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2006. – 512 с.
12. Тяжелникова Е. Социальный пакет [Электронный ресурс] / Е. Тяжелникова. – 2007. – Режим доступа : <http://www.hr-portal.ru/article/socialnyy-paket-vidy-i-sposoby>
13. Винокурова Е. Мотивация персонала: Социальный пакет как новая ступень эволюции российских компаний [Электронный ресурс] / Е. Винокурова. – 2006. – Режим доступа : <http://www.e-executive.ru/career/adviser/351442/>

Стаття надійшла до редакції 26.07.2013

#### References

1. Aliev, I. M., & Gorelov, N. A. (2008). *Policy of incomes and wage*. Rostov-on-Don: Feniks (in Russ.).
2. Babynina L. S. (2012). *Compensatory model of payment for labour: theory, methodology and corporate experience* (Unpublished Doctoral dissertation, Plekhanov Russian University of Economics). Moscow, Russia (in Russ.).
3. Belyaev, A. N. (2009). *Modern forms and systems of payment for labour*. Moscow: Delo i Servis (in Russ.).
4. Vetluzhskikh, E. (2008). *Strategic plan, system concept and KPI: Tools for managers*. Moscow: Alpina Biznes Buks (in Russ.).
5. Melnyk, S., Matrosov, V. & Chumakov, D. (2011). Improvement of the giving of social packages by employers as a component of social safety net for the employees. *Dovidnyk kadrovyka (Handbook of HR manager)*, 4, 76-82 (in Ukr.).
6. Novak, I. (2008). Social package as a mechanism of improving of salary. *Ukrayina: aspekty pratsi (Ukraine: Aspects of Labour)*, 2, 6-12 (in Ukr.).
7. Armstrong, M., & Brown, D. (2006). *Strategic reward: making it happen*. London: Kogan Page Publ.
8. Milkovich, G. T., & Newman, J. M. (2010). *Compensation* (10th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.
9. Hamel, M. C. (March 2008). *Compensation guide. A Manual on Compensation Practice and Theory*. Retrieved from [http://www.onestep.ca/Resources/OneStep\\_Compensation\\_v6.pdf](http://www.onestep.ca/Resources/OneStep_Compensation_v6.pdf)
10. Henderson, R. I. (2005). *Compensation management in a knowledge-based world* (10th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
11. Armstrong, M., & Stephens, T. (2006). *A handbook of employee reward management and practice* (Trans. from Eng.). Dnepropetrovsk: Balans Biznes Buks (in Russ.).
12. Tyazhelnikova, E. (2007). *Social package*. Retrieved from <http://www.hr-portal.ru/article/socialnyy-paket-vidy-i-sposoby> (in Russ.).
13. Vinokurova, E. (2006). *Motivation of personnel: Social package as a new stage in the evolution of Russian companies*. Retrieved from <http://www.e-executive.ru/career/adviser/351442/> (in Russ.).

Received 26.07.2013

## About The Economic Annals–XXI Journal

Institute of Society Transformation is a publisher of the leading Ukrainian Research Journal **Economic Annals–XXI** starting from the 1996 (<http://soskin.info/en/material/1/about-journal.html>). The Editorial Board of the Journal consists of 22 Honorable Doctors of Sciences who represent different affluent Research centres in Ukraine and other European countries (Latvia, Poland, Slovak Republic). In the Journal, articles of not only Ukrainian, but also foreign authors from Poland, Slovakia, Romania, Latvia, Russia, Kazakhstan and other countries are published.

**The Economic Annals–XXI Journal is included into six international indexation databases:**

- 1) SciVerse Scopus, The Netherlands
- 2) Index Copernicus, Poland
- 3) Ulrich's Periodicals Directory, Great Britain, the USA
- 4) EBSCOhost, the USA
- 5) Central and Eastern European Online Library (C.E.E.O.L.), Germany
- 6) Russian Index of Science Citation (RISC), Russia