

Білявський В.М.

ХАРАКТЕРИСТИКА СУТНОСТІ ТА СТРУКТУРИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. *В даній статті досліджено термінологічний апарат, що пов'язаний з проблематикою управління соціально-економічним потенціалом. Структуровано економічний потенціал торговельного підприємства та охарактеризовано його підсистеми, а також проаналізовано систему управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства.*

Ключові слова: соціально-економічний потенціал, структура економічного потенціалу та система управління соціально-економічним потенціалом.

Вступ.

В сучасних умовах для ефективного розвитку торговельного підприємства необхідно створювати найбільш сприятливі умови функціонування. В першу чергу торговельне підприємство повинно забезпечувати розвиток внутрішнього середовища діяльності, яке включає всі ресурси підприємства та потенціал їх використання. Найбільшого значення набуває розвиток соціально-економічного потенціалу, який є основою діяльності будь якого підприємства.

Постановка завдання.

Аналіз літературних джерел свідчить про те, що дослідження, які здійснювалися, дуже різнобічні. Так, І. Должанський, Т. Загорний, О. Удалих дослідили й детально описали теоретико-методологічні аспекти управління потенціалом підприємства [1], тоді як Н. Ващенко вивчала теоретичну сутність економічного потенціалу підприємства [2]. Вдалою є робота І. Зернович [3] у якій він дослідив управління соціальним потенціалом підприємства та оцінив рівень його розвитку. Але питанням комплексного підходу щодо характеристики сутності та структури соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства, на жаль, приділена не належна увага. Тому завданням даної статті є дослідити термінологічний апарат, що пов'язаний з проблематикою управління соціально-економічним потенціалом. Структурувати економічний потенціал торговельного підприємства та охарактеризувати його підсистеми, а також проаналізувати систему управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства.

Результати.

Торговельне підприємство являє собою відкриту соціально-економічну систему, яка активно взаємодіє із зовнішнім середовищем та складається з економічної та соціальної підсистем. Тому виникає необхідність окремої характеристики кожної зі складових соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства.

Фінансову основу соціального розвитку торговельного підприємства створюють результати виробничо-господарської діяльності, яка здійснюється працівниками. Тому актуальними є умови господарювання. Економічна підсистема є матеріальною основою для розвитку соціальної підсистеми, яка формує умови для досягнення цілей діяльності та розвитку торговельного підприємства. Соціальна підсистема має забезпечувати персонал всім необхідним для реалізації професійної діяльності, спрямованої на якісний кінцевий результат.

Спроби вирішення проблеми оцінювання потенціалу на рівні країни, галузі та підприємства призвели до появи різноманітних визначень. Кожен вчений дає різне визначення терміну «соціально-економічний потенціал».

Краснокутська Н. дає визначення потенціалу, як «можливості системи ресурсів і компетенції торговельного підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів» [4, с. 352]. Таке визначення є цікавим з позицій симбіозу ресурсної та результативної концепцій, але воно не відображає рівні потенціалу та його структуру. Мец В. вважає, що економічний потенціал є «узагальнюючою характеристикою роботи торговельного підприємства і проявом сукупного впливу наступних взаємозалежних його сторін: виробничого, майнового, фінансового і ділового потенціалів» [5, с. 175]. Але у цьому випадку терміном економічного потенціалу підмінюється термін сукупного потенціалу торговельного підприємства та, крім того, такий підхід потребує чіткого відокремлення кожного з зазначених потенціалів. Тривалий час у вітчизняній літературі потенціал ототожнювався з масштабами діяльності торговельного підприємства. На думку Чумаченко М. економічний потенціал визначається як «відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату» [6, с. 32] за умови:

- наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості;
- можливості залучення капіталу, в обсязі необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів;
- рентабельності вкладеного капіталу;
- наявності ефективної системи управління фінансами, що забезпечує прозорість поточного і майбутнього фінансового стану.

Термін «економічний потенціал підприємства» сучасною економічною наукою трактується неоднозначно (табл. 1). На думку більшості дослідників, економічний потенціал є узагальнюючим показником. У ньому поєднуються природні, виробничі, науково-технічні, соціально-культурні властивості економічної системи. Величина економічного потенціалу торговельного підприємства визначається масштабом, ступенем досконалості і структурою продуктивних сил. Разом з цим аналіз виявив значні розходження у визначеннях економічного потенціалу, розумін-

ні його сутності, складу структурних елементів, його взаємозв'язку з термінами «національне багатство», «виробничі сили» та ін.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз теоретичних підходів до визначення сутності поняття «економічний потенціал»

<i>Теоретичні підходи</i>	<i>Вчені</i>	<i>Недоліки</i>
Визначення сукупної дієздатності галузей економіки і окремих підприємств	<i>Мосін В., Крук Д., Мочалов Б. [7, 8]</i>	Виділяється і оцінюється лише одна складова економічного потенціалу – здатність виконувати операційну функцію. Це важлива, але не єдина складова економічного потенціалу операційної системи.
Визначення сукупності наявних ресурсів	<i>Плишевський Б., Тодосейчук А., Цигичко А. [9-11]</i>	Не виділяються суттєві відмінності поняття «економічний потенціал» від інших економічних понять, таких, як «національне багатство», «ресурси», «матеріально-технічна база». Принциповою відмінністю між поняттями «ресурси» і «потенціал», є те, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, потенціал окремого підприємства, галузі неможливо відокремити від таких суб'єктів.
Визначення результатів економічних і виробничих відносин між суб'єктами господарської діяльності	<i>Ващенко Н., Мец В., Самоукін А., [2, 5, 12]</i>	Враховується лише досягнутий рівень результатів економічної діяльності, тоді як економічний потенціал, характеризує реальну, фактичну здатність створювати максимальний обсяг матеріальних благ з урахуванням відповідних ресурсних обмежень.
Ототожнення сутності термінів «економічний потенціал», «економічна міць» і «народно-господарський потенціал»	<i>Должанський І., Загорний Т., Удалих О., Заруба В. [1, 13]</i>	Неможливо виділити характерні ознаки та структурні елементи термінів.

Економічний потенціал торговельного підприємства є складною, динамічною, ієрархічною і, виходячи з характеру взаємозв'язків, стохастичною системою, що складається з підсистем і елементів (рис. 1). Кожна з підсистем економічного потенціалу залежить від оптимального поєднання окремих видів економічних ресурсів, які залучаються у операційний процес, рівня організації виробництва та ефективності системи управління.

У сукупності трудові, виробничі, інноваційні, організаційно-управлінські ресурси утворюють ресурсну структуру економічного потенціалу торговельного підприємства. Більшість сучасних торговельного підприємств існують в умовах невизначеності. У зв'язку з цим, великого значення набуває пошук оптимального, такого, що відповідає зовнішнім і внутрішнім чинникам, напряму розвитку.

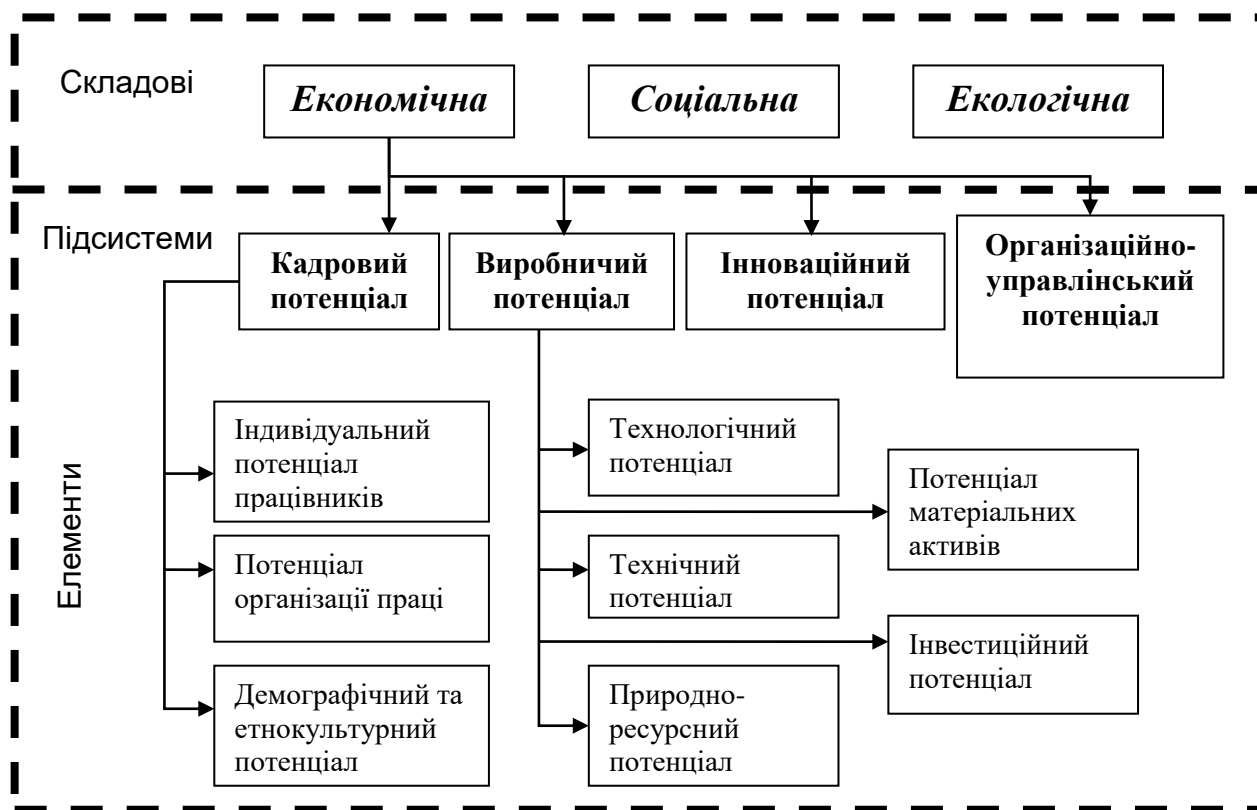


Рис. 1. Структура економічного потенціалу торговельного підприємства

Потенціал торговельного підприємства складається з ряду самостійних системних елементів (фінансового, виробничого, інтелектуального, інформаційного, інвестиційного, інноваційного, соціального та інших), які у процесі взаємодії утворюють синергетичний ефект діяльності торговельного підприємства. Характеристика підсистем економічного потенціалу наведено у табл. 2.

В даний час не існує єдиного визначення терміну «соціальний потенціал». У науковій літературі існують різні підходи до визначення дефініції «соціальний потенціал» [3, с. 75]. Відповідно до цього наводяться різні визначення терміну «соціальний потенціал». Ю. Пярнітс відзначив, що соціальний потенціал формується з соціальних ресурсів та умов їх використання [14]. Ю. Астредінов відзначає, що у соціальному потенціалі віддзеркалюються вміння та знання усіх членів колективу [15]. Аналогічне визначення дає О. Козирєва, розглядаючи соціальний потенціал торговельного підприємства як «можливості, які пов'язані з задоволенням потреб, інтересів працівників шляхом застосування різних форм та систем оплати праці, створення таких умов організації праці і відпочинку, які забезпечують зростання продуктивності праці паралельно з розвитком особистості» [16, с.14]. Є. Лапін розглядає соціальний потенціал як складову економічного потенціалу [17]. Але найбільш доречним є визначення соціального потенціалу організації торгівлі, яке надав В. Заруба. Він розглядає соціальний потенціал як «сукупність таких мотивів

(відносин, інтересу, установок) економічних суб'єктів у його внутрішньому та зовнішньому середовищі, які завдяки своїй взаємодії впливають або можуть суттєво впливати на результати діяльності торговельного підприємства» [13, с. 182].

Таблиця 2

Характеристика підсистем економічного потенціалу торговельного підприємства

<i>Підсистеми</i>	<i>Характеристики</i>
Кадровий потенціал	Представлений трудовими ресурсами, які залучаються торговельним підприємством для здійснення господарської діяльності
Виробничий потенціал	Потенціал торговельного підприємства представлений засобами виробництва, природними ресурсами, нематеріальними активами, інвестиційними ресурсами
Інноваційний потенціал	Потенціал торговельного підприємства характеризується його спроможністю до продукування нововведень і новацій власними силами або придбання їх, а також до ефективного впровадження інновацій. Кількісно і якісно інноваційний потенціал представлений нововведеннями і новаціями в технічній, організаційній, економічній, управлінській сферах
Організаційно-управлінський потенціал	Потенціал торговельного підприємства характеризується спроможністю його системи управління забезпечити стійке положення підприємства на ринку і його економічний розвиток. Визначається рівнем прогресивності організаційної структури торговельного підприємства, методами організації виробництва та управлінням персоналом

Під соціальним потенціалом торговельного підприємства можна розглядати сукупність можливостей підприємства, що є джерелом суспільного розвитку, пов'язаних з умовами і організацією праці і відпочинку працівників, а також ступінь їх використання [18, с. 195].

Серед структурних компонентів соціального потенціалу можна виділити наступні:

- соціальна інфраструктура торговельного підприємства;
- соціально-психологічний клімат;
- соціальна захищеність працівників;
- умови роботи і охорони праці;
- рівень організаційної культури торговельного підприємства.

В умовах загострення конкурентної боротьби, підвищення економічних і виробничих ризиків обов'язковою умовою досягнення необхідного рівня ефективності управління торговельним підприємством є формування високого рівня відповідальності та професіоналізму персоналу, його готовності і здатності вирішувати найскладніші завдання в умовах глобалізації. Це спонукає керівництво торговельних підприємств впроваджувати заходи по підвищенню ефективності управління на

основі зміни пріоритетів у соціальній і кадровій політиці, створюючи нові моделі та типи управління.

Соціальний потенціал торговельних підприємств має багаторівневу структуру і залежно від об'єкту дослідження може розглядатися по відношенню до особи (працівника), трудового колективу, підприємства, міста, регіону та країни.

Соціальний потенціал торговельного підприємства складається з двох взаємозв'язаних компонентів [19, с. 76]:

- *адміністративний* (умови формування і розвитку соціального потенціалу);
- *особистісний* (інтелектуальний, адаптаційний, фізичний, психічний та ін. потенціали працівника).

Соціальний потенціал торговельного підприємства не можна розглядати як просту сукупність ресурсів і можливостей їх застосування. Це комбінація ресурсів, що має додаткові переваги, що обумовлені ефектом синергізму. Тому нарощування соціального потенціалу лежить у їх глибокому структурному доповненні, а також у можливості більш повного використання кожного з компонентів для підвищення ефективності управління. Аналізуючи наукові підходи до визначення змісту поняття «соціальний потенціал торговельного підприємства» нескладно встановити його взаємозв'язок з соціальною відповідальністю торговельного підприємства, яка має два вектори розвитку: *внутрішньо орієнтований* і *зовнішньо орієнтований*. У загальному вигляді до внутрішньої соціальної відповідальності торговельного підприємства відносяться: робота із створення умов безпеки праці персоналу; забезпечення стабільної заробітної плати; програми додаткового медичного страхування персоналу; збільшення людського капіталу через навчальні програми підвищення кваліфікації; надання допомоги працівникам торговельного підприємства у ситуаціях коли вони потребуватимуть її. До внутрішньої сфери відповідальності відносяться питання соціально-економічного становища працівників торговельного підприємства. До зовнішньо орієнтованого вектору розвитку соціальної відповідальності торговельного підприємства належать такі напрями діяльності як: спонсорство; сприяння охороні навколишнього середовища через використання екологічних технологій; відповідальність перед споживачами товарів і послуг.

Зовнішня сфера відповідальності відображена на двох рівнях: місцевого співтовариства, на території якого розташоване торговельне підприємство, та на рівні суспільства. Внутрішня складова соціальної відповідальності торговельного підприємства співпадає з адміністративною складовою соціального потенціалу, що обумовлено загальною метою - забезпечення сприятливих умов праці на торговельному підприємстві.

Соціально-економічний потенціал торговельного підприємства визначається як об'єднання двох взаємозалежних підсистем - соціальної й економічної. Поточні

економічні результати діяльності торговельного підприємства виявляються результатами сукупної реалізації соціального та економічного потенціалів, які є проявом єдиного соціально-економічного потенціалу. Єдність соціально-економічного потенціалу обумовлюється тим, що економічний потенціал створює можливості для збільшення соціального потенціалу, а соціальний потенціал сприяє підвищенню економічного потенціалу [18].

Існує ряд недоліків у теорії управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства, найважливішими з яких є суперечність між основною метою комерційного торговельного підприємства і необхідністю вирішувати соціальні питання. Управління соціально-економічним потенціалом – це безперервний і цілеспрямований процес підготовки, ухвалення та реалізації рішень. Система управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства, що наведена на рис. 2 є ієрархічною структурою, що складається з трьох підсистем (цільової, забезпечуючої та управляючої).

Система управління побудована у відповідності до основних системних принципів: цілісність, ієрархічність, структурність, залежність, динамічність, відкритість [19, с. 40].

Система управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства буде ефективною лише у випадку комплексного підходу та раціональної будови всіх підсистем системи управління.

Головна мета системи полягає у орієнтації управлінського процесу на досягнення соціально-економічного зростання торговельного підприємства. Принциповим є виділення двох аспектів: *соціального* (позитивна динаміка соціального ефекту) та *економічного* (підвищення вартості торговельного підприємства).

Цільова підсистема включає два компоненти: максимальне використання наявного потенціалу та його підвищення. До компонентів забезпечуючої підсистеми відносяться ринковий, виробничий, фінансовий потенціали та інноваційні ресурси.

Управляюча підсистема є основоположною і координуючою, компоненти якої включають діагностику потенціалу, а також координацію і контроль заходів по його використанню і посиленню.

Зовнішнє середовище обмежує стан системи створюючи певні умови існування, при зміні яких система зазнає якісних змін або перестає існувати. Об'єктом управління системи є потенціал торговельного підприємства, що складається з виробничих, фінансових, ринкових та інноваційних ресурсів. Управління соціально-економічним потенціалом передбачає залучення інноваційних ресурсів як його структурних складових.

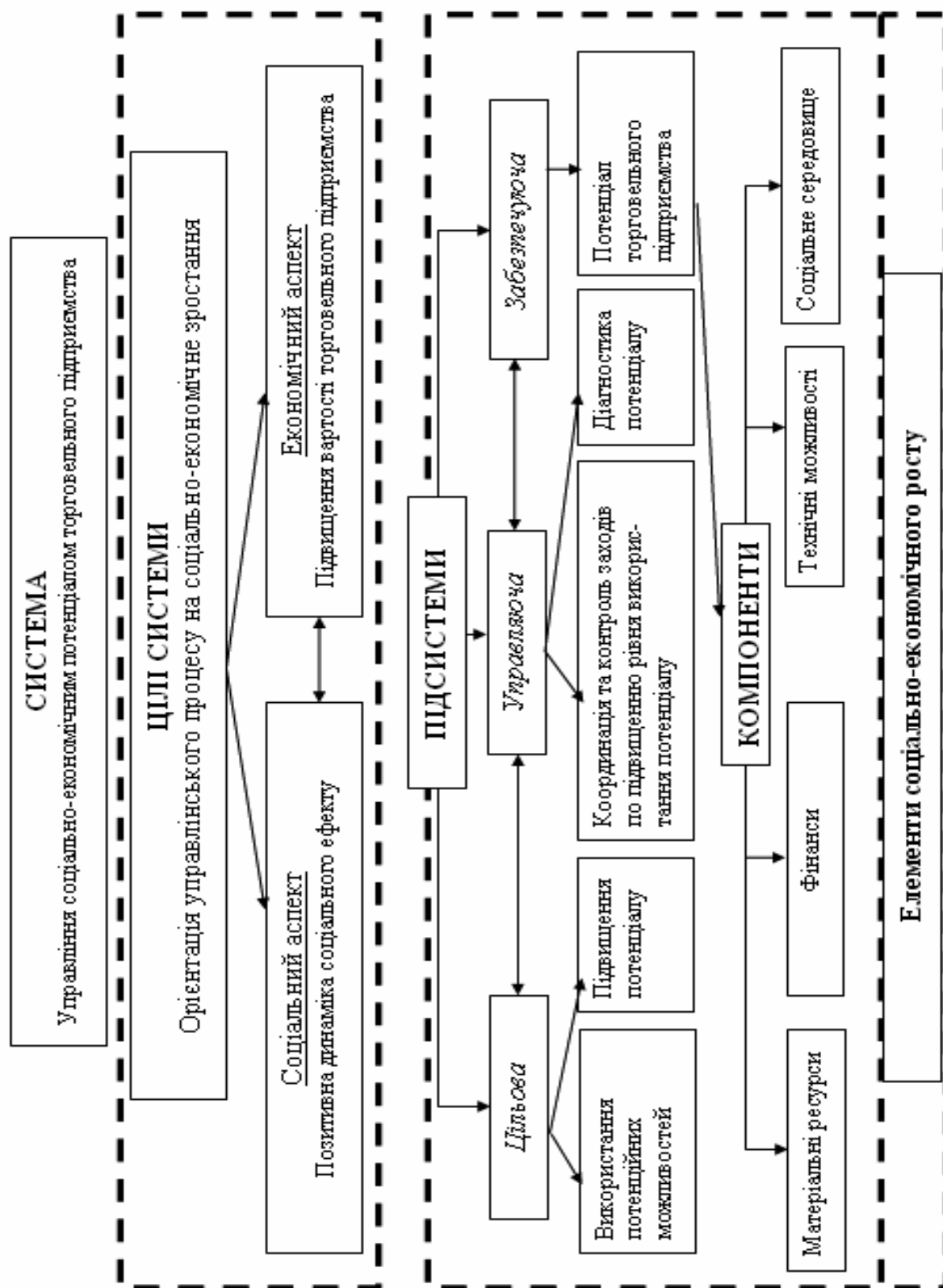


Рис. 2. Система управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства

Отже, виявлено, що поняття соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства є багатограним. Успішне функціонування сучасних торговельних підприємств не можливе без активного розвитку соціально-економічного потенціалу.

Соціальний та економічний потенціал можуть виступати окремими поняттями. Наукові погляди щодо цієї проблеми не мають єдиного спрямування [1-19]. Але діяльність торговельного підприємства буде ефективною тільки за умови комплексного використання соціально-економічного потенціалу.

Висновки.

Узагальнюючи зазначимо, що у даній статті нами досліджено термінологічний апарат, що пов'язаний з проблематикою управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства. Проведено порівняльний аналіз теоретичних підходів до визначення сутності поняття «економічний потенціал». Структуровано економічний потенціал торговельного підприємства та охарактеризовано його підсистеми, а також проаналізовано систему управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства.

Перспективним видається подальше дослідження щодо внеску системи управління соціально-економічним потенціалом у формування соціального капіталу торговельних підприємств.

Література.

1. Должанський І.З. Управлінням потенціалом підприємства : навч. посіб. / І.З. Должанський, Т.О. Загорний, О.О. Удалих. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 362 с.
2. Ващенко Н.В. Теоретичні підходи до визначення сутності та структури економічного потенціалу підприємства / Н.В. Ващенко // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2007. — № 28. — С. 41–44.
3. Зеркович І.О. Управление социальным потенциалом российских предприятий и оценка уровня его развития / И.О. Зеркович // Проблемы современной экономики. — 2006. — № 1 (25). — С. 74–81.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посіб. / Н.С. Краснокутська. — К. : ЦНЛ, 2005. — 352 с.
5. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посіб. — К. : Київ. нац. екон. ун-т, 1999. — 294 с.

6. Чумаченько Н.Г. Рынок и экономическая работа на предприятиях : Препр. докл. / Н.Г. Чумаченько // АН Украины, Ин-т экон. пром. – Донецк: – 1990. – С. 52;
7. Мосін В.Н. Основи економічного і соціального прогнозування / Під ред. В.Н. Мосіна, Д.М. Крука. — М. : 1985. — 200 с.
8. Мочалов Б.М. Економічний потенціал розвинутого соціалізму. / Під ред. Б.М. Мочалова. — М., 1982. — 205 с.
9. Плышевский Б.П. Потенциал инвестирования / Б.П. Плышевский // Экономист. — 1996. — № 3. — С. 24–29.
10. Тодосийчук А.М. Научно-технический потенциал социально-трудовой сферы / А.М. Тодосийчук // Экономист. — 1997. — № 12. — С. 36–47.
11. Цыгичко А.О. Сохранение и приумножение производственного потенциала страны / А.О. Цыгичко // Экономист. — № 7. — 1992. — С. 44–49.
12. Самоукин А.И. Потенциал нематериального производства / А.И. Самоукин. — М. : Знание, 1999. — 243 с.
13. Заруба В.Я. Управління соціальним потенціалом підприємства / В.Я. Заруба // Тези доповідей: XII Всеукр. наук.-метод. конф. «Проблеми економічної кібернетики», 2007. — С. 182–183.
14. Пярнитс Ю. Социальный ресурс и социальный потенциал хозяйственной организации / Ю. Пярнитс; Сб. науч. трудов республиканской науч.-практич. конференции «Социальный ресурс, методы его увеличения и рационального использования». — Ч. 1. — Таллин, 1987. — С. 14–18.
15. Астрединов Ю.Н. Система самоуправления трудового коллектива как важнейший принцип и метод формирования социального потенциала / Ю.Н. Астрединов // Сб. науч. трудов республиканской науч.-практич. конференции «Социальный ресурс, методы его увеличения и рационального использования». — Ч. 1. — Таллин, 1987. — С. 21–24.
16. Козирева О.В. Соціально-економічна спрямованість інноваційного розвитку підприємства : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук : спец. 08.09.01 «демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / О.В. Козирева, 2005. — 22 с.
17. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия : монография / Е.В. Лапин. — Сумы : ИТД «Университетская книга», 2002. — 310 с.
18. Добрикiна О.К. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посiб. / О.К. Добрикiна, В.С. Рижиков, С.В. Касьянюк. — К. : Центр учбової лiтерату-

ри, 2007. — 208 с.

19. Джаин И.О. Оценка трудового потенциала : монография / И.О. Джаин. — Сумы : ИТД «Университетская книга», 2002. — 250 с.