

УДК 339.37.003.13:334.735

В. С. Сімонова,
к. е. н., доцент

РОЗРОБКА СТРУКТУРИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

V. Simonova,
candidate of economic Sciences, associate Professor

DEVELOPMENT OF THE STRUCTURE OF THE SOCIO-ECONOMIC POTENTIAL OF TRADE ENTERPRISES OF THE CONSUMER COOPERATION OF UKRAINE

Статтю присвячено дослідженню та розробці структури соціально-економічного потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації України.

The article is devoted to research and development structure of the socio-economic potential of trade enterprises of the consumer cooperation of Ukraine.

Ключові слова: споживча кооперація, кооперативні принципи, соціальні ресурси, соціальна місія, соціальний потенціал, економічний потенціал, пайовий потенціал, соціально-економічний потенціал.

Key words: consumer cooperatives, cooperative principles, social resources, social mission and social potential, economic potential, mutual potential, socio-economic potential.

ВСТУП

Згідно із Законом України "Про споживчу кооперацію", споживча кооперація являє собою добровільне об'єднання громадян з метою спільного господарювання для поліпшення свого соціально-економічного становища. Споживча кооперація здійснює заготівельну, виробничу, торговельну та іншу діяльність, яка не заборонена чинним законодавством України, забезпечує соціальний та культурний розвиток села, народних промислів та ремесел, долучається до міжнародного кооперативного руху.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження теорії і практики формування конкурентного потенціалу підприємств торговельного обслуговування висвітлені у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених: Г. Азовєва, І. Ансоффа, А. Градова, Г. Багієва, Я. Базиліюк, Л. Балабанової, М. Білопольського, Б. Буркинського, Ф. Вірсема, А. Воронкової, В. Дикань, Н. Дробітько, С. Єрохіна, В. Перебийноса, П. Зав'ялова, Ю. Іванова, Ф. Котлера, Є. Лапіна, І. Отенко, М. Портера, О. Тридіда, А. Томпсон, Р. Фатхутдінова, Х. Фасхієва,

О. Челенкова, В. Шинкаренка, А. Юданова та ін.

Теоретичні та прикладні засади формування вітчизняного механізму функціонування організацій і підприємств споживчої кооперації заклали українські дослідники: М. Аліман, В. Апопій, С. Бабенко, П. Балабан, Г. Башнянін, В. Гончаренко, В. Зіновчук, О. Березін, А. Куценко, І. Маркіна, М. Барна, А. Молдаван, А. Шевченко, Ф. Хміль та ін.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Основною метою статті є дослідження та розробка структури соціально-економічного потенціалу торгівельних підприємств споживчої кооперації України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Споживча кооперація України — є самостійною соціально-економічною системою, яка являє собою підсистему економічної системи країни. Нею досягнуто рівноправної форми розвитку в концепції ринкових трансформацій економіки країни, різноманітності соціально-економічних структур та форм власності. Система споживкооперації України являє собою добровільне об'єднання громадян з метою спільного господарювання для того, щоб поліпшити свій економічний та соціального стан [6]. У даному визначенні відбивається соціальна місія системи — об'єднання громадян — споживачів з метою досягнення найбільш повного задоволення власних потреб у товарах та послугах шляхом здійснення заготівельної, виробничої, торгової та іншої діяльності.

Відмінною рисою споживчої кооперації відносно інших суб'єктів ринкових відносин є те що вона — некомерційна, самостійна соціально-орієнтована система, яка об'єднує пайовиків та споживачів, з моменту її створення [3, 5].

Слід відмітити, що впродовж двохсотрічної історії кооперативи виробили певні правила, які дозволяють їм працювати в інтересах своїх членів. Ці правила, водночас є засадними ідеями кооперативної діяльності. Їх перегляд або відмова від них загрожують переродженням кооперативів, тобто втратою ними ідентичності, перетворенням в іншу форму господарської організації, або й господарським крахом [3]. Ідеї, якими керуються кооперативи сприяючи, збереженню ідентичності, називають кооперативними принципами [1].

Кооперативні принципи ще раз підтверджують місію споживчої кооперації як соціально-

орієнтованої системи. Таким чином, роль споживчих кооперативів проявляється не тільки в покращенні економічного становища пайовиків, населення, але та в піклуванні за навколишнім середовищем (боротьба з безробіттям та бідністю, особливо в сільській місцевості).

У науковій літературі існують різні думки з приводу соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації [9]. З огляду на етимологічну сутність потенціалу для підприємств споживчої кооперації, соціально-економічний потенціал — це приховані можливості, нереалізовані резерви, які при зміні умов зовнішнього середовища можуть перейти із можливості в дійсність. Проте соціально-економічний потенціал без окреслення цілей його застосування не може існувати, бо будь-який потенціал, являє собою власне те, для чого є необхідними резерви і можливості, а саме для досягнення кінцевих результатів.

При визначенні цілей для споживчої кооперації як внутріекономічної системи характерним є поєднання двох підходів: неокласичного — прибутку та марксистського — задоволення потреб. Отже, особливістю підприємств споживчої кооперації є двоєдине визначення цілей, а саме: соціальне задоволення та господарська ефективність діяльності, які досягаються через механізм формування результатів.

Таким чином, результати діяльності споживчої кооперації формуються через взаємодію членів спільноти, що надає можливість вплинути на соціально-економічний потенціал, суттєво скорочуючи трансакційні витрати.

На нашу думку, встановлення взаємозв'язку соціально-економічного потенціалу підприємств споживчої кооперації та побудова його структурної побудови повинно враховувати основні аспекти проведення аналізу в рамках системного підходу:

1. Елементний аспект — дослідження структурної побудови соціально-економічного потенціалу; видів потенціалів; диференційованих характеристик потенціалів; рівня ефективності та продуктивності потенціалів.

2. Структурний аспект — визначення структурних характеристик системи потенціалів: типів зв'язків, кількісних та якісних взаємозалежностей.

3. Функціональний аспект — ідентифікація функцій потенціалів в системі розвитку споживкооперації; порівняльний аналіз функцій для виявлення подібних та відмінних рис; визначення функціональної структурної побудови потенціалу підприємств споживкооперації України.

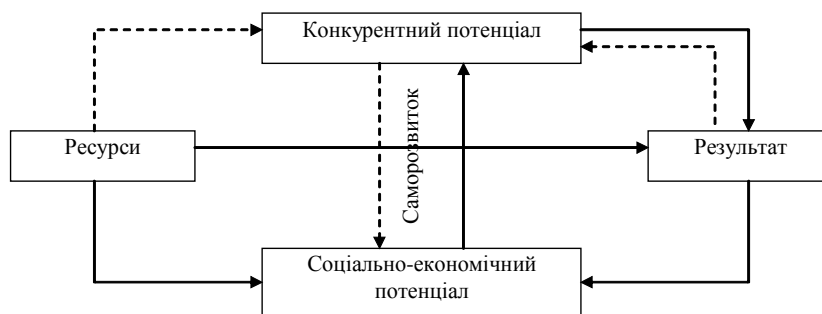


Рис. 1. Динамічна модель перетворення соціально-економічного потенціалу підприємств споживкооперації

4. Інтегративний аспект — виявлення наявності протиріч в системі потенціалів, засобів вирішення.

5. Комунікативний аспект — формування субординаційних та координаційних зв'язків системи потенціалів із зовнішнім стосовно споживкооперації середовищем; оцінка щільності цих зв'язків.

6. Історичний аспект — дослідження потенціалу споживкооперації через призму історичного його розвитку: визначення етапів формування та розвитку потенціалу; порівняльний аналіз визначених тенденцій з національними особливостями розвитку.

Нерозривний зв'язок соціально-економічного потенціалу з результатами діяльності підприємств споживчої кооперації графічно можна представити на основі побудови динамічної моделі перетворення соціально-економічного потенціалу у (рис. 1).

У процесі набуття конкурентних переваг споживчої кооперації України соціально-економічний потенціал набуває особливої актуальності.

Виконання соціальної місії споживчої кооперації у першу чергу залежить від підвищення її економічного потенціалу.

К. Раїцький вважає, що економічний потенціал являє собою сукупність основних виробничих фондів, оборотних засобів усіх галузей діяльності споживчої кооперації [7].

Як вважає І. Репіна [8], економічний потенціал характеризує кількість організацій, підприємств, галузей, їх обсяги, розміри кооперативної власності, ресурси основних фондів, оборотних засобів та праці, розмір одержаних доходів і прибутків.

Економічний потенціал споживчої кооперації, на наш погляд, являє собою спроможність системи при заданій величині локальних потенціалів створювати конкурентні переваги для задоволення споживчих потреб населення.

Якщо потенціал визначити як сукупну можливість окремих ресурсів забезпечувати досягнення цілей та формування конкурентних переваг споживчої кооперації, то компоненти економічного потенціалу варто розглядати у взаємозв'язку та взаємообумовленості.

Через те, що споживча кооперація є соціально-орієнтованою системою, в якій існує тісна взаємозалежність між соціальним та економічним потенціалом, можна переконливо стверджувати, що економічний потенціал споживчої кооперації є основою розвитку її соціального потенціалу.

Результати аналізу літературних джерел свідчать про відсутність чіткого визначення та різниці між поняттями "соціальні ресурси (база)", "соціальна місія" та "соціальний потенціал" [2, 10].

Деякі автори схильні вважати, що соціальні ресурси та соціальний потенціал — це тотожні поняття. Інші автори ототожнюють поняття соціальний потенціал та соціальну місію. Крім того існує думка, що соціальний потенціал складається із соціальних ресурсів (бази) та соціальної місії.

Взагалі, соціальний потенціал — дуже складна категорія. Поняття "соціальний капітал" більшою мірою досліджене та розглядається як набір суспільних відносин, який мінімізує затрати інформації в межах економічної (господарської системи), а таким чином, та транзакційні витрати.

Проблематика соціального потенціалу підприємств споживчої кооперації є новою та перспективною для вивчення. Праця, у яких досліджуються проблеми формування та реалізації соціального потенціалу підприємства, дуже мало. Однак передумови для вивчення цього феномена були закладені працях деяких учених.

Дослідники по-різному інтерпретують категорію "соціального потенціалу": деякі пов'язують із завданням вивчення концептуальних

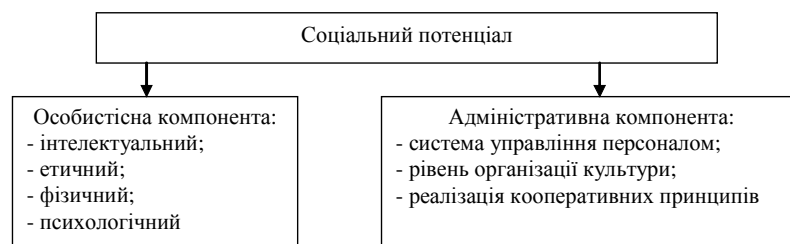


Рис. 2. Структура соціального потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації України

основ соціального потенціалу та соціального капіталу підприємства; інші вивчають її з погляду соціології підприємства, систематизуючи організаційні фактори у трудовому колективі.

Ми розглядаємо соціально-економічний потенціал через виявлення аспектів формування розвитку соціального потенціалу та рівень впливу економічних факторів на поведінку суб'єктів трудових та кооперативних відносин. Проблема соціального потенціалу є актуальною саме для підприємств системи споживчої кооперації, так як кожен її елемент можна розглядати як організацію. Крім того, соціальний потенціал у сучасних умовах для споживчої кооперації є важливою конкурентною перевагою, яка підвищує вимоги до роботи з персоналом, активізацію відділу кооперативно-масової роботи. Від рівня соціального потенціалу підприємств споживчої кооперації України залежить їх соціально-економічний потенціал, його ефективність (результативність).

Узагальнюючи думки попередніх дослідників, можна зробити висновок, що соціальні ресурси споживчої кооперації характеризують якісну сторону трудових ресурсів та членів кооперативів (пайовиків).

Соціальні ресурси, на нашу думку, цілком можливо розглядати у складі трудових ресурсів як самостійний вид ресурсів.

Зміст соціальної місії споживчої кооперації значно ширший за соціальні ресурси, бо містить в собі не тільки покращення умов праці, але й такі показники, як задоволення споживчих потреб населення та підвищення культури споживання; формування іміджу організації; створення додаткових робочих місць; підвищення рівня кооперування населення; економічний захист інтересів пайовиків та всього населення. Саме виконання соціальної місії характеризує споживчу кооперацію як соціально-орієнтовану систему.

Відповідно, соціальна місія використовується не тільки для розробки стратегічних цілей споживчої кооперації, а й для формування її культури. Соціальний потенціал, на нашу думку,

являє собою сукупність соціальних ресурсів та можливих економічних та соціальних результатів, отриманих шляхом їх ефективного застосування.

Соціальний потенціал має свій прояв через результат впливу економічних заходів на формування способу життя людини. Його критерієм — є задоволення соціальних потреб відповідно до ресурсів, які спрямовуються на досягнення даних цілей.

Структура соціального потенціалу включає дві основні компоненти особистісну та адміністративну (рис. 2).

Якщо економічний потенціал відображається через вартісні показники, які характеризують проміжні та кінцеві результати діяльності, то для виміру соціального потенціалу варто використовувати якісні показники. Критерії оцінки соціального потенціалу підприємств споживчої кооперації включають такі якісні показники: комфортність умов праці, рівень корпоративної дисципліни, рівень соціального забезпечення працівників (медичне обслуговування, житло, місця в дитячих установах та т. ін.) рівнем соціального інфраструктурного забезпечення, перспективи кар'єрного росту, затребуваність професійних знань, показник плинності кадрів, рівень активності пайовиків та їх вклад у розвиток споживчої кооперації.

Розгляд цих показників у динаміці надає можливість здійснити оцінку реальних можливостей розвитку торговельних підприємств споживчої кооперації України для підтримки високого рівня доходів та якості життя її пайовиків.

Узагальнюючи вищезазначене, ми розглядаємо соціальний потенціал торговельних підприємств споживчої кооперації як інтегральну характеристику, яка включає відносини та діяльність суб'єкта управління щодо створення умов та системи взаємодії, яка сприяє реалізації персоналом та пайовиками своїх знань, здібностей, компетенцій у реальну конкурентну перевагу відповідно до місії та стратегії споживчої кооперації України [4].

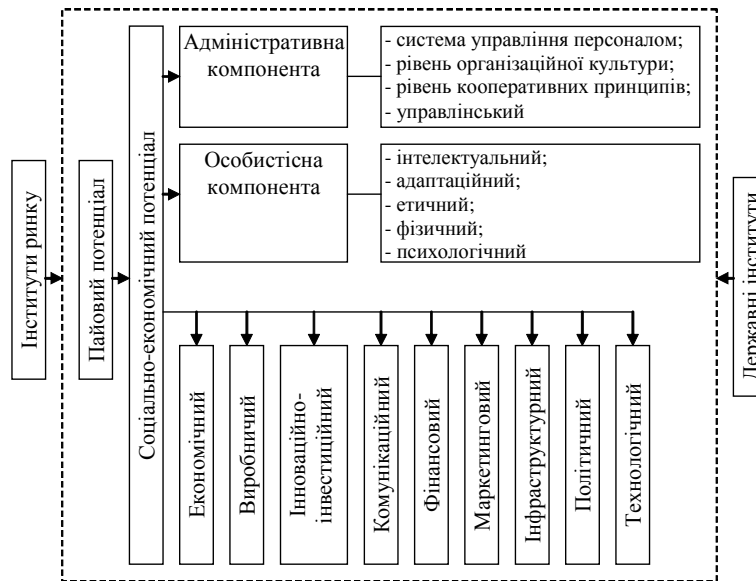


Рис. 3. Структура соціально-економічного потенціалу торгівельних підприємств споживчої кооперації України

Наявність між економічним та соціальним потенціалом прямих та зворотних зв'язків зумовлює те, що неминує формується певна відповідність між темпами їх зростання, має місце їх оптимізація. На основі зазначених зв'язків виникає такий вид потенціалу як соціально-економічний, що є похідною від двох вищезазначених видів потенціалу та поєднує їх властивості. Його критерій — досягнення максимальних результатів в розрахунку на обсяг сукупних ресурсів, якими забезпечується найбільш повне задоволення споживчих потреб населення.

Між соціальним та економічним потенціалами існує тісний зв'язок. Підвищення рівня економічного потенціалу позитивно чинить вплив на зростання рівня соціального потенціалу. Технічний прогрес є основним чинником, який чинить вплив на підвищення рівня економічного потенціалу. Він завжди зумовлює збільшення кваліфікаційної структури зайнятих та змістовності праці, а отже, зростанням потреб працівників, які обов'язково слід задовольнити. Тому навіть при безпосередньому економічному підході до потенціалу зростання його рівня так чи інакше забезпечуватиме соціальне вирівнювання та більш гармонійний розвиток працівника як особистості. Збільшення соціального потенціалу також неможливо без підвищення економічного. Водночас із розвитком суспільства зумовлює зростання потреб людей, зміну самої структури потреб та, відповідно, корегування діяльності різних суб'єктів господарювання, що є можливим тільки завдяки технічному прогресу,

а це, в свою чергу, зумовлює виникнення умов, які сприяють зростання соціального та економічного потенціалів.

Результатом реалізації соціально-економічного потенціалу є задоволення споживчого попиту, забезпечення зайнятості населення та підвищення доходів населення.

З огляду на позиції місію споживчої кооперації, соціально-економічний потенціал споживчої кооперації, можна визначити як сукупну спроможність локальних потенціалів (фінансового, інноваційно-інвестиційного, інфраструктурного, трудового, комунікаційного пайового та ін.), об'єднаних кооперативними принципами та структурною побудовою управління, реалізувати досягнення найвищої цілі — задоволення матеріальних та соціальних потреб членів споживачів, що, у свою чергу, сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності споживчої кооперації.

Пропонуємо узагальнену структуру соціально-економічного потенціалу торгівельних підприємств споживчої кооперації України, яка включає узагальнення всіх видів потенціалів, що сприятимуть формуванню конкурентних переваг системи кооперативного господарювання (рис. 3).

Досліджуючи потенціал як сукупну можливість окремих ресурсів забезпечувати досягнення цілі споживчої кооперації, ми розглядаємо кожен із компонентів не ізольовано, а системно. Лише завдяки тісній взаємодії в єдиній системі, ці компоненти дозволяють одержати інтегрований ефект.

ВИСНОВОК

Підсумовуючи вищезгадане можливо зробити висновок, що соціально-економічний потенціал обумовлений не тільки обсягом ресурсів, але і їх якістю, структурною побудовою та рівнем збалансованості структурних елементів, раціональністю їх застосування. Запропонована структура соціально-економічного потенціалу, дозволила визначити, що домінантою у функціонуванні споживчої кооперації є "пайовий потенціал". Завдяки використанню пайового потенціалу можливе одержання синергетичного ефекту підприємствами споживчої кооперації України. Через те, що економічний потенціал зростає внаслідок не тільки соціальної компоненти сукупного потенціалу будь-якої організаційної одиниці споживчої кооперації, а насамперед соціального потенціалу пайовиків (тобто посилюється ззовні). При цьому дуже важливо те, що через інститут власності узгоджуються інтереси особистості (споживача) та суспільні (членів кооперативу), цілі діяльності споживчого товариства гармонійно поєднуються (прибуток та задоволення потреб населення).

Література:

1. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 288 с. — (Серия "Высшее образование").
2. Аренков И.А. Бенчмаркинг и маркетинговые решения / И.А. Аренков, Е.Г. Багиев. — СПб.: СПбУЭФ, 1997. — 406 с.
3. Баллин Н.П. О русском кооперативном движении 70—80-х годов [19 в.] // Кооперация. Страницы истории: В 3 т. — М., 1999. — Т. 1, кн. 1. — С. 718—727.
4. Голубева Т.Г. Бенчмаркинг, как эффективный инструмент управления организацией / Т.Г. Голубева, О.Н. Елисеев // Качество. Инновации. Образование. — 2002. — № 1. — С. 60—62.
5. Право власності в споживчій кооперації України / за ред. В.І. Семчика. — К.: Інститут держави та права НАН України, 1996. — 203 с.
6. Про заходи щодо розвитку кооперативного руху та посилення його ролі в реформуванні економіки України на ринкових засадах: Указ Президента від 19 грудня 2000 р. // Офіційний вісник України. — 2000. — № 51. — С. 23—24.
7. Раицкий К.А. Экономика потребительской кооперации: учеб. для студ. вузов / К.А. Раицкий. — М.: Экономика, 1987. — 310 с.

8. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при президентові України. — 1998. — № 2. — С. 262—271.

9. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации / М.И. Туган-Барановский; ред. кол. Л.А. Булочникова и др. — М.: Экономика, 1989. — 496 с.

10. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд III; [пер. с англ.] — М.: Вильямс, 2002. — С. 139.

References:

1. Anykyn, B.A. (2007), "Autsorsynh y autstaffynh: vysokye tekhnolohyy menedzhmenta", [menedzhment], Seryia "Vysshee obrazovanye", Naukova dumka, Moskva, Rossyia.
2. Arenkov, Y.A. and Bahyev, E.H. (1997), "Benchmarkynh y marketynhovye reshenyia", [menedzhment], Naukova dumka, Sankt Peterburh, Rossyia.
3. Ballyn, N.P. (1999), "O russkom kooperativnom dvyzhenyy 70—80-kh hodov [19 v.]", Naukova dumka, Moskva, Rossyia.
4. Holubeva, T.H. (2002), "Benchmarkynh, kak effektivnyj ynstrument upravlenyia orhanyzatsyey", Kachestvo Ynnovatsyy Obrazovanye, vol. 1, pp. 60—62.
5. Semchuk, V. I. (1996), "Pravo vlasnosti v spozhyvchij kooperatsii Ukrainy", Instytut derzhavy ta prava NAN Ukrainy, Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.
6. Ukaz Prezydenta (2000), "Pro zakhody schodo rozvytku kooperativnoho rukhu ta posylennia joho roli v reformuvanni ekonomky Ukrainy na rynkovykh zasadakh", Ofitsijnyj visnyk Ukrainy, vol. 51, pp 23—24.
7. Raytskyj, K. A. (1987), "Ekonomyka potrebnytel'skoj kooperatsyy", [Ekonomyka], Naukova dumka, Moskva, Rossyia.
8. Repina, I. M. (1998), "Pidprijemnyts'kyj potentsial: metodolohiia otsinky ta upravlinnia", Visnyk Ukrain'skoi akademii derzhavnogo upravlinnia pry prezidentovi Ukrainy, vol. 2, pp. 262—271.
9. Tugan-Baranovskij, M. Y. (1989), "Sotsyal'nye osnovy kooperatsyy" [Ekonomyka], Naukova dumka, Moskva, Rossyia.
10. Tompson, A. A. (2002), "Stratehicheskyj menedzhment: kontseptsyy y sytuatsyy dlia analyza", [Menedzhment], Naukova dumka, Moskva, Rossyia.

Стаття надійшла до редакції 07.12.2013 р.