

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В статті обґрунтовується планування соціального потенціалу машинобудівного підприємства. Визначаються фактори, які впливають на розвиток соціального потенціалу, надалі вони поділяються на зовнішні та внутрішні. Формується мета планування соціального потенціалу з деталізацією її на оперативному, тактичному та стратегічному рівнях. Зображується соціальний потенціал в загальному вигляді.

In the article is showed the planning of social potential machine-building enterprise. The are indicated the factors, that have influence on the planning of social potential, they are detalized into the inner and outside. The goal of planning of social potential with detalization is formed on the operative, tactical and strategical levels. The social potential is showed in general and in graphics.

Постановка проблеми

В умовах посилення економічної конкуренції, підвищення економічного та виробничого ризиків завдяки кризі для створення високої ефективності управління машинобудівного підприємства та формування його конкурентного потенціалу, необхідним є формування високого рівня відповідальності та професіоналізму персоналу, його готовності розв'язувати складні завдання в епоху глобалізації.

Це зумовлює керівництво підприємств приймати міри з підвищення ефективності управління машинобудівними підприємствами на основі розвитку соціального потенціалу. Питання розвитку та оцінки промислового та економічного потенціалу машинобудівного підприємства є дослідженими [1, 2, 4]. На відміну від цього, проблематика розвитку та планування соціального потенціалу є недостатньо дослідженою.

Аналіз досліджень

Питання визначення та формування соціального потенціалу висвітлювали такі українські вчені як Полякова Е. І., Степанова І. С. У розвиток оцінки соціального потенціалу внесли вклад російські вчені Уткін Е. А., Іванов В. Н., Скляр Е. Н., Зверкович І. О.

Виклад основного матеріалу

За визначенням Полякової Е. І. [5, с. 15 – 20] соціальний потенціал підприємства – це рівень цивільної свідомості і соціальної зрілості, ступінь засвоєння працівником норм ставлення до праці, ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці, виходячи з ієрархії потреб людини. На відміну від українських вчених, російські вчені Скляр Е. Н., Зверкович І. О. наводять більш предметне визначення: «соціальний потенціал промислового підприємства состоит из двух взаимосвязанных компонентов: административного (условия формирования и развития социального потенциала) и личного (интеллектуальный, адаптационный, физический и другие потенциалы работника)» [6]. Але ці визначення ставлять на перше місце поняття, які досить складно виміряти, тим більше – спланувати (ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці) та не враховують ресурси, якими будуть задовольнятися ці соціальні потреби. Але ресурси якими будуть задовольнятися ці соціальні потреби можна виміряти та застосувати методи планування). Тому, на нашу думку, соціальний потенціал – це здатність підприємства до задоволення соціальних потреб і поліпшення соціальних умов персоналу підприємства та зовнішніх споживачів.

В загальному вигляді взаємодію ресурсів, якими будуть задовольнятися ці соціальні потреби та результату їх планування можна представити у вигляді:

$$E = f(Z, I, V, S), \quad (1)$$

де E – соціальний ефект; Z- виплати працівнику; I- наявність соціальної інфраструктури; V- витрати на соціальну інфраструктуру; S - наявні види страхування.

Але розвиток соціального потенціалу обмежується по грошовим коштам які можуть витратитися на складові, тому його можна представити в наступному вигляді

$$\left. \begin{array}{l} E \rightarrow \max \\ (Z + I + V + S) \leq R \end{array} \right\} \quad (2)$$

де R – витрати промислового підприємства на складові соціального потенціалу.

Першим етапом дослідження управління соціальним потенціалом є дослідження планування соціального потенціалу в процесі функціонування підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Планування соціального потенціалу активно впливає на діяльність підприємства, призводячи до певного результату, одночасно це планування визначають певні фактори, графічно цю взаємодію можна зобразити на рис. 1.

Наступним етапом дослідження є визначення факторів, які впливають на управління соціальним потенціалом. Склад факторів, які впливають на процес планування визначається функціонуванням

підприємства в ринковому середовищі, наявністю власників, трудового колективу та конкурентів. Ці фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні (рис. 2).

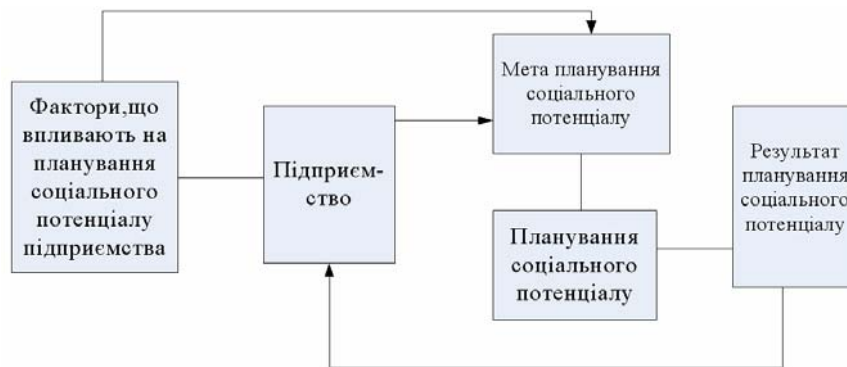


Рис 1. Планування соціального потенціалу підприємства в процесі взаємодії підприємства



Рис 2. Класифікація факторів впливу на планування соціального потенціалу машинобудівного підприємства

Охарактеризуємо склад цих факторів детальніше.

Тиск зі сторони працівників являє собою очікування від роботодавців надання їм матеріальних благ, послуг, переваг у праці. Ці очікування найбільш виражені у працівників великих та середніх підприємств, створених ще в радянські часи.

Тиск зі сторони конкурентів виступає рушійною силою планування соціального потенціалу в тих підприємствах, які змушені боротися на ринку праці за збереження кадрів потрібної їм кваліфікації.

Тиск зі сторони місцевого співтовариства являє собою очікування підтримки підприємством діяльності об'єктів соціальної сфери та розвитку міста, матеріальної допомоги пенсіонерам, малозабезпеченим верствам населення.

Підставою для таких очікувань виступають:

- 1) існуюча в українському суспільстві впевненість про нелігитимність проведеної приватизації, що надала сучасним власникам можливість отримувати прибутки з колишньої державної власності;
- 2) відповідальність, що покладається виключно на бізнес за утворені ринковою економікою соціальні проблеми.

Внутрішня мотивація власників та менеджерів підприємств до планування соціального потенціалу підприємства включає в себе як прагматичну так і моральну мотивацію. Прагматична мотивація реалізується в наступних напрямках соціальної політики: забезпечення відновлення необхідних підприємству кадрових ресурсів, створення позитивного іміджу підприємства в місті. Моральна мотивація визначається виключно нематеріальними причинами і особистими якостями керівників підприємства.

Конфігурація вищеперахованих факторів, які впливають на планування соціального потенціалу, складається по різному для підприємств з різноманітною історією та культурою, кадровим потенціалом. Наприклад для великих підприємств «з радянським минулим» тиск працівників, місцевого співтовариства, і влади є найбільш вираженим. Для підприємств другого типу, що виникли на «порожньому місці» і не пов'язані ніякими обов'язками характерним для планування соціального потенціалу є вплив конкурентів та внутрішньої мотивації. Наявність різних факторів, що впливають на планування соціального потенціалу підприємства і призводить до неоднозначного трактування поняття складових соціального потенціалу.

Соціальний потенціал підприємства неможна розглядати лише як просту сукупність ресурсів та можливостей їх застосування. Це комбінація ресурсів, що має додаткові переваги, завдяки ефекта

синергізма. В зв'язку з цим нарощування соціального потенціалу лежить не в площині простого збільшення його об'ємних характеристик, а глибокого структурно – компонентного їх взаємодоповнення, більш повного використання кожного з компонентів для підвищення ефективності управління.

Концептуальна схема управління розвитком соціального потенціалу машинобудівного підприємства на основі вищевикладеного представлена на рис 3:



Рис 3. Схема управління розвитком соціального потенціалу підприємства

Управління розвитком соціального потенціалу машинобудівного підприємства доцільно здійснювати за допомогою автоматизованої системи планування та оцінки соціального потенціалу. Ця система дозволить виконувати управління розвитком соціального потенціалу машинобудівного підприємства швидко і з найменшою кількістю помилок.

Висновки

Дана модель розвитку потенціалу, відображена формулами (1) та (2) має наступні властивості:

1) комплексно відображає стан задоволення соціальних потреб працівників, складові моделі мають однаковий грошовий вимірник, до цієї моделі можна застосовувати економіко математичні методи, в подальшому планування цієї моделі можна піддати автоматизації.

2) в подальшому за допомогою даної моделі можна проводити оцінку соціального потенціалу підприємства, незалежно від його розміру, але для цього повинна бути розроблена методика рейтингового оцінювання.

Література

1. Ареф'єва О.В., Герасимчук Н.А. Управління формуванням підприємництва. – К: Корпорація, 2006. – 227 с.
2. Ареф'єва О.В., Шнирко О.С. Суперечності розвитку як основне джерело загрози безпеці рівноваги економічних систем//Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 3. – С. 57 – 62.
3. Заруба В.Я. Концепція цінностей в управленні соціально-економічними системами // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти: Збірник наукових праць. Вип. 1 (5). – Харків: НТУ “ХП”, 2003. – С. 120 – 125.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: Формування та оцінка. – К: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. Полякова Е.І. Управління посиленням економічної безпеки підприємства за функціональною складовою – соціальний потенціал //Наукові праці ДОННТУ. Серія економічна. – Випуск 33. – 2008.
6. Скляр Е.Н., Зверкович І.О. Управление развитием социального потенциала промышленных предприятий // Вестник Брянского государственного университета. – № 1, 2008. – С. 76 – 81.
7. Уткин Э.А. Основы мотивационного менеджмента. – М.: ЭКМОС, 2000. – 352 с.

Надійшла 03.06.2009