

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В даній статті систематизовано методичні підходи різних авторів до оцінювання соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства. Наведено методи оцінювання джерел формування соціально-економічного потенціалу, а також досліджено матричну модель управління соціальним потенціалом торговельного підприємства.

In this article the methodical going of different authors is systematized near the evaluation of socio-economic potential of trade enterprise. The methods of evaluation sources forming of socio-economic potential, and also investigational matrix case of trade enterprise social potential frame, are resulted.

Ключові слова: соціально-економічний потенціал, оцінювання соціальних резервів та моделі управління соціальним потенціалом.

Постановка проблеми. Оцінювання соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства є складним завданням, адже це поняття складається з двох самостійних елементів – соціального та економічного потенціалів. Тема аналізу соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства як в комплексі, так і за його структурними елементами малодосліджена. Тому, доцільно визначити підходи до оцінювання кожної зі складових соціально-економічного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літературних джерел свідчить про те, що дослідження, які здійснювалися, дуже різнобічні. Так, у роботах [1, 2] розглядалися досить широке коло питань – від тих, що дозволяють на науковій основі діагностувати економічний потенціал підприємства, і до тих, що визначають управління соціальним потенціалом підприємства та оцінюють рівень його розвитку. І. Должанський, Т. Загорний, О. Удалих дослідили й детально описали теоретико-методологічні аспекти управління потенціалом підприємства [3]. Але питанням комплексного підходу щодо систематизації методичних підходів до оцінювання соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства поки що приділено недостатньо уваги. Тому **завдання даної статті** – систематизувати методичні підходи різних науковців до оцінювання соціально-економічного потенціалу, а також дослідити матричну модель управління соціальним потенціалом торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сучасна теорія та практика управління соціальним потенціалом торговельних підприємств не забезпечені відповідною методичною базою для створення привабливих умов діяльності кваліфікованого і працездатного персоналу, який може забезпечити досягнення певних цілей та вирішення складних виробничих завдань у нових умовах господарювання. Не існує єдиного методичного підходу до визначення рівня соціального потенціалу торговельного підприємства з урахуванням пріоритетності людського капіталу як головного в забезпеченні гармонійного функціонування торговельного підприємства у вигляді соціально-економічної системи.

Оцінювання рівня соціального розвитку підприємства можна реалізовувати у такій послідовності:

1. Постановка мети оцінювання та формування сукупності показників, що характеризують соціальний розвиток торговельного підприємства. Мета оцінювання повинна відображати інтереси як підприємства в цілому, так і кожного працівника окремо.

2. Формалізація часткових показників, що характеризують соціальне середовище торговельного підприємства.

3. Визначення рівня соціального розвитку торговельного підприємства за допомогою інтегрального показника. Інтегральний показник включає часткові показники за певними напрямками, що визначаються експертним методом та методом анкетування.

Розрахунки, пов'язані з аналізом управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства доцільно проводити з використання платформи MS Office – MS Excel. Це дозволить швидко розрахувати всі необхідні показники з найвищою точністю.

Інтегральний показник визначається за формулою [4, с. 12]:

$$III_c = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n ЧП_i, \quad (1)$$

де III_c – інтегральний показник, що характеризує соціальний розвиток торговельного підприємства;

$ЧП_i$ – часткові показники, що характеризують соціальний розвиток торговельного підприємства;

n – кількість часткових показників.

Також, вплив факторів діяльності на рівень розвитку соціального потенціалу торговельного підприємства пропонується досліджувати за допомогою кореляційно-регресійного аналізу з використанням *методу найменших квадратів*. Залежність досліджуваного показника від одного фактора у найбільш

спрощеному вигляді можна виразити алгоритмом: $y = a_0 + a_1 \cdot x$. Для визначення параметрів a_0 та a_1 використовується формула [5, с. 134]:

$$\begin{cases} \sum y = a_1 n + a_1 \sum x \\ \sum xy = a_0 \sum x + a_1 \sum x^2 \end{cases} \quad (2)$$

де n – кількість спостережень; y – результативний показник; x – факторний показник; a_0 та a_1 – сталі значення.

Показник a_1 називають також коефіцієнтом регресії, адже він показує на скільки зміниться значення результативного показника при зміні фактора на одиницю. Якщо його значення більше нуля – зв'язок між фактором і результативним показником прямий, якщо менше нуля – зворотній, якщо дорівнює нулю – відсутній.

Коефіцієнт кореляції визначається за формулою [5, с. 135]:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right) \cdot \left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}} \quad (3)$$

Коефіцієнт кореляції може коливатися в межах від -1 до 1. Він показує силу залежності результативного показника від фактора. Чим ближче це значення до 1 тим сильніший зв'язок.

Перевагою цього методу є можливість визначення впливу кількісних факторів на результативний показник, але суттєвим недоліком є те, що кількісних показників при оцінюванні соціального потенціалу використовується мало і тому адекватно здійснити оцінювання впливу усіх факторів на результативний показник неможливо. Тому цей метод може використовувати лише при оцінюванні певного фактора, який буде мати пріоритетне значення серед інших факторів.

Для визначення ефективності управління соціальним потенціалом доцільно здійснювати оцінювання прихованих соціальних резервів зростання ефективності управління торговельним підприємством з використанням методів експертного оцінювання, бальних оцінок та теорії класифікації.

Під соціальним резервом розуміються можливості, що не реалізуються в даний момент, але є у наявності (здібності, кваліфікація, компетенція, корпоративна культура). Для оцінювання соціального потенціалу досліджуємо соціальні резерви торговельного підприємства, що будуть зведені в таблицю. Для дослідження необхідна група експертів, яка буде сформована з працівників торговельного підприємства. Це дозволить в повному обсязі оцінити стан розвитку соціального потенціалу торговельного підприємства, адже рівень розвитку соціального потенціалу безпосередньо впливає саме на працівників підприємства, комфортність праці та рівень їх життя. Параметри, за якими буде проводитись експертне оцінювання, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Параметри оцінювання соціальних резервів торговельного підприємства

Соціальні резерви	Результати реалізації
1. Покращення системи стимулювання персоналу	1. Зростання продуктивності праці
	2. Збільшення кількості інноваційних розробок
	3. Приваблення на торговельне підприємство кваліфікованих кадрів
	4. Збереження на підприємстві кваліфікованих робочих кадрів
2. Підвищення соціальної захищеності працівників	5. Створення іміджу соціально відповідального торговельного підприємства
	6. Створення позитивного іміджу торговельного підприємства-роботодавця
	7. Підвищення психофізіологічного потенціалу персоналу, що призведе до зниження втрат робочого часу через хвороби тощо
3. Нагромадження людського капіталу	8. Зниження плинності кадрів
	9. Вдосконалення структури персоналу

Соціальні резерви	Результати реалізації
	10. Підвищення професійно-кваліфікаційного та збільшення інтелектуального капіталу персоналу
	11. Підвищення рівня трудової дисципліни
4. Підвищення рівня корпоративної культури	12. Покращення інформаційного обміну на торговельному підприємстві
	13. Покращення соціально-трудова відносин між адміністрацією та персоналом
	14. Покращення соціально-психологічного клімату в колективі
	15. Поліпшення соціально-побутових умов праці
5. Вдосконалення політики в галузі охорони праці та виробничої безпеки	16. Зниження рівня травматизму та нещасних випадків, а також професійних захворювань
	17. Підвищення рівня екологічної безпеки

Дані параметри дозволять проаналізувати якісні показники соціального розвитку, та представити їх у вигляді бальних значень. Параметри оцінювання соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства представлені по групах соціальних резервів та результатах їх реалізації.

На основі цих груп оцінок побудуємо матричну модель управління соціальним потенціалом торговельного підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Матрична модель управління соціальним потенціалом торговельного підприємства

Кожна з моделей має свої особливості (табл. 2). Для реалізації заходів по розвитку соціального потенціалу торговельного підприємства необхідно використовувати програмно-цільовий підхід.

Перевагою даного методу є можливість кількісного оцінювання якісних показників, але отримані результати можуть бути недостатньо точні та занадто суб'єктивні. Головна проблема полягає у пошуку кваліфікованих та об'єктивних експертів та розробці анкети з оптимальним набором питань.

При розгляді питань стратегічного планування виникає проблема оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства. Економічний потенціал є основним джерелом, що забезпечує діяльність торговельного підприємства і надає можливість росту, а також є матеріальним і фінансовим джерелом розвитку соціального потенціалу торговельного підприємства. Визначення поняття економічного потенціалу набуває певного значення також у зв'язку з необхідністю розробки підходів до оцінювання рівня економічної безпеки торговельних підприємств. Безсумнівно, що підвищення потенціалу торговельного підприємства веде до зростання його економічної безпеки. Таким чином, особливого значення набуває питання вибору інструментарію оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства, що дозволить визначити внутрішні можливості й приховані резерви суб'єкта господарювання з метою підвищення ефективності його діяльності.

В залежності від підходу до визначення сутності економічного потенціалу, виділяють різні напрями оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства.

Характеристика моделей управління соціальним потенціалом торговельного підприємства

№ пор.	Моделі	Характеристика ситуації	Напрямок вдосконалення
1.	Модель А	Є характерною для більшості торговельних підприємств на яких відсутня позитивна динаміка в розвитку всіх сфер управління. При цьому спостерігається низька продуктивність праці	Кардинальна зміна менеджменту і цільових установок розвитку, зміна пріоритетів в соціальних і кадрових програмах
2.	Модель Б	Характерна для торговельних підприємств персонал яких працює напружено але не ефективно. Низький рівень механізації виробничих процесів, є випадки порушення трудового законодавства, низький рівень заробітної плати	Необхідно приділити увагу підвищенню ефективності управління торговельним підприємством. Напрями програми розвитку соціального потенціалу: розвиток персоналу, вдосконалення системи мотивації
3.	Модель В	Характерна для торговельних підприємств, що працюють ефективно за рахунок сприятливої ринкової кон'юнктури, монопольного положення на ринку.	Реалізація програми розвитку соціального потенціалу. Пріоритетні напрями програми: інвестування в професійний та культурний розвиток персоналу; розвиток соціальної інфраструктури та зміну системи мотивації
4.	Модель Г	Характерна для торговельних підприємств з сильним менеджментом і оптимальним підходом до використання соціального потенціалу	Збереження темпів розвитку

Російський науковець Є. Лапін ототожнює поняття економічний і виробничий потенціал та пропонує здійснювати аналіз економічного потенціалу на основі [5, с. 47]:

1) аналізу забезпеченості торговельного підприємства основними засобами та ефективності їх використання;

2) аналізу забезпеченості торговельного підприємства людським капіталом;

3) аналізу матеріальних ресурсів торговельного підприємства.

Тоді як інші вчені Г. Митрофанов, Г. Кравченко та О. Большакова рекомендують здійснювати аналіз економічного потенціалу за такими напрямками [6, с. 301]:

1) загальний аналіз економічного потенціалу торговельного підприємства (на основі даних фінансової звітності торговельного підприємства);

2) оцінювання фінансової стійкості;

3) оцінювання платоспроможності;

4) аналіз ефективності використання економічного потенціалу торговельного підприємства (на основі показників рентабельності та ділової активності).

При аналізі економічного потенціалу необхідно враховувати й сучасні умови господарювання вітчизняних торговельних підприємств, а це і можливість: швидко адаптуватись до змін ринкового середовища й уникати необґрунтованого ризику, приймаючи управлінські рішення щодо ефективного використання всіх наявних виробничих ресурсів; збільшення обсягів реалізації товарів й послуг; дотримання обраної стратегії. Тому аналіз економічного потенціалу торговельних підприємств доцільно здійснювати на основі діагностики забезпеченості підприємства основними засобами та людським капіталом, а також проведенні аналізу матеріальних ресурсів і витрат підприємства.

Можливість виживання торговельного підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності і стійкого фінансового становища. Тому одним з важливих етапів роботи з розробки стратегії діяльності торговельного підприємства є аналіз його економічного потенціалу з точки зору визначення складу і структури активів та джерел їх фінансування, пошук шляхів і кількісне обчислення резервів поліпшення структури економічного потенціалу та забезпечення на цій основі фінансової стійкості та платоспроможності торговельного підприємства. Можна запропонувати наступні напрями аналізу економічного потенціалу торговельного підприємства:

1) загальний аналіз економічного потенціалу торговельного підприємства (на основі даних фінансової звітності торговельного підприємства);

2) оцінювання фінансових показників (ліквідності, рентабельності, фінансової стійкості);

3) оцінювання за критерієм «можливість залучення додаткового капіталу» (на основі розрахунку показників оцінювання кредитоспроможності і комерційної репутації торговельного підприємства);

4) оцінювання за критерієм «наявності ефективної системи управління фінансами» (на основі експертного оцінювання).

Такий підхід дозволяє провести оцінку ринкової вартості торговельного підприємства, яка визначається вартістю майна підприємства, дослідити джерела фінансування, як основи формування активів торговельного підприємства, оцінити розміщення та ефективність використання фінансових ресурсів торговельного підприємства. На основі узагальнених результатів даного аналізу, менеджери, з урахуванням специфіки торговельної діяльності підприємства, зможуть розробити стратегію розвитку і функціонування торговельного підприємства з метою максимізації прибутку і попередження фінансової кризи на підприємстві. Узагальнення як вітчизняних, так і закордонних наукових досліджень дозволили сформувати

типологію принципів, концепцій та методів оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства (табл. 3).

Таблиця 3

Принципи, концепції та методи оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства

Принципи оцінювання економічного потенціалу	Концепції оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства (залежно від базового критерію оцінювання)				
	Ресурсна		Порівняльна		Результатна
- системності; - узгодженості; - варіантності; - оптимальності; - комплексності; - адекватності; - ефективності	визначення економічного потенціалу торговельного підприємства виходячи з суми витрат на його формування та використання		визначення економічного потенціалу торговельного підприємства на базі порівняння з аналогами		Визначення економічного потенціалу торговельного підприємства за розміром чистого потоку економічних результатів від його використання
Групи методів оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства					
Методи непрямого оцінювання			Методи прямого оцінювання		
непряме оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства проводиться з використанням фактичних значень показників, які характеризують результати його роботи			пряме оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства – це оцінювання можливостей підприємства в майбутньому		
Методи оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства та його складових					
Експертний метод	Бальний метод	Рейтинговий порівняльний аналіз	Метод аналогій	Факторний аналіз	Методи математичного програмування

Слід зазначити, що використання того або іншого методу залежить від обраного підходу, цілей оцінювання, виду і повноти вихідної інформації, специфіки складових елементів економічного потенціалу торговельного підприємства, що оцінюються, та інших чинників. Доведено, що зміна вартості активів торговельного підприємства є найбільш прийнятним показником як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах, оскільки враховує перспективи функціонування не лише окремого підприємства та конкретної галузі, але й економіки країни в цілому. Управління вартістю активів з метою її зростання у довгостроковій перспективі дозволяє торговельному підприємству максимально задовольнити інтереси власників, визначити оптимальні стратегічні напрямки розвитку та сформувавши систему управлінських заходів, що сприяють досягненню поставлених цілей.

Нижче наведені та обгрунтовані теоретичні та методичні підходи до оцінювання основних складових економічного потенціалу торговельного підприємства: кадрового, виробничого та організаційно-управлінського.

Кадровий потенціал визначається сукупною можливістю персоналу торговельного підприємства реалізувати свої фізичні, інтелектуальні, соціальні і духовні здібності у процесі господарської діяльності в конкретних соціально-економічних умовах. На кадровий потенціал впливає сукупність демографічних, соціальних, економічних, організаційних чинників, які визначають відтворювальний процес кадрового потенціалу торговельного підприємства, тобто його формування, розподіл і використання. Аналіз методів вартісного оцінювання кадрового потенціалу дозволив виділити два принципових підходи – витратний і результатний. Взаємозв'язок індивідуального трудового потенціалу окремого працівника і кадрового потенціалу колективу загалом виявляється через властивості синергізму складних систем. Тому кадровий потенціал колективу торговельного підприємства вищий за суму індивідуальних потенціалів окремих працівників.

Виробничий потенціал торговельного підприємства розглядається як сукупна спроможність виробничих активів підприємства продукувати споживчу вартість. Основними характерними ознаками виробничого потенціалу торговельного підприємства з позицій системного підходу є такі: цілісність, складність, взаємозамінність, альтернативність його елементів, упорядкованість, спроможність до розвитку та гнучкість.

Організаційно-управлінський потенціал торговельного підприємства характеризується спроможністю його системи управління забезпечити стійку позицію підприємства на ринку та його економічний розвиток. Організаційно-управлінський потенціал залежить від ступеня оптимальності організаційної структури управління торговельним підприємством, рівня організації виробництва і праці, прогресивності методів управління. Аналіз підходів до оцінювання організаційно-управлінського потенціалу торговельного підприємства показав, що вони носять суб'єктивний характер і не позбавлені недоліків при співставленні різних показників, що викликає труднощі при розрахунку і порівнянні як

локальних характеристик, так і загального інтегрального економічного потенціалу торговельного підприємства.

Передумовою реалізації науково-методичних підходів до оцінювання економічного потенціалу торговельного підприємства є інформаційне забезпечення. Методику вартісного оцінювання складових економічного потенціалу торговельного підприємства наведено нижче. Основними етапами оцінювання є [7, с. 17–19]: визначення фондового потенціалу, потенціалу персоналу та загального обсягу економічного потенціалу.

Фондовий потенціал підприємства визначається за формулою:

$$\Phi\Pi = \Phi \cdot E_n, \quad (4)$$

де Φ – середньорічна вартість основних виробничих фондів;
 E_n – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.
 Нормативний коефіцієнт складає 0,25.
 Потенціал оборотних фондів (OP) визначається за формулою:

$$OP = M \cdot K_m, \quad (5)$$

де M – річний обсяг матеріалів; K_m – коефіцієнт витягу товарів й послуг з ресурсної маси, який визначається відношенням вартості матеріальних ресурсів, використаних на виробництво товарів й послуг, до загальної вартості матеріальних ресурсів, спожитих торговельним підприємством.

Потенціал нематеріальних активів (HP) визначається за формулою:

$$HP = \sum_{i=1}^n (H_e \cdot E_n), \quad (6)$$

де H_e – експертна оцінка вартості нематеріальних активів та вартість землі, яка вираховується згідно з методикою, прийнятою на державному рівні.

При розрахунку потенціалу персоналу спочатку проводиться оцінювання живої праці (тобто одного працівника) встановленням його фондового аналога у вартісному обчисленні за формулою:

$$A = \Pi_n \cdot \left(\frac{\Delta\Phi_o}{\Delta\Pi_n} \right), \quad (7)$$

де A – оцінка одиниці живої праці; Π_n – продуктивність праці одного працівника; $\Delta\Phi_o$ – збільшення фондоозброєності праці одного працівника у базовому періоді; $\Delta\Pi_n$ – збільшення продуктивності праці одного працівника у базовому періоді.

Величина потенціалу персоналу ($ППП$) буде визначена за формулою:

$$ППП = A \cdot Ч \cdot H_m, \quad (8)$$

де $Ч$ – середньорічна чисельність персоналу; H_m – коефіцієнт реалізації потенціалу персоналу, що приймається на рівні нормативу ефективності капітальних вкладень.

Розмір економічного потенціалу (EP) вираховується як сума його складових частин та розраховується за формулою:

$$EP = \Phi\Pi + OP + HP + ППП. \quad (9)$$

Для оцінювання ефективності управління економічним потенціалом торговельного підприємства доцільно розрахувати індикатор ефективності використання економічного потенціалу на основі валового прибутку та сумарного економічного потенціалу. Валовий прибуток використано з огляду на те, що торговельне підприємство використовує економічний потенціал для збільшення обсягів діяльності, а валовий прибуток і є тим рівнем використання економічного потенціалу, що не враховує витрати, що пов'язані з виробництвом та реалізацією товарів й послуг.

Індикатор ефективності економічного потенціалу (IE_{en}) торговельного підприємства розраховується за формулою:

$$IE_{en} = \frac{ВП}{EP_p}, \quad (10)$$

де $ВП$ – валовий прибуток; $ЕП_p$ – річна величина економічного потенціалу.

При кількісному порівнянні валового прибутку та економічного потенціалу можуть мати місце три ситуації:

1. $IE_{en} = 1$. Валовий прибуток дорівнює реалізованим ресурсам. Така ситуація виникає досить рідко.
2. $IE_{en} < 1$. Це свідчить про неефективне використання економічного потенціалу торговельного підприємства.

3. $IE_{en} > 1$. Економічний потенціал торговельного підприємства використовується ефективно.

Ефективність використання економічного потенціалу можна розглядати як результат якісних структурних змін у діяльності торговельного підприємства, соціально-економічних зрушень за певний відрізок часу.

Джерелами формування соціально-економічного потенціалу підприємства є власні та залучені ресурси торговельного підприємства. Для оцінювання джерел формування соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства доцільно використати показники фінансового стану підприємства. До цих показників належать [8, с. 40]:

1. Коефіцієнт абсолютної (термінової) ліквідності визначають за балансом як відношення суми грошових коштів і короткострокових фінансових вкладень (сума рядків 220–240 балансу) до короткострокових (поточних) зобов'язань (рядок 620 – усього за розділом IV пасиву). Він характеризує, наскільки короткострокові (поточні) зобов'язання можуть бути негайно погашені швидколіквідним майном. Нормативне значення цього показника 0,2–0,25. Цей показник має важливе значення для постачальників і банків, які кредитують підприємство;

2. Проміжний коефіцієнт покриття (ліквідності) визначають за балансом як частку від ділення суми грошових коштів і дебіторської заборгованості (сума рядків 150–250) до короткострокових зобов'язань (рядок 620 – усього за розділом IV пасиву). Він показує наскільки короткострокові зобов'язання можуть бути погашені за рахунок грошових коштів, а також дебіторською заборгованістю. Нормативне значення цього показника 0,5–0,7, а за визначенням окремих економістів – не менше 0,7–0,8 [3, с. 241].

3. Загальний коефіцієнт покриття (поточний коефіцієнт ліквідності) визначають за балансом як відношення вартості оборотних активів (рядок 260 – усього за розділом II активу) до короткострокових зобов'язань (рядок 620 – усього за розділом IV пасиву). Він характеризує наскільки обсяг поточних зобов'язань за кредитами і розрахунками торговельного підприємства може погашатись за рахунок всіх мобілізованих оборотних активів. Нормативне значення цього показника 1,0–2,0, а за визначенням окремих економістів – не менше 2,0–2,5. Найнижча межа забезпечує покриття оборотними активами короткострокових зобов'язань підприємства. Значне перевищення оборотних активів розміру короткострокових зобов'язань також не бажане і свідчить про неефективне використання торговельним підприємством свого майна.

4. Коефіцієнт власності (автономії) визначають відношенням власного капіталу (власного майна) (рядок 380) до загальної суми майна торговельного підприємства (рядок 280). Цей показник свідчить про частку коштів власного капіталу у активах і має важливе значення для інвесторів та кредиторів. Нормативне значення цього показника більше 0,7, а за визначенням окремих економістів – не менше 0,5.

5. Коефіцієнт залучених коштів (залученого капіталу) визначається відношенням залучених коштів (рядок 430 + рядок 480 + рядок 620) до загальної вартості майна (рядок 280). Він характеризує структуру майна торговельного підприємства у частині залученого майна і може бути визначений вирахуванням із одиниці коефіцієнта власності. Нормативне значення цього показника не більше 0,3.

6. Коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів визначають діленням залучених коштів (рядок 430 + рядок 480 + рядок 620) на власні (рядок 380). Він показує, скільки залучених коштів припадає на 1 грн власних. Нормативне значення цього показника менше 0,7, а за визначенням окремих спеціалістів – не більше 1,0 [3, с. 242].

7. Коефіцієнт мобільності (маневреності) власних коштів визначають як частку від ділення власних оборотних активів (розрахункова величина, рядок 260 – рядок 620) до загальної величини власних коштів (власного капіталу) (рядок 380). Нормативне значення цього показника – 0,2–0,5. Верхня межа показника характеризує великі можливості торговельного підприємства для фінансової маневреності.

8. Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними активами визначають як відношення власних оборотних активів (рядок 260 – рядок 620) до загальної суми оборотних активів (рядок 260). Нормативне значення цього показника не менше 0,1. При меншому значенні цього показника структура балансу визнається незадовільною, а торговельне підприємство неплатоспроможним.

Також, при оцінюванні джерел формування соціально-економічного потенціалу використовуються показники фінансової стійкості та рентабельності.

Отже, найбільш доцільно аналізувати кожен складову соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства окремо (соціально та економічну), і виходячи вже з проаналізованих даних визначити загальний рівень використання соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства. Вагомим фактором впливу на соціально-економічний потенціал торговельного підприємства є зовнішнє середовище діяльності, тому обов'язковою умовою аналізу соціально-економічного потенціалу є

діагностика ринку, на якому діє підприємство.

Висновки. Узагальнюючи зазначимо, що у даній статті нами систематизовано методичні підходи різних авторів до оцінювання соціально-економічного потенціалу торговельного підприємства. Наведено методи оцінювання джерел формування соціально-економічного потенціалу, а також досліджено матричну модель управління соціальним потенціалом торговельного підприємства. Вищезазначений інструментарій є найбільш прийнятним для подальшого дослідження процесу управління соціально-економічним потенціалом торговельного підприємства.

Література

1. 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.
2. Зеркович И.О. Управление социальным потенциалом российских предприятий и оценка уровня его развития / И.О. Зеркович // Проблемы современной экономики. — 2006. — № 1 (25). — С. 74–81.
3. Должанський І.З. Управлінням потенціалом підприємства : [навч. посіб.] / І.З. Должанський, Т.О. Загорний, О.О. Удалих. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 362 с.
4. Авдеенко В.Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В.Н. Авдеенко, В.А. Котлов. — М. : Экономика, 1989. — 423 с.
5. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия : [монография] / Е.В. Лапин. — Сумы : ИТД «Университетская книга», 2002. — 310 с.
6. Митрофанов Г.В., Фінансовий аналіз : [навч. посібник] / Г.В. Митрофанов, Г.О Кравченко, О.Ю. Большакова. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. — 301 с.
7. Скоробогата Л.В. Оцінка та технології обліку економічного потенціалу діяльності підприємств : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Л.В. Скоробогата, 2005. — 20 с.
8. Хорев А.И. Системное управление потенциалом социально-экономического роста предприятия / А.И. Хорев // «ФЕС» (Финансы, экономика, стратегия). — 2008. — № 8 (49). — С. 39–42.

Надійшла 12.10.2010

УДК 65

Л. О. ЛАЗАРЕНКО

Хмельницький національний університет

СУЧАСНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті висвітлюється сучасна модель управління підприємством, яка ґрунтується на бізнес-процесному підході. Розглядаються основні елементи і методи цього підходу, особливості застосування.

The article looks at the essence of modern model of enterprise management, which is based on the process approach. It also examines the basic elements and methods of this approach, peculiarities of its use.

Ключові слова: модель, метод, підхід, процесний, елемент.

Постановка проблеми. В теорії і практиці управління (менеджменту) підприємством обґрунтовуються й апробуються різні підходи до управління підприємствами – ситуаційний, функціональний, процесний. Найбільш розповсюдженим є функціональний підхід й відповідна функціональна модель побудови системи управління. Практика роботи підприємств в умовах жорсткої конкуренції показує, що функціональний підхід до управління часто призводить до втрати сталості розвитку господарюючих суб'єктів з-за ряду причин, а саме: зниження цілеспрямованості управління й переважно короткострокових цілей на шкоду стратегічним; скорочення активності інноваційних процесів; недостатньої координації функцій виробництва, маркетингу, логістики. Сучасні умови господарювання вимагають, щоб діяльність управлінського апарату підприємств пристосовувалася до вимог динамічного ринкового середовища.

В останні роки у країнах з розвинутою ринковою економікою спостерігається перехід від функціонального до процесного методу, за якого базовими принципами є: спрямованість на покращення якості продукції і задоволення потреб споживача; взаємна відповідальність за результати господарської діяльності всіх управлінських ланок; ефективна система мотивації персоналу; зниження значимості бюрократичного механізму. Йдеться про орієнтацію на бізнес-процеси.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Слід зазначити, що за останнє десятиліття висвітлювались різні підходи та моделі побудови систем управління підприємствами в ринкових умовах господарювання. Дослідженням цієї проблеми займалися й займаються такі авторитетні закордонні та вітчизняні вчені-економісти: Андерсен Б., Друкер П.Ф., Єфремов В.С., Ойхман Е.Г., Попов Е.В., Романова