

Список літератури

1. Маршалл А. Принципы экономической науки : [пер. с англ.] / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – 594 с.
2. Самуэльсон П. Экономика. В 2 т. Т. 2 : [пер. с англ.] / П. Самуэльсон. – М. : НПО «Алгон» ВНИИСИ, 1992. – 415 с.
3. Макконелл Кемпбелл Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т. Т.2 : [пер. с англ.] / Р. Макконелл Кемпбелл, Л. Брю Стэнли. – М. : Республика, 1992. – 400 с.
4. Азарян Е. М. Рекламные стратегии предприятий ресторанного хозяйства : монография / Е. М. Азарян, О. В. Сушко. – Донецк : ДонНУЭТ, 2007. – 152 с.
5. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : КНТЕУ, 2007. – 465 с.
6. Шталь Т. В. Маркетингові стратегії підприємств ресторанного господарства : монографія / Т. В. Шталь. – Харків : ХДУХТ, 2011. – 274 с.
7. Антонова В. А. Ресторанный бизнес: механизм и эффективность управления стратегическим развитием : монография / В. А. Антонова. – Донецк. – ДонНУЭТ, 2009. – 277 с.
8. Власова Н. А. Особенности спроса и предложения на рынке продукции общественного питания / Н. А. Власова, А. Ю. Лурье, О. Е. Чатченко // Коммунальное хозяйство городов. Сер. Эконом. науки : сб. науч. труд. – Киев : Техніка, 2001. Вып. 34. – С. 258–263.

Отримано 01.08.2013. ХДУХТ, Харків.

© М.В. Чорна, О.С. Чатченко, 2013.

УДК 658.821

Н.О. Власова, канд. екон. наук, проф.

І.Ю. Мелушова, канд. екон. наук, доц.

В.Ю. Андросов, асп.

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Визначено взаємозв'язок та особливості категорій «конкурентоспроможність» та «трудоий потенціал» у сучасних умовах господарювання на рівні торговельних підприємств. Досліджено особливості прояву даних категорій у сучасних умовах стрімких змін та розвитку торговельної галузі.

Определена взаимосвязь и особенности категорий «конкурентоспособность» и «трудовой потенциал» в современных условиях хозяйствования на уровне торговых предприятий. Исследованы особенности проявления данных категорий в современных условиях стремительных изменений и развития отрасли торговли.

The interrelation and peculiarities of the categories "competitiveness" and "labour potential" under modern conditions of managing at the level of trade enterprises is determined. The peculiarities of manifestation of these categories under modern conditions of rapid changes and development of the trade branch are investigated.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Підсистема управління трудовим потенціалом є невід’ємною частиною загальної системи управління підприємством, основною метою якої є забезпечення вигід власників та реалізація короткострокових та довгострокових цілей сталого розвитку в контексті конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та економічної безпеки.

В умовах сучасного ринку успішність діяльності підприємств дедалі більше залежить від їх трудового потенціалу. Посилення конкуренції на ринку товарів та послуг зумовлює необхідність зміцнення взаємодії конкурентоспроможності з трудовим потенціалом, що особливо важливо для підприємств торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями категорій «конкурентоспроможність» та «трудовий потенціал» займаються протягом уже значного часу багато зарубіжних та вітчизняних учених. Особливості їх прояву у торговельній галузі висвітлені в працях В.В. Апопія, І.О. Бланка, Л.В. Балабанової, П.Ю. Балабана, Н.С. Краснокутської, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, М.В. Чорної та ін.

Разом із тим, в економічній теорії та практиці недостатньою мірою досліджено окремі аспекти взаємозв’язку трудового потенціалу та конкурентоспроможності торговельних підприємств. На наш погляд, в сучасних умовах стрімких змін та розвитку торговельної галузі особливості прояву даних категорій потребують подальшого вивчення.

Мета та завдання статті. Мета полягає у визначенні деяких особливостей категорій «конкурентоспроможність», «трудовий потенціал» та їх взаємодії в сучасних умовах господарювання на рівні торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній науці та теорії менеджменту розуміння поняття «конкуренто-

спроможність підприємства», механізмів та факторів її формування змінювалося в часі, що зумовлено об'єктивними процесами розвитку виробництва й економічних відносин.

Одна група авторів розглядає конкурентоспроможність підприємства з точки зору його здатності випускати конкурентоспроможну продукцію, тобто здатності задовольняти конкретні зовнішні потреби краще, ніж інші аналогічні суб'єкти ринку [1]. Так, Х.А. Фасх'єв подає конкурентоспроможність як оцінену споживачем властивість об'єкта перевершувати у визначений момент часу за якісними та ціновими характеристиками аналогів в конкретному сегменті ринку без збитків для виробника [2].

Не суперечить цій думці погляд на конкурентоспроможність підприємства як властивість займати та підтримувати певну частку ринку, що зумовлена відповідною ефективністю діяльності. Відповідно до цього В.А. Винокуров розглядає конкурентоспроможність підприємства як здатність підприємства вести успішну конкурентну боротьбу й протистояти їй [3, с. 17].

Інші науковці підкреслюють значущість у визначенні сутності конкурентоспроможності підприємства та її порівняльну характеристику за певними ознаками (як зовнішніми, так і внутрішніми) з аналогічними суб'єктами підприємницької діяльності [4]. На думку В.Д. Немцова та Л.С. Довганя, конкурентоспроможність – це комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначає успіх підприємства на визначеному ринку за певний проміжок часу відносно сукупності показників конкурентів [5, с. 220].

Одним із досить розповсюджених є підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства, що базується на теорії конкурентних переваг, розробленої М. Портером [6]. Із цієї позиції вона (конкурентоспроможність) розглядається як багатомірна категорія, для вимірювання якої використовуються зміни адаптивності конкурентних переваг та результатів економічної діяльності суб'єкта господарювання.

На думку О. Тіщенко й О. Головки, конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства до отримання синергетичного ефекту від раціонального використання наявних та новостворених у процесі реалізації стратегії розвитку конкурентних переваг [7, с. 51].

Щодо розуміння змісту поняття конкурентні переваги, то думки науковців розходяться з погляду на джерела та ефективні механізми їх досягнення. Це й найменші витрати, і найбільша цінність для

споживачів, і найгнучкіша адаптивність до змін у зовнішньому середовищі, і найбільш ефективні та унікальні ресурси тощо. Найбільш узагальнене трактування сутності поняття конкурентна перевага надано в монографії М.В. Чорної, яка підкреслює, що конкурентна перевага – це, по-перше, будь-яка ексклюзивна цінність, що має підприємство, по-друге, джерелом її є внутрішня ефективність, фактором досягнення якої є ефективна реалізація наявного економічного потенціалу, та зовнішня ефективність, що досягається за рахунок створення унікальних зовнішніх умов [8, с. 72].

Спрямуванню наших досліджень найбільш сприяє ресурсна концепція, яка у відповіді на два питання: «що?» (джерела конкурентних переваг) та «як?» (механізми їх створення), пріоритетом неоднорідності підприємств визначає не продукти (результати діяльності), а унікальність ресурсів й організаційних здатностей. Такий підхід не суперечить економічній теорії. Різниці в ресурсах породжують різниці в результатах діяльності, які фірми прагнуть підвищувати.

Таким чином, ми згодні з наступним визначенням, що «формування основ конкурентоспроможності підприємства відбувається всередині суб'єкта господарювання завдяки ефективному використанню усього комплексу внутрішніх ресурсів та можливостей, що сприяє набуттю необхідної сукупності певних конкурентних переваг, а проявляється вона лише в зовнішньому середовищі...» [8, с. 97].

Конкурентоспроможність торговельного підприємства визначає його порівняльні конкурентні переваги відносно інших підприємств, що функціонують на ринку товарів та послуг. Вона передбачає наявність у нього індивідуального набору конкурентних переваг, що визначають його ключові фактори успіху та забезпечують йому стабільне й надійне функціонування. До числа таких конкурентних переваг на підприємствах торговельної галузі належать: високий ступінь задоволення попиту покупців; якість та інноваційність торговельного обслуговування; обґрунтована цінова політика; узгодженість, послідовність, дотримання норм та нормативів щодо операцій торгово-технологічного процесу; рівень якісних характеристик персоналу; грамотно обране місце розташування торговельного підприємства; створення іміджу тощо.

Ресурсний погляд на формування конкурентоспроможності підприємств торгівлі потребує враховувати: по-перше, галузеві особливості їх діяльності та відповідну ієрархію та значущість окремих видів ресурсів у результатах торгово-виробничих процесів; по-друге, важливість не тільки ефективного використання наявних ресурсів, але і їх потенційних можливостей, формування певних унікальних здатностей та компетенцій, тобто ресурсного потенціалу.

Ресурсний потенціал – це цілісна система, до складу якої входять взаємопов'язані, взаємодоповнюючі, взаємозамінні елементи, що в процесі взаємодії здатні до створення відповідного економічного або соціального ефекту. У складі ресурсного потенціалу торговельного підприємства виокремлюють потенціал фінансових, матеріальних, трудових, просторових, інформаційних ресурсів тощо. Розглянемо деякі особливості основних елементів ресурсного потенціалу торговельного підприємства.

Фінансовий потенціал – сукупність грошових коштів та надходжень, що є в розпорядженні підприємства та можуть бути залучені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат на відтворення підприємства та стимулювання працівників. Фінансові ресурси дуже важливі як вихідний вид ресурсів для створення та діяльності підприємства, забезпечують процес виробництва, є неодмінною умовою безперервності процесу виробництва. Фінансовий потенціал у торгівлі визначається, насамперед, наявністю, достатністю та можливостями джерел фінансування потреб поточного функціонування та розвитку підприємства. Особливості фінансових ресурсів у торгівлі пов'язані зі своєрідністю складу та структури основних засобів (частина яких залучається на правах оренди), специфікою оборотних активів (у складі яких переважну частку посідають товарні запаси), суттєвою залежністю фінансових результатів від кон'юнктури та ємності споживчого ринку, цінних умов постачальників, ефективності фінансової політики підприємств [9].

Матеріальні ресурси – це ресурси в натурально-речовій формі, що використовуються в господарській діяльності підприємств. До їхнього складу входять основні необоротні активи та товарні ресурси.

Специфічність використання активної частини основних необоротних активів полягає в тому, що їх головне призначення – забезпечувати та створювати матеріальні умови операційної діяльності, на відміну від галузей виробничої сфери, де вони використовуються саме операційною підсистемою як засоби праці. Із цих причин важливою складовою матеріального потенціалу в торгівлі є можливості використання сучасного обладнання, що характеризується ергономічністю, приємним дизайном та сприяє збільшенню потоків споживачів.

Особливого значення в галузі набуває пасивна частина основних засобів, яка певною мірою визначає просторовий потенціал, у числі елементів якого, крім традиційних (об'єкти нерухомості, характер приміщень, можливість розширення), виокремлюється місце розташування торговельного підприємства, унікальність якого забезпечується зовнішніми регіональними та ринковими умовами

функціонування [10]. В умовах розвитку мережевої організації торгівлі підвищується значущість ефективності управлінських рішень щодо розміщення магазинів.

Товарні ресурси є матеріальною основою обороту торговельних підприємств. Їх розмір за питомою вагою та вартістю може значно перевищувати основні засоби. Вони є найбільш рухомими та мінливими в часі за рахунок постійного оновлення. Швидкість руху залежить від ефективності закупівельної та маркетингової політик підприємства та їх відповідності стану товарних ринків. Унікальність товарних ресурсів визначається асортиментною та ціновою політикою.

Спрямованість економічної діяльності торговельних підприємств на доведення товарів із сфери виробництва у сферу споживання, надання послуг як виробникам, так і споживачам, задоволення потреб широкого кола різноманітних споживачів (у першу чергу в роздрібній торгівлі) визначає пріоритети в значущості окремих видів ресурсів. На відміну від промисловості, на підприємствах торговельної галузі більшу значущість має не устаткування, а люди, трудові ресурси підприємств. Специфічними рисами використання персоналу, задіяного на підприємствах торгівлі, є: висока частка трудових операцій, безпосередньо пов'язаних з обслуговуванням покупців, що потребує прямого контакту з ними; висока частка витрат живої праці в загальних витратах; обмеження можливостей технологічного розподілу праці; висока залежність продуктивності праці від інтенсивності потоків покупців тощо.

До особливостей організації трудових процесів у торговельних підприємствах слід віднести й наявність як великих за розміром підприємств, так й наявність значної кількості невеликих та малих підприємств, особливо в роздрібній торгівлі, що визначає певну специфіку в розподілі праці, можливостях спеціалізації тощо.

Трудовий потенціал – це ресурсна категорія, яка містить джерела, засоби, ресурси праці, можливості, що можуть бути використані для вирішення будь-якого завдання, досягнення певної мети. У науковій літературі трудовий потенціал розглядається як складна система, у якій виділяються окремі структурні компоненти, що у взаємозалежній та погодженій сукупності визначають розвиток природного, фізичного, соціального та інтелектуального потенціалу людей і забезпечують створення необхідних матеріальних та духовних цінностей.

Можна виділити такі види трудового потенціалу:

– трудовий потенціал працівника – це трудовий потенціал конкретного працівника, що формується під впливом таких якостей, як уміння й бажання трудитися, ініціативність у праці та господарська заповзятливість, творча активність тощо;

– сукупний трудовий потенціал суспільства – що акумулює та синтезує сукупні здібності до суспільно корисної діяльності працездатного населення, становить конкретну форму матеріалізації людського фактора, показник рівня розвитку й межі творчої активності трудових ресурсів. Він визначається кількістю населення, рівнем та можливостями його освіти, кваліфікації, станом охорони здоров'я, ціннісними орієнтирами, моральними принципами суспільства тощо;

– трудовий потенціал підприємства становить граничну величину можливої участі працівників у виробництві з урахуванням їх психофізіологічних особливостей, рівня професійних знань, накопиченого досвіду за наявності необхідних організаційно-технічних умов.

Трудовий потенціал підприємства посідає проміжне місце між трудовим потенціалом окремого працівника та трудовим потенціалом суспільства. Він як система завжди більший за суму складових її частин – індивідуальних трудових потенціалів окремих працівників. Уже саме об'єднання працівників в єдиний та цілеспрямований організований процес праці породжує ефект колективної праці, що перевершує суму сил працівників, які діють індивідуально. Можливості формування якісного трудового потенціалу підприємства залежать від стану трудового потенціалу суспільства, його відповідності сучасному рівню розвитку науки й техніки.

Компонентами трудового потенціалу вважаються здоров'я, моральність та вміння працювати в колективі, творчі здібності, активність, організованість, освіта, професіоналізм [10; 11]. Проте, як уже було зазначено раніше, специфічність трудових ресурсів торговельних підприємств зумовлена необхідністю здійснення прямих контактів із споживачами, що у свою чергу, накладає на персонал додаткові вимоги створення, утримання та розширення споживчої лояльності. Тому поряд із кваліфікаційними, фізіологічними характеристиками трудового потенціалу, здатністю працівників до навчання та вдосконалення, особливу роль у торгівлі відіграє соціальна складова, перш за все, у частині наявності в торгово-операційного персоналу таких особистісних якостей, як комунікативність, уважність, ввічливість, доброзичливість тощо [10].

Центральне положення трудового потенціалу в складі ресурсного потенціалу та його вплив на результати діяльність підприємств торгівлі є безперечним. Досвід багатьох зарубіжних компаній свідчить про посилення ролі управління персоналом у системі факторів, що забезпечують конкурентоспроможність. Наприклад, Л. Якокка стверджує, що «всі господарські заходи об'єднуються трьома поняттями: люди, продукція, прибуток. Перш за

все, головну роль відіграють люди. Якщо немає здібних фахівців, то всі спроби будуть марними» [12]. Томпсон А.А. підкреслює: «талановиті, кваліфіковані, досвідчені фахівці – це не лише ресурс, що дозволяє ефективно досягти поставлених цілей, але і джерело конкурентної переваги» [13, с. 353]. При цьому важливими є не тільки унікальні можливості самих трудових ресурсів підприємства, але і їх можливості щодо створення та підтримки унікальності інших складових ресурсного потенціалу як у процесі основної, так й управлінської діяльності.

Висновки. Таким чином, високе значення трудового потенціалу торговельних підприємств у забезпеченні їх конкурентоспроможності зумовлено:

- вирішальним впливом на результати та досягнення цілей господарської діяльності;
- провідною роллю в інтегруванні, формуванні унікальних рис та ефективному використанні усіх інших складових ресурсного потенціалу;
- гнучкістю, здатністю до навчання та змін відповідно до потреб зовнішнього середовища;
- обов'язковою участю в організації та проведенні всіх бізнес процесів (закупівля, маркетинг, фінансові операції, менеджмент, інновації тощо).

В умовах сучасного швидкого старіння теоретичних знань, умінь та практичних навичок спроможність підприємства постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників є одним із найважливіших факторів забезпечення його конкурентоспроможності на ринку товарів та послуг. Це викликає необхідність інвестицій, у першу чергу, в удосконалювання умов праці, соціальний захист та розвиток персоналу.

Список літератури

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.
2. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 53–68.
3. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии / В. А. Винокуров. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
4. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–77.

5. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : Експрес-Поліграф, 2002. – 562 с.
6. Портер М. Конкуренція : учеб. пособие : [пер. с англ.] / М. Портер. – М. : Вильямс, 2000. – 495 с.
7. Тищенко А. Н. Стратегия управления развитием предприятия / А. Н. Тищенко, О. С. Головки. – Харьков : ЭДЭНА, 2003. – 198 с.
8. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 142 с.
9. Власова Н. О. Фінансові ресурси підприємств торгівлі / Н. О. Власова, В. А. Сідун. – Х. : ХДАТОХ, 1998. – 57 с.
10. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства : монографія / Н. С. Краснокутська. – Х. : ХДУХТ, 2012. – 322 с.
11. Осовська Г. В. Управління трудовими ресурсами / Г. В. Осовська, О. В. Крушельницька // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5. – С. 6–12.
12. Якокка Л. Розвиток трудового потенціалу на підприємстві України / Л. Якокка, У. Новак // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 52–65.
13. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Вильямс, 2002. – 928 с.

Отримано 01.08.2013. ХДУХТ, Харків.

© Н.О. Власова, І.Ю. Мелушова, В.Ю. Андросов, 2013.

УДК 658.681.2

І.В. Мілаш, канд. екон. наук

Т.С. Мазепа, канд. екон. наук

Л.М. Смокова, ст. викл.

ПЛАНУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розкрито зміст процесу планування як центральної ланки в механізмі управління реалізацією ресурсного потенціалу торговельного підприємства. Обґрунтовано і надано характеристику організаційній і змістовній сторонам процесу планування реалізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі.

Раскрыто содержание процесса планирования как центрального звена в механизме управления реализацией ресурсного потенциала торгового предприятия. Обоснованы и охарактеризованы организационная и содержательная стороны процесса планирования реализации ресурсного потенциала предприятия торговли.