

Г. П. Штапаук,

кандидат економічних наук,

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Вступ. Нерівномірність процесів соціально-економічного розвитку в Україні неминує призводити до зрушень у соціальній стратифікації суспільства, яка стає найважливішим чинником реалізації державної політики з підтримки соціально незахищених верств населення. В той же час, державна соціальна політика в сфері споживання, не враховує повною мірою різні купівельні спроможності населення внаслідок різного рівня його матеріальної забезпеченості. Удосконалення державної соціальної політики в сфері споживання товарів, особливо в умовах зниження купівельної спроможності широких верств населення, потребує залучення підприємств до реалізації соціальної політики шляхом підтримки соціально привабливих цін на споживчі товари з урахуванням стратифікації суспільства, що й зумовлює актуальність наукових досліджень у цьому напрямку. Проте до останнього часу не вирішеним залишається питання ступеня участі підприємств в реалізації соціальної політики держави та механізму реалізації підприємствами власної соціальної політики.

Виходячи з цього, головною метою цього дослідження визначено розробку загального механізму реалізації соціальної політики підприємствами. Досягнення встановленої мети потребувало вирішення наступних завдань. По-перше, уточнено суб'єкти соціальної політики та визначено економічні інтереси кожного суб'єкта. По-друге, з'ясовано можливість узгодження інтересів визначених суб'єктів із завданнями соціальної політики. По-третє, визначено інструменти реалізації соціальної політики як складові його механізму.

Сучасний стан досліджень. Питання еволюції соціально-економічних і виробничих відносин, розвитку внутрішнього ринку в Україні розглянуто в роботах І. Ф. Газізулліна, Г. М. Лабінської, В. В. Мортікова, О. Й. Пасхавера, Р. В. Черняєвої, В. А. Ткаченка. Наукові основи й інструменти соціальної політики та роль підприємств в її реалізації досліджували в країнах ближнього зарубіжжя А. А. Акмалова, В. І. Жуков, В. М. Капіцин, Б. І. Краснов, П. В. Романов, Г. І. Рузавін, К. В. Фофанова та Є. Р. Ярська-Смирнова, серед українських учених – Н. А. Балтачєєва, В. М. Вакуленко, С. М. Гриневська, В. П. Звонар, Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова, С. В. Мельник, М. К. Орлатий, О. М. Петров, А. В. Пу-

тінцев, О. В. Скрипнюк, В. Г. Сумцов, Є. І. Чернявська, Л. Л. Шамілева, Т. В. Шаповалова. Обґрунтування необхідності розширення традиційного змісту соціальної політики та ролі підприємств у напрямі її перетворення у комплекс заходів забезпечення соціальної захищеності і соціальної справедливості людини не тільки в трудовому колективі, але й в суспільстві в цілому, містяться в роботах В. Г. Воронкової, А. М. Гриненка, В. А. Скуратівського.

У той же час, незважаючи на значну увагу науковців до вирішення сучасних проблем державної соціальної політики у сфері споживання населенням, завдання її реалізації підприємствами дотепер залишається не до кінця вирішеним. Державна політика щодо обмеження роздрібних цін на соціально значущі товари розробляється переважно емпіричним шляхом; зниження цін на товари відбувається шляхом відмови на користь споживача частини, а то й усього прибутку, закладеного в ціні товару, оскільки відсутні науково-обґрунтовані методи визначення рівня цін соціально значущих товарів з урахуванням можливостей різних суспільних страт і підприємств. Це й зумовило актуальність проведеного дослідження проблеми створення механізму реалізації соціальної політики підприємствами в умовах стратифікації суспільства в Україні.

Виклад основного матеріалу. За найпоширенішим тлумаченням соціальна політика – це «комплекс заходів державного та недержавного характеру, спрямованих на виявлення, задоволення і узгодження потреб та інтересів громадян, соціальних груп, територіальних громад» [3]. Разом з тим, найчастіше цей термін використовується лише для позначення певних дій держави, оскільки саме держава володіє повним комплексом інструментів для узгодження інтересів різних господарських суб'єктів. Проте таке тлумачення соціальної політики слід вважати обмеженим, оскільки (і це прямо виходить із наведеного визначення) підприємства і інші установи мають змогу і нерідко провадять соціальну політику як внутрішню – відносно власного трудового колективу та пов'язаних з ним осіб, так і зовнішню – спрямовану на задоволення соціальних інтересів покупців, клієнтів тощо. Зокрема, необхідність розширеного тлумачення соціальної політики підтверджується все більшим вживання в науковому обороті терміну «соціальна політика підприємства». Так,

І. В. Венглюк, цитуючи І. В. Лебедева [2, с. 121] наводить таке його визначення: «Соціальна політика підприємства – це система цілеспрямованих і послідовних дій власника і менеджменту, спрямованих на задоволення і розвиток матеріальних і духовних потреб працівників організації з метою розвитку соціальних чинників виробництва, сприяння розширенню і посиленню їх дії на підвищення ефективності економічної діяльності» [1, с. 227].

Таким чином, можна визначити принаймні дві групи суб'єктів соціальної політики: державу та господарські організації. Проте, виходячи з їхніх інтересів, які позначаються на засобах і інструментах, що їх використовують господарські організації, їх треба розділити на дві групи, відокремивши організації виробничі від організацій комерційних. Економічні інтереси визначених суб'єктів схожі, але відрізняються засоби їх задоволення. Відтак, відрізнятиметься і характер їхньої участі у формуванні і реалізації соціальної політики.

Відштовхуючись від макроекономічної моделі господарського механізму, визначимо інтереси основних суб'єктів соціальної політики наступним чином: держави – як сталий розвиток, виробників – як відтворення, а продавців – як отримання прибутку.

Для досягнення поставленої мети необхідно уточнити складові механізму реалізації соціальної політики. Виходячи з визначення механізму як певної системи, яка за допомогою управлінського впливу перетворює входи на виходи [4], можна виділити три його складових: входи (в даному випадку це інтереси суб'єктів соціальної політики), виходи (вочевидь ними виступатимуть реалізовані завдання соціальної політики) та функція (яка складатиметься з інструментів соціальної політики).

Вищеназвані інтереси повинні бути узгодженими із завданнями соціальної політики. В іншому випадку жоден суб'єкт не матиме зацікавлення в її реалізації. Отже для визначення сутності механізму реалізації соціальної політики необхідно уточнити її основні завдання.

Питанню визначення завдань соціальної політики присвячено дуже велику кількість робіт. В більшості із них завдання сприймаються як певний аргумент, незалежна величина, яка не підлягає обговоренню. Лише деякі автори намагаються уточнити склад завдань соціальної політики, виходячи із поточних змін, що складаються у сучасному суспільстві. Наприклад, згадувана вище Вікіпедія наводить такий перелік конкретних завдань соціальної політики:

- сприяння розвитку соціальних відносин;
- розвиток соціально-трудових відносин;
- реформування системи соціального захисту;
- удосконалення системи соціального страхування;

реформування ринку праці та зайнятості [3].

Проте загалом наведені завдання можна визначити як підвищення рівня життя населення. Крім цього варто визначити більш глобальне завдання, вирішення якого знаходиться у виключній компетенції держави – розвиток внутрішнього ринку, та завдання, спрямоване на узгодження інтересів основних суб'єктів соціальної політики та інтересів населення та на встановлення соціально-економічної рівноваги.

Функціонування механізму реалізації соціальної політики на споживчому ринку полягає у вирішенні завдань соціальної політики шляхом задоволення інтересів її основних суб'єктів. Для цього практика реалізації соціальної політики на споживчому ринку різними суб'єктами напружувала певний інструментарій, який достатньо обґрунтовано можна розділити на три групи:

державне регулювання граничних розмірів рентабельності та постачальницько-збутових надбавок, що його провадить держава відносно певних груп споживчих товарів, які мають підвищене соціальне значення (таких, як хліб, борошно, м'ясо, молоко, тощо);

формування закономірностей прояву споживчого попиту та аналітичного базису реалізації соціальної політики для прямого узгодження інтересів виробників (і частково продавців) з соціальними інтересами споживачів;

встановлення соціально рівноважних цін, які з одного боку, були б привабливими для споживачів, а з іншого, забезпечували б достатню прибутковість продавців (і частково виробників) за рахунок збільшення обсягів продажу;

стратифікація суспільства за рівнем матеріальної забезпеченості задля більш точного регулювання цін на окремі споживчі товари, що мають соціальне значення.

Загальну схему механізму реалізації соціальної політики підприємствами в умовах стратифікації суспільства можна представити схемою, наведеною на рис. 1.

Висновки та напрями подальшого дослідження. Все більше розуміння підприємствами потреби в створенні нормативної бази здійснення соціальної політики на стратифікованому ринку примушує найбільш великі комерційні компанії проводити власні акції та дослідження на власному ринку з метою визначення споживчих уподобань з урахуванням стратифікації суспільства.

У якості нормативів здійснення соціальної політики підприємствами на споживчому ринку з урахуванням стратифікації суспільства можна використовувати наступні показники.

1. Показники структура придбання продуктів у відсотках за категоріями їх якості та цінової вартості

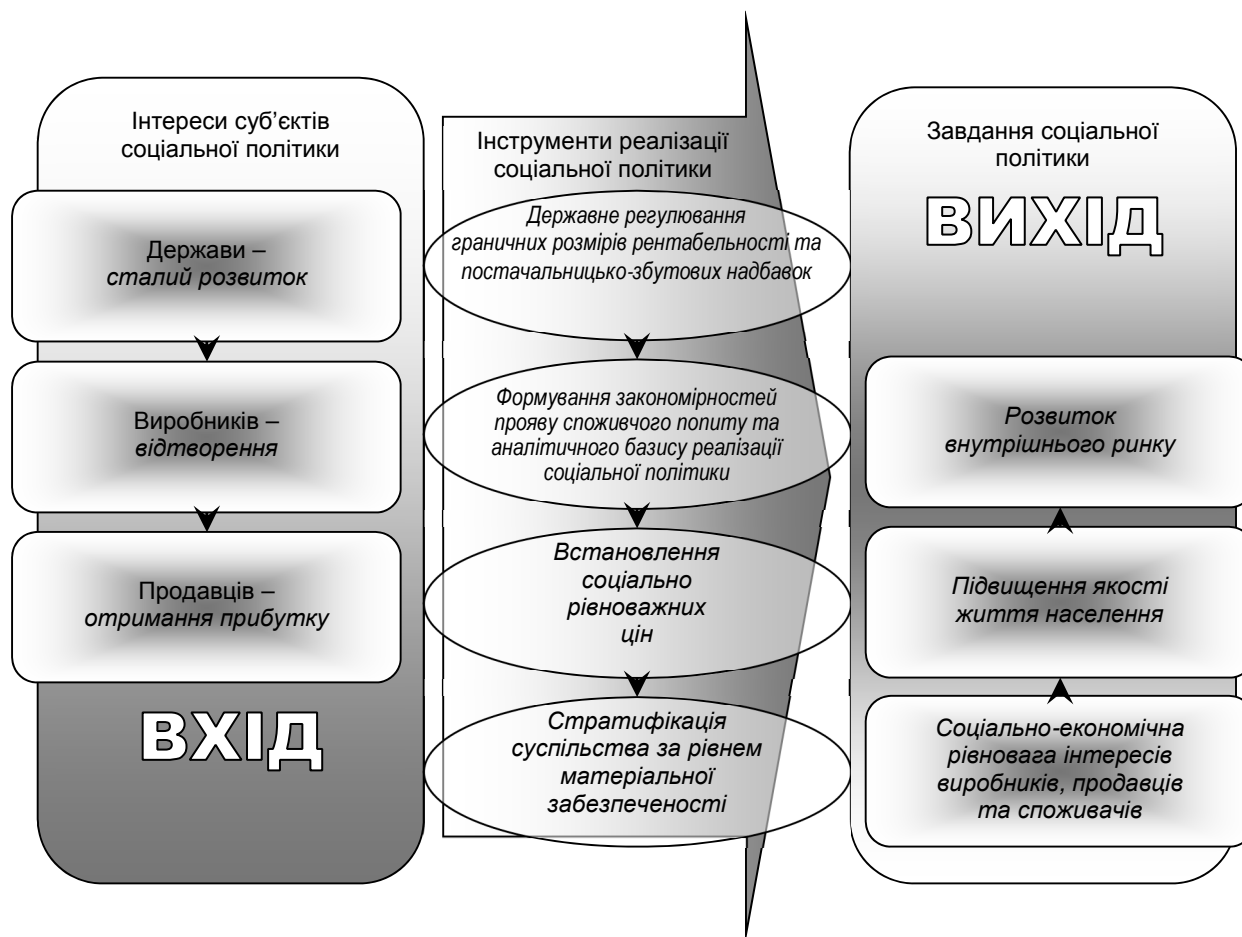


Рис. 1. Загальна схема механізму реалізації соціальної політики підприємствами з урахуванням стратифікації суспільства

за різними стратами споживачів (у відсотках від загального обсягу споживання даної групи товарів чи продуктів).

2. Параметри впливу таких чинників, як торговельні площі та наявність спеціального обладнання торговельних залів, що складають умови більш раціональної організації торгівлі, на обсяги продажів товарів, встановлені на основі кореляційного аналізу.

3. Нормативи індексів змінюваності щоденного (по днях тижня) і щомісячного (по днях року) товарообігу, встановлені на основі визначення атракторів самоорганізації масових процесів споживання в умовах хаотичної дії значної кількості факторів, що відображають споживчі переваги стратифікованого суспільства.

Розробка визначених нормативів є предметом подальшого дослідження.

Література

1. Венглюк І. В. Становлення соціально-економічної безпеки підприємства / І. В. Венглюк // Економічний вісник Донбасу. – № 3 (33). – 2013. –

С. 226–230. 2. Лебедев І. В. Соціальна політика підприємства в умовах кризи / І. В. Лебедев // Реформування економіки України: стан та перспективи: зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф (24-25 листопада 2011 р. М. Київ). – К. : МІБО КНЕУ, 2011. – 280 с. 3. Соціальна політика // Вікіпедія. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_політика. 4. Чаленко А. О неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях / А. Чаленко // Капитал страны. – Режим доступа: <http://kapital-rus.ru/articles/article/176697>.

Штапаук Г. П. Механізм реалізації соціальної політики підприємств

Уточнено визначення та основні елементи механізму реалізації соціальної політики підприємств на споживчому ринку, суб'єкти соціальної політики та визначено економічні інтереси кожного суб'єкта. З'ясовано можливість узгодження інтересів визначених суб'єктів із завданнями соціальної політики. Визначено інструменти реалізації соціальної політики як складові його механізму. Виходячи з цього розроблено схему загального механізму реалізації соціальної політики підприємствами.

Ключові слова: соціальна політика, механізм, економічні інтереси, підприємства, держава, стратифікація суспільства, споживчий ринок.

Штапаук Г. П. Механизм реализации социальной политики предприятия

Уточнены определение и основные элементы механизма реализации социальной политики предприятий на потребительском рынке, субъекты социальной политики и определены интересы каждого субъекта. Выявлена возможность согласования интересов указанных субъектов с заданиями социальной политики. Определены инструменты реализации социальной политики как составляющие его механизма. Исходя из этого, разработана общая схема механизма реализации социальной политики предприятиями.

Ключевые слова: социальная политика, механизм, экономические интересы, предприятия, госу-

дарство, стратификация общества, потребительский рынок.

Shtapauk H. P. The Mechanism of Realisation of Social Policy of the Enterprise

Definition and basic elements of the mechanism of realisation of social policy of the enterprises in the consumer market are specified, subjects of social policy and are defined interests of each subject. Possibility of the coordination of interests of the specified subjects with social policy tasks is revealed. Tools of realisation of social policy as making its mechanism are defined. Proceeding from it, the general scheme of the mechanism of realisation of social policy is developed by the enterprises.

Keywords: social policy, the mechanism, economic interests, the enterprises, the state, society stratification, the consumer market.

Стаття надійшла до редакції 15.01.2015

Прийнято до друку 09.04.2015