– поліпшення організації виробництва і праці;

– використання матеріальної заінтересованості.

Співвідношення попиту і пропозиції на ринку весь час змінюється. Є зміни, які мають сталий характер. Наприклад, пропозиція сільськогосподарської продукції взимку в нашій країні зменшується (адже овочі зимою вирощуються тільки в теплицях).

Однак попит на свіжі овочі великий і взимку. Внаслідок такого співвідношення попиту і пропозиції на овочі в зимовий період ціни на них підвищуються. Влітку пропозиція свіжих овочів значно зростає.

Конкуренція змушує продавців знижувати ціни [2, с. 352-355].

Отже, коли попит великий, а пропозиція недостатня, ціни зростають, і навпаки. У всіх випадках скорочення виробництва товарів призводить до підвищення цін (якщо попит на такі товари не зменшився).

Є чинники, що знижують попит населення на товари, а отже, зумовлюють зниження ціни товару (за умови, що пропозиція товарів залишилась незмінною). Знижуються ціни на товари і через моральну зношеність товарів.

На ціни впливають насиченість потреб у деяких товарах, купівельна спроможність. Так, збільшення чисельності безробітних призводить до зменшення купівельної спроможності населення, а отже, до зниження деяких цін.

До чинників, що збільшують попит на товари і водночас зумовлюють зниження цін, слід віднести: зростання обсягів виробництва, безоплатне надання матеріальних благ за рахунок суспільних фондів споживання, поліпшення якості товарів без збільшення витрат, вміла організація реклами тощо.

1. Філіпович А.Ю. *Основи підприємницької та управлінської діяльності*: навчальний посібник. Рівне: ВСП «Рівненський коледж НУБіП України», 2018. 284 с.

2. Філіпович А.Ю., Шаперчук С.В. *Основи підприємницької та управлінської діяльності:* навчальний посібник. Рівне: Рівненський державний аграрний коледж, 2012. 420 с.

Пілявський В.І.
к.е.н., докторант
Міжнародний університет бізнесу і права

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Соціальна складова потенціалу підприємства відображає умови функціонування особистого фактора виробництва – персоналу. Ефект від задоволення його соціальних потреб тим більший чим вагоміша соціальна складова. Соціальний потенціал підприємства розглядається як сукупність елементів, які безпосередньо визначають соціальну активність персоналу цього підприємства та рівень його соціальної захищеності, використання яких націлене на досягнення соціальної мети розвитку господарюючого суб'єкта, тобто забезпечення найбільш сприятливих умов трудової діяльності персоналу а також розширене відтворення людини як особистості і як продуктивної сили, які формуються із потенціалів окремих осіб та відповідних передумов, що в поєднанні дають нове утворення, та здатні за рахунок соціальних відносин, зв'язків, мереж, процесів забезпечити синергетичний ефект.

Соціальний потенціал багатоаспектна економічна категорія на трактування якої в дослідників не спостерігається єдиної думки. Різні автори публікацій розглядають потенціал підприємства як:

– можливість окремих працівників і колективу досягати стратегічних цілей діяльності та задовольняти власні потреби в процесі соціальних зв'язків та розвитку особистості [1].

– сукупність таких мотивів та установок економічного суб'єкта в його внутрішньому і зовнішньому середовищі, вплив яких відображається на ефективності досягнення цілей [2].

– система що складається з можливостей колективу в цілому, а також можливості окремих елементів спрямованих на ефективну роботу підприємства на основі використання наявних доступних ресурсів відповідно до його місії та стратегічних цілей [3].

– сукупність особистісних якостей працівників що використовують в процесі праці засоби і ресурси соціального розвитку з метою підвищення ефективності виробництва [4].

– граничні можливості взаємного обміну ресурсами у системі неформальних соціальних зв'язків і колективних комунікацій які існують на довірчій основі задля досягнення оптимального результату у найкоротші терміни [5].

– можливості окремих працівників та колективу загалом щодо досягнення місії, стратегічних цілей діяльності підприємства і задоволення власних потреб які формуються та реалізуються в процесі налагодження соціальних зв'язків і забезпечують соціальний розвиток особистості [6].

– комбінацію ресурсів, що володіє додатковими перевагами завдяки ефекту синергізму [7].

– рівень цивільної свідомості і соціальної зрілості, ступінь засвоєння працівниками норм ставлення до праці, ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці, виходячи з ієрархії потреб людини [8].

Виходячи із вищезазначених трактувань можна визначити характерні ознаки соціального потенціалу підприємств:

– можливості окремих працівників і всього колективу досягти цілей, місії, підвищення ефективності виробництва.

– система можливостей колективу завжди більше суми індивідуальних трудових потенціалів працівників за рахунок виникнення синергічного ефекту спільної діяльності.

– наявність не формальних соціальних зв'язків і колективних комунікацій.

– духовно-моральні якості, соціальна активність і захищеність працівників що націлені на досягнення соціальної мети.

Таким чином соціальний потенціал підприємства можна визначити як сукупність наявних, прихованих і перспективних можливостей й здібностей трудового колективу та індивідуальних працівників забезпечувати творчі здібності, професійно-інтелектуальний рівень, здоровий психофізіологічний стан, духовно-моральні цінності, соціальну активність і захищеність, корпоративну культуру і ціннісні орієнтири, інтереси, потреби і запити у сфері праці виходячи із ієрархії потреб споживача та розвитку соціальної інфраструктури й людини як особистості з метою досягнення місії та стратегічних цілей діяльності.

1. Коленда Н. Сутність та види соціального потенціалу підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.* 2015. № 1. С. 29-34.

2. Українська Л.О., Чебанова Н.В. Соціально-економічний потенціал підприємства: особливості визначення і чинники впливу. *Вісник УБС НБУ.* 2012. № 1 (13). С. 71-75.

3. Коршунова Н.Г. Управление социально-экономическим потенциалом машиностроительного предприятия: автореф. дис. на соискание наук. ступеня канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». Екатеринбург, 2000. 24 с. URL: http://www.dicercat.com/ content/upravlenie-sotsialnoekonomicheskim-potentialom-mashinostroitelnogo predpriyatia.

4. Коваль А.А. Концепция управления социальным потенциалом предприятия. *Вісник КНУТД.* 2012. № 3. С. 164-168.

5. Савіна Г.Г., Старінська В.С. Класифікація елементів соціального потенціалу підприємства. *Экономика Крыма*. 2011. № 4 (37). С. 185-190.

6. Черчик Л.М., Коленда Н.В. Соціальний потенціал підприємства: поняття та складові. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2015. № 1. С. 39-45.

7. Скляр Е.Н., Зверкович И.О. Управление социальным потенциалом российских промышленных предприятий и оценка уровня его развития. *Проблемы современной экономики.* 2008. № 1 (25).

8. Полякова Е.І. Управління посиленням економічної безпеки підприємства за функціональною складовою – соціальний потенціал. *Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна.* 2008. Вип. 33-1. С. 192-197.