

## ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено особливості моделювання основні засади моніторингу використання соціального потенціалу туристичного підприємства.

**Ключові слова:** соціальний потенціал, елементи, факторні ознаки, регресія, ефективність використання, моніторинг.

Зовнішнє середовище функціонування туристичних підприємств позначене нестабільністю свого розвитку, а це відбивається на ефективності їх діяльності. Однією з умов соціально-економічної стабілізації туристичного підприємства є саме формування соціального потенціалу, а його ефективне використання стає основою конкурентоспроможності і адаптивності підприємства до мінливих трансформаційних процесів, тому проблема ефективності використання соціального потенціалу потребує термінового вирішення.

Особливості моделювання та використання соціального потенціалу на підприємствах туристичної галузі вимагають з'ясування низки методологічних аспектів. Потенціалу як складній системі присвячено праці Берсуцького А. Я., Должанського І. З., Загорної Т. О., Краснокутської Н. С., Удалих О. О. та інших вчених-економістів. У вітчизняній і зарубіжній економічній думці існує багато досліджень з проблем управління потенційними можливостями підприємства. Зокрема, до цих питань долучились такі науковці, як Ареф'єва О. В. [1], Лапін Є. В. [4], Отенко І. П. [7], Сошнікова Л. А., Тамашевич В. Н., Уебе Г. [8], Федонін О. С. [11], Шефер М. [8] та інші. Розвитку теорій управління соціальним потенціалом підприємства та соціального менеджменту присвячені праці економістів Войтенко О. І. [5], Іванова В. Н. [3], Комарова Є. І. [5] та Уткіна Е. А. [10].

Водночас, незважаючи на значне коло досліджень, можна з впевненістю стверджувати, що поки не створено адекватної моделі та дієвого механізму ефективного використання соціального потенціалу підприємства загалом і в туристичній галузі зокрема.

Метою статті є виведення моделі розрахунку соціального потенціалу туристичного підприємства, адекватної сучасному соціальному спрямуванню розвитку економіки, а також моніторинг стану використання підприємством соціального потенціалу.

Соціальний потенціал підприємства як результативна ознака залежить від багатьох елементів (факторів), між якими існують складні взаємозв'язки.

Вплив кожного з елементів на загальний соціальний потенціал підприємства є комплексним, тому характеризується мірою впливів окремих структурних елементів соціального потенціалу при фіксованому становищі на середньому рівні інших його елементів.

Таким чином, завдання зводиться до багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу, який дасть змогу не тільки визначити ступінь впливу кожного фактора, але й дослідити щільність зв'язку між ними. Математично зв'язок факторних ознак з результативною можна зобразити у вигляді функції:

$$СП = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n) \quad (1)$$

З огляду на те, що функцію багатьох змінних шляхом логарифмування або заміни змінних можна виразити у лінійній формі, рівняння множинної регресії матиме вигляд:

$$СП_X = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_n X_n \quad (2)$$

де  $СП_X$  – розрахункові значення функції соціального потенціалу підприємства,

$X_1, X_2, \dots, X_n$  – елементи соціального потенціалу,

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$  – параметри рівняння.

Оскільки на результативну ознаку впливає щонайменше 13 факторів – елементів соціального потенціалу підприємства, то рівняння лінійної регресії виглядатиме наступним чином:

$$СП_X = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_{13} X_{13} \quad (3)$$

Для оцінки параметрів регресійного рівняння, використовуючи стандартну процедуру методу найменших квадратів, отримаємо систему лінійних алгебраїчних рівнянь:

$$\begin{cases} \sum СП = n a_0 + a_1 \sum X_1 + a_2 \sum X_2 + a_3 \sum X_3 + \dots + a_{13} \sum X_{13} \\ \sum СП X_1 = a_0 \sum X_1 + a_1 \sum X_1^2 + a_2 \sum X_1 X_2 + a_3 \sum X_1 X_3 + \dots + a_{13} \sum X_1 X_{13} \\ \sum СП X_2 = a_0 \sum X_2 + a_1 \sum X_2 X_1 + a_2 \sum X_2^2 + a_3 \sum X_2 X_3 + \dots + a_{13} \sum X_2 X_{13} \\ \dots \\ \sum СП X_{13} = a_0 \sum X_{13} + a_1 \sum X_{13} X_1 + a_2 \sum X_{13} X_2 + a_3 \sum X_{13} X_3 + a_{13} \sum X_{13}^2 \end{cases}$$

де  $n$  – вільний член рівняння, який не має економічного змісту.

Проте на підставі коефіцієнтів регресії недоцільно робити висновки про ступінь впливу кожного елементу на загальний соціальний потенціал підприємства, оскільки коефіцієнти регресії виражені різними одиницями і є непорівнюваними між собою. Саме з метою виявлення порівняльної сили впливу й було запроваджено частковий коефіцієнт еластичності (з урахуванням коефіцієнту регресії при кожному факторі):

$$\varepsilon_i = a_i \frac{\bar{X}_i}{\overline{СП}} \quad (5),$$

де  $a_i$  – коефіцієнт регресії при  $i$ -му елементі соціального потенціалу,

$\bar{X}_i$  – середнє значення  $i$ -го елементу соціального потенціалу,

$\overline{СП}$  – середнє значення показника соціального потенціалу підприємства.

Частковий коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків у середньому зміниться соціальний потенціал підприємства при зміні на 1% кожного елементу соціального потенціалу при фіксованому становищі інших елементів.

Для визначення елементів соціального потенціалу, які мають найбільші резерви поліпшення загального показника соціального потенціалу з урахуванням ступеня варіації цих факторів, закладених у рівняння множинної регресії, обчислюють часткові  $\beta$ -коефіцієнти, які показують, на яку частину середнього квадратичного відхилення змінюється результативна ознака (соціальний потенціал) при зміні відповідної факторної ознаки (елементу соціального потенціалу) на значення її середнього квадратичного відхилення:

$$\beta_i = a_i \frac{\sigma_{X_i}}{\sigma_{СП}} = a_i \frac{\sqrt{X_i^2 - (\bar{X}_i)^2}}{\sqrt{СП^2 - (\overline{СП})^2}} \quad (6)$$

де  $\sigma_{X_i}$  – середнє квадратичне відхилення  $i$ -го елементу соціального потенціалу,

$\sigma_{СП}$  – середнє квадратичне відхилення показника соціального потенціалу підприємства.

Для оцінки ефективності функціонування соціального потенціалу доцільно використовувати ситуаційний підхід, а саме: виконання заходів, спрямованих на досягнення визначеної цілі розвитку підприємства. Для цього необхідно провести моніторинг стану підприємства за факторами (елементами) соціального потенціалу.

Кожен із критеріїв моніторингу стану використання соціального потенціалу на підприємстві має свою вагомість, а загальна сума цих критеріїв становить 100 одиниць.

Задля переконання у обґрунтованості і достовірності кожного критерію – елементу соціального потенціалу, необхідно провести анкетування працівників різних ланок реалізації цілей розвитку підприємства. Респондентам слід оцінити важливість кожного із тринадцяти критеріїв методики моніторингу стану соціального потенціалу на туристичних підприємствах залежно від поставленої цілі розвитку.

Межі довірчого інтервалу при малих вибірках ( $n \leq 30$ ) обмежуються коефіцієнтом  $t$ , який отримав назву коефіцієнт Стьюдента. При малому обсязі вибіркового даних розподіл вибіркового середнього відрізняється від нормального тим більше, що менший обсяг вибірки.

На основі експертних оцінок можлива статистична перевірка гіпотези рівності запропонованої важливості критеріїв і важливості, отриманої в результаті використання  $t$ -критерію Стьюдента, який розраховується за формулою:

$$t = \frac{\bar{x} - a}{S_{\bar{x}}} = \frac{\bar{x} - a}{\sqrt{\frac{S^2}{n-1}}} \quad (7)$$

де  $\bar{x}$  – середня важливість критерію у вибірці,

$a$  – запропонована важливість критерію,

$S_{\bar{x}}$  – середня можлива похибка середньої вибіркової,

$S^2$  – дисперсія,

$n$  – кількість респондентів, які брали участь в анкетуванні.

Так отримані фактичні значення  $t$ -критерію порівнюються із табличним його (критичним) значенням із вірогідністю 0,95. Ступінь вільності ( $f$ ) кількість респондентів ( $n$ ) різняться на одиницю ( $f = n - 1$ ). Якщо фактичне значення  $t$ -критерію більше за критичне, то можна зробити висновок, що нульова гіпотеза рівності двох середніх відхиляється, в іншому випадку емпіричні дані таку гіпотезу не спростовують.

Система оцінювання тринадцяти критеріїв (для кожного з яких розроблено 10 заходів) моніторингу стану використання соціального потенціалу базується на визначенні меж отриманого коефіцієнта ефективності ( $K_{ef.}$ ):

1. При  $K_{ef.} = 0$  – заходи не розроблено.

2. При  $0 < K_{ef.} \leq 0,25$  – заходи розроблені,

документально оформлені, але не втілені.

3. При  $0,25 < K_{ef.} \leq 0,5$  – заходи втілюються частково.

Унаслідок запровадження таких заходів досягаються бажані результати.

4. При  $0,5 < K_{ef.} \leq 0,75$  – заходи втілюються на

системній основі, негативний вплив виявлено і ліквідовано, спостерігається покращення діяльності підприємства.

5. При  $0,75 < K_{ef.} \leq 1$  – заходи ефективні і сприяють успішному розвитку підприємства.

Як вже зазначалось, максимальна оцінка кожного (без урахування його вагомості) – 10 балів. Таким

чином, загальний бал кожного елемента соціального потенціалу ( $E_i$ ) з урахуванням його вагомості обчислюється за формулою:

$$E_i = B_i \times \sum_{j=1}^{10} Z_j \quad (8),$$

де  $B_i$  – вагомість  $i$ -го елемента соціального потенціалу,

$Z_j$  – бал за  $j$ -ий захід,

$i$  – кількість елементів соціального потенціалу (від 1 до 13),

$j$  – кількість заходів (від 1 до 10).

Максимально можлива оцінка соціального потенціалу підприємства ( $E_{max}$ ) розраховується, відповідно, як сума загальних балів кожного з елементів соціального потенціалу:

$$E_{max} = \sum_{i=1}^{13} (B_i \times \sum_{j=1}^{10} Z_{max}) \quad (9),$$

де  $Z_{max}$  – максимальна оцінка кожного елемента соціального потенціалу (10 балів).

Коефіцієнт ефективності використання соціального потенціалу ( $K_{ef}$ ), який показує відсоткове відношення фактичного використання соціального потенціалу туристичного підприємства до максимально можливого використання соціального потенціалу, розраховується за формулою:

$$K_{ef} = \frac{\sum_{i=1}^{13} E_i}{E_{max}} \quad (10)$$

Таким чином, оцінювання використання соціального потенціалу за звітний період може порівнюватись із його максимальними можливостями, які залишились у резерві. Результати такого оцінювання за всіма заходами дозволяють визначити ті напрямки діяльності, які отримали найнижчу кількість балів і які необхідно вдосконалювати. Тому доцільно систематично аналізувати наявний соціальний потенціал, розробляти та втілювати заходи для його вдосконалення, здійснювати оцінювання стану використання соціального потенціалу за визначеними критеріями.

Отже, основою для обґрунтування і прийняття управлінських рішень щодо реалізації тієї чи іншої цілі розвитку туристичного підприємства є аналіз та оцінка існуючого рівня його соціального потенціалу як загалом, так і окремих його складових. Початковим етапом оцінки є визначення складу показників, які за своєю сутністю відображали б особливості та закономірності кожної із складових соціального потенціалу підприємства, та побудова економічної моделі потенціалу. Оцінка ефективності функціонування соціального потенціалу підприємства туристичної галузі дозволила розробити інтегрований підхід щодо моделювання процесу управління соціальним потенціалом. Це дозволяє обґрунтовувати управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності використання соціальної складової та досягнення визначених цілей розвитку підприємства. Основним напрямком подальших досліджень щодо управління соціальним потенціалом є вдосконалення методики оцінювання його рівня для обґрунтування рішень, що приймаються, щодо забезпечення відповідності наявного соціального потенціалу системі цілей розвитку підприємства.

## Список літератури

1. Ареф'єва, О. В. Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління [Текст]: монографія / О. В. Ареф'єва, В. В. Прохорова. – Х.: УкрДАЗТ, 2010. – 301 с.
2. Берсуцкий, А. Я. Концептуальные положения стратегии и тактики в управлении ресурсным потенциалом предприятия [Текст] / А. Я. Берсуцкий // Экономика промышленности. – 2008. – №4. – С. 122-133.
3. Краснокутська, Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
4. Лапин, Е. В. Оцінка економічного потенціалу підприємства [Текст]: монографія / Е. В. Лапин. – Сумь: ИТД "Университетская книга", 2004. – 360 с.
5. Менеджмент соціальної роботи [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. Е. И. Комарова, А. И. Войтенко. – М.: ВЛАДОС, 2001. – 288 с.
6. Основы социального современного управления: теория и методология [Текст] / Под ред. В. Н. Иванова. – М.: ОАНОП "Экономика", 2000. – 271 с.
7. Отенко, И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия [Текст]: монографія / И. П. Отенко. – Харьков: ХНЭУ, 2006. – 256 с.
8. Сошникова, Л. А. Многомерный статистический анализ в экономике [Текст]: учеб. пособие для вузов / Л. А. Сошникова, В. Н. Тамашевич, Г. Уебе, М. Шефер. / Под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 598 с.
9. Управління потенціалом підприємства [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін. – К.: Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с.
10. Уткин, Э. А. Основы мотивационного менеджмента [Текст]: учеб. пособие / Э. А. Уткин. – М.: ЭКМОС, 2000. – 352 с.
11. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

---

## РЕЗЮМЕ

*Старинская Виктория*

### **Особенности моделирования и использования социального потенциала туристического предприятия**

В статье исследованы особенности моделирования и основные принципы мониторинга использования социального потенциала туристического предприятия.

## RESUME

*Starinska Victoria*

### **Features of modeling and use of social potential of tourist enterprise**

In the article the features of modeling of social potential of tourism enterprises are considered. The basic principles of monitoring of the use of social potential are determined.

*Стаття надійшла до редакції 07.03.2013 р.*