

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

*А.З. Коробкин, кандидат экономических наук
(«Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»
ОСП «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров Белкоопсоюза»);*

*И.В. Алексеенко
(Республиканский институт высшей школы)*

Термин «эффективный» (от лат. *effectivus*) значит действенный, дающий нужные результаты, наилучшие результаты. Следовательно, «эффективность» — это понятие, обозначающее результативность функционирования системы какого-либо рода. Оно может быть применено как к общественному производству в целом, так и к отдельным составляющим его сферам.

Эффективность организации проявляется в единстве и уровне решения экономических и социальных задач. А это значит, что, во-первых, категория эффективности торговли относится к категории эффективности воспроизводства, как частное к общему, единичное к целому. Эта категория охватывает более узкую группу отношений эффективности, отношения по повышению результативности торговли. Во-вторых, критерии и показатели эффективности торговли должны составлять взаимосвязанную единую систему в процессе воспроизводства.

Краткая классификация эффектов выглядит следующим образом. Основным, итоговым эффектом экономической деятельности является обеспечение массы прибыли на используемые собственные или заемные средства (капитал). Но для достижения этой конечной цели необходимо реализовать ряд взаимосвязанных промежуточных целей и получить частные эффекты. Среди них решающими, на наш взгляд, являются создание материально-технической и кадровой базы экономической деятельности, организация и осуществление самого процесса производства и продажи товаров и услуг. Каждый из этих этапов движения капитала в соответствии с классической схемой $D — T . . . P . . . T' — D'$ имеет свои цели и эффекты, которые требуют самостоятельной оценки и вносят определенный вклад в конечный эффект торговой деятельности.

Эффект — это достигнутый результат. Одни экономисты считают, что «реализация общественного продукта является основным эффектом, получаемым обществом от вложения средств торговли».

Что же касается работников, занятых в той или иной организации, то для них эффектом деятельности является реальная оплата их труда и, в соответствии с ней, уровень потребления материальных благ и услуг, в количестве и качестве необходимых для удовлетворения физических, социальных и духовных потребностей. Таким образом, конечный эффект хозяйственной деятельности торговли для основной массы населения носит не столько экономический характер, сколько социальный. Хотя он и выражается в определенной сумме направленных на это денежных средств.

В хозяйственной деятельности организации торговли используют возобновляемые и невозобновляемые ресурсы. К таким ресурсам можно отнести трудоспособное население (трудовые ресурсы), капитал (основные и оборотные фонды), природные ресурсы, а также интеллектуальный потенциал человека.

Таким образом, в современных условиях эффект торговой деятельности можно представить и как результат использования различных ресурсов в том или ином объеме. Важным моментом является то, что ресурсы в экономике ограничены, и организация может использовать только ограниченное количество ресурсов.

По нашему мнению, экономическая эффективность торговли — это результат реального торгово-технологического процесса. Она отражает уровень деятельности субъектов рынка в процессе использования ресурсов и получения прибыли, т. е. конечных результатов хозяйствования. Следовательно, экономическая эффективность — это категория, отражающая то, как, с каким уровнем прибыльности используются экономические ресурсы организации.

Социальная эффективность организаций торговли рассматривается как мера удовлетворения спроса обслуживаемого населения при соответствующем качестве товаров и услуг и минимизации затрат на их покупку. В широком плане качество обслуживания покупателей является основным социально-экономическим критерием, позволяющим не только оценить прибыль, но и повышать экономическую эффективность в торговле. Одновременно повышается тем самым и ее социальная эффективность.

Социальный эффект покупателей и социальный эффект работников торговли взаимосвязаны и взаимообусловлены. Социальная эффективность персонала организаций торговли выступает в качестве фактора социального эффекта населения, т. е. улучшении условий работы и жизни работников влияет на качество торгового обслуживания, а последний, как указывалось выше, в свою очередь является фактором повышения социальной эффективности покупателей.

Социальная эффективность функционирования организаций торговли определяется степенью соответствия целям, задачам развития самого хозяйствующего субъекта в целом, что выражается в прогрессивных изменениях в социальной структуре покупателей и работников: улучшение условий труда, оптимальном использовании человеческого потенциала, активизации предприимчивости, инициативы, повышении квалификации кадров и как результат — повышении культуры труда, обслуживания, повышении степени удовлетворения спроса, реализации социальных интересов работников и покупателей.

Между тем, участие организации в формировании госбюджета и внебюджетных фондов является фактом проявления социальной эффективности на общественном уровне, так как эти отчисления перераспределяются на решение социальных задач общества в плане пенсионного обслуживания, финансирования объектов социально-культурной сферы, ликвидации последствий аварии на ЧАЭС и т. д. Следовательно, это также социальный эффект кооперативной торговли в социально-экономических процессах общественного обмена веществ.

Итак, социальная эффективность представляет собой сложную категорию, составные части которой взаимосвязаны и находятся, с одной стороны, в самой организации, а с другой — вне ее. Внешний социальный эффект организации торговли представляет собой качественную совокупность уровня удовлетворения спроса и уровня технологий и организации торгового обслуживания. Все эти составные элементы социального эффекта могут быть количественно оценены. Таким образом, социально-экономический эффект функционирования организаций торговли проявляется внутри и извне самой организации и может быть представлен на рис. 1.

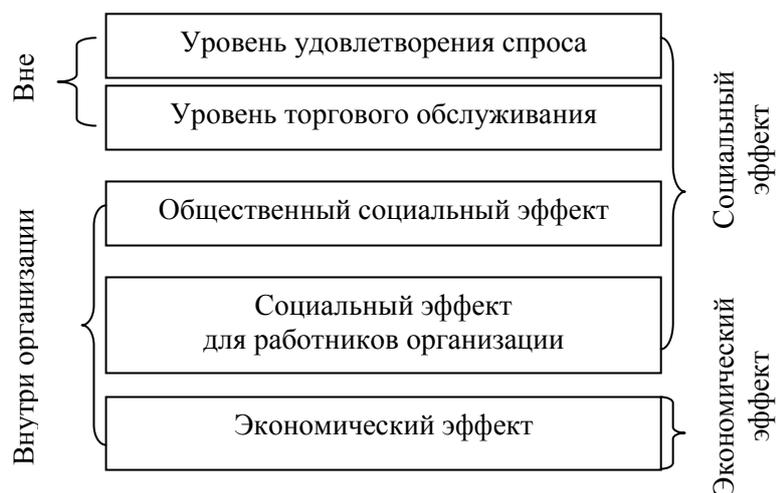


Рис. 1. Социально-экономический эффект функционирования организации торговли

Следовательно, социально-экономическая эффективность функционирования организации — это сложная категория, отражающая уровень и качество удовлетворения спроса обслуживаемого населения, жизни и быта работников, решения социальных задач общества, а также то, как с точки зрения выгоды (уровня прибыльности и доходности) используются экономические ресурсы как основа эффективного менеджмента.