курентоспроможністю підприємств сільськогосподарського машинобудування та впровадження їх у практику суб'єктів господарювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua.
2. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.minagro.kiev.ua.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: Перун, 2001. – 1140 с.
4. Латфуллин Г.Р. Теорія организации: учебник для вузов / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко. – СПб.: Питер, 2005. – 395 с.
5. Beach R., Muhlemann A.P., Price D.H.R., Paterson A., Sharp J.A. Theory and methodology: a reviewof manufacturing flexibility. European Journal of Operational Research, 122 (1), 2000. – С. 41-57.
6. Грачов О.В. Управління розвитком гнучкості підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / О.В. Грачов; Харк. нац. екон. ун-т. – Харьков, 2006. – 20 с.
7. Воронкова А.Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентності підприємства: організаційний аспект: монографія / А.Е. Воронкова, Н.Г. Калюжная, В.І. Отенко. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2008. – 512 с.
8. Шатілова О.В. Стратегічна гнучкість підприємства: сутність категорії та підходи до класифікації / О.В. Шатілова // Економіка підприємства: теорія та практика: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (12 жовтня 2012 р.). – К.: КНЕУ, 2012. – С. 219-222.
9. Цема Т. Шляхи підвищення якості сільськогосподарської техніки / Т. Цема // Техніко-технологічні аспекти розвитку та випробування нової техніки і технологій для сільського господарства України: Збірник наукових праць / Український НДІ прогнозування та випробування техніки і технологій для с.-г. виробництва імені Л. Погорілого. – Дослідницьке, 2009. – Вип. 13 (27), кн. 2. – 444 с. – С. 45-58.
10. Про затвердження Державної цільової програми реалізації технічної політики в агропромисловому комплексі на період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 30 травня 2007 р. N 785 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// zakon1.rada.gov.ua/laws/show/785-2007-п.
11. Про внесення змін до Закону України "Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу": Закон України від 6 листопада 2012 р. N 5478-VI // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5478-17
12. Ігнатьєва І.А. Методичні підходи до оцінювання рівня стратегічної гнучкості підприємств сфери послуг / І.А. Ігнатьєва, Н.В. Хлістунова // Актуальні проблеми економіки . – 2013. – № 4. – С. 128-135.
13. Распопов Р.С. Економічні аспекти гнучкості виробничої потужності підприємства/ Р.С. Распопов // Вісн. ДонДУЕТ. – 2006. – № 4 (32). – С. 117-123.
14. Власенко О.П. CRM-концепція як інструмент бізнес-маркетингу для підприємств АПК / О.П. Власенко // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2013. – № 1-2(37). – С. 107-116.

УДК 364:339.17

Жуковська В.М.
кандидат економічних наук, доцент
Київського національного торговельно-економічного університету

ІНДИКАТОРИ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Узагальнено наукові підходи щодо використання індикаторів соціального розвитку в оцінювання результативності діяльності підприємства. Розроблено алгоритм моніторингу індикаторів соціального розвитку в управлінні підприємством торгівлі. Проаналізовано особливості використання соціальних індикаторів на національному та галузевому рівнях.

Ключові слова: індикатор, соціоціннісне управління, підприємство торгівлі, національний рівень, соціальний результат.

Жуковская В.Н. ИНДИКАТОРЫ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ
Обобщены научные подходы к использованию индикаторов социального развития в оценивании результатов деятельности предприятия. Разработан алгоритм мониторинга индикаторов социального развития в управлении торговым предприятием. Проанализированы особенности использования социальных индикаторов на национальном и отраслевом уровнях.

Ключевые слова: индикатор, социоценностное управление, предпритие торговли, національний урівень, социальный результат.

Zhukovska V.M. INDICATORS OF SOCIAL DEVELOPMENT OF TRADE ENTERPRISE
Scientific approaches of indicators of social development in the evaluation of results of activity of enterpris are grounded. The algorithm of monitoring of indicators of social development is developed in a management a point-of-sale enterprise. The features of the use of social indicators on national and of a particular branch levels are analysed

Keywords: indicator, socially-valued management, trade enterpris, national level, social result.

Постановка проблеми. Соціальною домінантою розвитку України визначено розвиток людського потенціалу, який і забезпечується рівнем її освіти, станом здоров'я, матеріальним життєзабезпеченням, умовами на гідну працю. Здатність підприємства навчатися і розвиватися швидше за своїх конкурентів є джерелом його стратегічних соціальних та економічних переваг. Для виявлення певних явищ в економіці використовуються групи індикаторів, що характеризують соціальні, економічні, екологічні й інші аспекти розвитку на рівні підприємства, галузі, країни. Основою для визначення соціальних індикаторів на рівні підприємства є наявність впровадження в їх діяльність міжнародних стандартів серед яких: ISO 26000, GRI (Global Reporting Initiative), AA 1000, SA 8000 (містять положення соціального й етичного менеджменту) тощо. Водночас зростання конкуренції на ринку праці, безробіття потребують від менеджменту підприємств торгівлі все більш дієвих управлінських інструментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні основи формування соціально-орієнтованої моделі поведінки учасників вітчизняного бізнесу у галузі торгівлі висвітлено у наукових публікаціях В. Апопія, М. Безпарточного, І. Височин, В. Гейця, Г. П'ятницької, С. Мельник, Н. Сичової [2, 3, 8, 11-13]. Різні аспекти обґрунтування соціально-економічних процесів (регіонального) розвитку людського потенціалу та методів оцінювання соціальних результатів діяльності підприємства знайшли відображення у дослідженнях Е. Балацького, Н. Богацької, Г. Єлісєєва Ф. Кузнєцова, В. Кашина, Н. Орлової, Е. Лібанової, Т. Мазуренко, В. Никончук, В. Саричева та ін. [1; 4; 7; 9-10]. Сьогодні, найбільш поширеною на рівні державного управління вважається система індикаторів стійкого розвитку країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР): вона нараховує 41 соціальні, 23 економічні та 55 екологічних індикаторів. Вибір основних і часткових індикаторів при виявленні соціальних домінантних явищ в економіці є різним, залежно від цілей дослідження. Індикатор сталого розвитку (англ.) показник який дозволяє судити про стан або зміни економічної, соціальної або екологічної змінної. Основною метою введення індексів є оцінка ситуації або події для прогнозу розвитку ситуації, що склалося та прийняття відповідних дій для її вирішення. Індикатори сталого розвитку (модель *pcp*: рух, стан, реакція) включає показники людської активності, процесів і характеристик, що можуть позитивно або негативно впливати на сталий розвиток. Індикатори сталого розвитку відповідають рівню розвитку галузі або економіки та фіксують якісний стан соціального середовища. На наш погляд, з наукової точки зору потребують подальшого дослідження питання щодо визначення та систематизації груп індикаторів, що відображають національний рівень і мікрорівень процесів соціального розвитку підприємств торгівлі та механізм виявлення взаємовпливу результатів діяльності підприємства на споживача й можливостей підвищення соціальних стандартів в Україні.

Постановка завдання. Беручи до уваги викладене вище, метою статті є узагальнення методичних підходів та розробка алгоритму моніторингу соціоціннісного управління підприємством торгівлі на основі сформованих груп індикаторів оцінювання процесів соціального розвитку та результатів та виявлення процесу їх впливу на національному та галузевому рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цілями розвитку тисячоліття визначено вдосконалення забезпечення населення якісною та безпечною для здоров'я продуктами харчування та питною водою, оскільки це безпосередньо впливає на стан здоров'я громадян, тривалість їх життя. Для спрощення системи формування та регулювання соціальної спрямованості бізнесу, було започатковано міжнародні стандарти, нормативні акти та моделі управління. Сьогодні індикаторами рівня соціального благополуччя населення країни вимірюється індексами соціального розвитку, людського потенціалу, конкурентоспроможності країни (до складу якого входить група соціальних показників). Вагомі наукові розробки щодо визначення індексу людського потенціалу використовуються у вітчизняній статистиці, впроваджені на національному і регіональному рівнях. Визначення національного ІЛР, запропонованого колективом науковців [7], що базується на методиках міжнародних стандартів, дозволяє сформувати цільові орієнтири розвитку регіонів України, а для підприємств торгівлі враховуючи основні соціальні калібровані показники національного індексу у розрізі блоків (відтворення населення, соціальне середовище, комфортне життя, добробут, гідна праця, освіта) враховувати при прогнозуванні власної соціальної політики та розробці стратегії. Інтегрований індекс людського розвитку в Україні починаючи з 2010 року втратив свої позиції на 14 пунктів. Найнижчими показниками, за *індексом людського потенціалу* залишаються тривалість життя при народженні та валовий дохід на душу населення. У складі показників сталого розвитку В.М. Нікончук виділяє індекс соціального розвитку, який на національному рівні розраховується як добуток індексів якості та безпеки життя, людського розвитку. На операційному рівні управління автором запропоновано індекс соціального розвитку для аграрного підприємства, який визначається як добуток інтегрального індексу використання трудових ресурсів та індексу якісних показників розвитку [9].

Social Progress Imperativ (SPI) – це новий індикатор, що визначає рейтинг країни на основі представлення можливостей для населення за рівнем задоволення соціальних та екологічних потреб. Відповідно до даних дослідження [14] підготовленого Американською неурядовою організацією, Україна посіла 62 місце серед 132 країн. Індекс соціального прогресу свідчить, що рівень життя населення країн не завжди відповідає показникам економічного зростання. Для виміру SPI застосовується визначення Всесвітнього банку ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС), тобто – це валовий внутрішній продукт, перерахований в міжнародні долари з використанням коефіцієнтів паритету купівельної спроможності. Також, треба наголосити на тому, що частка ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності визначається у рейтингах Світового банку МВФ.

На основі узагальнень існуючих розробок, рекомендацій провідних фахівців [6; 10; 14; 16; 18], власних емпіричних досліджень соціального розвитку підприємств торгівлі, визначено низку основних індикаторів (табл. 1), що визначають прямо або опосередковано вплив соціальних домінант на макро-, мікро- та нанорівнях.

Невід'ємною частиною корпоративної філософії підприємств торгівлі повинна стати дотримання правил доброчесної ділової практики. Принципи соціальної політики підприємств визначаються і реалізуються у колективному договорі, шляхом складання соціальних звітів, дотримання міжнародних стандартів якості. Варто зазначити, що основними принципами створення звітів GRI, глобальна ініціатива зі звітності в області сталого розвитку), є створення загальноприйнятих показників оцінювання соціальної відповідальності перед персоналом, споживачами, партнерами та суспільством та можливість порівнювати показники; взаємозалежність та нормативність; зрозумілість і прозорість; надійність [19]. Ці критерії розроблені для глобального рівня охоплення, вони узгоджені не лише з Global Reporting Initiative, а й з Міжнародними стандартами фінансової звітності (IFRS), що дає змогу світовій бізнес-спільноті мати загальноприйняті індикатори соціальної стабільності. Втім частка підприємств торгівлі, що публікують соціальні звіти мізерна. Стандарт ISO 26000 регулює такі напрями діяльності підприємства, як: практична реалізація КСВ, робота зі стейкхолдерами, підвищення рівня довіри до КСВ компаній, підвищення рівня довіри споживачів, єдина термінологія у сфері

Таблиця 1

Узагальнена характеристика основних індикаторів соціального розвитку

Назва індикатора	Коротка характеристика	Особливості використання
макрорівень		
Індекс людського розвитку(ІЛР)	За методикою ООН характеризує рівень людського розвитку в країні Розраховується на базі трьох груп вимірювачів: довге і здорове життя, здобуття освіти, гідний рівень життя.	Національна методика НАН України використовує 9 груп показників, використовується у статистиці
Індекс соціального прогресу (SPI)	Показує рівень задоволення населення щодо соціальних та екологічних потреб	Дозволяє діагностувати слабкі місця в суспільстві та об'єднати бізнес і громадян для вирішення виявлених проблем.
Модель європейського фонду управління якістю (London Benchmarking Group)	Показує узагальнену характеристику соціальної спрямованості організацій, визначає ступінь задоволення споживачів, основних груп впливу.	Включає 9 критеріїв: лідерство; персонал; політика й стратегія; партнерство та ресурси; процеси; результати персоналу; ступінь задоволення) споживачів; результати суспільства; результати діяльності.
Показники регіональної концентрації торгівлі: та ін).	Індекс Херфиндаля-Хіршмана Herfindahl-Hirschman Index (HHI) використовується для оцінювання рівня монополізації галузі, розраховують як суму квадратів часток (вказаних у відсотках) кожного з суб'єктів, які діють на ринку. Індекс концентрації торгівлі – коефіцієнт Джині становить близько 30-35%	Дозволяє зробити висновки, про інтенсивність конкуренції у торгівлі, концентрацію на ринку в продовольчому і непродовольчому сегментах. Може свідчити про ступінь (високий, низький) охоплення населення об'єктами торговельної інфраструктури.
Індекс споживчих цін або Індекс інфляції	Індекс інфляції *відображає зміну вартості* фіксованого споживчого набору товарів і послуг у поточному році відносно попереднього.	Встановлюється централізовано для усіх регіонів України, *впливає* на купівельну спроможність населення
Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI)	Комплексний інструмент, який оцінює розвиток інфраструктури соціальний розвиток (освіта, ринок праці соціальна відповідальність, професійна підготовка), валютний і фондовий ринок, роботу державного апарату, судову систему, ділову активність і криміногенну ситуацію.	Індекс містить групи соціальних показників, що у складі з іншими здійснюють вплив на конкуренто-спроможність як регіонів, так і країни в цілому. Важливий індикатор для прогнозування програм соціально-економічного розвитку.
Індекс інформаційної відкритості[1,13]	Показник який визначається як відношення наданих фактичних даних підприємством до необхідних даних для розрахунку показників.	Показує відсоток повноти фактичних даних розрахунків, використовується при визначенні багатьох індексів
Мікрорівень		
Показники задоволеності споживачів якістю та асортиментом товарів і послуг [17].	*Оборот торгівлі*: наявність/відсутність скарг (їх кількість) на якість товарів та рівень обслуговування; частка власних торговельних марок (private label) в асортименті продукції; цінова пропозиція на соціальні групи товарів (дотримання законодавства у встановленні цін); наявність/відсутність програм лояльності та акційних програм.	Дозволять споживачеві порівнювати ціни на товари та послуги підприємств торгівлі, здійснювати вибір корисних товарів за оптимальними цінами. *% ВВП підприємств торгівлі* у формуванні бюджету забезпечує соціальні виплати для населення
Global Reporting Initiative, GRI	Визначає стан соціально-відповідальної політики через надання звітів. Широкий діапазон показників у відповідності до реалізованих підприємством принципів КСВ [19]. Звіт свідчить про здатність підприємства впливати на позитивні зрушення у світовій економіці.	Для оцінки результативності х підприємств торгівлі можуть бути використані лише найважливіші показники соціального позиціювання, побудови відносин з органами влади, суспільством, персоналом Недоліки: дорого коштує, доцільно для великих торговельних мереж
Соціальні інвестиції (індекс соціальних інвестицій)	Розмір добровільних внесків бізнесу у розвиток підприємства, галузі, суспільства. Участь підприємства у соціальних проектах. *Кількісний аспект* полягає в оцінюванні фінансових витрат компанії на соціальні програми: визначається абсолютний і відносний розмір коштів. *Якісний аспект* пов'язаний з обліком і оцінкою ступеня повноти і комплексності самого процесу здійснення соціальних інвестицій [1,13]	Ключовими сферами зовнішнього інвестування є спорт, медицина, сімейний відпочинок, благоустрій міст, фінансуванню певних міських заходів регіону. *Внутрішнє інвестування* є розвиток персоналу, соціально-побутові умови праці, інновації. Якісний індекс розкриває внутрішній зміст кількісних змін, що відбуваються за рахунок різних модифікацій кількісного індексу соціальних інвестицій .
Система управління охороною праці та виробничої безпеки OHSAS 18001 Система управління якістю ISO 9001	Всесвітньо визнаний стандарт оцінки систем управління охороною праці та виробничої безпеки, що забезпечує скорочення ризиків для здоров'я працівників, споживачів та громадськості [16]	Переваги: наявність стандарту підвищує соціальну цінність підприємства, забезпечує безпеку бізнес-процесів, відповідальність перед персоналом., споживачем
Інтегральний показник соціального розвитку підприємства торгівлі. [13]	Розраховується на основі груп показників: рівень розвитку трудового потенціалу, рівень розвитку системи компенсації трудової участі персоналу; ефективність системи безпеки і охорони праці та рівень соціального захисту персоналу.	Трудомістка процедура, окремі показники не завжди взаємопов'язані з результатами бізнесу. Потребує уточнення визначення соціального нормативу. Недостатня апробація методики.
Нанорівень		
Методика Key Performance Indicators (KPI),	Використання ключових показників розвитку підприємства та персоналу, що складається на основі окремих груп показників для кожного підрозділу й окремого працівника	Дозволяє оцінити наскільки ефективною є діяльність компанії у виконанні цілей стратегії. Недоліки: потребує високої кваліфікації керівного складу у KPI.
Стандарт «Investors in People»	*Показники* (абсолютні і відносні) показники: *професійного розвитку персоналу*, що свідчать про певний внесок кожним працівником у розвиток підприємства.	Для кожного підприємства визначається своя система показників ефективності управління персоналом. Оцінюється бюджет, рентабельність витрат на персонал, продуктивність.

Розроблено автором за [1; 6; 10; 13; 14]

КСВ, забезпечення відповідності між наявними документами. Натомість стандарт GRI передбачає можливість підготовки звіту тільки по одній або декількох видах діяльності підприємства. Для національного і галузевого рівня доцільно звернути на *модель досконалості* європейського фонду управління якістю містить дев'ять критеріїв (табл. 1). У застосуванні модель використовує логіку PDCA: (determine results required) – визначення необхідних результатів; (plan and develop approaches) – планування й розвиток підходів; застосування (deploy approaches) – структурування/розгортання підходів; оцінка й перегляд (assess & review approaches and their deployment) – оцінка й розгляд підходів та їх структурування / розгортання.

Також відмітимо, соціальну складову, що визначається у складі груп показників індексу конкурентоспроможності, згідно з яким Україна посідає 84-е місце серед 148 країн (табл.2). Як відмічають експерти, у галузевому розрізі торгівля демонструє невисокий рівень етики ведення бізнесу (3,41 бала), погіршення ситуації в основному відбувається через те, що досвід і кваліфікація не є головним критерієм при виборі на провідні позиції в компаніях, стосунки працівник–працедавець не є співробітницькими [18].

Продуктивність праці на рівні національної економіки у 2013 році (у фактичних цінах) на одного зайнятого в Україні становила 73,8 тис. грн, що на 0,3% менше попереднього року й у 4 рази менше ніж в Європі. Водночас кількість зайнятого населення у віці 15-70 років зросла на 0,2%. Відчутним є відставання у галузі торгівлі. Для підвищення соціальних стандартів підприємствам України необхідно підвищувати продуктивність праці, шляхом стимулювання інноваційної активності персоналу, впровадження інформаційних та кадрових технологій у бізнес процеси.

Важливим індикатором соціального розвитку для підприємства торгівлі є показник соціального інвестування. Він дозволяє визначити ступінь диверсифікації соціальних інвестицій, рівень організаційної підтримки й інформаційного оснащення процесу планування і реалізації соціальних інвестицій. Заслуговує на увагу методика, запропонована колективом авторів [6], в основі якої – визначення цільових нормативних показників внутрішніх і зовнішніх соціальних інвестицій, а також оцінювання ефективності як порівняння з цими показниками. Такий підхід, на думку авторів передбачає виявлення пріоритетних завдань соціального розвитку й формування соціального замовлення на рівні підприємства та галузі. Соціально відповідальне інвестування є процесом прийняття інвестиційних рішень, які враховують в межах традиційного фінансового аналізу соціальні та екологічні наслідки інвестицій. В його основі є визначення в якості прийнятних об'єктів для інвестування тих компаній, які задовольняють певним критеріям корпоративної відповідальності. Поряд із зазначеними індикаторами звернемо увагу на методику оцінки індексу інформаційної прозорості соціальної політики організації запропоновану Е. Балацьким [1]. Методика базується на трьох органічно пов'язаних аспектах: інформаційному, кількісному і якісному. При анкетуванні компаній враховуються як якісні так і кількісні показники. Основними кількісними показниками є обсяг продажу, прибутки та розмір соціальних інвестицій [1, 11]. Цілком погоджуємось з тим, що цінова політика підприємства торгівлі повинна враховувати соціальний механізм її формування та включати оцінку рівня платоспроможного попиту споживачів, обсягу рівня витрат на придбання товарів та послуг [9].

Виявлення чинників, які впливають на прийняття рішення щодо купівлі певного товару або послуги необхідно здійснювати з використанням сучасного інструментарію щодо діагностики соціальних індикаторів в управлінні підприємством. Керівники міжнародних компаній торговельного бізнесу (*Метро кеш енд кері Україна, Емвей Україна, Ікеа, Aldy* ін.) підвищують результативність бізнесу за рахунок створення соціально-корисних благ для споживачів. Система показників інформаційної прозорості, екологічної безпеки, фінансування соціальних проектів та програм, надасть можливість всім групам стейкхолдерів порівняти цінності підприємств торгівлі, їх вміння вести чесну конкурентну політику та відкриту співпрацю з соціальними та економічними партнерами [17, с. 115]. Використовуючи соціальні інновації та інформаційні технології, вони інтегрують соціальні цінності та ідеологію щодо ресурсозбереження, екологізації, волонтерства в щоденну практику на всіх структурних рівнях управління. У даному контексті цільовими завданнями галузі торгівлі є розробка і реалізація програми соціально-економічного розвитку торгівлі, яка здатна задовольнити потреби населення та стимулювати розвиток бізнес середовища.

Отже, узагальненою характеристикою розглянутих вище індикаторів є прогресивний соціальний розвиток у якому людина, її праця та умови життєзабезпечення в сучасних геополітичних та економічних умовах виступають найвищою цінністю. Це дозволяє стверджувати, що соціальні домінанти розвитку торгівлі повинні ґрунтуватись на таких основних принципах як: повага до прав людини, інформацій-

Таблиця 2

Динаміка основних індикаторів соціального розвитку в Україні

Назва показника	2010	2011	2012	2013
Індекс інфляції (споживчих цін), %	109,1	104,6	99,8	100,5
Індекс людського потенціалу, місце у рейтингу	69	76	78	83
ВВП на одну людину, дол. США	6991	7215	7418	7423
Продуктивність праці в Україні (у фактичних цінах), грн	55294	66383	71686	73784
Середня заробітна плата всього по Україні, *в. т.ч. оптова і роздрібна торгівля;* ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, грн	2239 1877	2633 2342	3026 2704	3265 3010
Економічно активне населення, тис. осіб	20220,7	20247,9	2039,5	20478,2
Рівень безробіття, %	8,8	8,6	8,1	7,7
Індекс конкурентоспроможності	82	89	82	84

Складено за [2; 10; 18]

на відкритість, безпечність та екологічність товарів/послуг, якість обслуговування (в широкому сенсі – це забезпечення формування системи інформування споживачів про товари, послуги, доставка товарів та послуг, створення умов для здійснення покупок для інвалідів, дієвість системи гарантійного обслуговування, якість і безпечність Інтернет-покупок тощо). Реалізація розглянутих факторів сприяє задоволенню очікувань цільових груп та надає підприємствам сфери послуг такі можливості, як: збереження здоров'я та життя споживача товарів та послуг;забезпечення задоволеності та довіри клієнта; зростання позитивного іміджу підприємства; збільшення конкурентних переваг підприємства;формування іміджу соціально відповідального підприємства.

У побудові соціоціннісної моделі управління (рис. 1) важливо визначити й практично реалізовувати принципи управління, що ґрунтуються на європейських цінностях свободи і демократії. Інформаційна доступність про діяльність підприємства, врахування і підтримання соціальних стандартів і системи цінностей українського суспільства, професійне зростання персоналу, безпека умов праці, інноваційна активність – характерні принципи соціально відповідальних підприємств. Так, наприклад, низка авторів [4; 5; 8] систематизували показники у сфері соціально-трудових відносин, Сичова Н.І. запропонувала комплексну методику розрахунку інтегрального показника соціального розвитку підприємства торгівлі, які охоплюють різні аспекти соціальної інфраструктури та розвитку персоналу. Втім, практично на підприємствах торгівлі сьогодні керівництвом використовуються лише ті показники, що оптимізують собівартість реалізованих товарів у логістичній системі, враховують різні аспекти управління професійним розвитком працівників, що підвищують дохід підприємства та знижують його витрати.

Варто також наголосити, що міжнародні компанії звертаються до впровадження в систему управління підприємством такої стандартизованої кадрової технології як «Investors in People». Його головна мета залучення і розвиток працівників, що сфокусовані на результат та вимагає від керівництва підприємства забезпечення рівних можливостей для розвитку потенціалу всіх працівників. Принципи даного стандарту актуально впроваджувати не тільки на підприємствах торгівлі, але й на державному рівні управління щоб пришвидшувати економічні реформи в Україні.

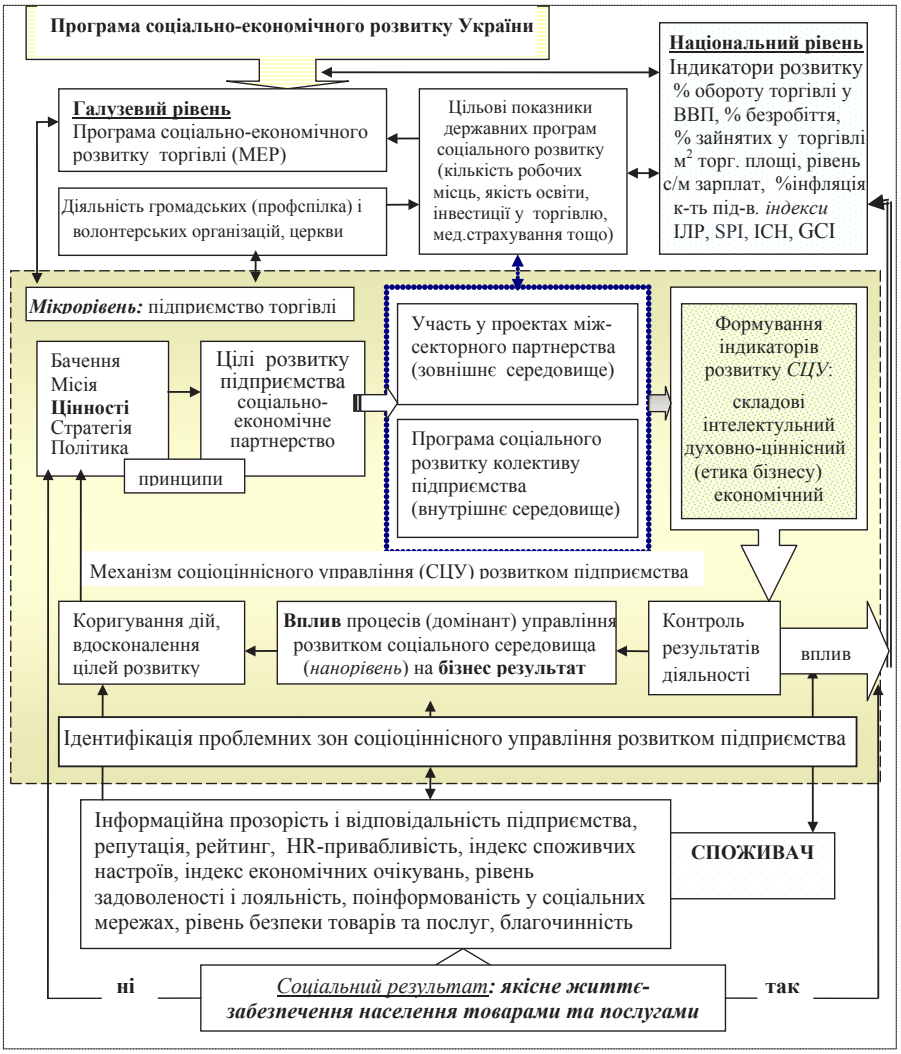

Рис. 1. Процес моніторингу індикаторів соціального розвитку підприємства торгівлі

Розроблено автором

Умовні позначення: МЕР – Міністерство економічного розвитку України визначає стратегічні цілі розвитку торгівлі; ІЛР індекс людського розвитку, SPI шндекс соціального прогресу, GCI- індекс глобальної конкурентоспроможності, ІСН –індекс стійкого розвитку (для країн ОЕСР)

Таким чином, розглянута група соціальних індикаторів дозволяє окреслити загальні контури феномену соціального розвитку та отримати змістовні висновки про характер взаємодії бізнесу, держави і суспільства. Підприємство торгівлі залежно від своєї стратегії свого розвитку може обирати різні варіанти моніторингу результатів соціального розвитку: це може бути як незалежне оцінювання соціальної відповідальності, приєднання до волонтерського руху, публікувати щорічно соціальний звіт, здійснювати постійний моніторинг індикаторів, що впливають на результативність бізнесу, привабливість компанії для споживача. Визначення груп індикаторів, що відображають соціально-економічну активність підприємства торгівлі важливим завданням для керівників залишається гармонізація цінностей працівника і підприємства через розвиток організаційної культури, формування мотиваційних програм у підвищенні продуктивності праці.

Висновки. Сучасний етап розвитку суспільства вимагає нових підходів до оцінювання результативності управління процесами розвитку, в яких людина виступає голо-

вним чинником соціального прогресу та економічного зростання. Торговельний бізнес безпосередньо повинен спрямувати зусилля на реалізацію принципів соціально-відповідальної політики у відношенні до споживачів та інших зацікавлених сторін. Визначення і моніторинг соціальних індикаторів дозволить прогнозувати їх вплив на ключові соціальні аспекти управління, результативність бізнесу підприємств торгівлі. З метою виявлення взаємозалежності факторів впливу на соціальний розвиток підприємства торгівлі та запропоновано здійснювати моніторинг індикаторів соціального розвитку на національному і галузевому рівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балацкий Е. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы.// Экономист, 2005. – №1. – С. 64-80.
2. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі : монографія / І.В. Височин – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 544 с.
3. Геєць В.М. Інститути зайнятості та безробіття: сучасні тенденції та виклики для України [Текст] : наук. Доп. / [В.М. Геєць та ін.], за ред. акад. НАН України В.М. Гейця, чл.-кор. НАН України А.А. Грищенка; Нац. акад. наук України, ДУ «Ін-т економіки та прогнозування». – К.: [б.и.], 2013. – 247 с.
4. Дзюба О.М., Зюзіна В. Ефективність внутрішньої складової корпоративної соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15944/1/43_277281_Vis_725_Ekonomika.pdf]
5. Захаров Н.Л Кузнєцов ФЛ. Управление социальным развитием организации: Учебник. – М.: ИНФРА –М, 2006. – 263 с.
6. Кашин В., Нещадин А., Тульчинский Г. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.chelt.ru/2009/5-9/nes4adin509.html
7. Людський розвиток в Україні: трансформація рівня життя та регіональні диспропорції: [монографія] / Відп. За випуск Л.М. Черенько, О.В. Макарова, за ред. Е.М. Лібанової. – у 2-х томах. – К.: ІДСД ім. М.В. Птухи НАН України, 2012. – 436 с.
8. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики / С. Мельник // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32–36.
9. Никончук В.М. Методичні підходи до оцінки сталого розвитку аграрного підприємства // Ефективна економіка / [Електронний ресурс]. Режим доступу economy.nayka.cjm.ua/?op=1&z=19
10. Саричев В.І., Єлісєєва Г.Ю. Індекс людського розвитку: проблеми вимірювання на національному та світовому рівнях // Бізнсінформ. – № 2 – 2014, –С. 220-227.
11. Безпарточний М. Формування ефективної цінової політики торговельних підприємств // Науковий вісник ХДУ. – 2014 – № 7. – Ч. 2. – С. 122-126.
12. П'ятницька Г., Гайдай Ю., Предєін А. Управління розвитком організаційної культури торговельного підприємства // Вісник КНЕУ. – 2013. – № 3. – С. 17-29.
13. Сичова Н.В. Дослідження рівня соціального розвитку підприємств торгівлі // Економіст. – 2008. – № 12. – С. 7–12.
14. Доповідь про людський розвиток 2013 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://health.unian.net/ukr/detail/245104
15. Україна посіла 62 місце в Індексі соціального розвитку. 6 травня 2014 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pon.org.ua/novyny/3138-ukrayina-posila-62-misce-v-indeksi-socialnogo.html
16. Система управління охороною праці та безпекою. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bsi-russia.ru/ru/Assessment-and-Certificationservices/ Management-systems/Standards-and-schemes/OHSAS-18001/
17. Жуковська В.М. Методологічні засади виміру репутаційної активності роздрібних торговельних мереж / Бондар Г.О., В.М. Жуковська //Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5, Т. 2. – С. 114–117.
18. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 // Фонд «Ефективне управління», – 2013. – 234 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: feg.org.ua
19. Free encyclopedia. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Global_Reporting_Initiative

УДК 006.83:658.62

Ільчук В.П.
доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів
Чернігівського національного технологічного університету

Штирхун Х.І.
аспірант кафедри фінансів
Чернігівського національного технологічного університету

ЯКІСТЬ АГРОПРОДУКЦІЇ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

У статті визначено місце якості продукції у системі маркетингу агропідприємств. Надано визначення та розмежовано поняття «виробнича якість» і «споживча якість». Виявлено фактори, що впливають на якість агропродукції в процесі її виробництва та організації збутової діяльності. Охарактеризовано маркетинговий підхід до забезпечення споживчої якості агропродукції.

Ключові слова: маркетинг, якість, продукція, конкурентоспроможність, аграрні технології, споживач.

Ильчук В.П., Штырхун К.И. КАЧЕСТВО АГРОПРОДУКЦИИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

В статье определено место качества продукции в системе маркетинга агропредприятий. Дано определение и разграничены понятия «производственное качество» и «потребительское качество». Выявлены факторы, влияющие на качество агропродукции в процессе ее производства и организации сбытовой деятельности. Охарактеризован маркетинговый подход к обеспечению потребительского качества агропродукции.

Ключевые слова: маркетинг, качество, продукция, конкурентоспособность, аграрные технологии, потребитель.

Ilchuk V.P., Shtyrkhun Kh.I. THE AGRICULTURAL PRODUCT QUALITY IN A MARKETING SYSTEM

In the article the place of product quality in an agricultural marketing system is determined. The definition and delimitation of "industrial quality" and "consumer quality" are presented. The factors that influence on the quality of agricultural products during its production process and organization of marketing activity are detected. The marketing approach of ensuring the consumer quality of agricultural product is characterized.

Keywords: marketing, quality, product, competitiveness, agricultural technologies, consumer.