

З програми видно, що для даної матриці найбільше власне значення матриці парних порівнянь (λ_{max}) = 9,188; індекс узгодженості (IU) становить 0,023, а відношення узгодженості (WU) дорівнює 0,016. Отже, умову узгодженості матриці дотримано.

Розрахунок вагових коефіцієнтів факторів безпеки кадрів виробничих підприємств подано у таблиці 5.

Висновки. Проведені дослідження показали, що фактором, який найсуттєвіше впливає на безпеку кадрів виробничого підприємства, є нормативні документи, що розробляються на самому підприємстві, враховуючи його специфіку, на основі законодавчих і нормативно-правових актів та міжвідомчих та відомчих нормативів.

На досить високому рівні впливу знаходяться фактори безпеки праці (організація і контроль за безпекою праці (20,5%), безпека виробничих процесів (15,7%) та виробничого середовища (10,5)).

Безпека кадрів також значно залежить від стосунків по вертикалі «керівник-працівник» (10,0%), соціального пакету додаткових послуг (7,2%) та професійно-психологічного відбору працівників (5,4%).

Стосунки по горизонталі «працівник-працівник» (4,7%) та обов'язковий соціальний внесок (3,0%) є менш вагомими, адже у порівнянні з вищепереліченими факторами несуть дещо менший вплив на життя, здоров'я та продуктивність праці працівників виробничих підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Экономика труда. Под ред. Кониной Ю.П., Шлейдера П.Э., 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2010. – 686 с.
2. Зеркалов Д.В. Безопасность труда: моногр. / Д.В. Зеркалов. – К.: Основа, 2012. – 637 с.
3. Баклицький І.О. Психологія праці: підручник / І.О. Баклицький. – 2-ге вид., перероб., доповн. – К.: Знання, 2008. – 655 с.
4. Болотіна Н.Б. Право соціального захисту: становлення і розвиток в Україні: моногр. / Н.Б. Болотіна. – К.: Знання, 2005. – 381 с.
5. Праця в Україні (Національна профспілкорова доповідь Президенту України) // Охорона праці (на допомогу спеціалісту з охорони праці). – 2010. – № 6. – С. 6-7.
6. Жидецький В.Ц. Основи охорони праці: підручник. – 5-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2014, – 375 с. + компакт-диск.
7. Аналіз стану охорони праці в Україні // Охорона праці (на допомогу спеціалісту з охорони праці). – 2011. – № 3. – С. 31-32.
8. Жидецкая К.В., Швайка Л.А. Безопасность кадров в структурах издательско-полиграфической отрасли / К.В. Жидецкая, Л.А. Швайка // Сборник научных трудов «Проблемы современной науки», Ставрополь – 2013. – Вып. 9 – С. 202-209.
9. Жидецька Х.В. Побудова ієрархії факторів безпеки кадрів невиробничих підприємств / Х.В. Жидецька // Збірник наукових праць «Формування ринкових відносин в Україні», К., 2014. – Вып. 4 (155) – С. 209-215.
10. Саати Т. Принятие решений (метод анализа иерархий): пер. с англ. / Т. Саати. – М.: Радио и связь. 1993. – 278 с.
11. Ареф'єва О.В. Побудова моделей ключових загроз на шляху до економіки знань в Україні / О.В. Ареф'єва, В.М. Сеньківський, А.М. Штангрет, О.В. Мельников // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). – 2011. – Вып. 2(35). – С. 52-67.

УДК 005.35:339.17

Жуковська В.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту*

Київського національного торговельно-економічного університету

СОЦІАЛЬНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Обґрунтовано сутність соціального розвитку підприємства торгівлі як синергетичний результат і процес взаємообумовлених змін у розвитку інтелектуальних, духовно-ціннісних, економіко-забезпечувальних компонентів соціального середовища. Розглянуто основні детермінанти соціального розвитку підприємств торгівлі.

Ключові слова: соціальний розвиток, кваліфікація персоналу, торговельна мережа, соціальне середовище, тіньова зайнятість в торгівлі, соціальна відповідальність.

Жуковская В.Н. СОЦИАЛЬНЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Обоснована сутність соціального розвитку підприємства торгівлі як синергетический результат і процес взаємообумовлених змін у розвитку інтелектуальних, духовно-ціннісних, економіко-забезпечувальних компонентів соціального середовища. Проаналізовані основні детермінанти соціального розвитку підприємств торгівлі.

Ключевые слова: социальное развитие, квалификация персонала, социальная среда, теневая занятость в торговле, торговая сеть, социальная ответственность.

Zhukovska V.M. SOCIAL VECTOR OF DEVELOPMENT OF TRADE ENTERPRISES

Essence of social development of trade enterprise is reasonable as a synergetical result and process of mutual changes of development of social environment' components: intellectual, spiritually-valued, economically-provided. Basic factors development of trade enterprises is analyzed.

Keywords: social development, qualification of personnel, social environment, shadow employment in trade, trade network, social responsibility.

Постановка проблеми. Перехід на соціоінноваційний шлях у стратегії соціально-економічного розвитку економіки обумовлює розробку та вирішення основоположних теоретико-методологічних завдань у сфері управління соціальним розвитком підприємств торгівлі. Україна є підписантом Глобального догово-

ру щодо соціальної відповідальності бізнесу, проте частка підприємств торгівлі у ньому складає близько 7%. Водночас висока тіньова зайнятість у галузі торгівлі, невідповідність соціального діалогу запитам зацікавлених сторін, зростання соціальної напруги в управлінні соціально-трудовими відносинами потре-

бують визначення перспектив соціального розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика теорії соціального розвитку підприємства, формування і використання потенціалу висвітлювалася у працях І. Ворожейкіна, М. Боровик, В. Грицькової, А. Литвиненко, М. Новікової, Г. Островерхової, В. Колота, Г. Скляр [1-5]. Стратегічні аспекти соціального розвитку підприємств торгівлі в умовах конкурентного середовища отримали розкриття у роботах Н. Сичової [5], А. Мазаракі, Г. П'ятницької, М. Наумової, В. Жуковської, І. Миколайчук, Д. Нор-та [6-10]. Огляд цих робіт показує, що автори аналізували галузеву специфіку і сучасні тенденції розвитку підприємств торгівлі та розглядали сутнісні характеристики соціально-поведінкових аспектів розвитку персоналу. Поза увагою залишаються важливі питання щодо визначення сутності цілей соціального розвитку підприємств торгівлі як у системі управління, так і у підвищенні якості життя населення, виявленні причин високої тійовості зайнятості у галузі.

Постановка завдання. Процеси інституціональної деструкції, соціально-економічна криза в Україні вимагають подальшого дослідження проблеми окресленої проблематики. **Метою статті** є обґрунтування сутності та визначення цільових орієнтирів соціального вектору розвитку підприємств торгівлі в умовах соціалізації та економіки знань, спираючись на результати факторного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Друге десятиліття XXI століття знаменує суттєві соціально-економічні проблеми (екологічні катастрофи, фінансова криза, банкрутство, політичні скандали з економічними наслідками в різних країнах), територіальні претензії та пов'язані з цим воєнні дії з боку Росії викрили латентні хвороби соціально-економічного та політичного «розвитку» суспільства, корупційні схеми олігархічного управління в Україні. Соціальний розвиток підприємства [5, с. 15] становить процес удосконалення соціального середовища, що є частиною внутрішнього середовища підприємства і характеризує умови реалізації трудової діяльності персоналу. Водночас зазначимо, що якщо для окремих підприємств торгівлі соціальні аспекти діяльності є життєвою необхідністю у довгостроковій перспективі, то для інших – це модний тренд для покращення іміджу.

Аналізуючи зміст складових соціального розвитку підприємства [1-12], в якості об'єкта управління автори за напрямом їх впливу розглядають внутрішнє соціальне середовище (створення сприятливих умов праці, побуту і відпочинку персоналу, його матеріальне і моральне винагородження, соціальний захист, формування і підтримка здорової морально-психологічної атмосфери) і зовнішнє (забезпечення ділового співробітництва і соціального партнерства, досягнення стратегічних цілей діяльності підприємству у поєднанні із задоволенням потреб і очікувань інших зацікавлених груп: власників, споживачів, бізнес-партнерів, громадськості.). Водночас акцент на формування соціально-трудових відносин на принципах соціальної відповідальності партнерства, виступає джерелом соціальної активності та фактором розвитку підприємства у наукових працях [5; 8; 9].

Огляд наукової літератури [6; 10; 11], щодо феномену соціального розвитку підприємства дає змогу стверджувати загальну закономірність людського розвитку, який детермінується факторами спадковості (носієм спадковості є генотип, де зберігається вся інформація про властивості організму, його

потенціал) та соціального середовища (реальна дійсність, соціально-економічне буття, де відбувається розвиток людини). Наголосимо на тому, що особливістю системи управління підприємства торгівлі є те, що в основі його економічного розвитку рухомими силами, за своєю природою, лежать соціально-психологічні та інформаційні підвалини взаємодії споживача і працівника, які, в першу чергу, і підживлюють, і уможливають рухатися усі соціально-економічні сутнісні складові механізму у потрібних для своєї користі напрямках та межах розвитку [13]. Беручи до уваги, що соціальні інститути і культура громадянського суспільства знаходяться у постійному дифузійному процесі, успіх кардинальних змін (реформ) залежатиме від сформованої в суспільстві і, зокрема, відносин у галузі соціоцінісних переконань про чесність, гідність, норми, правила, істини та ідеї, що втілені у практиках ведення бізнесу. Тому поряд з іншими неринковими механізмами впливу, особливо інформаційними технологіями, *соціальні основи розвитку підприємства торгівлі є не тільки системоутворюючою цілою економічного механізму управління, а й каталізатором у процесах генерації соціальних новацій*, формуванні програм лояльності споживача до бренду свого підприємства. Для всіх країн світу зайнятість у системі соціальних та економічних проблем посідає провідне місце і разом з показниками рівня життя виступає своєрідним індикатором соціальних процесів.

Соціальний розвиток є історією конкретних людей, результатом їх суспільно-усвідомленої та корисної діяльності у нерозривній єдиній еволюційних змін [6]. Працівник як особистість виступає в ролі об'єкта впливу, який, з одного боку, під дією факторів середовища всебічно розвивається, у просторі й у часі здійснює своє відтворення та життєзабезпечення, а з іншого – його система цінностей самоудосконалюється в процесі взаємодії і спільної (колективної) діяльності, виступає своєрідним каталізатором і регулятором соціального розвитку. Результати узагальнення наукових підходів [1-13] щодо сутності та складових соціального розвитку підприємства засвідчили: а) про певну схожість структурних елементів соціального середовища; б) про розгляд поняття як процесу в результаті кількісних і якісних змін параметрів структурних елементів; в) про розвиток соціального потенціалу підприємства, до складу якого входять групи показників. Враховуючи напрацювання науковців, спираючись на концепції еволюційного та сталого розвитку, ціннісного підходу та беручи до уваги особливості галузевої специфіки торговельної галузі, запропоновано визначити сутнісну характеристику соціального розвитку як процес і результат синергетичних змін потенціалу взаємообумовлених компонентів соціального середовища, кожен з яких має вектор розвитку. Виокремлено потенціали розвитку трьох компонентів:

- *інтелектуальна компонента* повинна представляти єдиний механізм управління знаннями у просторі й у часі, що передбачає розвиток технологій професійного навчання, розроблення мотиваційних програм та створює можливості для реалізації кар'єрного зростання працівників. У взаємозв'язку із розвитком об'єктів соціальної інфраструктури (елемент економіко-забезпечувальної компоненти) це дозволить створювати базис для інноваційного середовища підприємства торгівлі, імплементувати новації для споживача і тим самим створювати конкурентну перевагу для підприємства;

- *духовно-ціннісна компонента* характеризує рівень корпоративної культури, наявну систему вза-

емовідносин і комунікацій з усіма зацікавленими сторонами, напрями реалізації принципів соціальної відповідальності, прозорість діяльності для споживачів, громадськості, працівників, а також духовно-лідерський потенціал власників, тор-менеджерів тощо. Основою умовою розвитку компоненті – це узгодження між потребами та інтересами працівників з одного боку та можливостями підприємства їх задоволення з іншого. Згідно з поглядами Д. Норта [10, с. 35], системи релігійних переконань продовжують відігравати важливу роль у визначенні соціальних змін. Він вважає, що інституційні обмеження накопичуються у часі таким чином, що культура суспільства є кумулятивною структурою правил, норм і переконань, що визначає нашу сучасність і впливає на майбутнє [10, с. 20].

- економіко-забезпечуюча компонента підприємства торгівлі характеризує розвиток інформаційної та матеріально-технічної (об'єкти соціальної інфраструктури) бази як для якісного життєзабезпечення персоналу, так і для споживачів; забезпечує через систему оплати, винагород та пільг, соціальне і медичне страхування через ефективність діяльності персоналу підприємства.

Економічним підґрунтям соціального розвитку підприємств торгівлі виступає показник товарообороту. Згідно з даними Державної служби статистики України, серед видів економічної діяльності частка валової доданої вартості торгівлі займає перше місце із показником у 2013 р. – 229,1 млрд грн (табл. 1). Найбільш нерозвиненою залишається торговельна мережа в сільській місцевості: фактично наявна торговельна площа складає 60,2 кв. м, а необхідна потреба – 296 кв. м. За даними Державної служби статистики України, оборот роздрібною торгівлі демонструє стабільне зростання: за підсумками 2013 року зріс і склав 884,2 млрд грн, водночас відносні зміни обсягу товарообороту до попереднього року демонстрував падіння на 6,4% у порівнянні з 2012 роком і склав 109,5%.

На результати діяльності підприємств торгівлі протягом останніх п'яти років суттєво вплинули фактори купівельної платоспроможності населення, економії витрат на масштабах розвитку (для торговельних мереж), оптимізації асортиментної політики, концентрації каналів розподілу. Серед факторів, що забезпечили соціальну активність підприємства торгівлі, слід виділити потенціал трансфертного ціноутворення, економію на виплатах персоналу, оновлення технологічних та інформаційних технологій, ділове партнерство із зацікавленими групами впливу тощо. Водночас, порівнюючи дані обсягу товарообороту і витрати населення на товари та послуги, експерти зазначають, що близько 41% роздрібного товарообороту знаходиться у тіні. Непрозорість роботи у сфері торгівлі в Україні є одним з факторів, що стримують надходження до державного бюджету. Слід констатувати, що фактичний вплив держави розпо-

всюджується лише на «видиму частину айсбергу», тобто торговельні роздрібні мережі, які несуть податковий тягар (загальні податкові платежі сягають близько 23 млрд грн на рік по галузі), намагаються дотримуватися цієї норми, хоч і затримують виплати постачальникам за реалізований товар. Натомість приватні підприємці, ринки здійснюють реалізацію таких товарів так, як їм вигідно.

Поряд з цим до переліку недоліків, що стримують соціальний розвиток, варто віднести невідповідність соціального діалогу запитам зацікавлених сторін, зростання соціальної напруги в управлінні соціально-трудохими відносинами, що стали типовими для багатьох підприємств торгівлі. Так, за результатами дослідження тіньової зайнятості в Україні експертами Всесвітнього банку [15], майже 22,9% працевлаштованих громадян працюють без офіційного оформлення трудових відносин, майже 40% з них – це сфера продажів. Такі показники відкинули Україну на 140-е місце серед 151 країн світу за обсягами тіньової економіки. Крім того, експерти прогнозують, що до кінця 2014 року в Україні кожна десята особа працездатного віку буде безробітною. За методологією МОП, безробіття сягає 8,8% (у січні цей показник становив 7,2), а в окремих областях – понад 9%.

Вивчення пропозицій роботодавців підприємств торгівлі показує, що для багатьох професій характерне стабільне залучення кваліфікованих кадрів. Найбільшим попитом користуються професії, пов'язані з наявністю високого рівня освіти і кваліфікації: менеджери з продажу, програмісти, бухгалтери високої кваліфікації, менеджери різних рівнів, логісти, з відповідним досвідом роботи. Відчувається дефіцит і серед робочих спеціальностей – вантажників, продавців, касирів, комірників, фасувальників, водіїв. Значна кількість підприємств торгівлі відчуває потребу в адміністраторах, касирах, водіях продавця продовольчої і непродовольчої груп товарів, тощо. Крім того, досліджуючи стан соціального середовища підприємств торгівлі, було акцентовано увагу на потенціал розвитку інтелектуальної компоненти, зокрема соціально відповідальність політику залучення, систему оплати, навчання та розвиток персоналу, що відрізняється у розрізі торгових форматів і географії їх розташування. Варто наголосити, на тому, що внутрішні проекти соціального розвитку підприємства більше спрямовані на забезпечення гідного рівня соціальних гарантій, підвищення кваліфікації працівників через програми корпоративного навчання, розроблення програм мотивації та лояльності для власного персоналу. Однак соціальне інвестування у цьому напрямі для багатьох підприємств торгівлі залишається недостатнім, проблематичним, а інформація про бюджети витрат, навіть відносні, фактично не висвітлюються, за виключенням тих компаній, що публікують соціальні звіти («Метро кеш енд кері Україна», ГК «Фокстрот», ТОВ «Ємвей Україна»).

Таблиця 1

Динаміка обсягу роздрібною торгівлі в Україні*

Показники	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг обороту роздрібною торгівлі, млрд грн	325	456	444,3	541,5	685,7	812,1	884,2
Зміни обсягу обороту роздрібною торгівлі, у % до попереднього року	128,9	118,1	82,6	109,8	114,8	115,9	109,5
Динаміка реального ВВП, %	7,6	2,3	-14,8	4,1	5,2	0,2	0
Обсяг валової доданої вартості у торгівлі, млрд грн	95,2	131,3	130	164,8	203,6	219,6	229,1
Приріст реальної валової доданої вартості у торгівлі у постійних цінах 2007, %	15,9	2,4	-17,5	7,6	5,3	3,9	2

*складено за даними Держстатистики України [14]

Підприємства роздрібно́ї торгівлі приділяють важливу увагу навчанню та адаптації продавців-консультантів, супервайзерів, касирів тощо. Співвідношення форм навчання за пріоритетністю виглядає так: обов'язкове ввідне адаптаційне навчання для усіх кандидатів проводять близько 84% досліджуваних підприємств торгівлі, у роздрібних торговельних мережах, що входять до ТОП-10, цей напрям є обов'язковим. Внутрішні програми підвищення кваліфікації охоплюють від 17 до 45% працівників підприємств. У програмах додаткової і професійної освіти (МБА, АССА тощо), переважно за кошти самих працівників, задіяно близько 17% підприємств, що характерно для структурних підрозділів головних офісів, керівних посад у магазинах.

Створюючи передумови для впевненого майбутнього [19, с. 130], автор зазначив, що Україні потрібно відходити від моделі «жити сьогоднішнім днем», а власник підприємства повинен бути зацікавлений в максимізації прибутку в довгостроковій перспективі, в розширенні виробництва, в соціальних проектах. Нині перевагами ринку праці України залишаються гнучка практика наймання та звільнення (32-е місце), оплата праці стала більше залежати від продуктивності (покращення на 16 позицій) [15, с. 44-45]. Поряд із наведеним слід зазначити, що в Україні підприємства торгівлі частково реалізують принципи соціальної відповідальності відносно власного персоналу. Про це свідчать поширеність низької оплати праці, заборгованість з її виплати, недостатня активність у забезпеченні професійного зростання та поліпшенні умов праці. Як свідчать результати дослідження українських компаній [15], соціальні проекти щодо підтримки місцевих громад у сфері охорони здоров'я та спорту, освіти та культури у контексті соціальної відповідальності протягом 2013 р. у середньому склали 3,65 бали з семи. Водночас у напрямі створення довгострокових програм розвитку на території присутності, галузь торгівлі демонструє найнижчий рівень (2,65 бали). Однак відмітимо високу соціальну активність таких мережевих підприємств торгівлі, як: «Метро кеш енд кері Україна», ГК «Фокстрот», ТОВ «Емвей Україна», «Брусниця», «Епіцентр». Зазначені підприємства реалізують програми *спонсорювання і добродійності* у напрямках: популяризація спорту, допомога незахищеним верствам населення, сприяння розвитку освіти, збереження історичної пам'яті, зелена планета, допомога армії тощо. Наприклад, у 2013 році ГК «Фокстрот», за версією «Forbes», утримує соціальне лідерство (33 місце серед 200 компаній).

Недостатність програм всебічного розвитку персоналу підприємства торгівлі, висока плинність оперативного персоналу перманентно обумовлюють проблеми, які пов'язані з неналежним рівнем обслуговування, порушеннями правил торгівлі продовольчими товарами, недотриманням санітарно-технічних норм, що створюють небезпеку харчових отруєнь, недовіру споживачів та як наслідок погіршення репутації підприємства. Основними чинниками такого впливу на підприємствах торгівлі є: недотримання правил техніки безпеки, порушення трудової і виробничої дисципліни, недоліки в організації та професійній адаптації працівників, психофізіологічне здоров'я працівників. Такі соціальні фактори, як умови оплати та нормування праці, на підприємствах торгівлі мають негативну тенденцію впливу на ефективність роботи персоналу. Так, середньомісячна заробітна плата в торгівлі нижче середньогалузевого показника по Україні: у розрахунку на

штатного працівника у 2013 р. складала 3010 грн. Проведене дослідження [12, с. 368-370] щодо виконення соціально-поведінкових ризиків персоналу вказує на проблеми планування організування та мотивування персоналу у системі управління підприємства торгівлі.

Вивчаючи питання життєзабезпечення працівників торгівлі, ми провели опитування представників підприємств торгівлі, воно засвідчило про різне ставлення роботодавців щодо рівня та умов оплати праці. За даними респондентів (N – 478 осіб, n – 40 підприємств торгівлі, у тому числі 16 магазинів 9 торговельних мереж) Середній рівень оплати праці продавець, касирів, мерчендайзерів, промоутерів, супервайзерів, асистентів менеджерів може варіюватись від двох тис. грн (у районних центрах від 1500 грн) до трьох тис грн, у столиці цей показник може сягати 3,5-4,2 тис. грн на місяць (аналітичні висновки складені за оглядом сайтів [16; 18; 20], власних досліджень автора методом опитування). Більш високі зарплатні очікування пропонують у магазинах побутової техніки, будівельних матеріалів, меблів, а також оптові магазини, що реалізують каву, чай макаронні та кондитерські вироби, спеціалізовані магазини з широким вибором асортиментної матриці брендівих товарів (одяг, взуття).

Дані сайту міжнародного кадрового порталу свідчать, що в Україні половина офісних працівників (57%) регулярно затримується на роботі, кожен п'ятий не менше одного разу на тиждень працює у вихідні, а четверта частина опитаних заявили, що затримуються в офісі кілька разів на місяць. Тільки 11% працівників можуть насолодитися відпочинком [18]. У секторі торгівлі залишатися після закінчення робочого дня притаманно відділам з управління персоналом, співробітникам бухгалтерії, менеджерам по роботі з клієнтами. В умовах високої конкуренції офісні працівники, у переважній більшості, не розглядають можливість змінювати місце роботи на «краще» і працюють понаднормово. Більш динамічні у пошуку роботи спеціалісти з продажу: на ринку вакансій за пропозицією роботодавців вони утримують залежно від регіону перше-друге місце [20]. Отже, реалізація принципу соціальної відповідальності щодо надання гідних умов та оплати праці залишається лише декларативним лозунгом для більшості підприємств торгівлі, зважаючи на незначну соціальну активність профспілок.

Новий закон про зайнятість хоча і містить деякі економічні стимули щодо працевлаштування громадян різного віку, де в тому числі передбачена підготовка та навчання для роботи у галузі торгівлі, поки що його реалізація не досягнула своєї основної цілі. Україна досі не ратифікувала окремі положення Конвенції МОП про мінімальні норми соціально-забезпечення. Слід наголосити, що лібералізація тимчасової зайнятості, зниження податкового навантаження на фонд оплати праці, певним чином може захистити працівника, підвищити соціальну відповідальність роботодавця.

Висновки з проведеного дослідження. Цільовий вектор соціального розвитку торговельного бізнесу в умовах економічної та політичної нестабільності спрямований на якісне забезпечення безпеки робочих місць, соціального партнерства з некомерційними та громадськими організаціями, місцевими адміністраціями, підтримку соціальних проектів щодо енергозбереження ресурсів, захист оточуючого середовища, стимулювання продажу екологічних товарів, утилізацію відходів тощо. На підставі інтегративного

аналізу наукових підходів сутнісну характеристику соціального розвитку підприємства торгівлі визначено як синергетичний результат і процес взаємообумовлених змін у розвитку інтелектуальної, духовно-ціннісної та економіко-забезпечувальної компонентів соціального середовища. Також виявлено, що ключовими детермінантами соціального розвитку у майбутньому виступатимуть потенціал інтелектуального розвитку персоналу; гнучке адаптування й переорієнтація підприємств торгівлі на різні запити споживачів; використання і удосконалення інтернет-технологій у кадрових процесах управління, досягнення балансу інтересів зацікавлених груп впливу та підприємств торгівлі через програми партнерства, спонсорвання та добродійності на принципах соціальної відповідальності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ворожейкин И.Е. Управление социальным развитием организации : учебник / И.Е. Ворожейкин – М. : ИНФРА-М, 2001. – 176 с.
2. Управление социальным развитием промышленных предприятий : монография / В.М. Гриньова, М.М. Новікова, М.В. Боровик. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 160 с.
3. Литвиненко А.В., Островерхова Г.В. Заходи соціального розвитку підприємства: оцінка ефективності та управління // БІЗНЕС-ІНФОРМ. – № 5. – 2014. – С. 215-219.
4. Скляр Г.П. Проблеми формування соціального капіталу підприємств торгівлі споживчої кооперації / Г.П. Скляр, Н.В. Мокеєрова // Науковий вісник ПУСКУ. – № 4(43). – 2010. – С. 145-149.
5. Сичова Н.В. Сичова Н.А Стратегія соціального розвитку підприємства торгівлі та підходи до її оцінювання // Вісник ХНТЕУ. – № 5. – 2012. – С. 49-50.
6. Мазаракі А.А. Торговля: история, цивилизация, мораль [Текст] / А.А Мазаракі. – К. : Книга, 2010. – 624 с.
7. П'ятницька Г.Т. Переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібно торгівлі продовольчими товарами // Актуальні проблеми економіки. – № 4(142). – 2013. – С. 103-112.
8. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства // Україна: аспекти праці. – № 4. – 2014. – С. 34-39.
9. Zhukovska V.M. The development of trade networks in Ukraine: modern tendencies and perspectives / Zhukovska V.M., I. Mykolaychuk // The Advanced Science Journal. –2013. – № 6. – С. 61-64 (USA).
10. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений [Текст] / пер. с англ. К. Мартінова, Н. Эндельмана ; Гос. ун-т Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та Высшая школа экономики, 2010. – 256 с.
11. Скляр Е.Н.. Методические основы управления развитием социального потенциала промышленных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mevriz.ru/articles/2008/2/5023.html>.
12. Жуковська В.М. Попередження соціально-поведінкових ризиків персоналу на підприємстві торгівлі / В.М Жуковська // Проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 366-372.
13. Жуковська В.М. Соціальні фактори інноваційного розвитку у сфері торгівлі / В.М. Жуковська // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : матеріали VII Міжнародного бізнес-форуму 20 березня 2014 року м. Київ ; Київ. нац. торг.-екон. ун-ту, 2014. – С. 123-124.
14. Огляд роздрібно торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 // Фонд «Ефективне управління», – 2013 – 234 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : feg.org.ua.
16. Персонал в сфері торгівлі, продажі на Jobs.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : jobs.ua/vacancy/trade_sales_work.
17. Дейч М.Є. Соціальна відповідальність бізнесу в системі соціально-трудова відносин // Соціально-трудова відносини: теорія та практика : зб. наук. пр. / голова редкол. А.М. Колот. – 2012. – № 2(4). – С. 56-60.
18. Офісні працівники в Україні почали працювати більше [Електронний ресурс]. – Режим доступу : hh.ua/articale/15312.
19. Дребот А.М. Социализация отношений собственности в условиях формирования социально-ориентированной экономики в Украине // Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. Вип. 138/2013. Серія: Економіка і фінанси. – Севастополь, 2013. – С. 125-131.
20. Всемирный банк заглянул в тень [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://bin.ua/news/economics/economic/117456-po-dannym-semirnogo-banka-229-trudoustroennyx.html>.