

**I. С. Мазярко**аспірант кафедри економіки підприємства  
Львівської комерційної академії

## КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ВІДНОСИН СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО ХАРАКТЕРУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ Й РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

*У статті охарактеризовано як безпосередній, так і непрямий зв'язок між функціонуванням сфер соціально-трудоових і соціально-економічних відносин у роздрібній торгівлі, а також розглянуто види таких відносин. Визначено організаційні та економічні засоби посилення соціалізації торгівлі, пов'язані з імплементацією принципів соціального діалогу, суб'єкти яких сконцентровані на забезпеченні добробуту, реалізації особистого потенціалу й раціоналізації трудового процесу. Запропоновано елементи концептуальної основи комерційної віддачі трудових відносин, з'ясовано їх роль у формуванні та розвитку соціального діалогу в роздрібній торгівлі.*

**Ключові слова:** соціальний діалог, трудові відносини, соціально-економічні відносини, торгівля.

**Постановка проблеми.** У роздрібній торгівлі об'єктивно існує як безпосередній, так і непрямий зв'язок між функціонуванням сфер соціально-трудоових і соціально-економічних відносин. Висока якість соціально-трудоових відносин є запорукою задоволеності працею в процесі обслуговування покупців, дослідження ринку та формування оптимального асортименту й номенклатури товарів, установлення продуктивних відносин із представниками постачальників, виробників, дистрибуційних і маркетингових структур. Усе це запорука підвищення соціальної та економічної ефективності, що також сприяє формуванню потенціалу подальшого розвитку соціально-трудоової сфери й відносин між її суб'єктами. Тому важливим є забезпечення економічної зацікавленості кожного суб'єкта соціального діалогу в зростанні індивідуальних результатів праці у процесі комерціалізації трудових відносин у роздрібній торгівлі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розвиваючи теорію соціального діалогу, Дж. Мілль розглядав його засобом ліквідації інституту найманої праці та формування економічних комплексів, функціонування яких мало відбуватись на засадах соціального партнерства [11]. На думку Ж.-Ж. Руссо, існування суспільства неможливе без дії законів, завдання яких оберігати свободу кожної особи й бути рів-

ними для всіх [3, с. 20–23]. У працях А. Мюллера-Армака соціальний діалог розглядається як важлива умова формування ринкової економіки, за якої «функціональний розподіл» власності перетворюється в суспільно бажаний «персональний» розподіл доходів [7, с. 54–69].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Соціально-економічні відносини в трудовому колективі та між окремими працівниками нерозривно пов'язані з процесом їхньої трудової діяльності. Тому формування стійких соціальних зв'язків у колективі є основою як соціально-економічних, так і соціально-трудоових відносин у сфері роздрібної торгівлі. Трудові відносини в торгівлі віддзеркалюють трудовий і організаційний аспекти форми організації праці. Так, удосконалення управління трудовими ресурсами й, відповідно, розвиток соціально-економічних і соціально-трудоових відносин в умовах комерціалізації доцільно розглядати в межах використання різних форм торговельного обслуговування покупців і методів продажу товарів.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є таке: оскільки характер трудових відносин у роздрібній торгівлі формується під впливом соціального середовища, доцільним у контексті вивчення сутності й особливостей трудових відносин ураховувати взаємозумовленість, за-

лежність і розбіжності в характеристиці понять «соціально-економічні відносини» та «соціально-трудова відносина», а також результат їх комерційної віддачі в роздрібній торгівлі.

**Виклад основного матеріалу.** Формування й розвиток сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин у роздрібній торгівлі стосується всебічного стимулювання та активізації товарно-грошового обміну. Комерціалізація таких відносин покликана збалансувати економічні й соціальні результати діяльності суб'єктів торгівлі. Відповідно, завдяки послідовному виконанню комерційних операцій, що забезпечують організаційно-економічні, соціально-правові аспекти товарно-грошового обміну, соціальний діалог як наслідок реалізації знань, вироблення матеріальних і духовних цінностей, використання ефективних форм і систем оплати праці опосередковується в предметах і засобах праці.

Як відомо, ефективність роздрібною торгівлі залежить не від розмежування функціональних обов'язків кожного суб'єкта соціально-економічних чи соціально-трудова відносин, а від формування спільної системи цілей трудової діяльності. У цьому контексті особлива роль відводиться вибору та застосуванню методів продажу товарів. Адже це змінює напрями регулювання й підвищення ефективності таких відносин у роздрібній торгівлі. Наприклад, продаж товарів за допомогою прилавка обслуговування передбачає активну участь працівників в обслуговуванні покупців, виявлення їхнього попиту, виробу товарів. У свою чергу, самообслуговування не вимагає від працівників постійного спілкування з покупцями, їхня основна роль полягає в підготовці товарів до реалізації в торговій залі та забезпеченні розрахунків. У такому випадку соціальний діалог необхідно розглядати як систему взаємних погоджень і компромісів між працівниками й роботодавцем у процесі організаційно-комерційних і технологічних операцій продажу товарів.

На думку В. Апопія, концептуальною основою комерційної віддачі соціально-економічних і соціально-трудова відносин у торгівлі з використанням методу самообслуговування для роздрібною продажу товарів є високий культурний, технічний і загальноосвітній рівень працівників торгівлі, основна увага яких зосереджена на якісному виконанні операцій торгово-технологічного процесу. Поряд зі зменшенням фізичного навантаження на торговий персонал знач-

но зростає роль особистих якостей, здібностей і професійних навичок працівників, виникає необхідність швидкого орієнтування, спостережливості, урівноваженості, оволодіння основами психології торгівлі [8, с. 456–459]. Отже, у процесі соціального діалогу підвищується значення принципів довіри, соціальної відповідальності й самоврядування в організації комерційних операцій. Задля цього максимальне забезпечення потреб споживачів і використання прогресивних методів роздрібною торгівлі потребує покращення мотивації до праці й фактичних показників трудової діяльності найманих працівників.

Відомо, що працівники та роботодавці сфери роздрібною торгівлі є активними учасниками торгових операцій, праця яких полягає в забезпеченні переходу товарів зі сфери обігу у сферу споживання. Відповідно, зміст комерціалізації відносин соціально-економічного та соціально-трудова характеру змінюється стосовно паритетності кожного з його суб'єктів в організації торгово-технологічних операцій щодо обслуговування покупців. Відзначимо, технологічний процес, як правило, є групою допоміжних операцій, що охоплюють підготовчу роботу з обслуговування покупців, у тому числі зберігання товарних запасів у встановлених обсягах і асортименті й забезпечення підрахунку вартості купівель і розрахунку з покупцем. Додамо також те, що на реалізацію технологічних операцій торговельного обслуговування витрачається значний обсяг часу й високопродуктивної праці, що потребує від працівників умінь і навичок володіння технологічними прийомами відпускання товарів, ефективного виконання окремих операцій.

Зауважимо, що на комерційному рівні означених відносин важливе місце належить культурі торгівлі, оскільки завдяки повному задоволенню потреб і запитів різних контингентів споживачів незалежно від рівня їхніх доходів досягаються економічні результати діяльності суб'єкта господарювання. У такому випадку соціальний діалог у роздрібній торгівлі спрямований на утвердження принципів самоорганізації, непримиримості, довіри та досягнення вимог стандартів торговельного обслуговування, соціального захисту, партнерства й відповідальності.

Крім того, культура торгівлі враховує й інші особливості соціально-економічних і соціально-трудова відносин, зокрема рівень професійної кваліфікації персоналу, естетичний вигляд

працівників, рівень етичної культури продавців, рівень укомплектованості персоналу, дотримання персоналом установлених правил продажу товарів і режиму роботи [4, с. 581–583].

На думку О. Покатаєвої, сфера соціально-економічних і соціально-трудова відносин як сукупність інтересів, цінностей, навичок, традицій, припущень і переконань є відображенням атмосфери в трудовому колективі та процесу взаємодії працівників між собою, що виявляється у філософії й ідеології управління, нормах поведінки, ціннісних орієнтаціях керівництва в роздрібній торгівлі. Оскільки в будь-якій сфері спостерігається нерівномірність впливу окремих елементів, існує проблема суб'єктивізму сприйняття принципів формування й розвитку таких відносин та оцінювання рівня і стану соціалізації торгівлі [9, с. 333–337]. У цьому контексті до суб'єктів сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин потрібно включати покупців, які своїми діями зумовлюють внутрішньо-організаційну систему управління торговельно-технологічним процесом у торгівлі. Крім того, зазначимо, що поведінка покупців впливає на встановлення форм матеріального стимулювання персоналу, проектування й раціоналізацію трудового процесу, упровадження нових прийомів і методів праці, трансформацію стандартів праці, систем оплати та корпоративної культури.

Ураховуючи те, що формування й розвиток сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин на комерційному рівні в роздрібній торгівлі залежать від послідовності виконуваних операцій торговельно-технологічного процесу, вважаємо, що покупець є не лише суб'єктом, а й об'єктом організаційно-правових відносин між працівниками і роботодавцем із приводу відтворення й ефективного використання нагромадженого людського та соціального капіталу. Відповідно, запити, погляди, інтереси, уявлення покупців, інших зовнішніх суб'єктів сфери таких відносин спрямовані на розширене відтворення результатів праці на основі принципів ділової співпраці, самоврядування, непоступливості й довіри. Найманий працівник прагне винагороди за виконану працю, а держава в ролі законодавця, захисника прав, «арбітра-регулювальника» зацікавлена в підвищенні ефективності праці найманих працівників і роботодавців.

Отже, формування та розвиток сфери соціально-економічних і соціально-трудова відно-

син у роздрібній торгівлі передбачає узгодження інтересів працівників і керівництва під час соціального діалогу щодо участі працівника в технологічних і організаційно-комерційних операціях продажу товарів.

Разом зі зміною принципів комерційної діяльності виникають різні погляди на загальний спільний інтерес торгівлі як сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин, змінюється предмет таких відносин [5, с. 24–28]. Відповідно, предметними блоками соціального діалогу в роздрібній торгівлі визначимо такі: відносини щодо забезпечення зайнятості, соціальних гарантій, мотивації та професійного розвитку, трудового самовизначення; відносини щодо організації й ефективності праці, у тому числі виплати винагороди за виконану працю, матеріальної (соціальної) відповідальності й участі працівників в організаційно-управлінській діяльності підприємства; інші питання соціально-економічного спрямування.

Додамо, що Л. Міснікова, Н. Сниткова передбачають розвиток сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин вважають відносини забезпечення зайнятості, організації праці та встановлення винагороди за виконану працю. Відповідно, на думку авторів, до основних характеристик таких відносин і якості трудової діяльності працівника торгівлі доцільно зарахувати таке: адекватну й справедливую винагороду за працю; забезпечення безпечних умов праці та охорони здоров'я персоналу; можливості відтворення трудових ініціатив персоналу; можливості професійного розвитку, посилення гарантій зайнятості й матеріального стимулювання; значення результатів праці в суспільному житті персоналу; ставлення працівника до суспільних цінностей, норм поведінки, традицій [6, с. 7–12].

Наведені предметні блоки сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин у межах нагромадження соціально-матеріальних, духовно-інтелектуальних потреб і формування соціальної справедливості в комерційній господарській діяльності можна вважати традиційними. Проте, на нашу думку, головним вектором соціалізації соціально-трудова сфери в роздрібній торгівлі є соціальна основа ділового спілкування, формування довіри, психологічного комфорту, сумісності, злагоди в трудовому колективі та інтелектуального капіталу, капіталу мотивації, організаційної культури трудових ресурсів.

Відомо, що соціально-економічна спрямованість роздрібної торгівлі є об'єк-

тивною закономірністю формування й розвитку соціально-трудових відносин у контексті вдосконалення предметів і засобів праці, підвищення трудової активності персоналу, поліпшення якості соціального захисту та послуг соціальної сфери. Відповідно, організаційні й економічні засоби посилення соціалізації торгівлі пов'язані з імплементацією принципів соціального діалогу, суб'єкти яких сконцентровані на забезпеченні добробуту, реалізації особистого потенціалу та раціоналізації трудового процесу.

У зв'язку з цим необхідно погодитись із Б. Гільдебрандом, який стверджував, що «найпотужнішим двигуном розвитку відносин соціально-економічного та соціально-трудового характеру є винагорода за працю власника і трудового колективу» [2, с. 79]. Відповідно, в умовах постійного зростання конкуренції в роздрібній торгівлі важливим є забезпечення формування й відтворення людського та соціального капіталу як засобу реалізації нових методів удосконалення торговельного обслуговування й упровадження сучасних принципів культури торгівлі. Зауважимо, що за такого підходу розвиток людського та соціального капіталу в торгівлі є нагромадженням лише стартових умов комерційної господарської діяльності. Тому існує необхідність узгодження принципів економічної ефективності й соціальної відповідальності, що вимагає використання нових підходів до регламентованості, кооперації взаємних інтересів, паритетності й рівності суб'єктів соціального діалогу.

Як зазначає С. Растворцева, внутрішніми резервами підвищення ефективності комерційної господарської діяльності в контексті розвитку сфери соціально-економічних і соціально-трудових відносин необхідно вважати фактори, які пов'язані з особистістю роботодавця й можливістю його трудового колективу адаптуватись до змін ринкового середовища. Відповідно, таку сферу відносин у роздрібній торгівлі варто розглядати як технологічну форму існування взаємозв'язку між керівництвом і працівниками, так і спосіб мотивації працівників до відповідальності, ініціативності й високоорганізованості задля підвищення ефективності комерційної діяльності [10, с. 44–47]. Однак, урахувавши функції торгівлі, зокрема активний вплив на виробництво і споживання, необхідно зазначити, що розвиток людського та соціального капіталу є передумовою актив-

ного пошуку засобів стимулювання споживчого попиту населення з метою пришвидшення товарооборотності й формування товарних запасів необхідного обсягу, асортименту і якості. У зв'язку з цим людський і соціальний капітал сфери роздрібної торгівлі можна вважати засобом формування «ідеального трудового колективу», який ураховує кваліфікаційні можливості, соціальні цінності й суспільну неоднорідність суб'єктів соціального діалогу.

Ф. Енгельс і К. Маркс, досліджуючи можливості формування та розвитку соціального діалогу на засадах «суспільно-власницького» підходу, наголошували на виокремленні людського й соціального капіталу в межах формування та розвитку сфери соціально-економічних і соціально-трудових відносин. Проте формування й відтворення людського та соціального капіталу суб'єкта торгівлі на комерційному рівні означених відносин залежить певною мірою від чинної системи матеріального стимулювання праці. Саме тому вдосконалення матеріального стимулювання персоналу в роздрібній торгівлі передбачає проведення такої роботи: вибір форм і системи організації заробітної плати; обґрунтування тарифних ставок і окладів; формування системи додаткового стимулювання праці [2, с. 322–323]. У цьому контексті необхідно виділити типові проблеми мотиваційного управління процесом забезпечення розвитку людського та соціального капіталу торгівлі, що впливають на організаційну культуру (низький професійний рівень персоналу, висока плинність кадрів, недостатня перспектива кар'єрного зростання, низький рівень виконавчої дисципліни, проблеми під час створення злагодженості в трудовому колективі, суперечності у відносинах між керівництвом підприємства та працівниками тощо), психологічний клімат (високий рівень конфліктності, безініціативність працівників, низький моральний дух у трудовому колективі, відсутність патріотизму та самовідданості роботі, негативний морально-психологічний клімат тощо), здійснення функції торгівлі (збої в процесі купівлі та реалізації товарів, низький рівень обслуговування споживачів), матеріально-технічне забезпечення (недостатнє оснащення робочих місць) [1, с. 346–347].

Урахувавши характер впливу на результати роздрібної торгівлі, відносини соціально-економічної та соціально-трудової сфери доцільно ідентифікувати на види: конструктивні

(відносини співробітництва, патерналізму, конкуренції, солідарності) і деструктивні (відносини, які обмежують права й можливості суб'єктів, загострюють суперечності у взаєминах і не відповідають загальним цілям діяльності). Причому використання базових методів регулювання дає змогу оптимізувати загальний баланс інтересів найманих працівників (трудового колективу), роботодавця (держави) та покупців на різних рівнях сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин.

Зауважимо, що наявність дієвої системи соціального партнерства як основи формування й розвитку соціально-економічних і соціально-трудова відносин на макрорівні, окрім адміністративно-розпорядчих, організаційно-впорядкувальних, договірних методів, передбачає активне використання партисипативних способів регулювання. Наслідком цього процесу є запровадження державою сучасних форм участі найманих працівників у реалізації організаційно-управлінських нововведень, що дає змогу в практиці торговельного обслуговування використовувати сучасні методи активізації продажу товарів.

У цьому контексті необхідно погодитись із В. Марциним, який, досліджуючи роль соціально-економічних і соціально-трудова відносин у формуванні стратегії сталого розвитку роздрібної торгівлі, робить висновки, що головна увага повинна бути приділена погодженню економічних і соціальних параметрів управління трудовою діяльністю персоналу, задоволенню суспільних і особистих потреб в умовах ощадливого витрачання ресурсів [10, с. 110–115]. У такому випадку варто вказати на важливість використання в торгівлі нормативно-правових і договірних методів регулювання сфери таких відносин, які надають можливість упроваджувати в трудовій діяльності принципи співробітництва, солідарності, конкуренції та запобігти появі дискримінації, конфліктних ситуацій.

Отже, запропонована структура сфери соціально-економічних і соціально-трудова відносин у роздрібній торгівлі дає змогу узагальнити результати окремих напрямів соціалізації торгівлі, більш системно підійти до розробки механізму й уточнення принципів формування та розвитку соціального діалогу, а також урахувати можливості роздрібної торгівлі до нагромадження людського й соціального капіталу.

**Висновки і пропозиції.** Отже, незважаючи на типовість структури соціально-економіч-

них і соціально-трудова відносин, особливості торгівлі видозмінюють рівні та предмети, організаційні елементи системи таких відносин. Зокрема, процес організації торговельної діяльності не обмежується взаємодією між сторонами й носіями їхніх делегованих прав на індивідуальному чи колективному рівнях, оскільки являє собою сукупність цілеспрямованих комерційних процесів і операцій. Тому на комерційному рівні усі механізми та принципи визначених відносин мають єдину спрямованість – за рахунок підвищення ефективності праці забезпечити соціально-матеріальні потреби працівника.

### Список використаної літератури:

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Гильдебранд Б. Политическая экономия настоящего и будущего / Б. Гильдебранд. – 2-е изд. – СПб., 2012. – 296 с.
3. Руссо Ж.-Ж. Про суспільну угоду, або принципи політичного права / Ж.-Ж. Руссо ; пер. з фр. та ком. О. Хома. – К. : Port-Royal, 2001. – 349 с.
4. Кендюхов О.В. Эффективное управление интеллектуальным капиталом : [монограф.] / О.В. Кендюх ; НАН України. Институт економіки промисловості ; ДонУЕП. – Донецьк : ДонУЕП, 2008. – 359 с.
5. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / за ред. В.В. Апопія, Я.А. Гончарука. – Львів : В-во ЛКА, 2001. – 450 с.
6. Мисникова Л.В. Организация труда в торговле : [учеб. пособ.] / Л.В. Мисникова, Н.А. Сныткова. – Минск : Изд-во Гревцова, 2010. – 184 с.
7. Мюллер-Армак А. О свободе и социальной справедливости. Предложения по осуществлению социальной рыночной экономики. Социальное рыночное хозяйство / А. Мюллер-Армак // Политэконом. – 1996. – № 1. – С. 54–69/
8. Організація торгівлі : [підруч.] / за ред. В.В. Апопія. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : ЦНЛ, 2005. – 616 с.
9. Покатаєва О.В. Державне регулювання трансформації торговельно-економічних відносин: інституціональний підхід : [монограф.] / О.В. Покатаєва. – Запоріжжя : В-во КПУ, 2009. – 408 с.
10. Растворцева С.Н. Управление эффективностью торговли : [монограф.] / С.Н. Растворцева. – Белгород : Изд-во БеГУ, 2006. – 136 с.
11. James Mill. Elements of Political Economy / Mill James. – London, 1821. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.econlib.org/library/MillJames/mljElm3.html>.

**Мазярко И. С. Коммерциализация отношений социально-экономического и социально-трудового характера в процессе формирования и развития социального диалога в розничной торговле**

*В статье охарактеризована как непосредственная, так и косвенная связь между функционированием сфер социально-трудовых и социально-экономических отношений в розничной торговле, а также рассмотрены виды таких отношений. Определены организационные и экономические средства усиления социализации торговли, связанные с выполнением принципов социального диалога, субъекты которых сконцентрированы на обеспечении благосостояния, реализации личностного потенциала и рационализации трудового процесса. Предложены элементы концептуальной основы коммерческой отдачи трудовых отношений, установлена их роль в формировании и развитии социального диалога в розничной торговле.*

**Ключевые слова:** *социальный диалог, трудовые отношения, социально-экономические отношения, торговля.*

**Mazyarcko I. Commercialization of socio-economic and socio-labor relations in the formation and development of social dialogue in retail**

*This article describes direct and indirect link between the operation areas of socio-labor and socio-economic relations in the retail trade, and considered these kinds of relationships. Defined organizational and economic means of strengthening trade socialization associated with the implementation of the principles of social dialogue, the subjects are focused on ensuring prosperity, the realization of individual potential and streamlining the work process. Proposed a conceptual framework components business impact of labor relations and their role in the formation and development of social dialogue in trade.*

**Key words:** *social dialogue, labor relations, social-economic relations, trade.*