

УДК 658.6:316.614

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И УСЛОВИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Ситка М. Р., Мандрык О. Я.

Львовская коммерческая академия, г. Львов, Украина (79005, г. Львов, ул. Братьев Тершаковцев, 2А), e-mail: mulo211188@qip.ru

Определено, что социализация торговли является процессом расширения социально-экономической и общественной роли этого вида экономической деятельности путем обеспечения высокого уровня занятости и производительности труда, формирования и эффективного использования человеческого и социального капитала, улучшения качества социальной защиты, повышения качества и доступности торговых услуг для населения, обеспечения системной социальной ответственности и социальной безопасности торговых предприятий. Авторы считают, что к функциональным составляющим социализации предприятий торговли следует относить занятость, производительность труда, человеческий и социальный капитал, социальную защиту и поддержку работников, объемы и качество торговых услуг, социальную ответственность и безопасность. Причем, методология оценивания социализации должна учитывать такие ее критерии, как коэффициент эффективности управления процессом социализации предприятий торговли, средний уровень квалификации персонала, доход и прибыль на 1-го работника, коэффициент общего движения персонала, средний стаж работы персонала, коэффициент опережения индекса производительности труда над индексом среднегодовой заработной платы, уровень дисциплины, фондообеспеченность, зарплатовыдача. Доказано, что особенности социально-трудовых отношений на предприятиях торговли определяют направления и характер взаимодействия их субъектов с целью улучшения социально-психологических условий труда, повышения его эффективности, мотивации и оплаты, профессионально-квалификационного развития персонала. Предложено считать, что в изучении механизма регулирования социально-трудовых отношений необходимо учитывать систему внешнего (благоприятных условий, препятствий) и внутреннего (сильных и слабых сторон) влияния факторов на социализацию сферы торговли.

Ключевые слова: социализация предприятий торговли, социально-трудовые отношения, предприятие торговли.

CONCEPT SPECIFICATIONS AND CONDITIONS OF TRADING ENTERPRISES SOCIALIZATION

Sitka M. P., Mandryko O. J.

Lvovskaya Academy of Commerce, Lviv, Ukraine (79005, Lviv. Brothers Tershakovtsiv 2A), e-mail: mulo211188@qip.ru

It was determined that the socialization of commerce is the process of the social, economic, and social role of this type of economic activity by providing a high level of employment and productivity, creation and effective use of human and social capital, improving the quality of social protection, improving the quality and availability of merchant services for the population, maintenance of the system of social responsibility and social security trading companies. The authors believe that the functional components of socialization trading enterprises should be classified as employment, productivity, human and social capital, social protection and support of employees, the amount and quality of shopping facilities, social responsibility and safety. Moreover, the methodology of estimation of socialization should take into account its such criteria as the coefficient of efficiency of the process of socialization of sale, the average level of staff skills, income, and earnings per 1 employee, the ratio of the general movement of personnel, the average length of service of staff, the ratio of labor productivity index advancing over index of average wages, the level of discipline, capital-labor ratio, zaplatoviddacha. It is proved that the characteristics of social and labor relations in the trade determine the direction and nature of the interaction of their subjects in order to improve the social and psychological conditions, increase its efficiency, motivation and payment, professional qualification of the personnel. Suggested that areas in the study of the mechanism of regulation of social and labor relations must take into account the external system (enabling environment, obstacles) and internal (strengths and weaknesses), the influence of factors on the socialization of the sphere of trade.

Keywords: socialization of sale, social and labor relations, trade venture.

Социализация торговли является процессом расширения социально-экономической и общественной роли этого вида экономической деятельности путем обеспечения высокого

уровня занятости и производительности труда, формирования и эффективного использования человеческого и социального капитала, улучшения качества социальной защиты, повышения качества и доступности торговых услуг для населения, обеспечения системной социальной ответственности и социальной безопасности торговых предприятий. Рост социализации предприятий торговли позволяет обеспечить удовлетворение социально-материальных, духовно-интеллектуальных потребностей работников.

В связи с этим развитие предпринимательской деятельности исключается без достижения высокой эффективности реформирования социально-трудовых отношений, и тем самым, воспроизведение базовых потребностей их участников. Согласно, постоянная социализация трудовых отношений, как инструмент мотивации работника, собственника или руководства предприятия к повышению компетентности в накоплении, использовании и развитии человеческого и социального капитала позволяет определить механизм решения проблем накопления потребительской корзины относительно принципов рыночного регулирования экономики, обмена результатов труда и производства, потребления и сохранения потребительских ценностей товаров. Причем товарно-денежные отношения на базе сложившихся различных форм собственности и особенностей развития общества являются объективной закономерностью трансформации социальной ответственности предприятия торговли, а именно: превращение рабочей силы на человеческий и социальный капитал; демократизации управления предпринимательской деятельностью, развития партнерских отношений в условиях конкуренции; либерализации экономики и создания среднего класса; контроля качества товаров и поиска новых методов их продажи, повышения деловой и общественной репутации; гарантии постоянного заработка работникам, усиления мотивации труда, единства трудового коллектива [4, с. 456-459].

Функциональными составляющими социализации предприятий торговли являются занятость, производительность труда, человеческий и социальный капитал, социальная защита и поддержка работников, объемы и качество торговых услуг, социальная ответственность и безопасность. Управление социализацией предприятий торговли предполагает учет ее факторов, а именно эффективного использования трудового потенциала, обеспечение условий высокопроизводительного труда, корпоративной культуры и высокой трудовой дисциплины, участия персонала в управленческой деятельности, эффективного стимулирования труда и применения прогрессивных форм его оплаты, оптимальности структуры и численности персонала. В то же время методология оценки социализации предполагает учет таких ее критериев, как коэффициент эффективности управления процессом социализации предприятий торговли, средний уровень квалификации персонала, доход и прибыль на 1-го работника, коэффициент общего движения персонала,

средний стаж работы персонала, коэффициент опережения индекса производительности труда над индексом среднегодовой заработной платы, уровень дисциплины, фондообеспеченность, зарплатовыдача.

В этом контексте необходимо согласиться с Т. Громовой, которая, рассматривая понятие социально-трудовых отношений в сфере товарного обращения, делает выводы, что именно экономический интерес работников торгового предприятия к росту добавленной стоимости является формой проявления сознания каждого участника трудовых отношений, средством сбалансированности потребностей и реальных возможностей их удовлетворения, результатом сравнения участия работника в хозяйственной деятельности и направлением утверждения корпоративной культуры и трудовой дисциплины. Вместе с тем ученый обобщает суть социально-трудовых отношений через направления повышения эффективности нормирования, разделения и кооперирования труда, побуждающих работников торгового предприятия к заинтересованности в росте производительности и эффективности труда [2, с. 126 - 149]. Кроме того, необходимо учесть, что привлечение работников к росту добавленной стоимости должно соответствовать нормам трудового права. Исходя из того, что работник обязуется выполнять определенные задачи согласно трудовому распорядку, а собственник предприятия обязуется выплачивать заработную плату и обеспечивать надлежащие условия труда, предусмотренные трудовым законодательством.

По нашему мнению, особенности социально-трудовых отношений на предприятиях торговли определяют направления и характер взаимодействия их субъектов с целью улучшения социально-психологических условий труда, повышения его эффективности, мотивации и оплаты, профессионально-квалификационного развития персонала. Они заключаются в наличии коммерческого уровня социально-трудовых отношений, возникает в трудовой и смежных с ней сферах жизнедеятельности работников и руководства предприятия с участием государства; роли интеллектуального капитала, мотивации и социально ориентированной организационной культуры трудовых ресурсов в обеспечении экономических и социальных результатов деятельности предприятия; формировании доверия, психологического комфорта, совместимости, согласия в трудовом коллективе; постоянной поддержке трудовой дисциплины, взаимопомощи и социальной ответственности, развития трудового самосознания работников; распространении принципов партнерства, патернализма, снижения риска возникновения конфликтных ситуаций.

Соответственно, формирование и развитие трудовых отношений на торговом предприятии требует проектирования трудовых процессов для определения общего объема трудовых функций работников и их разграничение в разрезе отдельных групп исполнителей. Так, общая совокупность функциональных обязанностей участников трудовых отношений на

предприятия зависит от планового объема и состава товарооборота, а также номенклатуры и количества дополнительных услуг. Основой разграничения трудовых процессов в разрезе отдельных групп работников торгового предприятия необходимо считать разделение труда, происходит это по отдельным категориям работников и зависит от сложности и требований к качеству их исполнения [1, с. 140 - 142].

По мнению А. Покатавой, система социально-трудовых отношений как совокупность интересов, ценностей, навыков, традиций, предположений и убеждений является отражением атмосферы в трудовом коллективе и процесса взаимодействия работников между собой, что проявляется в философии и идеологии управления, нормах поведения, ценностных ориентациях руководства предприятия. Поскольку в любой системе наблюдается неравномерность влияния отдельных элементов, существует проблема субъективизма восприятия принципов формирования и развития социально-трудовых отношений и оценки уровня и состояния социализации торговли [5, с. 333 - 337]. В этом контексте механизм функционирования и развития социально-трудовых отношений на предприятиях торговли следует рассматривать как систему взаимосвязанных инструментов и средств, использование которых направлено на развитие и эффективное использование человеческого и социального капитала предприятия. Причем функции механизма социально-трудовых отношений на предприятиях торговли заключаются в регулировании потребностей и интересов субъектов социально-трудовых отношений, поиска системы правил, стандартов развития трудового коллектива и предприятия, создании необходимых условий для распространения делового и социального сотрудничества, обеспечении роста трудовой активности работников, предупреждении угроз возникновения конфликтных ситуаций.

Важную роль в изучении механизма регулирования социально-трудовых отношений играет система внешнего (благоприятных условий, препятствий) и внутреннего (сильных и слабых сторон) влияния факторов на социализацию сферы торговли. Тогда результаты изучения особенностей и проведения оценки влияния факторов представим в табл. 1.

Итак, к внутренним условиям социализации торговли, характеризующим сильные стороны предприятия, отнесены: построение рациональной структуры фонда оплаты труда, позволяет обеспечить рост заработной платы, выплата премий и компенсаций; совершенствование системы мотивации труда, использование современных программ улучшения условий труда персонала, высокий уровень организации труда, социальной активности. Кроме того, условия внешней среды способствуют улучшению характеристик предприятий торговли в рамках таких аспектов: рост уровня обеспеченности населения торговой площадью; укрупнение предприятий розничной торговли; накопление

человеческого и социального капитала для предприятия, повышение социальной защищенности работников предприятия.

Однако предприятиям торговли присущи слабые стороны, влияют на развитие социально-трудовых отношений и касаются существенной тенезации оплаты труда, высокой текучести кадров, низкого уровня социальной ответственности предприятия, снижения качества трудового потенциала, недостаточного поощрения работников к социальной активности. В то же время условия внешней среды препятствуют социализации предприятий торговли, а именно несовершенством институционально-правового обеспечения регулирования социально-трудовых отношений, снижением уровня качества трудовой жизни населения, его покупательной способности, несоответствием спроса и предложения рабочей силы в профессионально-квалификационном аспекте, сокращением вакансий с более высоким уровнем оплаты труда.

Таблица 1

Внутренние и внешние условия социализации предприятий торговли в Украине

		Внешние условия	
		Благоприятные	Препятствия
УСЛОВИЯ ФАКТОРЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ КОМПАНИЙ ТОРГОВЛИ		<ul style="list-style-type: none"> - рост уровня обеспеченности населения торговой площадью; - укрупнение предприятий розничной торговли; - рост числа молодых людей с высшим образованием; - рост уровня квалификации; - ускорение темпов роста минимального размера заработной платы и снижения задолженности по выплате 	<ul style="list-style-type: none"> - несовершенство институционально-правового обеспечения регулирования социально-трудовых отношений; - снижение уровня качества трудовой жизни населения, его покупательной способности; - несоответствие спроса и предложения рабочей силы в профессионально-квалификационном аспекте; - сокращение доли свободных рабочих мест с более высоким уровнем оплаты труда
Внутренние условия	Сильные стороны	<ul style="list-style-type: none"> - рост заработной платы, выплата премий и компенсаций; - совершенствование системы мотивации труда; - рациональная структура фонда оплаты труда; - внедрение программ улучшения условий труда персонала; - высокий уровень организации труда, социальной активности 	<p style="text-align: center;">Возможность поддержки определенных социальных инициатив, социальной и творческой активности работников, повышения их социальной защищенности, сохранения и накопления человеческого и социального капитала для предприятия</p> <p style="text-align: center;">Формирование и применение системы мотивации работников, которая учитывает результаты трудовой деятельности, повышение минимальных базовых социальных гарантий по мере экономического развития предприятия</p>

	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенная тенизация оплаты труда; - высокая текучесть кадров; - недостаточная численность работников, охваченных коллективными договорами; - недостаточность программ подготовки и повышения квалификации кадров; - низкий уровень социальной ответственности предприятия; - низкое качество социальной защиты и услуг социальной сферы; - недостаточное участие работников в управлении предприятием 	<p>Усиление социальной ответственности предприятия, поощрение работников к социальной активности, обеспечение повышения качества трудового потенциала</p>	<p>Гармонизация интересов работников, руководства на индивидуальном, групповом, общественном уровнях по повышению мотивации труда, обеспечение продуктивной занятости, соблюдения трудовых прав, а также совершенствование системы профессионально-квалификационной подготовки кадров в соответствии с требованиями рынка</p>
--	--	---	---

Ясно то, что ориентация предприятий на социализацию позволяет получать преимущества в обеспечении и использовании ресурсного потенциала, а в конкурентной среде сформировать систему активного выплыву на производство и потребление товаров. Вместе с тем социализация торговли определяет потребность во внедрении механизма социальной ответственности предприятия в направлении организации возможностей работников генерировать собственные результаты труда. Однозначно, торговое предприятие заинтересовано в обеспечении собственной социальной ответственности, поскольку внедрение принципов социальной ответственности позволяет удержать конкурентные преимущества на рынке и решить ряд социальных задач в повышении производительности труда персонала. Усиление взаимосвязи между внутренними и внешними условиями социализации предприятий торговли следует рассматривать как необходимость развития социально-трудовых отношений. Такая взаимосвязь охватывает все сферы трудовой жизни населения, характеризуется его постепенным совершенствованием на основе повышения роли социализации во всестороннем использовании способностей и знаний.

Трудно не согласиться с С. Растворцевым, который отмечает, что внутренними резервами повышения эффективности коммерческой хозяйственной деятельности в контексте развития социально-трудовых отношений считать факторы, связанные с личностью владельца предприятия и возможностью его трудового коллектива адаптироваться к изменениям рыночной среды. Согласно социально-трудовым отношениям необходимо рассматривать как технологическую форму существования взаимосвязи между руководством и работниками предприятия, так и способ мотивации работников к ответственности, инициативности и высокоорганизованности для повышения эффективности коммерческой хозяйственной деятельности предприятия [6, с. 44-47].

Однако, учитывая функции торговли, а именно активного воздействия на производство и потребление, необходимо отметить, что развитие человеческого и социального капитала является предпосылкой активного поиска торговыми предприятиями средств стимулирования потребительского спроса населения с целью ускорения роста товарооборачиваемости и формирования товарных запасов необходимого объема, ассортимента и качества. В связи с этим человеческий и социальный капитал предприятия торговли можно считать средством формирования «идеального трудового коллектива», который учитывает квалификационные возможности, социальные ценности и общественную неоднородность субъектов социально-трудовых отношений.

В этом контексте необходимо согласиться с В. Марцин, который, исследуя роль социально-трудовых отношений, относил в формировании стратегии устойчивого развития торгового предприятия, делая выводы, что главное внимание должно быть уделено согласованию экономических и социальных параметров управления трудовой деятельностью персонала, достижению высокой эффективности построения организационной структуры предприятия, удовлетворению общественных и личных потребностей в условиях экономного расходования ресурсов [3, с. 120]. В таком случае необходимо указать на важность использования нормативно-правовых и договорных методов регулирования социально-трудовых отношений, которые позволяют внедрять на предприятии в трудовой деятельности принципы сотрудничества, солидарности, конкуренции и предотвратить появление дискриминации, конфликтных ситуаций.

Впрочем, заметим, что выполнение роли и функций социализации предприятий торговли требует и рационального сочетания, и эффективного использования интеллектуального, кадрового и социального капитала, которые при максимальной эффективности использования обеспечивают формирование кадровой конкурентоспособности, а значит, и конкурентных преимуществ предприятий. Это зависит в первую очередь от эффективности формирования интеллектуального и развития социального капиталов, что в свою очередь обеспечивает формирование кадрового капитала, после чего осуществляется улучшение социального и интеллектуального обеспечения предприятия и реализация кадрового потенциала.

На уровне предприятия кадровый потенциал является основой инновационного развития. Источником его формирования являются интеллектуальные ресурсы, а также финансовые ресурсы их формирования, которыми предприятие располагает. То есть, финансовые ресурсы через финансовый потенциал предприятия, реализуясь в интеллектуальные ресурсы, являются основой и для формирования интеллектуального, социального и кадрового потенциалов предприятия.

Рациональное вложение средств в программы развития персонала, нематериальные активы, расходы на интеллектуальную собственность будут способствовать росту кадрового и интеллектуального потенциалов, увеличению рыночной стоимости предприятия и достижению значительного экономического эффекта. Именно поэтому в процессе жизнедеятельности предприятия интеллектуальный и кадровый потенциалы тесно взаимодействуют с финансовым потенциалом предприятия, способствуют усилению конкурентных преимуществ, предпринимательских и управленческих навыков работников. Таким образом, при учете постоянно меняющихся внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность предприятия, можно выявить закономерную смену финансового потенциала предприятия в течение всего цикла жизнедеятельности. Интеллектуальный и кадровый капиталы, развиваясь на основе экономического потенциала, в том числе финансового потенциала предприятия, включают в себя их основные свойства.

Кроме того, проблемы формирования интеллектуального и кадрового потенциалов вызывают проблемы формирования интеллектуального, социального и кадрового капиталов, а также трансформационные процессы финансового потенциала предприятия в интеллектуальные ресурсы и интеллектуальный потенциал. Основой возникновения проблем есть нерешенные проблемы источников, оценки и защиты интеллектуальных, социальных и кадровых ресурсов предприятия, и является задачами интеллектуально-кадровой безопасности.

Таким образом, потребность в реформировании социально-трудовых отношений, составляющие которой в значительной мере определяют условия реализации интересов субъектов рынка труда, обосновывает необходимость согласования материального благосостояния и продуктивной занятости работников торговых предприятий в соответствии с их способностями, вклада в производительность труда, социальной ответственности. Именно социальная реорганизация в активной трудовой деятельности способствует самореализации и удовлетворению потребностей населения, сочетанию экономических интересов субъектов рынка труда и определению роли социально-трудовых отношений в коммерческой хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. Бланк И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Громова Т. М. Торгівля як інституціональна форма функціонування сфери обігу : монографію / Т. М. Громова. – Чернігів: в-во ПФК «Ранок», 2009. – 174 с.

3. Марцин В. С. Економка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. – К.: Знання, 2006. – 237 с.
4. Організація торгівлі: підруч. – [2-ге вид, прероб. та доп] / за ред. В. В. Апопія. – К.: ЦНЛ, 2005. – 616 с.
5. Покатаєва О. В. Державне регулювання трансформації торговельно-економічних відносин: інституціональний підхід: монографія / О. В. Покатаєва. – Запоріжжя: В-во КПУ, 2009. – 408 с.
6. Растворцева С. Н. Управление эффективностью торговли: монограф. / С. Н. Растворцева. – Белгород: Изд-во БеГУ, 2006. – 136 с.

Рецензенты:

Башнянин Г. И., д-р экон. наук, профессор, Львовская коммерческая академия, г. Львов.

Борщевский В. В., д-р экон. наук, ведущий научный сотрудник Регионального филиала Национального института стратегических исследований в г. Львове, г. Львов.