

УДК 657.01.330.34

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-53

МАЗЯРКО І. С.

ORCID: 0000-0003-2590-8499

e-mail: i.mazyarko@gmail.com

Львівський торговельно-економічний університет

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

У статті узагальнено прояви соціальної відповідальності суб'єктів господарської діяльності та найманих працівників у торгівлі як інструменту державної політики реалізації соціального діалогу в умовах соціалізації. Обґрунтовано необхідність соціалізації в торгівлі, вплив психологічних факторів та задоволеність потреб працівників на формування інституціональної системи соціальної відповідальності. Визначено поняття соціального діалогу та соціальної відповідальності в торгівлі, а також що результатом соціального діалогу його суб'єктів, якими є держава, профспілки та роботодавці, є збалансоване досягнення цілей персоналу, керівництва, держави зокрема щодо соціальної відповідальності. Конкретизовано взаємозв'язок понять соціального діалогу та соціальної відповідальності в торгівлі. Запропоновано для посилення трудової мотивації та соціальної захищеності працівників через колективно-договірне регулювання використання такого інституційного інструменту як «соціальний пакет». Розроблено дієвий механізм реалізації соціального діалогу у формі колективно-договірного регулювання.

Ключові слова: соціальна відповідальність; соціальний діалог; соціалізація; державне регулювання; державна політика; торгівля.

IRYNA MAZIARKO

Lviv University of Trade and Economics

SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN INTEGRAL INSTRUMENT OF STATE POLICY OF IMPLEMENTATION OF SOCIAL DIALOGUE IN THE CONDITIONS OF SOCIALISATION OF TRADE

The article summarizes the manifestations of social responsibility of economic entities and employees in trade as a tool of state policy for the implementation of social dialogue in the context of socialization. Social dialogue in trade is a means of state policy of forming a favorable systemically and structurally balanced environment in the social and labor sphere of the industry, focused on improving the quality of working life, implementation of socio-economic development programs, providing preconditions for natural sustainable socio-economic development. Interests of all subjects and participants of social dialogue. Obviously, social dialogue is a prerequisite for creating a new conceptual model of social and labor relations, based on the development, adoption and implementation of partnership socially-oriented management decisions. Also, social dialogue allows by achieving a balance of interests, opinions and positions to find mutually acceptable solutions for the parties. Social responsibility is defined as independent, proactive, systematic activity of business entities to form relationships with society, government, the public, partners in order to coordinate and / or meet the social, economic, financial, ethical interests of all groups of interested users on mutually beneficial terms to achieve both economic and social results. The necessity of socialization in trade, the influence of psychological factors and the satisfaction of employees' needs on the formation of the institutional system of social responsibility are substantiated. The concept of social dialogue and social responsibility in trade are determined, and that the result of social dialogue of its subjects, which are the state, trade unions and employers, is a balanced achievement of goals of staff, management, the state in particular on social responsibility. The relationship between the concepts of social dialogue and social responsibility in trade is specified. It is proposed to strengthen the work motivation and social protection of employees through collective bargaining regulation of the use of such an institutional tool as the "social package". An effective mechanism for the implementation of social dialogue in the form of collective bargaining has been developed.

Key words: social responsibility; social dialogue; socialization; state regulation; public policy; trade.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

В умовах сьогодення розвиток економіки країни має надзвичайно важливе значення, а для цього необхідні сприятливі умови розвитку підприємств торгівлі. Тому все більшої ваги набирають питання соціального діалогу та соціальної відповідальності, що повинні задовольняти узгодженість інтересів найманих працівників, роботодавців та держави. Для цього в тому числі потрібний соціально-психологічний механізм, що враховує більше чинників відповідальності, об'єктивності, порядності, принципності, які формуються у сторін соціального діалогу та виявляють її ставлення до мотивації праці і якості трудового життя. Міжособистісні зв'язки в торгівлі є достатньо вираженими, прийняття рішень в міру емоційної та психологічної стійкості мають особливе значення. Соціалізація не в повному обсязі виконує покладені на неї функції, а саме – забезпечення балансу попиту та пропозиції на ринку праці, в т.ч. на основі підвищення якості і конкурентоспроможності робочої сили; забезпечення умов зростання реальної заробітної плати; підвищення ефективності соціального захисту працівників; формування системи соціальної відповідальності бізнесу; покращення організаційного рівня праці.

Проблема популяризації та зростання рівня соціальної відповідальності як результату соціального діалогу в торгівлі є актуальною, а її комплексне та системне вирішення сприятиме створенню позитивного іміджу більшої кількості торговельних підприємств, зростанню результативності працівників, їх фахової майстерності і як наслідок – результативності тих же підприємств торгівлі та економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Соціальний діалог як форму соціального партнерства розглядали у своїх працях Р. Арон, Е. Гауглер, Дж. Гелбрейт [5], також проблематика реалізації соціального діалогу досліджується українськими науковцями – О. Іляш, М. Мельник [8]. Питання соціальної відповідальності у своїх працях розкривають Т. Васильців, Р. Лупак, О.В. Рудковський, І.О. Слуцька [1, 2], акцентуючи увагу на напрямках і засобах стимулювання соціальної відповідальності, а також аналізі її переваг і недоліків на підприємствах. Також досліджують проблематику соціальної відповідальності О. Охріменко, Т. Іванова, О. Олійник, О. Грішнова, О. Карпенко, Н. Мандзюк, [3, 4] О. Руденко, О. Кондратюк, А. Горєва [7]. Разом з тим, зважаючи на суттєву кількість досліджень питань соціального діалогу та соціальної відповідальності, вони потребують подальшого вивчення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття

Поряд зі значною кількістю публікацій з даної проблематики, переважна більшість праць зорієнтована на бізнес, на захист інтересів роботодавців та мало розкриває роль працівників, а також держави в процесі реалізації соціального діалогу та соціальної відповідальності. Формування цілісної інституціональної системи соціальної відповідальності повинно спрямовуватися на розширення практик загальнообов'язкового індивідуального регулювання трудових відносин. Відтак, актуальним стає акцент та розгляд впливу особистих результатів працівників, психологічних факторів, мотивація праці та задоволення потреб працівників, а також узгодженість інтересів суб'єктів господарювання та суспільства.

Формулювання цілей статті

Метою статті є висвітлення форм і способів прояву соціальної відповідальності як одного із важливих інструментів державної політики реалізації соціального діалогу в торгівлі.

Виклад основного матеріалу

Сучасні теорії державного регулювання соціально-трудової сфери базуються та орієнтуються на цілісності та залежності усіх рівнів суспільства. Соціальна та економічні сфери взаємопов'язані.

В сучасних умовах соціалізація є необхідною, оскільки сприяє формуванню нової якості системи соціально-трудова відносин, елементами якої є підприємство, персонал, а також держава. Як наслідок, досягнення соціальних стандартів (рівня доходу, структури споживання, зайнятості, соціального страхування, що забезпечують розвиток трудового потенціалу) має пріоритетне значення, оскільки від цього залежить спроможність підвищувати ефективність функціонування, покращувати якість торговельного обслуговування населення, розширювати асортимент товарів та обсяг їх реалізації. Таким чином, зростання масштабів соціалізації та підвищення ефективності впливу її чинників на діяльність підприємств торгівлі сприяє реалізації принципів соціально-трудова відносин, що охоплюють зайнятість та продуктивність праці, людський та соціальний капітал, соціальний захист працівників і послуги соціальної сфери торгівлі, систему торговельних послуг, соціальну відповідальність та соціальну безпеку.

Соціальний діалог в торгівлі – це засіб державної політики формування сприятливого системно та структурно-збалансованого середовища у соціально-трудова сфері галузі, зорієнтованого на покращення якості трудового життя, реалізацію соціально-економічних програм розвитку, забезпечення передумов природного сталого соціально-економічного розвитку галузі, задоволення економічних інтересів усіх суб'єктів і учасників соціального діалогу. Очевидно, що соціальний діалог є передумовою до створення нової концептуальної моделі соціально-трудова відносин, заснованої на виробленні, прийнятті та реалізації партнерських соціально-орієнтованих управлінських рішень. Також соціальний діалог дозволяє шляхом досягнення балансу інтересів, думок і позицій знаходити взаємоприйнятні для сторін рішення. Відтак, результатом соціального діалогу його суб'єктів, якими є держава, профспілки та роботодавці, є збалансоване досягнення цілей персоналу та керівництва підприємства, зокрема щодо трудового порядку і стабільності, організаційної збалансованості, соціально-психологічної ефективності та соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність визначається як самостійна, ініціативна, систематична діяльність суб'єктів господарювання щодо формування взаємовідносин із суспільством, органами влади, населенням, партнерами з метою узгодження та/або задоволення соціальних, економічних, фінансових, етичних інтересів усіх груп зацікавлених користувачів на взаємовигідних умовах для досягнення як економічних, так і соціальних результатів [7].

В умовах соціалізації торгівлі спостерігається залежність між інтересами суб'єктів господарювання (отримання прибутку) та суспільства (покращення рівня якості трудового життя, купівельної спроможності, розвиток соціальної інфраструктури). При цьому, узгодження цих інтересів є складним процесом, який

обґрунтовує необхідність удосконалення соціально-трудових відносин у торгівлі та взаємного використання можливостей державної системи соціального захисту і соціальних гарантій. Таким чином, соціалізація спрямована на підвищення ефективності соціальної роботи та соціальної відповідальності, позитивно впливає на зростання якості та доступності торговельних послуг для населення. Водночас, покращення ефективності соціалізації діяльності має позитивний вплив на покращення мотивації праці та соціального захисту, посилення інтелектуально-кадрової складової галузі.

У такому випадку, виділяють два основні напрями соціалізації:

1) внутрішній, що проявляється в зростанні рівня оплати праці та її матеріального стимулювання, стабільності персоналу та можливостях його професійно-кваліфікаційного розвитку, участі працівників у капіталі та прийнятті управлінських рішень;

2) зовнішній, який передбачає посилення соціальної відповідальності підприємств торгівлі перед споживачами, державою, територіальною громадою, партнерами та контрагентами.

Зауважимо, що соціалізація діяльності не лише сприяє розширенню обсягів використання соціальної складової економічного потенціалу, але й є засобом дослідження попиту, розвитку позитивної суспільної думки, формування такої собі якісної складової життєздатності та конкурентоспроможності. Позитивним аспектом соціалізації також можна вважати і розвиток конкуренції на споживчому ринку і нових форматів торгівлі, посилення боротьби за споживача, які сприяють утвердженню соціально-трудових стандартів бізнес-етики, впровадженню прогресивних форм продажу товарів і обслуговування покупців, відкриттю сучасних магазинів.

В умовах істотного послаблення соціальної складової економічної політики вітчизняних торговельних підприємств можливим є запровадження таких непрямих важелів стимулювання соціалізації діяльності, як формування цілісної інституціональної системи соціальної відповідальності, спрямованої на розширення практик загальнообов'язкового індивідуального регулювання трудових відносин; виділення коштів місцевих бюджетів на підвищення ефективності використання трудових здібностей персоналу шляхом інвестування в освіту, професійне навчання, мотивацію, мобільність і оздоровлення; врегулювання законодавчо-правових норм прямої дії задля унеможливлення дублювання функцій державних органів соціального контролю та зростання кількості обстежень соціально-побутових умов трудової діяльності.

Згідно Кодексу законів про працю України працівники реалізують свої економічні та соціальні права у трудовій сфері шляхом укладання трудового договору, за яким зобов'язується виконувати роботу з дотриманням внутрішнього трудового розпорядку, а власник підприємства зобов'язується виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання трудових завдань. Однак, у трудовій діяльності нерідко виникають конфліктні ситуації між керівництвом підприємства та працівниками, в середині трудового колективу стосовно обмеженості прав, можливостей, відсутності відповідальності, ділової співпраці, довіри та допомоги.

Загальновідомо, що виникнення конфліктів обумовлено дією об'єктивних, організаційно-управлінських, соціально-психологічних і особистісних факторів. На нашу думку, в умовах соціалізації торгівлі виникнення конфліктних ситуацій стає необхідністю розвитку соціального діалогу в галузі. Адже об'єктивний і суб'єктивний характер конфлікту дозволяє проявити професійну і особисту придатність персоналу торгівлі. Водночас, суб'єкти такого діалогу можуть мати різні матеріальні та духовні цінності і, відповідно, різну особисту відповідальність при вирішенні соціально-економічних чи соціально-трудових проблем.

Виникнення конфліктних ситуацій є проявом протиріч цінностей, суперечностей інтересів, думок і не бажань учасників сфери соціально-економічних та соціально-трудових відносин нести відповідальність або проявити погодженість із позицією інших суб'єктів. Загалом основними причинами конфліктів можна вважати особистісно-функціональні розбіжності, суб'єктивну неоднорідність, суперечливість інтересів суб'єктів і сторін соціально-трудових відносин. В такому випадку, для профільних органів державного управління актуальним є використання погоджувального, арбітражного, посередницького чи примирного методів регулювання таких відносин, які в подальшому визначають економічний, управлінський, психологічний характер соціального діалогу в галузі.

Необхідно визнати, що в умовах соціалізації торгівлі використання окремих методів регулювання відносин соціально-економічної та соціально-трудової сфери зосереджено на виявленні домінуючих мотивів окремої поведінки учасників конфлікту. Тому, ділову чи особисту спрямованість необхідно розглядати, з одного боку, як потребу в самоповазі, усвідомленні своєї значущості та компетентності, з іншого боку, як засіб формування, використання та розвитку трудового потенціалу [4, 6, 8].

Таким чином, у рамках концепції державного регулювання сфери соціально-економічних та соціально-трудових відносин у торгівлі набуває актуального значення питання забезпечення соціально-матеріальних та духовно-інтелектуальних потреб працівників, трудового колективу, власників підприємств та суспільства загалом. В такому випадку існує необхідність державної політики забезпечення розвитку соціального діалогу, що покликаний збалансувати економічні та соціальні результати в процесі господарювання, забезпечити взаємну погодженість і безкомпромісність між всіма суб'єктами соціального діалогу.

Важливе значення для суб'єктів комерційної діяльності має визначення і використання в практиці роботи основних психологічних факторів торговельного обслуговування. Специфіка організації праці в

торгівлі потребує від працівників не лише функціональних чи фахово-кваліфікаційних здібностей, а й ентузіазму, витримки і ввічливості, чесності і правдивості, вміння спілкуватися з споживачами, терплячості і стриманості, наявності доброго смаку і знання вимог споживачів, почуття гумору і такту. Це зумовлено тим, що процес обслуговування покупців передбачає, як безособистісні, так і міжособистісні відносини. Зокрема, велика увага приділяється зовнішнім проявам взаємної поваги працівників до трудового колективу, керівництва підприємства, а саме дружельності, симпатії, акуратності тощо. Торгові працівники повинні постійно піклуватися про підвищення фахової майстерності, збільшення обсягу продажу товарів, іміджу підприємства, постійне підвищення культури торгового обслуговування [5, с. 420–431].

Окрім того, важливим напрямом державної політики розвитку соціального діалогу в торгівлі вважаємо формування високої мотивації праці та рівня якості трудового життя, створення умов для задоволення потреб працівників, оплати їх праці, забезпечення відсутності на робочому місці різного роду загроз (фізичних, психологічних, втрати зайнятості) та можливостей особистісного зростання, задоволення почуття важливості для керівництва, визнання успіху оточуючими, який проявлятиметься у повазі, кар'єрному та професійному зростанні. Відповідно, актуальним є використання соціально-психологічного, економічно-ресурсного, інформаційно-аналітичного механізмів, завдяки яким процес визначення та зближення позицій сприяє формуванню взаємовигідних відносин, активізує прийняття узгоджених рішень, забезпечує усі передумови покращення соціальної та економічної активності.

Так, соціально-психологічний механізм враховує більше чинників відповідальності, об'єктивності, порядності, принципності, які формуються у сторін соціального діалогу та виявляють її ставлення до мотивації праці і якості трудового життя. У торгівлі, де міжособистісні зв'язки є достатньо вираженими, прийняття рішень в міру емоційної та психологічної стійкості мають особливе значення і часто є головними для підприємств у забезпеченні та підтриманні високого рівня лояльності споживачів.

Сьогодні держава володіє усіма засобами психологічного контролю соціальної поведінки населення і у період сучасних технологій повинна лише їх удосконалювати, а через сферу торгівлі може практикуватися реалізація програм з обмеження придбання імпортованих товарів, зменшення обсягу споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів. При цьому лише в межах соціального діалогу можна успішно здійснювати реалізацію заходів оперативного моніторингу психологічного сприйняття соціальних нововведень у сфері економіки праці.

Соціальний діалог є ефективним за умови існування сформованої інформаційної бази аналізу і прийняття узгоджених управлінських рішень. Це також стосується питання забезпечення високої мотивації праці та рівня якості трудового життя. Відтак одним із інструментів соціального діалогу в торгівлі доцільно вважати комунікативну співпрацю з формування інформаційно-аналітичної системи моніторингу якості та ефективності праці. Відповідно, в торгівлі варто передбачити впровадження автоматизованої системи обробки обліково-аналітичної інформації, де держава як одна із сторін повинна запропонувати бюджетну чи грантову підтримку. Це дозволить істотно зменшити трудомісткість праці, підвищити рівень економії фонду оплати праці, запровадити прогресивні форми мотивації праці, покращити культуру торговельного обслуговування та свідчити про високий рівень соціальної відповідальності усіх учасників процесу.

Компанії, які обрали стратегію соціальної відповідальності, отримують ряд переваг, а саме: формування позитивного іміджу компанії; підвищення інтересу інвесторів; поліпшення взаємовідносин із громадськістю та місцевою владою; підвищення мотивації та продуктивності працівників; збільшення обсягів продажу та ринкової частки. Підтвердженням цього є дані дослідження компанії Your Cause в області соціальної відповідальності бізнесу, згідно з яким 66% споживачів готові платити більше за товари підприємств, діяльність яких відповідає концепції сталого розвитку; у соціально відповідальних компаній продуктивність праці зростає на 13%; у підприємств, які впроваджують програми корпоративної соціальної відповідальності на 50% зменшується плинність кадрів і відповідно зростає лояльність персоналу [7].

У сучасних умовах основні цілі та завдання соціальної відповідальності на рівні підприємства повністю взаємопов'язані з Цілями сталого розвитку 2016–2030 «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року». Цим документом передбачено 17 цілей та 169 завдань в економічній, соціальній та екологічній сферах розвитку суспільства [3].

Для вітчизняних підприємств торгівлі властивим є поширення практик тіньових фінансово-економічних операцій, в т.ч. неформальної зайнятості. За таких умов оптимальним стає прибуток, який відповідає нульовому значенню та усуває необхідність сплачувати податки, в т.ч. на фонд оплати праці. Більше того, торговий персонал погоджується з таким станом справ, оскільки «конвертний» спосіб розрахунків дозволяє отримувати більшу платню. Як наслідок, розвиток підприємств торгівлі стає непередбачуваним, а найманий працівник не несе жодної відповідальності, в т.ч. соціальної за легальність своєї праці. Також, на жаль, на сьогодні в Україні склалася ситуація, коли в системі лише роботодавець диктує умови у відносинах зайнятості, організації праці, її оплати та мотивації. У такому випадку, задля підвищення прав та можливостей персоналу органам влади необхідно сприяти або змушувати сторони до укладання (коригування) колективних угод з працівниками.

Ефективний соціальний діалог має відігравати важливу роль у удосконаленні системи оплати праці в торгівлі. Тому прогресивне реформування системи оплати праці також забезпечить більш тісний зв'язок

між економічним зростанням та покращенням фінансових результатів господарювання підприємств зі зростанням рівня оплати праці. Сприяння проведенню колективних перемовин на різних рівнях і нарощування потенціалу соціальних партнерів має стати важливою складовою соціального діалогу з питань оплати праці. Запорука ефективного соціального діалогу та соціальної відповідальності в торгівлі криється у формуванні рівноправних, сильних і компетентних партнерів.

Дієвість функціонування механізму колективно-договірного регулювання на сьогодні у вітчизняній торгівлі все ще низька у зв'язку зі «слабкістю» правових норм і мотивації до укладання, а також недотриманням норм трудового законодавства, умов колективних і трудових договорів. Вважаємо, що основою покращення трудових домовленостей серед суб'єктів є відмова від усних домовленостей та обмеження практик зарахування працівників на роботу лише наказом чи розпорядженням роботодавця (який слугує лише для оформлення внутрішньої бухгалтерської документації). Також органам державного управління у сфері зайнятості та оплати праці необхідно забезпечити покращення поінформованості працівників про укладання колективних договорів, дотримання в положеннях норм галузевих та регіональних угод.

У процесі укладання колективного чи трудового договорів важливо, щоб органи влади контролювали прописання порядку встановлення премій, доплат, надбавок та інших винагород і заохочувальних виплат за раціональність пропозицій у зниженні рівня комерційного ризику, забезпеченні плановості та належної ефективності комерційної діяльності. При цьому, керівникам підприємств торгівлі слід нагадувати про звернення уваги на такі напрями розвитку нових ідей та управлінських рішень, як виконання планових обсягів товарообороту, управління борговими зобов'язаннями та дебіторською заборгованістю, а також недопущення непередбачуваного збільшення витрат комерційної діяльності. За таких обставин, з одного боку, працівник окрім виконання своїх трудових обов'язків буде мотивований до їх покращення у плані отримання не лише одноразової винагороди, а постійного збільшення (в кількості та якості) отримуваної винагороди за працю, з іншого боку, роботодавець у межах опосередкованого впливу забезпечить зростання прибутку та рентабельності.

Враховуючи складність соціально-економічних процесів, що відбуваються у торгівлі, потребує перегляду система внутрішньогосподарського контролю, в т.ч. операцій з оплати праці. Як відомо, суб'єктами внутрішньогосподарського контролю виступає управлінський персонал та група фахівців і службовців, котрі для дотримання умов соціально орієнтованої діяльності виконують наступні контрольні процедури: встановлення правильності соціально гарантованих виплат працівникам, виходячи із переліку поданих документів та обумовлених трудових зобов'язань (попередній контроль); контроль за цільовим використанням коштів, спрямованих на соціальні заходи та їх облікове відображення (поточний контроль); достовірність відображення операцій та додержання термінів виплат заробітної плати (наступний контроль). Звичайно, існують й інші напрями контролю (у сфері зміцнення соціального партнерства). Це організація торговельно-технологічного процесу, формування асортименту та управління ним, організація системи торговельного обслуговування та ін. Таким чином, варто збільшити частку фахівців і службовців у структурі персоналу підприємств торгівлі з повноваженнями соціального розвитку торговельної мережі та інших видів економічної і господарської діяльності.

Задля посилення трудової мотивації та соціальної захищеності працівників через колективно-договірне регулювання може використовуватися такий інституційний інструмент як «соціальний пакет». На практиці суб'єкти господарювання по-різному формують соціальний пакет, але в основному розглядають в межах вимог трудового законодавства, а саме виплат працівникам лікарняних та чергових відпусток. За сучасних умов соціалізації торгівлі соціальний пакет принаймні повинен виконувати функції гарантування різних видів додаткового грошового чи майнового заохочення за раціоналізаторські пропозиції, особливі досягнення, виконання плану продажу, якісне обслуговування клієнтів, дотримання трудової дисципліни та техніки безпеки тощо. Проте, соціальний пакет повинен мати мотиваційний характер, бути конкуруючим фактором торговельного підприємства на ринку праці, а також складатися з медичного обслуговування працівників (за необхідності членів їхніх сімей), додаткового пенсійного забезпечення, організації спортивного відпочинку, надання квитків на концерти та путівок на санаторне оздоровлення.

Корпоративна культура повинна ґрунтуватись на належному формуванні соціального та інтелектуально-кадрового капіталу, розвитку інформаційних джерел та підтримці персоналу за пропозиції і розробки у сфері інтелектуальної творчої діяльності. Відповідно органічним продовженням соціально-трудових відносин у торгівлі є створення культури праці працівників на основі системи торговельного обслуговування. Це може ефективно налагодити взаємовигідний зв'язок з покупцями та розвинути творчий потенціал персоналу (змінити звички покупців до місця придбання товарів (особливо після завершення робочого дня), сформувати фірмовий стиль обслуговування). Вважається, що засвоюючи правила обслуговування покупців, працівники розширюють свій світогляд та по-новому усвідомлюють роль своєї праці у загальній стратегії торговельного підприємства.

Разом з тим, в торговельній галузі України недостатній рівень соціальної відповідальності більшості суб'єктів господарювання перед територіальною громадою, партнерами і контрагентами та державою. Це призводить до збільшення втрат соціальних цінностей у розвитку торгівлі товарами вітчизняних товаровиробників, скорочення заходів соціально-економічного розвитку території функціонування підприємств, а

також занепаду вітчизняного виробництва споживчих товарів, зростання продажів імпортованих товарів низької якості ще й за завищеними цінами. При цьому, з кожним роком у вітчизняних підприємств торгівлі погіршується мотивація до реалізації навіть тих товарів, для яких є всі можливості їх виробництва в Україні.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Узагальнюючи, зазначимо, що соціалізація торгівлі є необхідною умовою розвитку суспільства, та має проявлятися через соціальний діалог з метою підвищення рівня соціальної відповідальності. При цьому мають узгоджуватися інтереси як суб'єктів господарювання, так працівників, а також суспільства. Формування інституціональної системи соціальної відповідальності повинно також враховувати забезпечення соціально-матеріальних та духовно-інтелектуальних потреб працівників, трудового колективу, власників підприємств та суспільства загалом.

Література

1. Васильців Т.Г. Напрями та засоби стимулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні / Т.Г. Васильців, Р.Л. Лупак, О.В. Рудковський // Економіка та держава. – 2019. – № 5. – С. 4–8.
2. Васильців Т.Г. Концептуальний аналіз переваг і недоліків моделей соціальної відповідальності підприємств / Т.Г. Васильців, І.О. Слущка // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.14. – С. 198–203.
3. Карпенко О.О. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств / О.О. Карпенко, Н.К. Мандзюк // Ефективна економіка. – 2018. – № 4. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.
4. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом : монографія / Кендюхов О. В. / НАН України. Інститут економіки промисловості. – 2008. – 359 с.
5. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : підручник / Мазаракі А.А. – Хрещатик, 1999. – 800 с.
6. Прибутко П. С. Конфліктологія : навчальний посібник / Прибутко П. С. – КНТ, 2010. – 136 с.
7. Руденко О.В. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність / О.В. Руденко, О.М. Кондратиук, А.С. Горєва // Ефективна економіка. – 2020. – № 11. – URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf
8. Цимбалюк І. М. Психологія торгівлі / І. М. Цимбалюк // Професіонал. – 2006. – 368 с.

References

1. Vasylytsiv T.G., Lupak R.L., Rudkovsky O.V. Directions and means of stimulating social responsibility of entrepreneurship in Ukraine. *Economy and state*. № 5. 2019. pp. 4-8.
2. Vasylytsiv T.G., Slutska I.O. Conceptual analysis of the advantages and disadvantages of corporate social responsibility models. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*. Vol. 22.14. 2012. pp. 198-203.
3. Karpenko, O.O. and Mandzyuk, N.K. (2018), "Social responsibility as a factor of domestic enterprises economic development", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219> (Accessed 15 Nov 2020).
4. Kandyukhov O. V. Effective management of intellectual capital: a monograph. NAS of Ukraine. Institute of Industrial Economics. 2008. 359 p.
5. Mazarakia A.A. Economics of a commercial enterprise: a textbook. Khreshchatyk. 1999. 800 p.
6. Pributko P.S. Conflictology: a textbook. CST. 2010. 136 p.
7. Rudenko O., Kondratiuk O., Horieva A. Business social responsibility: essence, accounting aspect and nonfinancial statements. *Efektivna ekonomika*, vol. 11, URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104 (Accessed 20 Nov 2020).
8. Tsybalyuk I.M. Psychology of trade. Professional. 2006. 368 p.

Надійшла / Paper received : 12.08.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021