

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА СФЕРИ СПОЖИВЧИХ ПОСЛУГ

АВГУСТИН Руслан

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-3101-7107>

e-mail: avgustyn@ukr.net

ГАЛЮЛЬКО Юрій

Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0009-0004-0341-6041>

e-mail: galulkourij@gmail.com

У статті акцентовано увагу до питань формування та реалізації суб'єктами господарювання соціально відповідальної політики. Наголошено на особливостях, а також необхідності планування та здійснення соціально відповідальних заходів суб'єктами сфери споживчих послуг. Метою дослідження визначено подальший розвиток теоретико-методичних засад управління соціальною відповідальністю суб'єктів сфери споживчих послуг. Показано зміни в напрямках здійснення соціально відповідальної політики суб'єктами сфери споживчих послуг України в умовах війни.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціально відповідальна політика, суб'єкти сфери споживчих послуг, споживчий ринок, соціальний менеджмент.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT OF CONSUMER SERVICES ENTITIES

AVHUSTYN Ruslan, GALIULKO Yurii

West Ukrainian National University

The article focuses on issues of formation and implementation of socially responsible policies by business entities. Emphasis is placed on the specifics, as well as the need for planning and implementation of socially responsible activities by entities in the field of consumer services. The purpose of the study is to further develop the theoretical and methodological principles of social responsibility management of entities in the field of consumer services. The changes in the directions of socially responsible policy implementation by subjects of the sphere of consumer services of Ukraine in the conditions of war are shown. It was concluded that in order to solve the problems and remove most of the obstacles to the activation of the social responsibility of the entities in the field of consumer services, it is appropriate to develop and implement measures in the following directions (operational tasks): (1) improvement of the system of protection of workers' rights and ensuring compliance with labor legislation (legalization of employment and wages; increasing the amount of capital investments in the development of intellectual capital; strengthening of social protection and development of social infrastructure; increasing the level of wages and the adequacy of the amount of the employee's contribution to the economic results of the entity in the field of consumer services); (2) strengthening the social responsibility of business to society (increasing the number of new jobs; introducing quality management systems for compliance with industry and collective agreements at entities in the field of consumer services); (3) improvement of relations between subjects of the sphere of consumer services and the consumer sector (improvement of the system of protection of consumer rights; improvement of quality characteristics and ensuring the safety of services; strengthening of responsibility for price policy); (4) increasing the role of representatives of subjects of the field of consumer services in the protection of the environment; (5) ensuring a high level of social responsibility of entities in the field of consumer services to counterparties and competitors.

Keywords: social responsibility, socially responsible policy, entities in the field of consumer services, consumer market, social management.

АВГУСТИН, Р., & ГАЛЮЛЬКО, Ю. (2024). ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА СФЕРИ СПОЖИВЧИХ ПОСЛУГ. *Development Service Industry Management*, (1), 173–177. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(25\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(25))

AVHUSTYN, R., & GALIULKO, Y. (2024). THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT OF CONSUMER SERVICES ENTITIES. *Development Service Industry Management*, (1), 173–177. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(25\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(25))

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Соціальна відповідальність, будучи не обов'язковою та в значній мірі слугуючи власною ініціативою суб'єктів господарювання, що часто достатньо витратна та при тому не орієнтована на отримання доходу й прибутку, насправді має достатньо вагому роль та приносить значну віддачу не тільки суспільну, але й самому господарюючому суб'єкту.

В частині суспільної віддачі, то це внесок в розвиток території функціонування та її інфраструктури, підтримка сфер культури, мистецтва, допомога соціально вразливим верствам населення, реалізація заходів у сфері екології та збереження навколишнього природного середовища і т. п.

Відносно суто корпоративної віддачі, то це популяризація підприємства та його товарів, послуг, нарощення нематеріального капіталу, участь в різного роду суспільних, у т. ч. міжнародних, проєктах, розвиток власної системи government-relations, напрацювання нових зв'язків і відносин тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У більшості наукових дослідженнях з проблем формування та реалізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання увага здебільшого прикута до питань організації оплати та матеріального стимулювання праці (внутрішня соціальна відповідальність), а також здійснення заходів, орієнтованих на позитивний внесок бізнесу в розвиток суспільства, інфраструктури, захист соціально вразливих категорій населення (зовнішня соціальна відповідальність). Йдеться зокрема про результати досліджень К. Брезницької [1,с.30-31], І. Колобердянюк та Ю. Рудька [7,с.123-130], С. Матюха [10,с.155-160], Д. Петраченко [11,с.23-27] та ін. дослідників. З іншого боку, достатньо багато уваги прикуто на нині й до питань нематеріальних аспектів та чинників, як управління персоналом, так і відносно позитивних ефектів від реалізації соціально відповідальної поведінки економічних агентів. Це дослідження А. Козаченко [5], А. Колота [8,с.3-11], Н. Качмара [9,с.98-103], С. Рукасова [12,с.93-96] та ін.

В окремих працях науковці досліджують соціально-відповідальну поведінку суб'єктів підприємницької діяльності. Це головню праці Т. Васильців, Р. Лупака, О. Рудковського [2,с.4-8; 3,с.132-136] та ін.

Однак, коли йдеться про корпоративну соціальну відповідальність, то на перший план виходять такі аспекти, як збереження, формування й розвиток трудового капіталу та потенціалу підприємств. Передусім йдеться про дослідження С. Гринкевич, Р. Лупака, Ю. Васильків [4,с.67-72], Я. Качмарика [6,с.105-110].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Водночас, аспекти корпоративної соціальної відповідальності в діяльності підприємств сфери надання споживчих послуг населенню досліджені все ще не в повній мірі.

Формулювання цілей статті

Метою статті є подальший розвиток теоретико-методичних засад управління соціальною відповідальністю суб'єктів сфери споживчих послуг.

Виклад основного матеріалу

Згідно світового досвіду соціальна відповідальність бізнесу це не тільки прерогатива великих підприємств і велика чисельність малих суб'єктів господарювання також організує та реалізує політику в цьому керунку. Особливо активними є суб'єкти малого бізнесу в сфері споживчих послуг, які здійснюють надання різного спектру споживчих послуг безпосередньо їх отримувачам-споживачам.

Йдеться, зокрема про надання різного роду знижок та/чи безоплатне обслуговування соціально вразливих категорій населення, виділення частини прибутку на різного роду соціальні заходи та послуги, участь у суспільних проєктах та заходах, покращення умов праці персоналу та введення соціальних програм, розвиток та навчання персоналу, благодійна допомога, впровадження політикою компанії принципів відповідального та етичного ставлення до споживачів, участь у місцевих програмах розвитку, реалізація екологічних заходів, не приховане подання інформації про діяльність підприємства та ін.

Водночас, в умовах війни значно зростає потреба у реалізації малими підприємствами та суб'єктами господарювання соціально відповідальних заходів, а також змінюється й безпосередньо структура таких заходів.

Так, слід вести мову про спеціалізацію соціально відповідальної поведінки суб'єктів сектора споживчих послуг за суб'єктами споживачів таких послуг:

1) власний персонал бізнесу: збереження персоналу в умовах високої зовнішньої міграційної активності населення та активної мобілізації працівників, покращення психологічного здоров'я та самопочуття співробітників, переорієнтація з отримання прибутку на збереження компанії, релокація та відновлення бізнесу на нових територіях;

2) споживачі послуг та на загал населення території функціонування бізнесу: підтримка місцевого населення, а також внутрішньо переміщеним особам, допомога постраждалим громадянам, надання послуг соціально вразливим категоріям населення за нижчими цінами;

3) військовослужбовці та демобілізовані з війська: створення соціальних підприємств та залучення на роботу воїнів-інвалідів, налагодження різних форм співпраці з демобілізованими, створення спільних підприємств та/чи інвестування у бізнес колишніх військовослужбовців;

4) суспільство: участь у відбудові інфраструктури територій, створення укриттів, центрів незламності та засобів тимчасового розміщення, активне волонтерство на різні тематики, не лише пов'язані з війною, але

й орієнтоване на вирішення внутрішніх проблем, які не вирішуються на місцевому рівні через війну та воєнні дії;

5) країна: адаптація корпоративної політики соціальної відповідальності до умов воєнного стану; розвитку корпоративного соціального волонтерства; здійснення заходів, що посилюють повагу до державних символів, виховання патріотичності та любові до України.

Тому в умовах України соціально відповідальні суб'єкти сфери споживчих послуг повинні поєднувати позитивні аспекти різних моделей соціально відповідальної поведінки з метою забезпечення формування оптимального механізму управління підприємством сфери послуг на принципах соціальної відповідальності.

Загальними позитивними тенденціями реалізації концепції соціальної відповідальності в Україні та світі є:

- виробництво та реалізація якісної продукції (надання споживчих послуг) для споживачів;
- створення нових робочих місць, виплата легальних зарплат своєчасно та в повному обсязі, інвестування у розвиток людського потенціалу;
- дотримання вимог податкового, екологічного, трудового законодавства;
- ефективне управління, що спрямоване на максимізацію прибутку та зростання добробуту акціонерів;
- аналіз очікувань громадськості щодо напрямів та принципів роботи суб'єктів бізнесу;
- внесок у розвиток суспільства через благодійницькі програми й проекти розвитку освіти, культури, спорту тощо.

В умовах поширення концепції соціальної відповідальності традиційна концепція управління суб'єктами сфери споживчих послуг, заснована на показниках фінансової звітності (показники прибутковості, ліквідності, структури капіталу, операційного аналізу, ринкові показники тощо), втратила свою ефективність, оскільки не забезпечує в повному обсязі потреб сьогодення:

- звітність не передбачає моніторингу соціальних показників;
- слабкий взаємозв'язок зі стратегічним плануванням;
- обмежена спрямованість на основних стейкхолдерів суб'єкта сфери споживчих послуг;
- не передбачається інформаційна відкритість та підзвітність суспільству.

Вищезазначені недоліки потребують переосмислення фінансово-орієнтованої концепції управління у напрямку багатовекторної, а саме соціально-спрямованої, концепції вимірювання результатів діяльності суб'єкта сфери споживчих послуг. Діяльність на принципах соціальної відповідальності, яку відображають нефінансові показники, охоплює широке коло питань - якість менеджменту, етику ділової поведінки, структуру і результативність соціальних інвестицій, що пов'язані з розвитком персоналу, підтримкою здоров'я на робочому місці, створенням сприятливого середовища на територіях присутності тощо. Ці чинники, визначаючи суспільне обличчя суб'єкта сфери споживчих послуг, все більшою мірою впливають на формування його ділової репутації, що має певні економічні наслідки.

Кількісна оцінка напрямів та шляхів реалізації принципів соціальної відповідальності суб'єкта сфери споживчих послуг дозволяє уніфікувати інформацію про соціальну спрямованість організації для проведення аналізу основними стейкхолдерами: органами влади, інвесторами, бізнес-партнерами, співробітниками та потенційними працівниками підприємства, споживачами, місцевим товариством.

Відповідно до логіки процесу управління формуванням конкретних заходів суб'єкта сфери споживчих послуг у тій, чи іншій сфері передусе визначення стратегічних орієнтирів політики, для забезпечення яких встановлюються пріоритетні напрями, а вже в їх межах - інструменти та засоби впливу, що в сукупності утворюють механізм регулювання, спроможний привести до реалізації мети і поставлених цілей. Проблема підвищення рівня соціальної відповідальності суб'єкта сфери споживчих послуг є складною і комплексною, потребує етапного вирішення з урахуванням впливу великої кількості зовнішніх і внутрішніх чинників. Такий висновок обумовлений шириною аналізованої проблеми (з огляду на потреби підприємства і його середовища); великою кількістю працівників, а також населення і соціальних груп, інтереси яких зачіпають зміни в межах соціальної політики; потребою в пошуку компромісів підприємства та інших суб'єктів бізнесу, системному удосконаленні цілої низки взаємопов'язаних інституціональних норм, включно з модифікацією ментального сприйняття позитивного (та більше того - об'єктивно необхідного) ставлення до реалізації соціально відповідальних заходів та ін. Складність проблеми обумовлює й потреба у системному підході до її вирішення.

Разом з тим, вирішення проблеми активізації та збільшення масштабів соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг є неодмінно необхідним завданням, оскільки у його діяльності відбуваються структурні соціальні деформації, включаючи критично надмірний розрив у рівні оплати праці та якості надання послуг. Однією з причин такої ситуації стало неналежне та неадекватне виконання соціальної відповідальності бізнесу.

Соціальна відповідальність суб'єкта сфери споживчих послуг є пріоритетом соціальної безпеки держави в умовах війни, але питання її реформи як складової суспільно-політичних та економічних перетворень в Україні аналізуються органами державного управління недостатньо. Нормативно-правові акти у цій сфері дуже розрізнені та не містять конкретних механізмів стимулювання соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг, відсутній єдиний уніфікований регулюючий законодавчий акт у цій сфері, що стримує її розвиток. Вітчизняне законодавство не передбачає належних стимулів фінансування суб'єктами сфери

споживчих послуг розвитку соціального капіталу, інноваційної діяльності тощо. У той час як, наприклад, у США згідно закону про благодійність, суб'єкти підприємництва отримують податкові пільги за внесок в соціальний або культурний проект.

У випадку подальшого “невтручання” органів державного управління у розв’язання проблеми підвищення рівня соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг вірогідними видаються наступні негативні наслідки для національного господарства України: 1) зменшення надходжень до державного бюджету; 2) погіршення умов праці; 3) зниження рівня трудомісткості потенціалу; 4) погіршення екологічної ситуації; 5) погіршення рівня якості трудового життя населення; 6) зменшення ресурсного потенціалу; 7) зниження рівня соціальної безпеки держави.

Потрібно додати, що основними причинами недостатньої соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг в Україні залишаються: 1) недосконалість нормативно-правової бази та податкового законодавства; 2) невеликі фінансові можливості підприємств (велика частина суб'єктів підприємництва України збиткові);

3) неусвідомлення підприємцями ролі соціальних заходів у політиці зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів сфери споживчих послуг;

4) недостатнє державне стимулювання, прояви корупції, високе податкове навантаження на бізнес, а також відсутність конкретних програм мотивації суб'єктів сфери споживчих послуг до соціальної відповідальності;

5) низький обсяг інвестування на впровадження програм соціальної відповідальності;

6) недостатньо високі морально етичні та культурні здібності апарату управління суб'єктів сфери споживчих послуг, які надаються населенню.

Вагомість очікуваних негативних соціально-економічних наслідків аналізованої проблеми вимагає вже сьогодні посилення уваги громадськості та органів влади до забезпечення належного рівня соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг в Україні.

У зв'язку з цим видається за доцільне ініціювання вищими органами державного управління діяльності зі зміцнення соціальної відповідальності. Для цього необхідно виділити основні напрями, які її стимулюють та реалізувати в їх межах головні заходи за чітко визначеною послідовністю.

Зауважимо, що створення сприятливих передумов розвитку соціального потенціалу вітчизняних суб'єктів сфери споживчих послуг потребує посилення юридичної складової цієї політики за рахунок розробки та прийняття Закону України “Про соціальну відповідальність підприємництва”, який визнає би концептуальні засади та правові рамки соціально відповідальної поведінки, а також передбачав би конкретні мотиви заходів соціальної відповідальності підприємств, Концепції розвитку в Україні громадянського суспільства, Законів України “Про соціальну звітність підприємств України”, “Про соціальний аудит”, а також соціальні стандарти та соціальну звітність на підприємствах.

Метою такої роботи є й уможливлення запровадження постійно діючого моніторингу рівня соціальної відповідальності на суб'єктах сфери споживчих послуг, що є логічною функцією створення системи цільових стимулів для соціально відповідальних суб'єктів підприємництва. Йдеться в тому числі про: 1) розробку окремих бюджетних програм фінансування заходів; 2) ведення реєстру соціально відповідальних заходів; 3) збільшення кількості працівників, що беруть участь у соціально-відповідальних заходах.

Для розв’язання цих проблем і усунення більшості перешкод активізації соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг доцільною є розробка та реалізація заходів за такими напрямами (у дужках вказано операційні завдання в межах відповідного напрямку):

1) удосконалення системи захисту прав працівників і забезпечення дотримання законодавства про працю (легалізація зайнятості і оплати праці; збільшення обсягів капіталовкладень у розвиток інтелектуального капіталу; посилення соціального захисту та розвиток соціальної інфраструктури; підвищення рівня оплати праці та адекватності її обсягів вкладу працівника у результати господарювання суб'єкта сфери споживчих послуг);

2) посилення соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством (збільшення кількості нових робочих місць; запровадження на суб'єктах сфери споживчих послуг систем управління якістю дотримання галузевих та колективних угод);

3) покращення відносин суб'єктів сфери споживчих послуг та споживчого сектора (удосконалення системи захисту прав споживача; покращення якісних характеристик та забезпечення безпечності послуг; посилення відповідальності за цінову політику);

4) збільшення ролі представників суб'єктів сфери споживчих послуг у захисті довкілля;

5) забезпечення високого рівня соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг перед контрагентами та конкурентами.

Зрозуміло, що кількість існуючих проблем в межах кожного з наведених вище напрямів є істотно більшою, проте визначені операційні цілі слід уважати найбільш актуальними та такими, що спрямовані на критичну зміну обсягів і поширеності соціальної відповідальності у сфері надання споживчих послуг населенню.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В умовах війни активна соціально відповідальна поведінка вітчизняних підприємств на ринку споживчих послуг має не тільки не знижуватися, а, навпаки, диференціюватися. Суб'єктам господарювання слід планувати та реалізувати нові соціально відповідальні заходи за напрямками: (1) власний персонал та потенційні працівники, (2) споживачі послуг та на загальне населення території функціонування бізнесу, (3) військовослужбовці та демобілізовані з війська, (4) суспільство, (5) національна безпека. Подальші наукові дослідження у цьому напрямі стосуються удосконалення методики аналізування соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг.

Література

1. Брезицька К. Ф. Аналіз сучасних систем соціальної відповідальності в зарубіжних країнах. *Управління розвитком*. 2011. № 8 (105). С. 30-31.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В. [Напрями та засоби стимулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні](#). *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 4-8.
3. Васильців Т. Г., Ярошко О. Р. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. Вип. 21.2. С. 132-136.
4. Гринкевич С. С., Лупак Р. Л., Васильків Ю. В. Формування системи та структурування інституційного забезпечення реалізації державної політики розвитку і використання трудового потенціалу України. *Бізнес Інформ*. 2015. № 7. С. 67-72.
5. Козаченко А. В. Зарубіжний досвід мотивації праці. URL : http://www.elitarium.ru/2010/10/22/zarubezhnyjj_opyt_motivacii_truda.html.
6. Качмарик Я. Д., Лупак Р. Л. Система рішень процесу відтворення трудового потенціалу корпоративних систем. *Обліково-аналітичні системи суб'єктів господарської діяльності в Україні*. 2005. Спец. вип. 15 (Ч. 1). С. 105-110.
7. Колобердянко І. І., Редька Ю. А. Сучасні системи та організація оплати праці в зарубіжних країнах. *Вісник Запорізького національного університету*. № 2 (26), 2015. С. 123-130.
8. Колот А. М. Асиметрії розвитку соціально-трудової сфери: зарубіжний досвід і вітчизняні реалії. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 1. С. 3-11.
9. Лупак Р. Л., Качмар Н. М. [Соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства](#). *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 98-103.
10. Матюх С. А. Західноєвропейський досвід організації корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2003. Ч. 2. № 6. С. 155-160.
11. Петраченко Д. Мотивація і стимулювання праці персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства. *Схід*. 2009. № 9. С. 23-27.
12. Рукасов С. В. Аналіз систем мотивації персоналу з урахуванням досвіду провідних країн світу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5. С. 93-96.

References

1. Brezytska, K. F. (2011). Analysis of modern remuneration systems in foreign countries. *Development management*. Vol. 8 (105), pp. 30-31.
2. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L., Rudkovskyi, O. V. (2019). Directions and means of stimulating social responsibility of entrepreneurship in Ukraine. *Economy and the state*. no. 5. pp. 4-8.
3. Vasylytsiv, T. G., Yaroshko O. R. (2018). Financial security of the enterprise: place in the system of economic security and priorities of strengthening at the post-crisis stage of economic development. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*. Vol. 21.2. pp. 132-136.
4. Hrynkevych, S. S., Lupak, R. L., Vasylykiv, Yu. V. (2015). Formation of the system and structuring of institutional support for the implementation of state policy of development and use of labor potential of Ukraine. *Business Inform*. no 7. pp. 67-72.
5. Kozachenko, A. V. (2015). Foreign experience of work motivation, available at: http://www.elitarium.ru/2010/10/22/zarubezhnyjj_opyt_motivacii_truda.html.
6. Kachmaryk, Ya. D., Lupak, R. L. (2005). System of decisions of the process of reproduction of labor potential of corporate systems. *Accounting and analytical systems of economic entities in Ukraine*. Vol. 15 (1). pp. 105-110.
7. Koloberdianko, I. I. and Redka, Yu. A. (2015). Modern systems and organization of wages in foreign countries. *Bulletin of Zaporizhia National University*. Vol. 2 (26), pp. 123-130.
8. Kolot, A. M. (2011). Asymmetries of development of social and labor sphere: foreign experience and domestic realities. *Ukraine: aspects of work*. Vol. 1, pp. 3-11.
9. Lupak, R.L., Kachmar, N.M. (2016). Social responsibility as a component of ensuring the competitiveness of the enterprise. *Social and labor relations: theory and practice*. no. 2. pp. 98-103.
10. Matiukh, S. A. (2003). Western European experience in the organization of wages. *Bulletin of Kyiv National University*. P. 2, Vol. 6, pp. 155-160.
11. Petrachenko, D. (2009). Motivation and stimulation of staff as a tool to improve the enterprise. *East*. Vol. 9, pp. 23-27.
12. Rukasov, S. V. (2009). Analysis of personnel motivation systems taking into account the experience of the world's leading countries. *Bulletin of Khmelnytsky National University*. Vol. 5, pp. 93-96.