

Смерічевська С.В.доктор економічних наук,
професор кафедри логістики
Національного авіаційного університету**Колесник М.В.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Національного авіаційного університету

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СОЦІАЛІЗАЦІЯ ТА ІНСТИТУЦІЙНА БЕЗПЕКА ПОСЛУГ ЯК РУШІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

В статті досліджено доміанти розвитку сучасного наукового напрямку, який формується в межах завдань соціальної відповідальності та соціально-економічної відповідальності підприємництва. Досліджено сучасний метод формування проактивної соціально-економічної відповідальності. Суть методу полягає у попередженні конфліктів в управлінні дебіторською заборгованістю. Представлено життєвий цикл задоволеності клієнта. Запропоновано інструментарій практичної реалізації методу.

Ключові слова: соціальна відповідальності, соціально-економічна відповідальність, проактивне управління, підприємництво, комплексна якість товару, дебіторська заборгованість.

В статье исследованы доминанты развития современного научного направления, которое формируется в пределах задач социальной ответственности и социально-экономической ответственности предпринимательства. Исследовано современный метод формирования проактивной социально-экономической ответственности. Суть метода заключается в предупреждении конфликтов при управлении дебиторской задолженностью. Представлены жизненный цикл удовлетворенности клиента. Предложено инструментарий практической реализации метода.

Ключевые слова: социальная ответственность, социально-экономическая ответственность, проактивное управление, предпринимательство, комплексное качество товара, дебиторская задолженность.

Постановка проблеми. Домінуюча тенденція сучасних економічних науково-теоретичних та прикладних дискусій сьогодні активно формує комплексний предмет досліджень, в межах якого науковці суттєву увагу об'єктивно приділяють процесам трансформаційних світових економічних процесів в багатогранній призмі взаємодії таких напрямків як соціалізація, інтелектуалізація, інституціоналізація та екологізація економіки. Така інтелектуальна соціалізація має забезпечити успішне формування сучасних комплексних економічних систем різних рівнів з системною іманентною характеристикою – сталим економічним розвитком. У відповідності до міжнародного стандарту ISO 26000, сьогодні під сталим розвитком, як правило, розуміють такий розвиток, який безконфліктно задовольняє потреби сучасності, не ставлячи при цьому під загрозу можливість наступних поколінь задовольняти свої потреби. Отже, предметом актуальних сучасних та затребуваних практичною діяльністю

наукових досліджень є пошук напрямків такого сталого розвитку та відповідного інструментарію, застосування якого в практичній діяльності забезпечувало би захист зазначених принципів інтелектуальної (smart) економіки в окремих транзакціях.

Аналіз останніх досліджень. Сьогодні можна констатувати зростання кількості комплексних та монографічних наукових досліджень з концептуальних та специфічних питань стосовно розвитку відповідальності підприємств як у плануванні, так і реалізації їх підприємницької діяльності. Ідентифікуючими визначеннями для категоризації та виокремлення предметної сфери, як правило, забезпечують вірно визначені наукові цілі і методи, що у сукупності формує зростаючу методологію в єдину течію споріднених напрямків наукових досліджень з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та соціально-економічної відповідальності підприємництва, з формування соціально-відповідального бізнесу та соціально-відповідального маркетингу

тощо. Актуальні дослідження комплексного характеру, які присвячені формуванню соціально-економічної відповідальності підприємств, представлені у роботах таких науковців, як О.П. Гоголя, О.А. Грішнова, М.М. Деліні, М.М. Ігнатенко, І.П. Кудінова, А.М. Колот, І.Ф. Комарницький, О.О. Кузнецов, Г.Ю. Міщук, Н.С. Орлова, О.О. Олійник, Г.Ф. Остапенко, Ю.М. Петренко, Є.П. Попова, О.В. Рева, С.Ю. Трапідин, А.О. Харламова та інші.

Крім того, при дослідженні широкого спектру питань з зазначеної проблематики спостерігаються системні відокремлення окремих напрямків таких досліджень як то з соціально-відповідального маркетингу (Л.В. Козин, С.Ю. Хамініч, Н.М Шмиголь та інші), з соціальної логістики (Яцек Шолтисек, Валдемар Іздебский, Пьотр Кріс, Яцек Судларській, Станіслав Зайяз та інші), або з питань інституціоналізації КСВ (О.М. Азарян, Н.Ю. Возіянова Н.А. Голубкова, Т.Н. Савіна, К.Ю. Белоусова та інші).

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних та прикладних моментів соціально-економічної відповідальності підприємницької діяльності підприємств у відповідності до принципів інтелектуальної соціалізації, а також обґрунтуванні доцільності проактивної соціально-економічної відповідальності на прикладі оптимізації розрахунків за отриману послугу в межах ринкової транзакції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комплексне поняття соціальної відповідальності сьогодні характеризується як різноманітністю взаємодоповнюючих і альтернативних теорій, так і вектором їх синтезу, спрямованим на узгодження результатів і намірів ринкової економіки [1, с. 187].

Уточнимо, що за визначенням асоціації «Business for Social Responsibility», КСВ – це взаємопов'язаний набір політик, практики і програм, які інтегровані в процес бізнесу, ланцюжки поставок, процедури прийняття рішень

на всіх рівнях підприємства і включають відповідальність за поточну і минулу діяльність, а також майбутній вплив діяльності компанії на навколишнє середовище [2]. Багатоаспектність такого розвитку демонструє систематизований досвід ISO в табл. 1 [3, с. 17].

Процес прийняття рішення стосовно визначення напрямків та елементів соціально-економічного підприємництва формується під впливом сукупності загальноекономічних факторів та ризиків. При цьому, як вказує О.М. Головін, соціальна відповідальність може зменшувати шанси підприємства на досягнення фінансового успіху, оскільки додатково фінансово обтяжує підприємство, не відповідає принципу максимізації прибутку і тому може спричинити збитковість підприємства [1, с. 188]. Проте це, на нашу думку, є спрощений підхід, що вимагає більш детального дослідження природи КСВ. З іншого боку, О.М. Головін доцільно звертає увагу, що інституційні причини зародження соціальної відповідальності бізнесу в розвинених країнах пов'язані не з прагненням до благодійності або соціального захисту, а, насамперед, з міркуваннями поліпшення інвестиційної привабливості, поліпшення іміджу перед клієнтами, зміцнення репутації, підвищення комерційного успіху компаній [1, с. 188 -190].

Зазначимо, що відповідно до досліджень В. Максимової з предмету генезису процесів формування smart (інтелектуальної) економіки актуальною домінантою її розвитку є соціалізація, яка має бути націлена на досягнення загального добробуту, колективної безпеки та забезпечувати рух до загальнолюдських цінностей, соціально орієнтовану координацію дій та формування сукупності нових соціокультурних і економічних цінностей, що забезпечують реалізацію адекватних взаємин [4, с. 68].

Натомість розвиток соціальної відповідальності бізнесу українських підприємств характеризується таким ментальним ускладненням,

Таблиця 1

Розподіл елементів сталого розвитку за ISO

	Складова сталого розвитку	Елемент складової сталого розвитку
1	Економічне зростання	1. Поширення нових технологій; 2. Належна бізнес практика; 3. Позбавлення торговельних бар'єрів; 4. Електронний бізнес; 5. Економіки, що народжуються; 6. Зменшення рівня бідності;
2	Соціальна справедливість	7. Захист прав споживачів; 8. Захист прав співробітників; 9. Послуги у сфері охорони здоров'я; 10. Соціальний захист; 11. Чесна торгівля; 12. Етичні норми;
3	Цілісність навколишнього середовища	13. Поводження із відходами; 14. Якість води, ґрунту, повітря; 15. Викиди парникових газів та зміна клімату; 16. Екологічна безпека продукції; 17. Екологічний менеджмент; 18. Поширення «чистих» технологій.

як прагнення до короткострокових фінансових результатів. Це призводить до нехтування не тільки цілями довгострокового розвитку, але і до прагнення перекласти на споживачів зовнішні ефекти більш витратного та екологічно шкідливого виробництва [1, с. 191].

Проте глобальний розвиток КСВ у світі відбувається завдяки синергійному «симбіозу» задоволення потреб та вирішення економічних інтересів тріади: споживач, підприємство, суспільство (в тому числі коли підприємство вирішує інтереси суспільства, які б мала вирішувати держава).

При цьому, розширюючи сферу застосування КСВ, підприємства перетворюють КСВ на корпоративну соціальну вигоду, оскільки така позитивна репутація допомагає підприємствам у позиціонуванні на нових ринках чи розширенні існуючих ринків, тощо. Тому соціальна відповідальність бізнесу виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих підприємств, які прагнуть знайти своє місце в конкурентному середовищі, свого споживача, зацікавити до співпраці національних і зарубіжних партнерів або інших стейкхолдерів. Одночасно необхідно враховувати, що потреба суспільства у тих чи інших формах соціальної відповідальності бізнесу складається під впливом національного менталітету, активністю державних та суспільних структур, вітчизняним законодавством та імплементацією відповідних міжнародних стандартів [5].

Приклад такої інтелектуальної трансформації демонструють Валдемар Іздебский [6], а також Яцек Шолтисек [7]. Їх дослідження взаємодії логістики та КСВ констатують її прояв у формі дотримання договорів між соціальними партнерами. Також цікавим є спостереження Яцека Шолтисека стосовно еволюційної трансформації за критеріями двох основних особливостей: типу раціональності та головного пріоритету (табл. 2) [7].

Тенденцію дифузії КСВ на різних підприємствах констатує Н.С. Орлова, яка зазначає, що невеликі компанії не тільки можуть демонструвати відповідальне ставлення до зацікавлених в їх діяльності сторонам, а й часто знаходяться в більш виграшному положенні, ніж великі підприємства [3, с. 124]. Потенціал таких підприємств великий, оскільки 8000 учасників Гло-

бального договору займають невелику частку серед 70000 транснаціональних корпорацій і мільйонів дрібних підприємств [3, с. 20].

П.С. Щербаченко пропонує відстежувати активність та життєвий цикл КСВ за етапами еволюціонування в площині «активність – сприйняття» (послідовності основних еволюційних видів поведінки корпорації за рівнем розвитку КСВ): 1) байдужість; 2) розуміння; 3) реагування; 4) чуйність. При цьому під сприйнятливістю розуміється характеристика соціальної відповідальності, яка визначає ступінь реагування компанії на зовнішні виклики [8, с. 192].

В призмі розвитку соціально-економічної відповідальності підприємства на стадії «чуйність», на нашу думку, доцільно застосовувати ідеї В. Парето, в тому числі розуміння оптимальності в економічних відносинах, яке передбачає стратегічні «надмірності можливостей».

Такі «надмірності можливостей» можуть виступати за необхідних умов інструментом збереження довгострокової стійкості підприємства, його еволюційної гнучкості, мінливості, пристосованості. Так, співвідношення, відоме як «принцип Парето», можна розглядати як баланс між «потрібним» тут і зараз, і потенційно «потрібним» [9]. Наприклад, доречним, на нашу думку, та економічно обґрунтованим буде застосування цього принципу в управлінні дебіторською заборгованістю, коли умови здійснення оплати визначаються комплексно, тобто не тільки розміром суми, а й своєчасністю. Ці показники формують комплекс якості товару (послуги) з її складовою «умови оплати». Проективне забезпечення оптимального співпадіння розміру та умов оплати має сформулювати остаточну оцінку клієнта на максимальному рівні та упередити негативний сценарій конфліктного стягнення дебіторської заборгованості.

Наприклад, стандартні методи управління дебіторською заборгованістю містять такі складові елементи, як: статичний аналіз фінансової інформації щодо дебіторської заборгованості суб'єкта господарювання, інтерпретація значень основних фінансових показників та коефіцієнтів, що використовуються для такого аналізу; динамічний (трендовий) аналіз та оцінку тенденцій розвитку ситуації з погашенням контрагентами дебіторської заборгованості; обґрунтування оптимального терміну надання відстрочки

Таблиця 2

Відмінні риси основних типів логістики

		Військова логістика	Економічна логістика	Громадська логістика
Першорядні ознаки (конститутивні)	Тип раціональності	Організаційний	Економічний	Гуманітарний
	Пріоритет	Безпека	Прибуток	Якість життя

оплати рахунків покупцями; рефінансування дебіторської заборгованості підприємства (використання обліку векселів, факторингу та форфейтингу боргових вимог підприємства до третіх осіб для покриття поточної потреби у капіталі); контроль простроченої дебіторської заборгованості та попередження формування безнадійної заборгованості тощо [10].

При цьому, з фінансової логіки, доцільно вважати невиправданий розмір дебіторської заборгованості іммобілізацією власного капіталу з такими негативними наслідками як, наприклад, збільшення витрат в управлінні дебіторською заборгованістю у випадку виникнення ризику неповернення, фактичних втрат та зниження прибутку тощо.

Навпроти наведеного, раціонально визначені умови розрахунків з урахуванням етапу (рівня) задоволеності клієнта запобігають виникненню конфліктів між сторонами угоди та формують позитивну соціальну репутацію підприємства, а також забезпечують встановлення стабільних і тривалих зв'язків із покупцями, в тому числі завдяки вірно ідентифікованому терміну оплати товару (послуги).

Уточнимо, що у сучасному інституціоналізмі існують два підходи до визначення поняття «інститути»: 1) розуміння інститутів як «правил гри», що представляють собою неформальні обмеження на взаємодію людей (табу, звички, традиції, кодекси поведінки); 2) формальні норми – норми визначені державою (конституції, закони, нормативні акти).

С.І. Архієреєв у роботі [11, с. 16] доцільно запропонував розрізняти категорії інститути й

інституції. Під інститутами пропонується розуміти «організації і установи (інституціональна інфраструктура)», які покликані забезпечити функціонування інституцій; під інституціями пропонується розуміти «правила і норми (інституціональна структура)». Таке уточнення, на нашу думку, доречно, оскільки дозволяє проактивно вірно визначити методи та інструментарій для формалізації підприємницьких зв'язків. Важливість цього обумовлюється такими обставинами, що математичний апарат, який традиційно використовувався економістами, навряд чи прийнятний в якості базового методу в аналізі взаємодій та способів її координації. Тому інституціоналізм пропонує свій спосіб формалізації, коли застосовують поняття норми, як базового регулятора взаємодії. Нормою (або правилом) визначається, як повинен себе вести індивід в різних ситуаціях, при цьому виконання приписів носить добровільний характер або ґрунтується на санкціях (соціальних, економічних, юридичних). Ефективні норми забезпечують існування згоди, консенсусу між учасниками обміну. Тому інтелектуальне соціально-економічне підприємництво спонукає виробника продукції упередити конфлікти та науково визначити ефективні норми взаємодії в дебіторських відносинах.

Для реалізації зазначеного нами пропонується застосовувати життєвий цикл вдячності клієнта, який наведено на рис. 1.

Виходячи з узагальненої моделі поведінки споживача на рис. 1 доцільно планувати кінцевий платіж за товар на етапі, який визначається між п'ятим та шостим етапами. Стягнення з

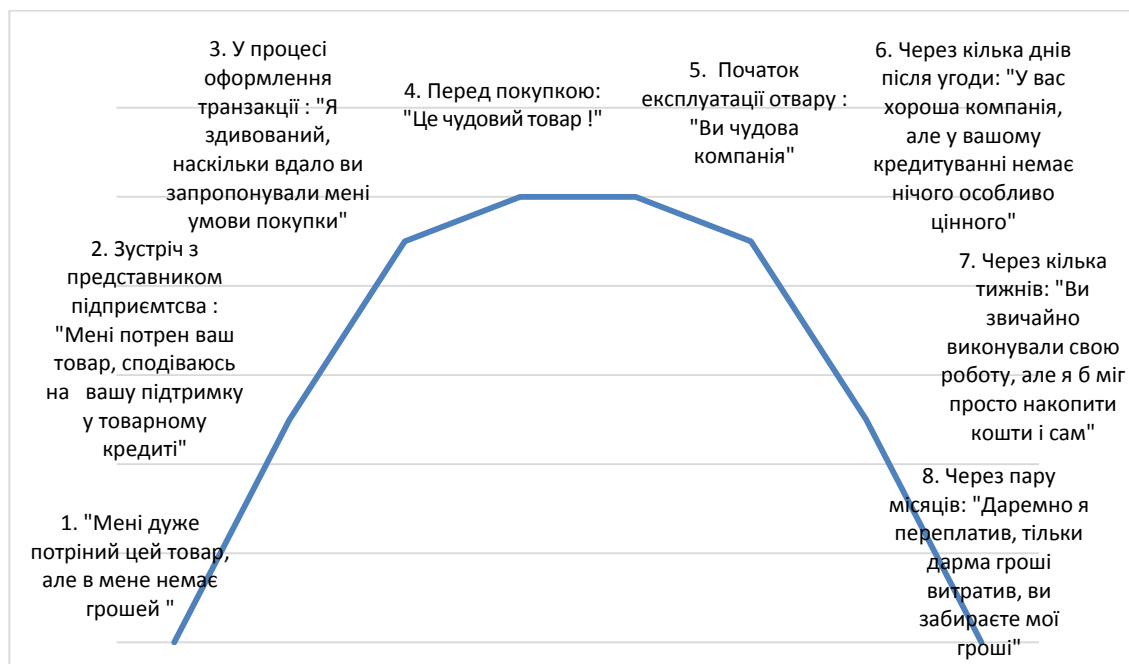


Рис. 1. Крива вдячності клієнта

клієнта залишкової суми на наступних етапах можливо буде конфліктним, оскільки фундаментом формування потенційної оцінки клієнтом усієї транзакції буде формована між сьомим та восьмим етапами задоволеність, що з суттєвим ступенем вірогідності призведе до явного, або неявного конфлікту. Отже, проактивне планування та реалізація кінцевого розрахунку між п'ятим та шостим етапами відповідально забезпечить максимальне зниження ймовірності розриву відносин з клієнтом. Фактичне управління цим процесом можливо здійснити за допомогою аналітичного інструменту, що наведений в табл. 3.

Висновки з проведеного дослідження. Соціально-економічне підприємництво сьогодні розвивається швидкими темпами. Запропонований в статті підхід до формування відносин із клієнтами реалізує проактивну відповідальність, яка полягає в забезпеченні безпеки відносин з клієнтами підприємства. Таке проактивне планування та реалізація кінцевого розрахунку між визначеними етапами життєвого циклу задоволеності клієнта відповідально забезпечить максимальне зниження ймовірності розриву відносин з клієнтом. Практичне управління цим процесом можливо здійснити за допомогою табличного інструменту. Таким чином, метод реалізує актуальне

Таблиця 3

Життєвий цикл задоволеності клієнта

№	Етапи	Під етапи	Вірогідність прояву × оцінка формалізації норми /1-10/	Характеристика етапу	Стратегія (заходи оптимізації відносин)
1.	Поява у клієнта певної потреби	-		Усвідомлення клієнтом наявності потреби та варіантів пропозиції товару	Максимально приділити увагу пошуку клієнтів, активний вплив на його апарат переваг
2.	Зацікавленість	Низька зацікавленість		Клієнт знаходить рішення проблеми, але все ще не впевнений у виборі, можливі інші варіанти	Необхідно закріпити позитивний вибір клієнта, запевнити його у вірності вибору, що формує необхідне підґрунтя для створення постійних клієнтів / необхідна максимальна увага до клієнта, додаткове запевнення в високій якості товару та умов його придбання /
3.		Висока зацікавленість		Приймається остаточне вирішення щодо вибору	
4.	Вдячність	Поточна		Клієнт повністю задоволений процесом вирішення проблеми	Ступінь зацікавленості клієнта знаходиться на максимальному рівні. Тому витрати зусиль на утримання клієнту істотно знижуються. Найважливіше - не втратити зацікавленість клієнта, що можуть забезпечити додаткові послуги та різноманітні переваги, які надаються лише постійним клієнтам.
5.		Післяпродажна		Клієнт задоволений отриманим результатом та післяпродажними умовами	
6.	Втрата зацікавленості	Усвідомлення неважливості		У клієнта з'являються певні сумніви, щодо важливості отриманої товару та супутніх послуг, та їх якості	Намагання утримати клієнта, надання «унікальних пропозицій» можливо деякі поступки та компроміси.
7.		Закріплення думки			
8.	Повна втрата зацікавленості	-		Клієнт повністю втрачає інтерес, зацікавленість і вдячність до отриманого товару/ послуги	Клієнта можна вважати втраченим, він повністю втратив будь-який інтерес. Подальші намагання щодо його утримання скоріш за все зможуть принести більше збитків, аніж дохід. Відмова від клієнта

завдання соціально-економічної відповідальності підприємництва – формування бізнес-процесів підприємства на засадах КСВ, що набуває все більшого значення в умовах інтелектуалізації економіки та обумовлює необхідність проведення подальших досліджень в цьому напрямку.

Список використаних джерел:

1. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: Українські реалії і проблеми / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2 (36). – С. 189 – 192.
2. Савина Т.Н. Институт корпоративной социальной ответственности как инновационный социально ориентированный проект/Т. Н. Савина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/institut-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-kak-innovatsionnyu-sotsialno-orientirovannyu-proekt>
3. Орлова Н.С. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні: Монографія / Н.С. Орлова, А.О. Харламова. – Донецьк: Издательство, 2014. – 250 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/13031/7/N_Orlova_M_2_IS.pdf
4. Максимова В.Ф. Smart (интеллектуальная) экономика: цели, задачи и перспективы/В.Ф. Максимова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/smart-intellektualnaya-ekonomika-tseli-zadachi-i-perspektivy>
5. Комарницький І.Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством / І.Ф. Комарницький, З.І. Галушка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf
6. Waldemar Izdebski Социальная ответственность Предприятия в логистике/ Waldemar Izdebski, Piotr Kryś, Jacek Skudlarski, Stanisław Zajac. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://internal.khntusg.com.ua/fulltext/PAZK/VISN/VISN_161_2015/21.pdf
7. J. Szołtysek. Социальная логистика – новое направление развития теории и практики логистики / J. Szołtysek // Логистика и управление цепями поставок – № 2 (43) – апрель – 2011г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lscm.ru/index.php/ru/po-godam/item/1068>
8. Щербаченко П.С. Концептуальные основы управления корпоративной социальной ответственностью / П.С. Щербаченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-osnovy-upravleniya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennostyu>
9. Королев В.А. О природе «принципа Парето» / В.А. Королев. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.certicom.kiev.ua/pareto-prinzyp.html>
10. Хохлов М.П. Управління дебіторською заборгованістю підприємства / М.П. Хохлов, О.С. Корнієнко// "Економіка та суспільство". – 2017. – Випуск № 10. – С. 402 – 407.
11. Архиреев С.И. Трансакционные издержки и неравенство в условиях рыночной трансформации: Монография. – Харьков: Бизнес Информ, 2000. – 288 с.

Smerichevska S.V., Kolesnyk M.V.

INTELLECTUAL SOCIALIZATION AND INSTITUTIONAL SAFETY OF SERVICES AS MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT FOR RESPONSIBLE ENTERPRISE

Dominants of the development of the modern scientific direction are studied in the article. These modern scientific directions are formed within the limits of tasks of social responsibility and socio-economic responsibility of entrepreneurship. The purpose of the paper is to study the theoretical and applied moments of socio-economic responsibility of entrepreneurial activity of enterprises in accordance with the principles of intellectual socialization, as well as substantiation of expediency of proactive social and economic responsibility on the example of optimization of payments for the received service within the framework of a market transaction.

The modern method of formation of proactive for social and economic responsibility is explored. The essence of the method is to prevent conflicts in the management of accounts receivable. The life cycle of customer satisfaction is presented. The tools of practical implementation of the method are offered.

Consequently, proactive planning and implementation of the final settlement between the fifth and sixth stages of the customer's satisfaction life cycle will ensure a maximum reduction in the possibility of a break with customer relations. Thus, the main idea of the socio-economic responsibility of entrepreneurship is realized – the formation of business processes of the enterprise on the basis of CSR.

Key words: social responsibility, socio-economic responsibility, proactive management, entrepreneurship, quality of goods, accounts receivable.