

# О социальной эффективности сервисной деятельности

**Скоробогатова Татьяна Николаевна** 

доктор экономических наук, профессор

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь, Российская Федерация

E-mail: stn57@mail.ru

**Ваховская Маргарита Юрьевна** 

кандидат экономических наук, доцент

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь, Российская Федерация

E-mail: margo\_vah@mail.ru

**Аннотация.** Статья носит преимущественно теоретический характер, при этом включает актуальные примеры из современной практики ведения бизнеса. Цель работы заключается в изучении природы социальной эффективности, которая создается при осуществлении сервисной деятельности. Основные положения настоящего исследования заключаются в анализе и обобщении современных подходов к эффективности сервисной деятельности, а именно к ее социальной составляющей с использованием традиционных методов научного познания. Научная новизна исследования состоит в формулировании основных принципов сервисной деятельности и интерпретации их применения на различных уровнях, а также выдвижении тезиса о дуальном характере социальной эффективности сервисной деятельности. В ходе исследования принципов сервисной деятельности авторами акцентировано внимание на принципе социальной эффективности, показано проявление принципа социальной эффективности на разных уровнях: от индивида до народонаселения страны. Особое внимание в статье уделено трудоустройству и организации отдыха инвалидов. Во второй части исследования корпоративная социальная ответственность (КСО) сервисного предприятия рассмотрена как проявление его социальной эффективности, обозначены особенности реализации мероприятий КСО предприятиями сферы услуг с конкретными и актуальными примерами из российской практики, в том числе периода пандемии COVID-19. В заключение статьи проведен краткий обзор методов оценки влияния КСО на основную эффективность деятельности предприятия, сформулирован тезис о дуальности социальной эффективности сервисной деятельности – от предоставления профильных услуг сервисными предприятиями и от реализации ими мероприятий корпоративной социальной ответственности.

**Ключевые слова:** сервис, деятельность, принцип, эффективность, социальная эффективность, лица с ограниченными возможностями, корпоративная социальная ответственность

**JEL codes:** B64, I00, L80

**DOI:** <https://doi.org/10.52957/2221-3260-2024-5-57-69>

**Для цитирования:** Скоробогатова, Т.Н. О социальной эффективности сервисной деятельности / Т.Н. Скоробогатова, М.Ю. Ваховская // Теоретическая экономика. - 2024 - №5. - С.57-69. - URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (Дата публикации: 30.05.2024)

## Введение

Любая деятельность человека, общественной или производственной структуры и даже страны оценивается с помощью такого критерия, как эффективность. Но, если ранее на первое место выходила экономическая эффективность, то теперь вполне можно говорить о паритете между ней и социальной эффективностью. Особую роль играет социальная эффективность в сервисе, поскольку здесь она находит наибольшее проявление. Ведь именно сервисная деятельность определяет степень удовлетворения духовных и социальных потребностей, влияет на уровень интеллектуальных, культурных и физических достижений, что находит отражение в индексе человеческого развития.

## Гипотеза

В условиях, когда устойчивое развитие предприятий неразрывно связано с их корпоративной социальной ответственностью, социальная эффективность предприятий сферы услуг проявляется

двойственно, а именно она формируется путем предоставления профильных услуг и реализации мероприятий КСО.

### **Результаты**

Сервисная деятельность: социальный подход к эффективности

Современный экономический период отличается стремительным развитием сервисной деятельности. Весьма значимой становится роль сервисной деятельности в период кризиса. Такое положение обусловлено тем, что среди предприятий сферы обслуживания населения существуют жизненно важные, которые не подлежат закрытию ни при каких условиях (торговля предметами первой необходимости, здравоохранение). В условиях стабилизации экономики спросом начинают пользоваться услуги размещения и отдыха, в т.ч. культурно-развлекательные, спортивно-оздоровительные, услуги по уходу за телом и др. Таким образом, сфера услуг населению выступает своеобразным амортизатором в кризисных ситуациях [22]. Именно эти составляющие сферы услуг страдают в кризисных условиях, что ярко показала пандемия COVID.

Сервисная деятельность имманентно эффективна для экономики:

1) к услугам обращаются всегда, хотя востребованность тех или иных услуг зависит от подъема или спада экономики. В период спада, в частности, меньше акцентируется внимание на так называемых затратных услугах, без которых можно обойтись;

2) подъем или спад выдвигает на первый план разные конкурентные стратегии предприятия, оказывающего услуги, например, в период подъема превалирует пациентная стратегия, в период спада – виолентная стратегия.

Принося доход экономике, сервисная деятельность в немалой степени влияет на жизнедеятельность людей, что определяет не только экономическую, но и социальную эффективность. Многие сервисные предприятия имеют некоммерческий характер, часто их работа не окупается, поэтому на первый план выходит социальная эффективность.

Уточним, что, если экономическая эффективность может рассматриваться как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах, то проявление социальной эффективности обычно пролонгировано. Соответственно и социальные мероприятия проводятся планомерно и ступенчато.

### **Принципы сервисной деятельности и уровни их применения**

Функционирование и развитие любой сферы деятельности строится на определенных принципах. Часть принципов имеет базовый характер, но требует утончения согласно специфике деятельности. Остальные принципы присущи именно данной сфере. К основным принципам сервисной деятельности можно отнести:

- научность, то есть всесторонне обоснованный подход к решению вопросов;
- креативность, сущность которой состоит в творческом подходе к процессу продуцирования услуги;
- системность, заключающуюся в рассмотрении каждого вида сервисной деятельности не только автономно, но и как части сервиса в целом;
- комплексность, обеспечивающую потребителю широкий выбор услуг и сопутствующей продукции;
- качественность, направленную на достижение высокого качества сервиса. Согласно «триаде качества» Дж. Джурана «деятельность по повышению уровня качества (эффективности) сервиса разделяется на три составляющих: планирование качества, контроль над качеством и реализация мер, обеспечивающих достижение планового уровня качества»[4];
- вариативность, то есть способность использовать элементы технологии и ресурсы в зависимости от запросов потребителей;
- оптимальность, определяющую выбор наиболее рационального сочетания ресурсов;
- ситуативность, предполагающую умение продуцентов услуг работать в адаптации к

обстоятельствам, учитывать факторы, определяющие ситуацию, и разрабатывать меры, усиливающие (для позитивных факторов) или нивелирующие (для негативных факторов) их влияние;

- компромиссность, нацеленную на согласование интересов работников сервисного предприятия (в комплексе - внутри подразделений и между ними), внешними партнерами и клиентами;

- превентивность, направленную на моделирование сложных ситуаций, предположение возникновения проблем, связанных с изменениями в окружающей среде, и текущих конфликтов внутри персонала и/или между персоналом и клиентами, принятие мер по их предупреждению;

- инновационность, предусматривающую внесение новых элементов в технологию услуги и форму обслуживания согласно научно-техническому прогрессу и пожеланиям клиентов;

- экономическую эффективность и социальную эффективность.

Указанные принципы находят применение на разных уровнях (таблица 1).

**Таблица 1** – Уровни применения принципов сервисной деятельности

Принципы сервисной деятельности	Уровни применения принципов сервисной деятельности	
научность	имеет общий характер, применим практически на всех уровнях, начиная от предприятия и выше	
креативность	определяет действия субъектов услуг, чаще на уровне рабочего места	
системность	на региональном уровне и в работе комплексов	
комплексность	на уровне крупного сервисного предприятия или комплекса	
качественность	на уровне предприятия или структурного подразделения комплекса, начиная с рабочего места	
вариативность	уровень предприятия или комплекса	
оптимальность	от уровня предприятия до уровня национального хозяйства	
ситуативность	в основном – уровни предприятия или структурных подразделений комплекса	
компромиссность	на уровне предприятия (структурных подразделений комплекса), начиная с рабочего места	
превентивность	чаще на уровнях предприятия или структурных подразделений комплекса	
инновационность	уровни подразделений и рабочих мест, куда поступает информация от руководства предприятия	
эффективность	экономическая	теоретически на всех уровнях, но практически в основном на уровне предприятия
	социальная	на уровнях индивида и сообществ разного масштаба, начиная с семьи

Источник: разработано авторами

### **Проявление принципа социальной эффективности в сервисной деятельности: прямой и обратный расчеты**

Рассмотрим подробнее принцип социальной эффективности сервисной деятельности.

Существует два взаимоисключающих подхода к оценке услуг: 1) чем больше услуг, тем беднее общество, 2) чем больше услуг, тем богаче общество. Первый подход касается разрушительных (криминальных) услуг, второй относится к созидательным услугам [8]. В первом случае социальный

эффект носит отрицательный характер, во втором – эффект принимает форму положительного результата.

При этом социальный эффект проявляется не только прямо, но и определяется от обратного. Прямой социальный эффект находит отражение в улучшении состояния работника, удовлетворенного услугой, что приводит к увеличению его выработки как показателя-фактора объема выпускаемой продукции (реализованных услуг). Таким образом, он носит характер социально-экономического.

Обратный расчет основан на потерях, которые с некоторой вероятностью могли быть понесены при отсутствии тех или иных услуг. При этом потери касаются как отдельного человека, так и общества в целом. Ведь синонимом слова «социальный» является термин «общественный» (не напрасно в словаре русского языка В.И. Даля «социальность» трактуется как «общественность» [9]). Поэтому реально говорить об общественной эффективности.

Ущерб для индивида в первую очередь имеет отношение к услугам здравоохранения, хотя, как известно, здоровье каждого – богатство всех. Большинство же услуг (конечно, речь идет о легитимных услугах), способствуя рациональному использованию времени индивидом (быт или отдых), предотвращают возможные варианты отклонения от установленного порядка (хулиганство, употребление наркотиков, пьянство и др.), наносящие вред обществу.

На первый план здесь выходят подростки как индивиды, еще не устоявшиеся на жизненном пути, что требует направления их социализации в правильное русло. Данный процесс является непростым, так как сочетается с процессом индивидуализации, который в подростковом возрасте обостряется. Поэтому при работе с подростками следует проявлять к ним уважение, учитывать их собственное мнение.

Как известно, потребление услуг может носить как пассивный, так и активный характер (это касается, в первую очередь, культурно-развлекательных услуг). Для пожилых людей и лиц с ограниченными возможностями более предпочтителен первый вариант. Подросткам же лучше предоставлять услуги, где они будут непосредственно задействованы, смогут себя проявить и самореализоваться.

Потребление алкоголя и наркотиков оценивается как отрицательная эффективность (и социальная, и экономическая), когда человек затрачивает деньги и получает фактически отрицательный эффект (на какое-то время у него возникает иллюзия позитива, которая проходит, уступая место новой вредной потребности). Положительные примеры родных и близких могут зародить в индивиде мысль об альтернативном использовании денежных средств. В качестве литературного примера приведем фрагмент из книги Н.Е. Сухининой «Женщина в пестром»: выздоравливающий от болезни алкоголизма отец купил дочери путевку в Италию. Когда она посетовала на высокую стоимость приобретения, он ответил, что (если бы продолжал пить) мог бы потратить их на большое количество водки.

### **Социальная эффективность и индекс человеческого развития**

Социальная эффективность проявляется на уровне разных сообществ, на что указано в табл. 1. На уровне народонаселения страны она в определенной степени коррелирует с индексом развития человеческого потенциала (отражающего искусство сервисной деятельности), который охватывает три измерения человеческого благосостояния: доходы, образование (состоящего из показателя грамотности с весом в 2/3 и показателя охвата обучением с весом 1/3), здоровье (продолжительность жизни) [13; 19].

Социальная эффективность, несомненно, связана с такими аспектами человеческой жизни, как здоровье и образование. К сожалению, индекс человеческого развития (ИЧР - сводный показатель, отражающий валовой национальный доход на душу населения, уровень образования и ожидаемую продолжительность жизни в стране) в России в рейтинге Программы Развития ООН имеет не самое высокое значение по сравнению с развитыми странами. «По данным доклада о человеческом развитии за 2023-2024 гг. Россия находится на 56 месте из 189 стран. Странами с самым высоким

показателем ИЧР являются Швейцария, Норвегия, Исландия, Гонконг (Китай), а Швеция и Дания делят пятое место в рейтинге. Германия и Ирландия занимают 7-е место, Великобритания – 15-е, а США – 20-е. Среди государств с наименьшими значениями ИЧР – Сомали, Южный Судан, Центральноафриканская Республика, Нигер и Чад» [6]. При этом главный тезис нового доклада звучит как беспримерное увеличение неравенства между странами с очень высоким ИЧР и странами с низким ИЧР вопреки тенденции, существовавшей с 1999 до 2019 года.

Не зря существует высказывание о том, что природа не терпит пустоты. Спектр услуг – это потенциальные русла правильного использования времени. Особое место здесь занимают культурно-развлекательные услуги, грамотное составление и организация которых позволит сочетать приятное с полезным. Как отмечает группа авторов по главе с В.К. Романович, одним из противоречий сервисной деятельности является противоречие между потребностями, связанными с развитием творческого потенциала личности, и потребностями, связанными с развлечениями [20]. Конечно, выбираемое соотношение зависит от социального статуса, профессиональной сферы, культурного уровня, возраста и др. Но для каждого человека очень важно правильно балансировать потребности, отдавая приоритет первому направлению.

### **Корпоративная социальная ответственность сервисного предприятия как проявление социальной эффективности**

В нынешних условиях проблематика социальной эффективности любого предприятия, в т.ч. сервисного, невозможна без рассмотрения приверженности его деятельности целям устойчивого развития, утвержденными в 2015 году Генеральной ассамблеей ООН в качестве ориентира на достижение лучшего будущего для современного общества. «Более 3000 институциональных инвесторов в мире, под управлением которых находится более 100 трлн. долларов активов, подписали Принципы ответственного инвестирования ООН ESG (Environmental – экология, Social – социальная политика, Governance – управление). Деятельность по достижению целей устойчивого развития может быть включена в стратегию предприятия как стандарт корпоративной социальной ответственности предприятия (далее – КСО), а ее результаты отражаются в показателях нефинансовой отчетности» [7].

По мнению американского экономиста А. Кэрролла [16, с. 116-117] КСО можно представить в виде многоуровневой пирамиды, которая состоит из 4-х уровней ответственности (рисунок 1).



**Рисунок 1** – Пирамида корпоративной социальной ответственности А.Кэрролла

*Источник: разработано авторами на основе [16, с. 116-117]*

Экономическая ответственность является основанием пирамиды, она базируется на финансово-хозяйственной деятельности предприятия, т.е. производстве товаров или предоставлении

услуг для получения прибыли. Второй уровень - правовая ответственность, т.е. обязанность предприятия соблюдать законодательство. Этическая ответственность состоит в соответствии предприятия ожиданиям общества, правилам и нормам морали, не указанным в законодательстве. Филантропическая ответственность занимает самый высокий уровень, и подразумевает действия предприятия, направленные на поддержание и развитие общества посредством добровольного участия в реализации благотворительных и социальных программ.

Пирамида КСО претерпела много критики, так как этика является неотъемлемой частью всех ее уровней, из чего возникает вопрос, является ли КСО обязанностью предприятия или представляет собой «необязательные усилия».

В современном мире реализация КСО происходит на основе стейкхолдерского подхода, разработанного еще в 1980-90-х годах [14, с. 189]. Данный подход подразумевает учет интересов заинтересованных сторон (стейкхолдеров), так как они имеют особое влияние на решения, принимаемые организацией. К стейкхолдерам принято относить инвесторов, акционеров, потребителей, конкурентов, поставщиков, сотрудников, кредиторов, СМИ, общественные и государственные организации и др. Руководство организации должно быть заинтересовано в мониторинге интересов стейкхолдеров, выявлении их потребностей и ожиданий для принятия стратегически важных решений и стабильности деятельности как внутри, так и вне организации.

Как мы отмечали ранее, стейкхолдеров можно объединить в три группы:

- спонсоры;
- организации, накладывающие определенные ограничения на деятельность предприятий (экологические, религиозные и др.);
- потребители.

При этом спонсоры чаще ориентируются на положительные сведения об объектах. А освещение мероприятий в рамках КСО, реализуемых предприятием, очевидно будет способствовать улучшению его имиджа. Однако во внимание следует принимать и негативы, которые могут иметь место вследствие отсутствия тех или иных услуг (при отсутствии оборудования, препаратов и др.) [21], наличия опасных и/или испорченных продуктов, выявления вреда при предоставлении медицинских, оздоровительных услуг, услуг общественного питания и других, нанесения ущерба окружающей среде или нарушения трудового законодательства в отношении сотрудников.

Реализация предприятиями мероприятий в сфере благотворительности, меценатства, охраны окружающей среды и улучшения условий труда и отдыха сотрудников является проявлением стратегии «win-win» (от англ. «выигрыш-выигрыш»), при которой выигрывает как само предприятие в смысле улучшения имиджа и корпоративного климата, так и общество, на которое направлены социальные, экологические и управленческие инициативы.

### **Особенности корпоративной социальной ответственности предприятий сервиса**

Поскольку предприятия, работающие в сервисной деятельности, в большинстве своем являются средними и малыми, это накладывает определенный отпечаток и на особенности осуществляемых мероприятий в рамках КСО.

Так, итальянские экономисты в [5] отмечают, что предприятия сферы услуг придают вопросам экологии существенно меньшее значение в мероприятиях КСО, чем крупный бизнес, ввиду незначительности прямого влияния на окружающую среду. Их экологическая осознанность выражается в первую очередь в сокращении выбросов и потребления ресурсов, а не в широкой экологической стратегии.

Согласно данным обследования европейских предприятий малого и среднего бизнеса, около двух третей предприятий фокусирует свое внимание на работе с местными сообществами [1].

Компании различных отраслей предпочитают отличные КСО-стратегии. Так, строительные компании, а также предприятия в сфере торговли и туризма, уделяют особое внимание условиям работы персонала. Компании, работающие в сфере информационных технологий, более склонны к

контролю и отчетности собственной КСО-деятельности.

Малые и средние предприятия крайне чувствительны к экономическим потерям, поэтому их участие в благотворительных программах – редкость. По этой же причине ежегодную нефинансовую отчетность по международным стандартам КСО в основном публикуют крупные игроки рынка услуг.

Современный период характеризуется поворотом общества к лицам с ограниченными возможностями. В порядке исторического экскурса напомним, что когда-то общество отвергало таких людей. В Древней Греции детей, родившихся с физическими отклонениями, сбрасывали в пропасть. В Средневековье инвалидов сжигали на костре. В XX-ом веке в русле политики «чистой расы» программу «Эвтаназия» проводил Гитлер, уничтожая людей с умственными и физическими недостатками. Сейчас общество стало осознавать, что инвалиды имеют право не только на сочувствие, помощь, но и на самореализацию.

Именно сервис является сферой деятельности, предоставляющей наибольшие возможности для трудоустройства лиц с ограниченными возможностями (сказанное с некоторыми уточнениями относится и к подросткам, и к пожилым людям). Рабочие места для них предоставляют ряд предприятий, но есть предприятия, где указанные лица составляют основной персонал, что по праву может считаться проявлением КСО.

### **Примеры реализации корпоративной социальной ответственности российских компаний в сфере услуг**

Покажем несколько вариантов реализации КСО компаниями, работающими в сфере услуг в России. Примером могут послужить предприятия общественного питания, где трудятся лица с ослабленным зрением. Так, в Москве еще в 2006 г. открыли соответствующий ресторан «В темноте», в Санкт-Петербурге в 2011 г. – ресторан «Дан ле Нуар» (перевод с фр. – в темноте), в Белгороде в 2019 г. – ресторан эмоций. Что касается глухонемого персонала, то в Москве в 2017 г. при гостинице Националь был открыт ресторан «Белуга», где работает персонал с указанной особенностью. Магазины торговой сети «Ашан» повсеместно принимают на работу слабослышащих и глухонемых сотрудников.

Такая тактика имеет не только экономический, но в большей степени социальный эффект. Ведь задействованность и востребованность импульсируют людей и предупреждают вероятность того, что они «опустятся на дно». Конечно, обучение таких сотрудников требует временных и финансовых затрат, но как проявление гуманизма и пользы для общества в целом это, безусловно, себя оправдывает.

Работа в специализированных предприятиях дает возможность лицам с ограниченными возможностями общаться с такими же людьми, но на почве не жалоб, а сотрудничества. В процессе общения работники перенимают друг у друга опыт действий и методы адаптации в обществе.

Наряду с трудоустройством, необходимо заботиться об организации отдыха данной категории граждан. Организация посещения ими учреждений культуры требует соответствующего обустройства здания и другой подготовки (например, для слабослышащих граждан – сопровождение действия сурдопереводом).

Как отмечает Д. Машуров: «У нас в стране инвалидов официально называют «людьми с ограниченными возможностями», а в Европе – «людьми с дополнительными потребностями», и разница в смысле этих терминов огромна и очевидна». 28 сентября в музее истории Кронштадта был проведен круглый стол под названием «Освоение пространства. Путешествия «особых» людей». Обсуждалась проблема, как наиболее эффективно предоставить инвалидам те услуги, в которых они нуждаются. В частности, обдумывалась возможность, как данной категории граждан, наряду с остальными представителями общества, пользоваться очагами культуры, центрами творчества, отдыха, спорта и пр. [18].

«С 2012 года телекоммуникационная компания Tele2 помогает благотворительному фонду поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам». Фонд оказывает помощь лидерам импакт-стартапов (от английского impact – «влияние», «воздействие», «эффект») и социальным предпринимателям реализовывать лучшие детские программы в нашей стране. Он

уникален тем, что не боится поддерживать самые амбициозные, смелые и инновационные идеи, объединяя усилия бизнеса, некоммерческого сектора и гражданского общества в общем стремлении улучшить качество жизни российских детей» [23].

«В разгар первой волны пандемии, компания «Яндекс» запустила проект «Помощь рядом», который объединил поездки для медиков и сотрудников некоммерческих организаций, бесплатное тестирование на коронавирус на дому и социальную доставку продуктов для тех, кто не может выйти из дома. В настоящее время этот проект стал постоянной социальной программой компании. Во время пандемии возросла значимость образовательной инициативы «Яндекса», направленной на улучшение образовательной среды с помощью технологий: были запущены онлайн-уроки в «Яндекс.Школе», где школьники с 9 до 14 часов могли учиться по 15 предметам, их посмотрели свыше 4 млн раз, а также компания сделала специальные курсы для учителей, чтобы помочь им с переходом на дистанционную работу» [15].

«Для развития системной благотворительности в «Сбере» создали благотворительный фонд «Вклад в будущее», который реализует значимые для страны инициативы в сфере современного образования, развития инклюзивной среды, а также поддержки инициатив некоммерческого сектора. Кроме того, банк разработал онлайн-сервис для благотворительности «СберВместе», в котором представлены проверенные социальные проекты и программы некоммерческих организаций — более 100 НКО. Можно выбрать проект, перечислить средства и получить отчет об их целевом использовании» [15].

Каждый кризис приносит с собой угрозы и новые возможности. В ситуации пандемии COVID, когда кризис в области здравоохранения повлек за собой экономический спад, развитие программ корпоративной социальной ответственности подтвердило приверженность многих компаний большим целям, а не максимизации прибыли.

«Период пандемии COVID показал, что даже в условиях, когда получение дохода невозможно, бизнес готов бороться за безопасность сотрудников и их семей, за доверие общественности, за уверенность инвесторов. Именно в этих вопросах КСО-практики выступили главным драйвером реагирования на ситуацию. Решения, которые компании принимают в кризисных ситуациях, закладывают фундамент взаимоотношений с сотрудниками, инвесторами, потребителями. Поэтому важно не просто действовать, необходимо действовать осознанно и ответственно» [3].

### **Методы и показатели оценки влияния КСО на эффективность деятельности предприятия**

В течение последних 30 лет ведутся исследования с целью доказать либо опровергнуть предположение о том, что предприятие, проводящее политику КСО, успешнее, эффективнее и финансово устойчивее своих конкурентов. Но представленные результаты таких исследований довольно сильно разнятся, существуют как положительные выводы или нейтральные, так и отрицательные. Важно отметить, что реализация предприятием политики КСО ориентирована на долгосрочные перспективы, но увеличение доли издержек приветствуется далеко не всеми предприятиями, даже если есть надежда на улучшение своей финансовой позиции в будущем.

Среди методик оценки влияния КСО на эффективность деятельности предприятия можно выделить следующие:

- SROI (Social Return on Investment) - социальная рентабельность инвестиций;
- SIA (Social Impact Assessment) – оценка социального воздействия;
- EIA (Environmental Impact Assessment) – оценка воздействия на окружающую среду;
- SCBA (Social Costs-Benefit Analysis) – анализ социальных затрат и выгод;
- методика С.Ф. Гончарова - Н.А. Кричевского;
- методика В.Б. Вязового;
- методика Д.В. Боброва;
- методика «Матрица эффективности социальных инвестиций и партнерства (ЭСИП)» Г. Л.

Тульчинского и др.;



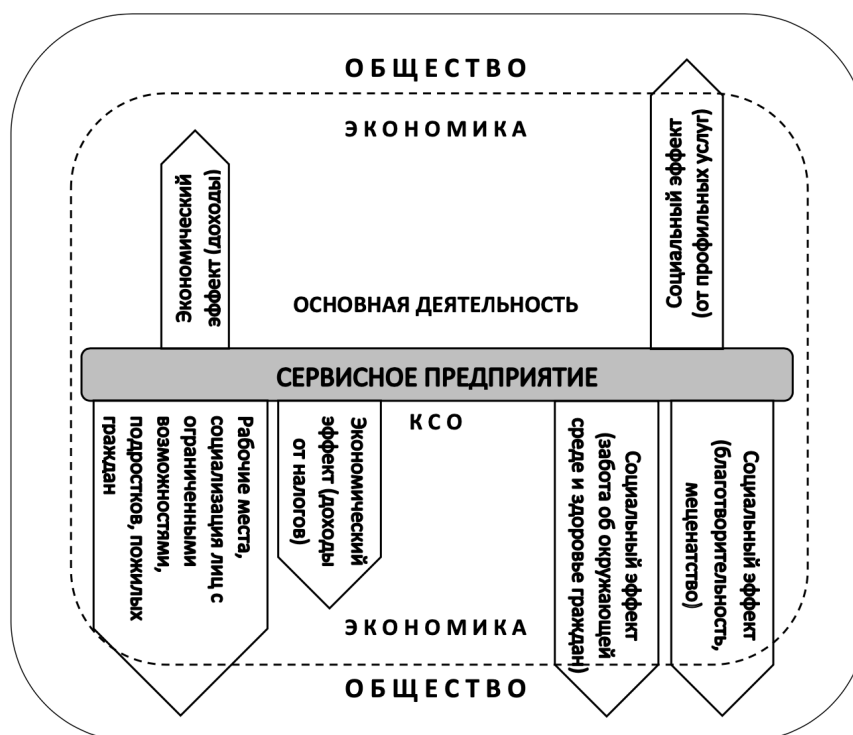
- методика оценки эффективности КСО А.П. Жойдика;
- методика Data Envelopment Analysis (DEA) [2; 10-12; 17; 24].

Помимо перечисленных методик, для оценки эффективности деятельности предприятия в связи с КСО в форме количественных показателей используют следующую информацию: финансовое состояние предприятия и оценки рыночной стоимости; сравнительный анализ по затратам на КСО, объем средств выделенных на медицинское обслуживание сотрудников предприятия и обучение, охрану труда и технику безопасности, снижение негативного воздействия производственного процесса на экологию, помощь среднему и малому бизнесу и др.; анализ показателей эффективности КСО в динамике: доля работников, прошедших обучение и переподготовку; доля работников, получивших травмы; доля работников, имеющих медицинское страхование и др. Указанная информация рассматривается в динамике для выявления изменений политики КСО на предприятии и получаемых от этого преимуществ.

В форме качественных показателей КСО целесообразно использовать данные о существовании на предприятии документации и нормативных актов в области КСО и их соответствие международным стандартам; существование в структуре предприятия специальных подразделений (отделов, департаментов), отвечающих за социальную деятельность; публикация нефинансовой отчетности и т. д.

### Дуальный характер социальной эффективности сервисной деятельности

Обобщая результаты исследования, следует указать на дуальный характер социальной эффективности сервисной деятельности (рис. 2).



**Рисунок 2** – Дуальный характер социальной эффективности сервисной деятельности

Источник: разработано авторами

Двойственность социальной эффективности проявляется, с одной стороны, непосредственно от предоставления востребованных основных и дополнительных услуг сервисными предприятиями, а с другой - при реализации мероприятий в рамках КСО, для чего у этих предприятий, даже малых и средних, существует широкий спектр возможностей. Как первый, так и второй тип социальной эффективности, могут иметь значительный временной лаг до проявления самого эффекта в обществе, более того, он может иметь неявный вид, что затрудняет его оценку.

## Выводы

1. К принципам сервисной деятельности можно отнести научность, креативность, системность, комплексность, качественность, вариативность, оптимальность, ситуативность, компромиссность, превентивность, инновационность, эффективность (экономическую и социальную). Значимым принципом сервисной деятельности, на котором акцентируется внимание в статье, выступает принцип социальной эффективности.

Эффект здесь определяется как степень удовлетворения потребителей и повышением их работоспособности, определяющей доход предприятия, так и возможным ущербом при отказе от пользования теми или иными услугами. Причем эффект проявляется не только на уровне пользователя, но даже в большей степени на уровне всего общества. Поэтому общественные структуры должны принимать все меры к разработке и предложению полезных услуг.

2. В настоящее время наблюдается новый подход к лицам с ограниченными возможностями, направленный на установление их достойного места в обществе. Обеспечение их трудоустройства и отдыха приносит и социальный, и экономический эффект на уровне не только индивидов, но и сообществ разного масштаба.

3. Корпоративную социальную ответственность сервисных предприятий следует рассматривать как проявление социальной эффективности, поскольку именно сервис имеет наибольший потенциал для трудоустройства лиц с ограниченными возможностями, подростков и пожилых людей. Важными также являются инициативы предприятий сервиса по работе с местными сообществами, осознанному потреблению ресурсов, сокращению выбросов, улучшению условий труда и заботе о здоровье сотрудников, что особенно ярко проявилось в период пандемии COVID. При осуществлении КСО-мероприятий выигрывает как само сервисное предприятие в смысле улучшения имиджа и корпоративного климата, так и общество, на которое направлены социальные, экологические и управленческие инициативы.

4. Существует множество методов оценки влияния КСО на эффективность деятельности предприятия, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Общей особенностью является включение в перечень критериев оценки КСО экономических, социальных и экологических показателей. В зависимости от отраслевых особенностей и цели оценки, выбирается методика оценки КСО, которая может основываться на одном методе или же на комбинации нескольких.

5. Важные особенности социальной эффективности сервисной деятельности – ее дуальный характер (социальная эффективность от предоставления профильных услуг и от реализации мероприятий КСО) и часто отсроченное проявления эффекта.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. Brussels: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions European Commission, 2011. pp. 15.
2. Charnes A. Measuring the efficiency of decision making units / A. Charnes, W. Cooper, E. Rhodes // *European Journal of Operational Research*. – 1978. – Vol. 2. – P. 429–444. – Режим доступа: <https://ru.booksc.xyz/book/3008082/f415e2>.
3. COVID-19: трансформация корпоративной социальной ответственности во время и после пандемии. Исследование Young Group Social и FIELDS4E PR. Электронный ресурс. – Режим доступа: [https://s0.rbk.ru/v6\\_top\\_pics/media/rbcpro\\_presentations/2020/755922887901680/presentation-9a8fdbff0f81498d9cd39297526ea766.pdf](https://s0.rbk.ru/v6_top_pics/media/rbcpro_presentations/2020/755922887901680/presentation-9a8fdbff0f81498d9cd39297526ea766.pdf)
4. Juran J. M. Architect of Quality. The autobiography of Dr. Joseph M. Juran. McGraw-Hill, 2004, pp. 379.
5. Perrini F, Russo A., Tencati A. CSR strategies of SMEs and large firms, evidence from Italy // *Journal of Business Ethics*. 2007. № 74. pp. 285-300.
6. Богатые страны достигли рекордного уровня человеческого развития, но беднейшие страны – в упадке 13 марта 2024 / Официальный сайт © Организация Объединенных Наций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2024/03/1450362>.
7. Высочина М.В. Использование рейтингов для оценки имиджа коммерческого банка / М.В. Высочина, М.Ю. Ваховская // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. – 2023. – № 3(64). – С. 33-47. – EDN FPVSAY. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=56390726>.
8. Гидденс Э. Социология / Э. Гидденс. — Москва: Эдиториал УРСС, 1999. — 704 с.
9. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль: Т. 4. Р–V. – М.: Русский язык, 1982. – 683 с.
10. Жойдик А.П. Развитие методов оценки корпоративной социальной ответственности российских компаний. Финансовый университет при правительстве РФ: дис. канд. экон. наук. / А.П. Жойдик – М., 2015. – 198 с. – Режим доступа: [http://www.fa.ru/org/div/uank/autorefs/dissertations/Жойдик%20А.П.%20\(18.03.2016\)%209aaf93cf93dbd8bf359a467cba49c424.pdf](http://www.fa.ru/org/div/uank/autorefs/dissertations/Жойдик%20А.П.%20(18.03.2016)%209aaf93cf93dbd8bf359a467cba49c424.pdf).
11. Защук М.С. Методы оценки эффективности социальной ответственности бизнеса / М.С. Защук // *Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности*. – 2021. – № 10. – С. 97–100. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46978986>.
12. Игловская А.И. Оценка эффективности систем корпоративной социальной ответственности электросетевых компаний России с использованием метода анализа среды функционирования / А.И. Игловская, А.А. Сальникова // *Век качества*. – 2019. – №3. – С. 86–105. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41138211>.
13. Индекс развития человеческого потенциала. Информационный портал NoNews [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nonews.co/directory/lists/countries/index-human#:~:text=%D0%98%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%E2%80%94%20%D1%8D%D1%82%D0%BE%20%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%BD%D1%8B%D0%B9,%C2%BB%20%D0%B8%D0%BB%D0%B8%20%C2%AB%D1%83%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%8C%20%D0%B6%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B8%20%BB>.
14. Калакуток Б.А. Концептуальная модель корпоративной социальной ответственности / Б.А. Калакуток, М.А. Измайлова // *Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. – 2021. – №. 2. – С. 187–194. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46245176>.
15. Костарнова Н. Зачем российские компании вкладывают миллионы в корпоративную

социальную ответственность / Н. Костарнова // Сайт Forbes. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbeslife/416541-zachem-rossiyskie-kompanii-vkladyvayut-milliony-v-korporativnyu-socialnyu>

16. Кузьмичева С.Ю. Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности / С.Ю. Кузьмичева // Молодой ученый. – 2019. – № 10(248). – С. 115–118. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37100682>.

17. Лучшая оценка социального воздействия (SIA). Все, что вам нужно знать / Сайт Airiodion (AGS). – Режим доступа: <https://www.airiodion.com/social-impacts-assessment/>.

18. Машуров Д. Об «особом» человеке и его возможностях / Д. Машуров // Сайт СПб ГБУ «Музей истории Кронштадта». Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://visitkronshtadt.ru/ob-osobom-cheloveke-i-ego-vozmozh>

19. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность: учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 174 с.

20. Сервисная деятельность: Учебное пособие / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С.В. Орлов, И.П. Павлова; под общ. ред. В.К. Романович. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 156 с.

21. Скоробогатова Т.Н. Роль стейкхолдеров в деятельности предприятий сферы услуг / Теория и практика предпринимательской деятельности: Материалы международной научно-практической конференции ученых и специалистов / Т.Н. Скоробогатова, С.Н. Кулева. – Симферополь: ТНУ им. В.И. Вернадского, 2006. – С. 51-53.

22. Скоробогатова Т.Н. Сервисная логистика в рекреационном секторе: Монография / Т.Н. Скоробогатова – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – 403 с.

23. Социальная ответственность. Сайт Tele2 Россия, 2024. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://msk.tele2.ru/about/company/ethics>

24. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие / Г.Л. Тульчинский // СПб.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2012. – 236 с. – Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/2012/06/27/1255909757/verst\\_26.04.2012.pdf](https://www.hse.ru/data/2012/06/27/1255909757/verst_26.04.2012.pdf).

# On the social efficiency of service activities

**Skorobogatova Tatiana Nikolaevna**

Doctor of Economic Sciences, Professor

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

E-mail: stn57@mail.ru

**Vakhovskaya Margarita Yur`evna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

E-mail: margo\_vah@mail.ru

**Abstract.** The article is predominantly theoretical in nature, but includes current examples from business practice. The purpose of the work is to study the nature of social efficiency, which is created during the implementation of service activities. The main provisions of this study are to analyze and generalize modern approaches to the effectiveness of service activities, namely to its social component using traditional methods of scientific knowledge. The scientific novelty of the study lies in the formulation of the basic principles of service activities and the interpretation of their application at various levels, as well as in putting forward the thesis about the dual nature of the social effectiveness of service activities. In the course of studying the principles of service activities, the authors focused attention on the principle of social efficiency, showing the manifestation of the principle of social efficiency at different levels: from the individual to the population of the country. Particular attention is paid to the employment and organization of recreation for people with disabilities. In the second part of the study, corporate social responsibility (CSR) of a service enterprise is considered as a manifestation of its social effectiveness, and the features of the implementation of CSR activities by service enterprises are outlined with specific examples from Russian practice. At the end of the article, a brief review of methods for assessing the impact of CSR on the basic efficiency of an enterprise is carried out, a thesis is formulated about the duality of the social effectiveness of service activities - from the provision of specialized services by service enterprises and from their implementation of corporate social responsibility measures.

**Keywords:** service, activity, principle, efficiency, social effectiveness, persons with disabilities, corporate social responsibility