

УДК 005.35

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

В.В. Кужель, к.е.н.

Агротехнічний коледж Уманського національного університету садівництва, Умань, Україна

Кужель В.В. Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери.

У статті досліджено основні елементи механізму соціальної відповідальності бізнесу. Узагальнено наукові підходи до визначення сутності категорії «соціальна відповідальність бізнесу», запропоноване її авторське трактування. Визначено основні стимули, які сприятимуть соціальній спрямованості підприємницької діяльності. Запропоновано основні напрями підвищення ефективності механізму соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, підприємницька діяльність, механізм, АПК, партнерство

Кужель В.В. Ожидаемый результат социальной ответственности бизнеса и его влияние на стратегическое развитие экономики агропродовольственной сферы.

В статье исследованы основные элементы механизма социальной ответственности бизнеса. Обобщены научные подходы к определению сущности категории «социальная ответственность бизнеса», предложенное ее авторская трактовка. Определены основные стимулы, способствующие социальной направленности предпринимательской деятельности. Предложено основные направления повышения эффективности механизма социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность, предпринимательская деятельность, механизм, АПК, партнерство

Kuzhel V.V. Expected result of social responsibility of business and its influence on strategic development of economy of the agrofood sphere.

In the article the basic elements of the mechanism of social responsibility. Generalized scientific approaches to defining the essence of the category of "social responsibility" as proposed by its author's interpretation. The main incentives that promote social entrepreneurship orientation. A base areas increase the effectiveness of the CSR.

Keywords: social responsibility, entrepreneurship, mechanism, АПК, partnership

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії суспільства, держави і бізнесу, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх її учасників, створити умови для подальшого стабільного розвитку країни. Стратегія розвитку економіки агропромислової сфери обов'язково повинна включати напрямок реалізації соціальних інвестицій та програми соціальної відповідальності бізнесу, оскільки ці питання знаходяться в тісному зв'язку з вирішенням таких актуальних проблем як: розвиток депресивних сільськогосподарських територій, соціальний захист населення, кластерні механізми покращення інтеграційних зв'язків в аграрній сфері, підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах їх виходу на світові ринки, підвищення інвестиційної привабливості галузі та нарощення її інвестиційно-інноваційного потенціалу, якості та сертифікації продукції, екологічній безпеці тощо. Враховуючи суспільну значущість соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері, дана проблематика набуває особливої актуальності в контексті стратегічного розвитку аграрної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Різні аспекти реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу останнім часом знайшли відображення в працях українських науковців, зокрема, В. Воробєя, Л. Денисюка, О. Лазаренко, М. Саприкіної, В.В. Сміренського, М. Стародубської та інших. [1-12] Крюкова І.О., Мельник Ю.М. акцентують увагу на соціальній відповідальності бізнесу агропродовольчої сфери в аспекті продовольчої безпеки національної економіки [17]. Чирва О.Г., Негоденко В.С. пропонують розглядати соціальну відповідальність в контексті управління конкурентоспроможністю, екологічної безпеки продуктів харчування та підвищення інвестиційної привабливості агропродовольчої сфери [14,15]. Гришова І.Ю. наголошує, що соціальна відповідальність бізнесу є можливістю трансформації соціальних проблем у додаткову вартість бізнесу за рахунок реалізації його латентних складових та потенціалом нарощення ринкової вартості бізнесу [13]. Заслужують на увагу наукові

розробки Шабатури Т.С., яка досліджує проблему соціальної відповідальності бізнесу як інноваційного інструменту нарощення економічного потенціалу підприємств харчової промисловості [16].

Разом з тим сучасний етап розвитку аграрної економіки зумовлює необхідність дослідження нової парадигми формування механізму соціальної відповідальності бізнесу та узагальнення напрямів адаптації світового досвіду його застосування у діяльності національних аграрних компаній.

Метою статті є дослідження основних елементів механізму соціальної відповідальності бізнесу та розробка напрямів підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу

В силу геополітичної кризової ситуації України соціальна спрямованість бізнесу набирає домінуючих позицій при розробці стратегій довгострокового розвитку підприємств агропродовольчої сфери. Побудова соціально орієнтованої економіки, зокрема в аграрному секторі, де проблеми соціального характеру завжди було визначено як такі, що потребують термінового наукового вирішення та фінансового обґрунтування, залишаються відкритими.

В економічно розвинених країнах світу набула поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу, яка полягає у свідомому відношенні суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків своєї діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників. Отже, на сьогоднішній день не існує єдиного наукового підходу до трактування категорії «соціальна відповідальність бізнесу».

На сьогоднішній день увагу до соціальної відповідальності бізнесу як економічної категорії та пріоритетному напрямку нарощення ринкової вартості бізнесу більш приділяють зарубіжні вчені. На наш погляд, недостатність вітчизняних наукових розробок та незначний рівень реальної зацікавленості підприємств агропродовольчої сфери пов'язане з кризовою ситуацією в аграрній економіці та невірністю нагальних фінансово-економічних проблем, що, в свою чергу, не сприяє єдиному науковому трактуванню категорії «соціальна відповідальність бізнесу», визначенню її структури та елементного складу.

У науковій літературі соціальну відповідальність розглядають з різнобічних позицій як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу і суспільству і сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного [2].

Проте, таке визначення не віддзеркалює всіх функціональних ознак, що характеризують соціальні інвестиції в економічних відносинах суб'єктів господарювання. Згідно із іншим

визначенням, соціальна відповідальність бізнесу означає досягнення комерційного успіху шляхами, що цінують морально-етичні принципи співтовариства й навколишнє середовище [3].

Соціальну відповідальність бізнесу можна також визначити і як вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту суспільства за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів. У загальному розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це усі дії компанії, які позитивно впливають на суспільство [4]. Проте, таке визначення не показує очікуваного ефекту від впровадження програм соціальної відповідальності бізнесу і не вказує на специфіку галузі.

У більш широкому розумінні під соціальною відповідальністю слід розуміти відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [5].

Доцільно, на нашу думку, погодитися із науковими підходами, в яких зазначається, що засадничим принципом здійснення феномена соціальної відповідальності має бути оцінка її як конфігурації переосмислення підприємством його соціальної функції та адекватного даному власної зумисної поведінки з метою отримання соціального та економічного ефекту.

У даному контексті соціальну відповідальність можна розглядати у двох аспектах [6]:

1) Соціальна відповідальність як обов'язок особистості, менеджменту, організації, державної структури приймати рішення і робити дії, які підвищують рівень добробуту, відповідають інтересам як суспільства, компанії, громади, так і кожної окремої людини, що відображає етико-моральний аспект суспільних відносин. Визнання та прийняття соціальної відповідальності є для організації добровільним і пов'язане з її бажанням зробити внесок у розвиток суспільства, до чого її не зобов'язують ні економічні мотиви, ні юридичні закони. Це дії, вчинки та заходи філантропічного спрямування, яких ніхто не вимагає і які не надають організації відчутної користі чи прибутку. У цьому сенсі, соціальна відповідальність розглядається як різновид суспільної, поряд із економічною та юридичною.

2) Соціальна відповідальність як універсальна форма зв'язку і взаємозалежності особистості, держави та суспільства, їх спроможності оцінити наслідки своєї діяльності для сталого суспільного розвитку, відображає ціннісно-правовий аспект суспільних відносин. Актуалізація цієї ідеї переносить пріоритет відповідальності людини перед суспільством і державою на соціальну відповідальність держави перед суспільством і людиною. Соціальна відповідальність, як оптимальний варіант взаємної узгодженості інтересів, прав та обов'язків суспільних суб'єктів є своєрідним спо-

собом взаємного обмеження їх дій щодо природних, економічних, соціальних та культурних реалій. Таким чином, відносини між державою, бізнесом, громадою і особистістю мають формуватися на основі взаємної відповідальності. Це виявляється у прийнятті та дотриманні кожним із зазначених суб'єктів конкретних зобов'язань щодо інших.

Узагальнюючи вищевикладені підходи, доцільно, на нашу думку, визначити соціальну відповідальність бізнесу як процес свідомої реалізації комплексу заходів у різних сферах суспільного життя, спрямованих на отримання соціального, економічного, екологічного та інших ефектів.

Виходячи із вищезазначеного, соціальна відповідальність бізнесу є добровільною діяльністю підприємств приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських

взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу в довгостроковому періоді.

Відповідно до європейської практики, соціальна відповідальність бізнесу поширюється на сім основних напрямків [1]:

- дотримання прав людини;
- дотримання вимог законодавства;
- ділова та корпоративна етика;
- захист навколишнього природного середовища;
- співпраця із заінтересованими сторонами: співробітниками, споживачами, акціонерами, громадою, суб'єктами господарювання;
- дотримання міжнародних норм поведінки;
- прозорість та підзвітність.

В Україні понад 65% компаній відносить до соціальної відповідальності впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу, розвиток персоналу і його навчання (63.2%), благодійну допомогу громадськості (56%), етичне відношення до покупців (49.5%) (табл. 1).

Таблиця 1. Складові поняття соціальна відповідальність бізнесу

Форми прояву	%
Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу	65,5
Навчання персоналу	63,2
Благодійна допомога	56,0
Застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів	49,5
Участь у регіональних програмах розвитку	32,3
Реалізація екологічних програм	29,8
Політика дотримання прав акціонерів	20,8
Відкрите подання інформації про компанію	18,7

Джерело: [8]

Аналіз практики дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу дозволив визначити фактори, які впливають на ефективне функціонування її механізму, в тому числі в аграрному виробництві.

1) Пріоритетною умовою соціальної відповідальності бізнесу є реалізація сумлінної ділової практики у відносинах з контрагентами. Дана умова передбачає прозорість бізнесових операцій, публічність інформації з фінансових та соціальних питань та верифікації відповідної звітності незалежними аудиторськими компаніями, що, у свою чергу, сприятиме поступовому зниженню рівня тіньової економіки в країні, подоланню бюджетного дефіциту. Обов'язковим є вчасне виконання податкових зобов'язань, що впливає на формування дохідної частини бюджету та фінансування державних соціальних програм.

2) Однією з нагальних потреб багатьох галузей АПК є необхідність у впровадженні новітніх технологій, модернізації виробничих потужностей.

Управління, яке побудовано на принципах соціальної відповідальності забезпечує підприємств

ву інноваційну спрямованість розвитку. Процес пошуку шляхів гармонізації інтересів власників щодо ціни, якості, безпеки та екологічності є безпосереднім каталізатором інновацій, у тому числі й пов'язаних із модернізацією виробничих потужностей.

Отже, поширення практики реалізації соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах АПК можна розглядати як додатковий важіль стимулювання їх інноваційного розвитку.

По-третє, розвиток соціальної відповідальності бізнесу вітчизняних суб'єктів господарювання сприятиме формуванню позитивного іміджу країни у світовому економічному просторі, що позитивно вплине на рівень інвестиційну привабливість України.

У більшості країн ЄС держава стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності шляхом розробки програми підтримки і стимулювання вищезазначених процесів, визначає соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання суспільно важливих завдань.

Згідно із даними табл. 2, в Україні зниження рівня оподаткування є найбільш вагомим стимулом для реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу. Другу та третю позиції у рей-

тингу стимулів займають, відповідно, зниження адміністративного тиску і програми від органів місцевої влади.

Таблиця 2. Потенційні стимули для програм соціальної відповідальності бізнесу

Стимул	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Зниження податків	73,3	80,2	73,5
Зниження адміністративного тиску	51,2	56,7	48,4
Пропозиції з реалізації програм соціальної відповідальності	21,6	25,6	37,0
Розширення банку соціальних та інформаційних програм	14,9	18,1	17,9
Висвітлення у ЗМІ	17,2	14,5	15,7
Більш тісні зв'язки з неприбутковими організаціями	6,6	4,6	6,2

Джерело: [8]

В умовах соціально орієнтованої ринкової економіки соціальна відповідальність бізнесу має стати не обов'язком, загальноприйнятою традицією, якої мають дотримуватися всі суб'єкти господарських відносин.

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні консолідується навколо міжнародних організацій та проектів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке в 2006 році започаткувало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює понад 140 організацій.

В Україні підприємницькі структури функціонують з дотриманням законодавства та з періодичними соціальними ініціативами. Лише провідні компанії, що займають значну ринкову нішу, здійснюють активну благодійну діяльність та широко використовують засоби зв'язків з громадськістю. Майже всі великі компанії проводять здійснюють соціальні проекти, однак не завжди акцентують увагу на власній соціальній відповідальності.

Основним інструментарієм механізму соціальної відповідальності в Україні є: впровадження систем управління СВБ, запровадження соціальної звітності та верифікації; організація партнерств з групами впливу, що дозволяє підприємствам долучитися до вирішення певних складних соціальних та екологічних проблем завдяки об'єднанню фінансових, людських та адміністративних зусиль на прозорих та чітких умовах; розробка інноваційних товарів та послуг, які допомагають подолати конкретні соціальні проблеми; адаптація міжнародних проектів та стратегій до українського ринку [11].

Основними чинниками ведення вітчизняними підприємствами СВБ є [12]: по-перше, позитивна репутація, як спосіб конкурентної боротьби для ТНК в Україні та компаній, що здійснюють міжна-

родну діяльність; по-друге, власні переконання; по-третє, розширення ринків збуту; по-четверте, можливість доступу до дешевих фінансових ресурсів, що виявляться при оцінці можливості отримання відносно дешевих кредитних ресурсів для розвитку бізнесу, особливо від міжнародних фінансових інституцій; по-п'яте, підвищення капіталізації, що є наслідком збільшення привабливості підприємств перед інвесторами.

Висновки

Отже, на сучасному етапі розвитку господарських відносин в Україні з метою активізації процесів у сфері соціальної відповідальності бізнесу необхідним є:

- усвідомлення підприємцями значимості соціальної відповідальності бізнесу для зміцнення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємств, сталого соціального та економічного розвитку держави;
- забезпечення формування правового інструментарію державними органами влади, який сприятиме впровадженню заходів соціальної відповідальності, підвищуватиме зацікавленість суб'єктів господарювання у розвитку соціальних ініціатив;
- створення комунікативної мережі учасників ринку з метою формування іміджу фірми на регіональному, загальнодержавному та зовнішніх сегментах ринку;
- розробка методологічного забезпечення планування та реалізації соціальних проектів та програм;
- створення єдиної інформаційної бази соціальних ініціатив з метою залучення виконавців (державні органи влади, громадські організації, суб'єкти підприємницької діяльності).

Список літератури:

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Лі Н. / Пер. з англ. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
3. Мазуренко В.П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі / В.П. Мазуренко // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1199>
4. Файдор М. Ответственность бизнеса / М. Файдор // Деловой мир. – 2008. – №5. – С. 66-69.
5. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / У. Баффетт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 268 с.
6. Фурса М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні: державно-управлінський аспект / М. Фурса // Ефективність державного управління. – 2012. – №30. – С.67-74
7. Савченко І.Г. Інституційна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави в Україні [Текст] : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к. держ. упр : спец. 25.00.01. – «Теорія та історія державного управління» / І.Г. Савченко. – Харків : ХарПІДУ НАДУ, 2007. –15 с.
8. Звіт про стан соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf
9. Хамідова А. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор підвищення ефективності механізму державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / А. Хамідова. – Режим доступу: <http://www.csjournal.com/news/2661-korporativna-socialna-vidpovidalnist-yak-faktor-pidvishhennya-efektivnosti-mexanizmu-derzhavnogo-regulyvannya-ekonomiki.html>
10. Соціальна відповідальність – основа філософії бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/reviews/sotsialna-vidpovidalnist-osnova-filosofii-biznesu>
11. Воробей В. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи [Інформаційно-аналітичний матеріал] / В. Воробей, І. Журовська. – К.: Проект СББ, 2012. – 56 с.
12. Ворона О. Практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Європі та в Україні [Електронний ресурс] / О. Ворона. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62028.doc.htm
13. Гришова І.Ю. Финансовое обеспечение перерабатывающих предприятий в контексте формирования финансовых потоков. / І.Ю. Гришова// Азимут научных исследований: экономика и управление. – Россия. – 2012. – № 1. – С. 22-24.
14. Чирва О.Г. Зарубежный опыт развития повышения конкурентоспособности пищевых предприятий Украины / О.Г. Чирва // Азимут научных исследований экономика и управление – г. Тольятти, 2013. – №1. – С. 31 – 35.
15. Чирва О.Г. Генезис и тенденции развития системы управления региональной политикой повышения конкурентоспособности пищевых предприятий в Украине / О.Г. Чирва // Азимут научных исследований экономика и управление – г. Тольятти, 2012. – №1. – С. 67 – 71.
16. Митяй О. В. Основні напрямки оцінки потенційних можливостей аграрних підприємств / О.В. Митяй // Вестник науки Тольяттинского государственного университета. – 2013. – № 4 – С. 48-58.
17. Крюкова І.О. Фінансова архітектура інноваційного розвитку підприємства АПК. – Соціально-економічний розвиток України в умовах трансформаційних змін: виклики, тенденції, перспективи. [Колективна монографія]. / за ред. Аранчій В.І., Полтава.: ТОВ НВП «Укпромторгсервіс», 2013. – С. 43-52.
18. Балан О.С. Розділ 8. Інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття інвестиційних рішень в формуванні конкурентоспроможності регіону / С.В. Філіппова, О.С. Балан // Формування конкурентоспроможності економіки регіону Українського Причорномор'я: Монографія / За редакцією академіка НАН України Б.В. Буркинського. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2012. – 492 с. С. 199-233.

Надано до редакції 10.03.2014

Кужель Віталій Володимирович / Vitaly V. Kuzhel
dudad@mail.ru

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери [Електронний ресурс] / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 162-166. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opi.ua/files/archive/2014/n3.html>