

УДК 338.4:911.3

Кужель В.В.,
кандидат економічних наук, директор
Відокремлений структурний підрозділ Агротехнічний коледж
Уманського національного університету садівництва
Танасійчук Ю.В.,
аспірант*
Уманського національного університету садівництва

НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Kuzhel V.V.,
cand.sc.(econ.), director
Separated structural subdivision Agricultural College
Uman National University of Horticulture
Tanasiychuk Yu.V.
graduate student
Uman National University of Horticulture

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL PROVIDING SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

Постановка проблеми. Через геополітичну кризову ситуацію України соціальна спрямованість бізнесу набирає домінуючих функцій при розробці стратегій довгострокового розвитку підприємств аграрної сфери. В час посилення суспільних вибухів та соціальної напруги в Україні, з метою проведення цивілізованого діалогу між владою, бізнес-структурами та суспільством, необхідним є популяризація соціальної відповідальності бізнесу, зокрема в аграрній сфері, що потребує створення науково-дискусійної платформи активізації участі бізнесу у вирішенні найгострійших соціальних проблем з метою недопущення соціальних вибухів у суспільстві та акцентуванні уваги держави на підвищенні якості життя населення в сільській місцевості. 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, досі залишаються відкритими.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі соціальної відповідальності бізнесу останнім часом приділяють все більше уваги вітчизняні дослідники, серед яких слід виділити наукові праці Андрійчука В.Г., Наумова О.Б., Пасхавера Б.Й., Царик І.М., Зеленко О.О., Возницької Н.В., Черних О.В., Колота А.М., Лагодієнка В.В., Шабатури Т.С., Саблука П.Т., Крюкової І.О., Гришової І.Ю., Чирви О.Г., Негоденко В.С., Черних О.В., Ворони О.В., Тарасенко І. О., Касьянкової Н. В., Юзика Л.О., дослідження яких пов'язані з окремими питаннями організаційно-економічного механізму імплементації зарубіжного досвіду соціальних стандартів в аграрну економіку за окремими аспектами її розвитку [1-10]. Проте, залишаються недостатньо опрацьованими питання імунізації економіки аграрної сфери шляхом реалізації механізмів соціальної відповідальності бізнесу та відповідного науково-методологічного інструментарію забезпечення економічних пропорцій довгострокового розвитку підприємств аграрного виробництва.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні науково-методичних засад та економічних характеристик соціальної відповідальності бізнесу підприємств аграрного виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Становлення та концептуальне значення соціальної відповідальності бізнесу в аграрній сфері України обґрунтовано вітчизняною академічною спільнотою та підтверджується світовим практичним досвідом, що надає вагомості та значущості активізації соціально-економічних процесів в аграрному бізнесі в контексті вирішення проблем інноваційно-інвестиційного розвитку, демографічного стану, екологічної та продовольчої безпеки, фінансового забезпечення сталого розвитку аграрної сфери тощо. Відносини між всіма учасниками аграрного виробництва набувають економічної, соціальної, екологічної, політичної, міжнародної характеристики, що характеризує науково-методологічне забезпечення дефініції соціальної відповідальності бізнесу в аграрній сфері як своєчасну, багаторівневу та складну наукову задачу.

* Науковий керівник: Кужель В.В. – к.е.н.

Узагальнення літературних джерел [1-10] дозволило виділити найбільш уживані методи виміру соціального ефекту та сформувані систему показників для оцінки соціальної відповідальності бізнесу в аграрній сфері, до яких відносять кількісні, якісні виміри соціального ефекту від впровадження соціальних програм та реалізації соціальної функції бізнесу.

Найбільш популярною і такою, що набула практичного застосування є методика виміру індексу соціальних інвестицій (кількісний метод).

Кількісний метод дозволяє оцінити участь підприємства у вирішенні соціальних проблем на державному та регіональному рівні, характеризувати менталітет власників бізнесу, проаналізувати динаміку та розмір фінансових затрат підприємства на соціальні заходи, визначити шляхи спрямування соціальних інвестицій.

Аналітичним виразом даного показника є кількісний індекс соціальних інвестицій, включаючи вектори його модифікації, який передбачає діагностику як абсолютної, так і відносної величини фінансових ресурсів, які виділяються підприємствами на соціальні програми. Для оцінки соціальних інвестицій в аграрній сфері при кількісному підході можна застосувати наступні показники:

- абсолютне значення соціальних інвестицій або валові соціальні інвестиції – загальна сума всіх витрат підприємства на соціальні цілі в оглядовому періоді;

- індекс питомих соціальних інвестицій характеризує обсяг соціальних інвестицій у розрахунку на одного працівника підприємства в оглядовому періоді; формула даного індексу має наступний вигляд

$$I = \sum_{i=1}^n C_i / \sum_{i=1}^n L_i \quad (1)$$

де C_i - об'єм соціальних інвестицій підприємства (включаючи добровільні і обов'язкові затрати на соціальні програми); L_i середньо штатна кількість працівників підприємства; n - кількість підприємств, що підлягають аналізу ;

- відношення соціальних інвестицій до сумарного обсягу реалізації продукції характеризує питому вагу фінансових ресурсів, спрямованих на соціальний розвиток у загальному обсягу реалізації продукції; формула має наступний вигляд

$$IS = \left(\sum_{i=1}^n C_i / \sum_{i=1}^n S_i \right) 100\% \quad (2)$$

де S_i - валовий обсяг реалізації продукції підприємства.

- відношення соціальних інвестицій до прибутку характеризує питому вагу соціальних інвестицій, сформованих за рахунок прибутку підприємства; формула має наступний вигляд

$$IP = \left(\sum_{i=1}^n C_i / \sum_{i=1}^n P_i \right) 100\% \quad (3)$$

де P_i - загальний обсяг прибутку підприємства.

Таким чином, кількісний індекс соціальних інвестицій представляє собою аналітичне ядро в процесі аналізу виміру феномену соціальних інвестицій.

На відміну від кількісного індексу, який створює картину масштабу явища, якісний індекс соціальних інвестицій призначений оцінити ступінь комплексності такого явища як соціальна відповідальність. Ідея такого індексу полягає в обліку факту наявності (або відсутності) позитивних параметрів у підприємстві.

Кількісний метод пов'язаний з обліком і оцінкою повноти та комплексності самого процесу здійснення соціальних інвестицій. Аналітико статистичним виразом даного аспекту проблеми є якісний індекс соціальних інвестицій. Фактично даний індекс дозволяє визначити диверсифікацію соціальних інвестицій, рівень організаційної підтримки й інформаційного забезпечення процесу планування та реалізації затрат на соціальні потреби.

В цьому аспекті розглядають наступні індекси соціальних інвестицій:

- якісний індекс соціальних інвестицій для i -того підприємства показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства та розраховується наступним чином :

$$IK_{(i)} = \left(\frac{1}{m} \sum_{g=1}^m X_{ig} \right) 100\% \quad (4)$$

де X_{ig} - булева змінна, яка приймає значення 1, якщо g - на ознака присутня на підприємстві і дорівнює 0, якщо ця ознака відсутня; m - кількість ознак, за якими здійснюється соціальна діяльність підприємства. В ідеалі набір ознак має бути складений так, щоб кожна з них була «наскрізною», тобто важливою для кожного підприємства.

- якісний індекс соціальних інвестицій для g -тої ознаки - ступінь присутності даної якісної ознаки в статистичній вибірці підприємств-респондентів; розраховується іншим чином :

$$IK_{(g)} = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ig} \right) 100\% \quad (5)$$

де n – кількість підприємств.

- загальний якісний індекс соціальних інвестицій показує рівень комплексності соціальної діяльності низки підприємств і розраховується іншим чином:

$$IK = \left(\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) 100\% \quad (6)$$

Необхідність обліку якісної складової процесу соціального інвестування обумовлюється тим, що виділені на соціальні програми кошти є лиш одною з характеристик соціальної відповідальності підприємства. На практиці здійснення підприємством великих соціальних інвестицій може супроводжуватися поганим статистичним обліком виділених коштів, відсутності контролю й управління процесом, нераціональною концентрацією грошей на одному – двох напрямках діяльності, стихійністю та нерівномірністю фінансування соціальних заходів.

Для раціональної оцінки процесу всі названі нами показники необхідно об'єднати. Це можна зробити, провівши розрахунок узагальнюючого (інтегрального) показника, який характеризуватиме економічний об'єкт в цілому в органічному єднанні його частин. В літературі описано велику кількість узагальнюючих показників, серед яких пропонують сформувати інтегральний показник шляхом використання методу аналізу ієрархії [8-10].

Метод аналізу ієрархії передбачає виконання трьох етапів: декомпозиція проблеми; порівняльні судження; синтез пріоритетів і вибір альтернатив.

Декомпозиція дозволяє представити проблему у вигляді складових частин і провести подальшу обробку послідовних суджень для оцінки. В результаті може бути виражена відносна інтенсивність взаємодії елементів в ієрархії. Метод аналізу ієрархії включає процедури синтезу суджень, отримання пріоритетів і знаходження альтернативних рішень. З допомогою цього методу вирішуються задачі як особистого вибору, так і об'єданого вибору групи осіб на основі логіки суджень, визначення подій і встановлення відносин між ними.

В результаті використання методу ієрархії можна встановити і виділити показники, які отримали максимальний пріоритет :

1. зміна потенціалу соціальної відповідальності підприємства:

- приріст обсягу соціальних інвестицій в розрахунку: на 1 працівника, на 1 гривню прибутку від реалізації, на 1 гривню чистого прибутку.

2. фінансово-виробнича ефективність процесу соціального інвестування на підприємстві :

- приріст рентабельності персоналу;

- приріст обсягу виробництва продукції на 1 гривню фонду заробітної плати;

- приріст виручки від реалізації продукції на 1 гривню фонду заробітної плати.

3. зміна еколого-економічного потенціалу підприємства:

- приріст долі поточкових затрат на природоохоронні заходи в собівартості продукції;

- скорочення викидів забруднюючих засобів;

- приріст питомих інвестицій в охорону навколишнього середовища і зниження рівня шкідливих впливів.

Сформована з використанням методу аналізу ієрархії сукупність критеріїв вміщує пріоритетні показники, які характеризують різні аспекти зміни соціальної відповідальності підприємств.

На наш погляд, наведені методики оцінки соціальної відповідальності підприємств агропродовольчої сфери мають низку недоліків:

1. кількісна оцінка соціальної активності підприємств, в тому числі по відношенню до соціального захисту працівників, не завжди адекватно відображає характеристики різних сторін їх соціальної діяльності;

2. якісний індекс не відображає масштаб соціальної відповідальності, так як не має загального індексу. Наприклад, всі ознаки можуть бути присутні в декількох підприємствах, але яка з них є найбільш відповідальною, методика відповіді не дає;

3. якісний індекс не враховує величину значення кожного показника в загальному індексі;

4. порівняння якісних показників буде не на користь малого і середнього бізнесу. Великий бізнес, монополії можуть виділяти масштабні бюджети на соціальні програми. Особливо великим монополіям надзвичайно важко бути соціально відповідальними внаслідок великої кількості зацікавлених осіб з різними інтересами, часто протилежними. Якраз збільшення кількості зацікавлених осіб знижує загальну соціальну відповідальність, на яку підприємство вимушене відповідати збільшенням соціальних інвестицій;

5. відсутній облік мети взаємодії з зацікавленими особами;

6. відсутні детальні показники якості взаємодії зі стейкхолдерами;

7. показники якості взаємодії знаходяться в прямій залежності від пар-потенціалу взаємодії, що необхідно враховувати при розрахунках;

8. інтегральні показники якості не розкривають суть інвестицій. Це проявляється в хаотичному інвестуванні в об'єкти соціального середовища. Іншими словами – немає алгоритму дій в соціальних інвестиціях: вони направляються в ті зацікавлені сторони, з якими взаємодія йде слабо, або тим, з ким взаємовідносини достатньо сильні і їх розвиток потребує подальшого інвестування.

Найбільш доступним і таким, що часто використовується методом оцінки соціально відповідальної поведінки підприємств є метод опитування зацікавлених сторін та інформація про їх діяльність в засобах масових інформацій. Соціальна активність підприємств може отримати об'єктивну оцінку зацікавлених сторін тільки при умові високого рівня інформаційної відкритості в галузі соціальних інвестицій. В протилежному випадку виникає ризик отримання неправильної або неповної інформації. Тому в теперішній час наростає інтерес з сторони бізнесу та інших зацікавлених сторін до аналізу інформаційної відкритості компаній в сфері соціальних інвестицій.

Для оцінки інформаційної відкритості підприємств в галузях соціальних інвестицій пропонується ввести показник інформаційної відкритості в галузі соціальних інвестицій. Величину показника можна визначити за формулою :

$$C_k(i) = \sum_{g=1}^m x_{gi} \alpha_{gk}, \quad (7)$$

де $C_k(i)$ - показник, який характеризує інформаційну відкритість в галузі соціальних інвестицій окремої компанії (i) у види діяльності k ;

m – кількість критеріїв :

x_{gi} - змінна, яка набирає значення 1, якщо g -й критерій присутній в i -ому підприємстві, і 0, якщо ця ознака відсутня;

α_{gk} - ваговий коефіцієнт, який визначає ефективність кожного критерію.

Для оцінки інформаційної відкритості підприємства в галузі соціальної інвестиції застосовуються наступні критерії :

- наявність корпоративного Інтернет-сайту;
- наявність інформації про соціальні інвестиції на Інтернет-сайті підприємства;
- наявність інформації про соціальні інвестиції в річному звіті підприємства;
- наявність окремого соціального рахунку підприємства.

Крім оцінки окремих підприємств за рівнем інформаційної відкритості в галузі соціальних інвестицій, можна оцінити інформаційну відкритість підприємств за видами економічної діяльності. Вибір підприємств за видами економічної діяльності можна проводити на основі максимального прибутку.

$$Dt(k) = \sum_{i=1}^n C_k(i), \quad (8)$$

де $Dt(k)$ - інформаційна відкритість підприємств в галузі соціальних інвестицій виду економічної діяльності (k);

n – кількість компаній.

Висновки з даного дослідження. Враховуючи вище викладене, можна констатувати, що до теперішнього часу відсутній єдиний підхід, який дозволяє об'єктивно оцінити рівень соціальної відповідальності різних підприємств і в реальній практиці дуже важко це зробити, враховуючи різнокаліберність і різноплановість самих підприємств агропродовольчої сфери. В той же час незаперечний є той факт, що в основі соціально відповідального бізнесу лежить успішний і динамічний розвиток виробничо-господарської діяльності конкретного підприємства. Саме це дає суспільству потрібний соціальний ефект у вигляді робочих місць, товарної маси, податкових поповнень бюджетів всіх рівнів і можливої реалізації додаткових соціальних програм. Саме це в кінцевому результаті забезпечує високі і стійкі темпи росту національної економіки в цілому.

Література

1. Кужель В.В. 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. – С. 58-61 – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>

2. Гришова І.Ю. Імплементція принципів соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3. – С. 13-22. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
3. Чирва О.Г. Становлення конкурентного середовища у регіональних соціально-економічних системах держави / О.Г. Чирва // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»: науковий збірник / Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького, 2011. – № 197. – С. 29–34.
4. Митяй О.В. Основні напрямки оцінки потенційних можливостей аграрних підприємств / О.В. Митяй // Вестник науки Тольяттинского государственного университета. – 2013. – № 4. – С. 48-58.
5. Черних О.В. Соціальний звіт як інструмент управління соціальною відповідальністю компанії / О.В. Черних // Сталый розвиток економіки. – 2011. – № 2 (5). – С. 203-205.
6. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності / О.В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 127-133.
7. Касьянова Н.В. Система оцінки соціальної та економічної ефективності промислового підприємства [Електронний ресурс] / Н.В. Касьянова // Зб. наук. пр. Уманського державного аграрного університету. – 2008. – Ч. 2. – № 70. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua/library.php?pid=376>. – Назва з екрану.
8. Тарасенко І.О. Оцінка соціальної відповідальності бізнесу в управлінні сталим розвитком підприємства / І.О. Тарасенко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5. – С. 54-60.
9. Юзик Л.О. Підходи до оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства / Л.О. Юзик // Вісник Донецького університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Серія. Економічні науки. – 2010. – № 3. – С. 158-165.
10. Кужель В.В. Імунізація економіки агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу / В.В.Кужель // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 17-22.

References

1. Kuzhel, V.V. (2014), "Expected result of social responsibility of business and its impact on the strategic development of the economy in the agroindustrial sphere", *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*, no 3, pp. 58-61, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
2. Hryshova, I.Yu., Shabatura, T.S. (2014), "Implementation of the principles of socially oriented businesses in the plane of economic development potential of food enterprises", *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*, no 3, pp. 13-22, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
3. Chyrva, O.H. (2011), "The formation of the competitive environment in the regional social and economic systems of the state", *Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seria «Ekonomichni nauky»: naukovyi zbirnyk. Cherkaskyi natsionalnyi universytet im. B. Khmelnytskoho*, no. 197, pp. 29–34.
4. Mytai, O.V. (2013), "The main directions of assessing potential possibilities of agricultural enterprises", *Vestnyk nauky Tolyattynskoho hosudarstvennoho unyversyteta*, no 4, pp. 48-58.
5. Chernykh, O.V. (2011), "Social report as a management tool of the social responsibility of the company", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no 2 (5), pp. 203-205.
6. Vorona, O.V. (2010), "Methodological approaches to assessing the level of social responsibility", *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no 30, pp. 127-133.
7. Kasianova, N.V. (2008), "Evaluation system of social and economic efficiency of the industrial enterprise", *Zb. nauk. pr. Umanskoho derzhavnoho ahrarnoho universytetu*, part 2, no 70, available at: <http://udau.edu.ua/library.php?pid=376>. – Title from the screen.
8. Tarasenko, I.O. (2009), "Assessment of social responsibility of business in the management of sustainable enterprise development", *Marketynh v Ukraini*, no 5, pp. 54-60.
9. Yuzyk, L.O. (2010), "Approaches to assessing the impact CSR on performance indicators of the enterprise", *Visnyk Donetskoho universytetu ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho, Seria. Ekonomichni nauky*, no 3, pp. 158-165.
10. Kuzhel, V.V. (2014), "Immunitization of the economy of the agroindustrial sphere in the context of implementing the principles of corporate social responsibility", *Ekonomichni forum*, no 3, pp. 17-22.