

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто окремі аспекти соціальної відповідальності підприємств агропродовольчої сфери, їх участі у соціальному розвитку міст, регіонів та країни в цілому, визначено умови для розширення практики соціальної відповідальності бізнесу. Запропоновано схему реалізації системи соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері.

Ключові слова: агропродовольча сфера, соціальна відповідальність бізнесу, імунізація, екологічна відповідальність, еколого-економічна безпека, конкурентні переваги, сталий розвиток, стратегія.

Постановка проблеми. Термін «соціальна відповідальність бізнесу» почали використовувати у 50-і роки ХХ століття, його поява знаменувалася розвитком корпоративної власності та збільшенням впливу корпорацій на світовий розвиток. Вважається, що підвищення актуальності проблеми соціальної відповідальності бізнесу стала міжнародна конференція із стійкого розвитку, що відбулася в 1992 році в Ріо-де-Жанейро, де були зафіксовані нові вимоги з боку світової спільноти до корпорацій з підвищення їх соціальної відповідальності і визначена соціальна роль бізнесу на міжнародному рівні. Цього ж року Г. Беккер (США) став лауреатом нобелівської премії за розвиток економічного аналізу на ті сфери діяльності людини, які досі входили до компетенції соціальних наук [1, с. 53].

Теорія соціальної відповідальності бізнесу вже тривалий період вивчається представниками українського бізнесу.

В сучасних умовах господарювання соціальна відповідальність бізнесу є складовою його корпоративної стратегії. Реалізація принципу соціальної відповідальності пов'язана з публічно-правовим регулюванням фондів грошових коштів комерційних організацій, тобто правове регулювання відносин щодо розподілу прибутку повинно забезпечувати використання частини прибутку комерційних організацій з метою здійснення соціальної

функції і часткового фінансування програм із вирішення соціальних проблем суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання становлення соціальної відповідальності бізнесу досліджують вчені такі як: Беккер Г., Белявська К., Божкова В., Власова Т., Ворончак І., Грановська І., Сагер Л., Халда Н., та інші.

Проте, враховуючи стрімкий розвиток суспільства, проблеми реалізації системи соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері потребують подальшого дослідження.

Постановка задачі. Метою даної статті є дослідження агропродовольчої сфери в контексті реалізації системи соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, що стимулює підприємства брати на себе зобов'язання з реалізації значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, результати яких сприяють розвитку підприємства, підвищуючи його конкурентні переваги у довгостроковій перспективі, поліпшенню його репутації та іміджу як соціально відповідального суб'єкта, а також розвитку суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах [1, с. 53].

Підходи вчених, що досліджують еволюцію соціальної відповідальності бізнесу у суспільстві різняться.

Мілтон Ф. висловлює позицію, що ринковій економіці притаманна лише одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати надані ресурси і займатися діяльністю пов'язаною з отриманням максимальних прибутків, за умов дотримання правил гри вільної конкуренції [12, с. 33]. Дана теорія отримала назву «Теорія корпоративного егоїзму».

Протилежна їй – Теорія корпоративного альтруїзму, яка базується на рекомендаціях Комітету із економічного розвитку. У рекомендаціях йдеться про те, що корпорації зобов'язані вносити значний внесок до поліпшення якості американського життя [3, с. 87].

Існує ще одна теорія, яка має назву «Теорія розумного егоїзму». Основні її положення побудовано на тому, що соціально відповідальний бізнес залежить від масштабу відповідальності. Отже, Беручи на себе в чомусь функції держави, він тим самим придбав право впливати в окремих питаннях на його політику, при чому на самих різних рівнях [6].

Проте, описані вище теорії підтримують позицію стосовно того, що соціальна відповідальність – це відповідальність компанії перед постачальниками, найманими працівниками, споживачами і організаціями, з якими вони стикаються в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання та перед суспільством в цілому.

Соціальна відповідальність бізнесу залежить від його масштабу. Завдання малого підприємництва полягає у створенні гідно оплачуваних робочих місць, формуванні середнього класу, школи ініціативи. Завдання середнього бізнесу полягає у забезпеченні розвитку міста, області чи регіону. Великий бізнес, який створює робочі місця сотням тисяч людей, відповідальний як за їх матеріальне благополуччя, умови їх розвитку, так і за розвиток великих регіонів і країни в цілому.

Основою соціальної відповідальності бізнесу є оцінка комерційної діяльності компанії з метою визначення її загального впливу на суспільство. До сфери соціальної відповідальності компанії відносять соціальну відповідальність перед працівниками, охорону навколишнього середовища, поведінку на ринку, залучення до життя громадськості [8].

До соціальної відповідальності бізнесу необхідно відносити також: своєчасну сплату податків, виплату заробітної плати, надання нових робочих місць; забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але й життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери; благодійну діяльність тощо.

В останні два десятиліття як альтернатива стереотипам споживчого суспільства стала формуватися концепція стійкого розвитку. Ідеї стійкого

розвитку, що набули широкого поширення після публікації в 1987 роки доповіді Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку «Наше спільне майбутнє», знайшли практичне втілення в соціально-економічній і екологічній політиці багатьох держав. До 2007 року стратегії або програми стійкого розвитку прийняли більше 100 країн світу, зокрема країн ЄС, США, Канади, Японія, Китай [4].

Під стійким розвитком в сучасних умовах розуміють таку модель соціально-економічного розвитку, при якій досягається задоволення життєвих потреб нинішнього покоління без позбавлення майбутніх поколінь таких можливостей унаслідок вичерпання природних ресурсів і деградації навколишнього природного середовища. Відповідно, екологізація виробництва – це діяльність орієнтація на біосферний тип розвитку підприємств на основі замкнутого процесу природокористування, перехід к сталому розвитку системи «людина – технологічна система – природне середовище». Аналіз світового розвитку суспільства показує, що чим вищий рівень соціально-економічного розвитку країни, тим вище зростають вимоги споживача до харчових та нехарчових товарів, одержаних з сільськогосподарської сировини. Щоб задовольнити ці потреби, суспільству необхідно не лише вивести нові сорти сільськогосподарських культур і породи тварин, а й перейти на принципово нові технології виробництва сільськогосподарської продукції, запровадити нові способи і методи переробки сировини, збереження та реалізації кінцевої продукції [4].

Безмежно зростаючі потреби суспільства у товарах сільськогосподарського походження стимулюють об'єднувати зусилля великої кількості галузей та сфер економіки, які працюють на задоволення потреб споживача. Саме на цій основі, на думку Катан Л. І., і виникла об'єктивна необхідність виділення поняття аграрний бізнес, основна мета якого – забезпечити кінцевого споживача продуктами харчування у відповідності до його потреб та вимог, та головної його складової – агропродовольчої системи, яка об'єднує виробництво, переробку, а також

продовольчий ринок [4].

Юрчишин В. В. вважає, що депресивний стан сільських територій зумовлений сутнісною, правовою, організаційною недосконалістю сучасних аграрних трансформацій, у яких загалом не врахована або системно деформована її визначальна складова – соціальна [11, с. 45].

Розвиток принципів еколого-економічної безпеки агропродовольчого ринку гарантує не лише безпеку сільськогосподарської продукції та продуктів харчування, але, як наслідок, здоров'я нації, збереження агроландшафтів, а отже, і національну безпеку країни в цілому. Тому під еколого-економічною безпекою агропродовольчого ринку слід розуміти стан виробництва, зберігання, транспортування, реалізації агропродовольчої продукції, а також утилізації її відходів, що забезпечує економічну ефективність взаємовідносин усіх учасників ринку, гарантує запобігання погіршення екологічної ситуації і виникнення небезпеки для здоров'я людини.

Важливість такого підходу пов'язана з необхідністю, по-перше, реалізації принципів сталого розвитку на всіх рівнях, у тому числі на агропродовольчому ринку; по-друге, урахування загальносвітових тенденцій посилення впливу екологічного менеджменту і маркетингу у виробництві і, як наслідок, формування нової екологічної корпоративної бізнес-культури і бізнес-етики; по-третє, формування стійкого купівельного попиту на екобезпечні товари і послуги; по-четверте, орієнтації малих сільськогосподарських товаровиробників на ведення екологічно орієнтованого виробництва [4].

Екобезпечна продукція включає чотири рівні якості:

– висока якість основної корисності продуктів харчування – прийнятність до споживання, енергетична та біологічна цінність, смак, зовнішній вигляд;

– екологічна якість продукту в цілому – відсутність шкідливих речовин, його використання, вживання або споживання не шкодить здоров'ю,

не має значної негативної дії на природне середовище;

- екологічна якість виробництва – мінімізація використання ресурсів та енергії, зниження виробничих викидів і відходів усіх видів;

- екологічна якість утилізації відходів – застосовується упаковка продуктів харчування, придатна до рециклювання (повторного використання) [10, с. 280].

В останнє десятиліття все актуальнішим стає підхід до формування нової екологічної етики управління. Екологічна відповідальність виробництва зі стратегічного погляду не суперечить одержанню виробником економічних вигод. Проте далеко не завжди вибір товаровиробника на користь охорони довкілля та екологічної безпеки обертається адекватними фінансовими вигодами, унаслідок чого може виникнути конфлікт між прибутковістю і конкурентними перевагами виробника продукції, з одного боку, і його екологічно відповідальною поведінкою – з іншого. Питання про екологічну відповідальність суб'єктів господарювання, реалізація якої не забезпечує автоматичного приросту прибутку, можна проаналізувати через формування нової системи менеджменту під впливом екологічних принципів [4].

Агропродовольча діяльність у даному напрямку повинна реалізовуватися через правовий, економічний, функціональний та інституційний механізми (Рис. 1). Правовий механізм включає в себе сукупність правових норм, що вміщені у відповідних законодавчих актах та нормативно правових документах, які спрямовані на забезпечення реалізації агропродовольчої політики, як то: Конституція України, Закон України «Про основи національної безпеки України», «Про прожитковий мінімум», «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року», «Про державну підтримку сільського господарства України», «Про зерно та ринок зерна в Україні», «Про молоко та молочні продукти», «Про державний матеріальний резерв», «Про безпечність та якість харчових продуктів», «Про рибу, інші водні живі ресурси та харчову продукцію з них», «Про насіння та

садибний матеріал», інші закони, міжнародні договори України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, а також інші нормативно правові акти.



Рис. 1 Схема реалізації системи соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері*

*Джерело : складено автором на основі [5, с. 72].

Правовий механізм забезпечення діяльності агропродовольчої системи постійно удосконалюється, про що свідчать проекти законів, які надходять до Верховної Ради України, так, у 2011 р. на розгляд Верховної Ради подано два проекти законів «Про основи продовольчої безпеки України» (ВР реєстр № 8370 від 08.04.2011 р.) та «Про продовольчу безпеку України» (ВР реєстр №

8370_1 від 28.04.2011 р.), в яких визначається проблемність та необхідність формування високого рівня якості життя населення в частині забезпечення продуктами продовольства відповідно до науково-обґрунтованих фізіологічних потреб.

Економічний механізм являє собою сукупність економічних регуляторів визначених законодавством і спрямованих на забезпечення ефективної діяльності агропродовольчої системи. До економічних регуляторів, що здійснюються державою, належать прогнозування, планування, програмування, регулювання зовнішньоекономічної діяльності, фінансування та кредитування, яке для агропродовольчої системи включає: цінове регулювання сільськогосподарської продукції, бюджетні дотації та позики, кредитні субсидії, митні збори тощо [5, с. 71].

Функціональний механізм включає в себе перелік завдань із формування та забезпечення реалізації агропродовольчої функції держави, що виконуються органами державної влади у межах встановлених актами чинного законодавства. До основних завдань реалізації функціонального механізму належать: прогнозування розвитку галузей агропродовольчого виробництва; техніко-технологічне переоснащення агропромислового виробництва; забезпечення підтримки підприємств, особистих селянських і фермерських господарств, сільськогосподарської кооперації; розробка і здійснення заходів щодо розвитку інфраструктури продовольчого ринку; використання та охорона земель усіх категорій та форм власності; контроль якості та безпечності сільськогосподарської продукції; розробка загальнодержавного балансу попиту і пропозиції основних видів сільськогосподарської продукції; регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів агропродовольчого ринку та ін.

Інституційний механізм охоплює собою систему органів державної влади, регіонального та місцевого самоврядування, які прямо чи опосередковано беруть участь у реалізації державної агропродовольчої політики відповідно до покладених на них компетенцій. Головним органом у

системі центральних органів виконавчої влади з питань формування та забезпечення аграрної політики є Міністерство аграрної політики та продовольства України (Мінагрополітики України).

Всі ці елементи становлять єдину систему, яка охоплюється поняттям «Економіко-правовий механізм державного регулювання агропродовольчої діяльності» і в якому втілюється як економічні регулятори, так і правові чинники. Економіко-правовий механізм державного регулювання агропродовольчої діяльності визначає цілеспрямованість, формальну визначеність, загальнообов'язковість, сприяє врегулюванню відносин в аграрній сфері, застосування превентивних, оперативних, стимулюючих заходів до юридичних та фізичних осіб в агропродовольчій системі. Він закономірно залежить від рівнів економічного, політичного, правового, соціального, культурного та технологічного розвитку суспільства [5, с. 72].

Згідно проекту Закону України «Про продовольчу безпеку», оцінка стану продовольчої безпеки здійснюється на основі наступної системи індикаторів:

Рівень споживання населенням харчових продуктів визначається як сукупний показник фактичного споживання окремих видів харчових продуктів в розрахунку на душу населення, а також добова калорійність харчового раціону, враховуючи його збалансованість за вмістом білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, макро- та мікроелементів. Розрізняється рівень споживання населенням харчових продуктів в домогосподарствах з дітьми в залежності від кількості дітей у їхньому складі; споживання харчових продуктів в домогосподарствах за рівнем сукупних витрат на одну особу.

Економічна доступність харчових продуктів визначається як вартість набору харчових продуктів відповідно до раціональних норм їхнього споживання у відношенні до рівня середньомісячної номінальної і реальної заробітної плати, із урахуванням розподілу населення за рівнем сукупних витрат на одну особу, частки сукупних і грошових витрат на продукти харчування в загальній структурі витрат населення; індексу споживчих цін на

продовольчі товари, в т.ч. у розрізі окремих видів товарів, а також корелюючись на обсяги адресної продовольчої допомоги населенню та рівень монополізації продовольчого ринку.

Фізична доступність харчових продуктів визначається як структура джерел реалізації продовольчих товарів на ринку, наявність мережі роздрібної торгівлі у розрахунку на 10 тис. осіб, чисельність торгових місць на продовольчих ринках у розрахунку на 10 тис. осіб, чисельність підприємств малого бізнесу у сфері торгової діяльності на відповідній території, стан розвитку оптової торгівлі продовольчими товарами, наявність основних видів продовольчих товарів у роздрібній торговій мережі та на ринках на відповідній території та асортимент продовольчих товарів у роздрібній торговій мережі на відповідній території.

Стійкість продовольчого ринку визначається рівнем роздрібних і закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію з урахуванням нормативної рентабельності її виробництва та рівень залучення місцевих виробничих та переробних потужностей для насичення локальних ринків продукцією власного виробництва, що вимірюється у відсотках продажу окремих видів продовольчих товарів місцевого виробництва в загальному обсязі їх реалізації);

Ступінь незалежності продовольчого ринку визначається як частка імпортованих харчових продуктів у загальній структурі їх реалізації, окремо визначаючи рівень самозабезпеченості продовольчими товарами, обсяг державних запасів продовольства та баланс зовнішньої торгівлі продовольчими товарами

Якість і безпечність харчової продукції визначається як частка харчової продукції, виявлена як невідповідна діючим вимогам щодо якості та безпечності також окремо розраховується обсяг окремих видів харчових продуктів та сільськогосподарської сировини, що виробляється за міжнародними стандартами якості в загальному обсязі їх виробництва; обсяги виробництва та реалізації на вітчизняному ринку органічної харчової

продукції.

Рівень розвитку агропродовольчої сфери вимірюється за допомогою оцінки обсягів виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, урожайності основних видів сільськогосподарських культур, продуктивності худоби і птиці, частки господарств населення у виробництві окремих видів сільськогосподарської продукції, рентабельності виробництва основних видів сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, фінансових результатів діяльності сільськогосподарських і переробних підприємств а також обсягів інвестицій в агропродовольчу сферу, у т.ч. іноземних; рівень державної підтримки аграрних товаровиробників).

Природно-ресурсний потенціал і ефективність його використання визначається за показниками родючості земель сільськогосподарського призначення, у тому числі в розрізі окремих територій, частки деградованих земель у загальній їх структурі та рівнем розораності земель [7].

Важливу роль у функціонуванні суб'єктів агропродовольчої сфери у сучасних умовах відіграє зовнішня та внутрішня соціальна відповідальність бізнесу.

Халда Н. А. серед переваг впровадження соціальної відповідальності бізнесу виокремлює моральний обов'язок підприємницьких структур перед суспільством у забезпеченні соціального добробуту; сконцентровані на підприємствах людські та фінансові ресурси, що дозволяють вирішити ряд проблем за допомогою соціальної відповідальності бізнесу; формування позитивного іміджу підприємства у суспільстві та створення сприятливого середовища для подальшого розвитку підприємства.

До недоліків реалізації соціальної відповідальності відносить формування додаткових витрат на підприємстві, що мають спрямовуватись на відповідні проекти, зменшення чистого прибутку підприємства, що певним чином нівелює основний стимул розвитку підприємництва як такого, недостатній досвід підприємств у вирішенні соціальних проблем та

необхідність ведення додаткової звітності.

Основними етапами застосування основ соціальної відповідальності бізнесу є:

1. Визначення місії та стратегічних завдань підприємства у суспільстві. Передбачає усвідомлення взаємозв'язку підприємства та суспільства, а також важливість підтримки цього взаємозв'язку.

2. Аналіз оточення підприємства на основі політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів. На даному етапі важливо виокремити фактори, що є одночасно і факторами розвитку підприємства, і факторами зовнішнього оточення.

3. Оцінка наявних ресурсів, що можуть бути спрямовані на соціальні проекти, крім цього необхідно визначити, що саме може зробити підприємство у соціальній сфері.

4. Розробка та аналіз матриці SWOT. На основі даної матриці можна визначити тенденції розвитку, можливості підприємства, потенційні ризики.

5. Визначення основних цілей та місії соціальної відповідальності підприємства.

6. Формулювання стратегії соціальної відповідальності підприємства з визначенням конкретних заходів, наявних ресурсів, термінів, відповідальних осіб та показників оцінки [9, с. 329].

Описана стратегія має бути достатньо гнучкою для корегування у ході виконання.

Висновки. Питання соціальної відповідальності все більше актуалізується у свідомості українського бізнесу, так як підприємства і корпорації є не тільки основою економічних відносин, але впливають на соціальні процеси, що протікають в сучасному суспільстві. Бізнес займає все більше місця в житті суспільства, виходить за рамки його професійної орієнтації. Він повинен вибудовувати відносини з безліччю взаємозалежних осіб, так як на його діяльність, крім внутрішнього середовища, впливає зовнішнє – влада, некомерційні організації, споживачі, ЗМІ, міжнародні

організації та партнери, жителі території, на якій безпосередньо розташоване підприємство і т.д.

Список використаних джерел

1. Власова Т. Р. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та тенденції / Т. Р. Власова // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 1. – С. 52–57.

2. Воронєцька І. Розвиток екологічного маркетингу в контексті еколого-економічної безпеки агропродовольчого ринку [Електронний ресурс] / І. Воронєцька. – Режим доступу : <http://economics-of-nature.net/uploads/arhiv/2011/Voronetska.pdf>.

3. Зверева Т. В. Социальная ответственность как способ гармонизации интересов бизнеса и власти / Т. В. Зверева // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2011. – № 4. – С. 86–93.

4. Катан Л. І. Напрями розвитку управління агропродовольчою системою України : еколого-економічний аспект [Електронний ресурс] / Л. І. Катан. – Режим доступу : http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_8/stati/Katan.pdf.

5. Княженко І. І. Агропродовольча функція держави в системі регулювання соціально-економічних процесів / І. І. Княженко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 4 (16). – С. 67–73.

6. Піроженко Н. Феномен соціальної відповідальності бізнесу : теоретичний та історичний аспекти [Електронний ресурс] / Н. Піроженко. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Аpdu_o/2009_1/R_2/Pirogenko.pdf.

7. Проект Закону України «Про продовольчу безпеку України» [Електронний ресурс] / Портал Ліга : закон. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF6GI01A.html.

8. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.

9. Халда Н. О. Соціальна відповідальність бізнесу як складова людського розвитку в Україні та світі / Н. О. Халда // Наука й економіка. – 2013. – т. 2, Вип. 4. – С. 326–332.

10. Хромушина Л. А. Екологізація сільського господарства як основа еколого-економічної безпеки / Л. А. Хромушина // Вісник СНАУ. – 2008. – № 1. – С. 278–283.

11. Юрчишин В. В. Фундаментальність як базова основа вчення академіка І. І. Лукінова в царині аграрної економіки. Теоретичні надбання академіка І. І. Лукінова та їх значення у розвитку аграрного виробництва України: зб. виступів 10 жовт. 2008 р. / В. В. Юрчишин; відп. за вип. Г. М. Підлесецький. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – С. 44–56.

12. Milton Friedman: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits /New York Times Magazine, September 13, 1970, pp.32–33.