

Дейнега М.В., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна

Генезис дослідження соціальної відповідальності бізнесу

У сучасному світі формування та розвиток соціальної відповідальності бізнесу стає все більш актуальною та затребуваною темою. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні став помітним в умовах інституціоналізації ринкових відносин та посилення конкуренції. Соціальна відповідальність бізнесу поступово набуває нових форм, пристосовуючись до макроекономічних і соціальних умов, що змінюються. Проблеми, пов'язані з формуванням соціальної відповідальності сьогодні є важливими у становленні та процвітанні бізнесу особливо в регіонах та територіальних громадах.

Величезну роль у формуванні соціальної відповідальності агропромислових підприємств відіграє державна соціально-економічна політика. В останні роки регіональні та територіальні органи влади беруть активну участь у вирішенні проблеми притягнення місцевого бізнесу до соціальної відповідальності. Проте органам влади поки що не вдалося масово залучити бізнес до політики соціальної відповідальності, а також охопити тих, хто реально є соціально відповідальним роботодавцем. Водночас участь агропромислового бізнесу у соціальній політиці залишається нерівномірною. Це пов'язане з відсутністю єдиних принципів соціальної відповідальності, тобто кожне підприємство самостійно визначає напрями своєї соціальної діяльності, з власного розуміння. У зв'язку з цим для ефективного розвитку соціальної відповідальності агропромислового бізнесу необхідно чітко розуміти, які фактори її формують. Під час обговорення ролі бізнесу в житті суспільства все частіше йдеться про соціальну відповідальність бізнесу [1, с.175]. Це питання виникло в середині ХХ століття, як реакція на зростаючі вимоги, які ставляться до бізнесу суспільством. Однак і до сьогодні єдиного розуміння змісту та цілей соціальної відповідальності бізнесу не сформувався.

Інтерес вітчизняних дослідників до проблеми соціальної відповідальності надзвичайно великий. Так, деякі автори обґрунтували актуальність соціальної відповідальності бізнесу у національних умовах та її роль у розвитку сучасної економіки та суспільства, адаптували міжнародні концепції корпоративної соціальної відповідальності, розробили практичні рекомендації тощо. Серед дослідників та експертів, які зробили суттєвий внесок, важливо відзначити О.А. Грішнову, О. Є. Кузьміна, Н. С. Станасюк, О. З. Уголькову, Л.С. Селіверстову, Н. В. Лосовську, О. Ф. Новікову, М. Є. Дейч, О. В. Панькову та низка інших експертів.

Питання соціальної відповідальності агропромислового бізнесу висвітлено у працях вітчизняних учених. До авторів таких робіт належать: Т. І. Лункіна, П.М. Макаренко, А. А. Гребеннікова, Е.В. Пахуча, М.С. Пономарьова та інші. У їхніх роботах відбито основні напрями соціально-орієнтованої діяльності

* Науковий керівник: Антощенкова В.В., д.е.н., доц.

сільського бізнесу, розкрито його особливості та фактори формування соціальної відповідальності.

В табл.1 проаналізовано підходи до визначення поняття соціальної відповідальності.

1. Підходи до визначення поняття соціальної відповідальності

Автор (колектив авторів)	Соціальна відповідальність –
Л. С. Селіверстова Н. В. Лосовська [2, с.14]	добровільною, а не обов'язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання із добродійним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки
А. А. Гребеннікова [3]	політика підприємства, згідно з якою воно має враховувати інтереси суспільства, розуміти вплив власних дій та рішень на навколишнє середовище, споживачів, менеджерів, працівників, постачальників, партнерів та інших учасників бізнесу.
П.М. Макаренко [4, с.4]	це концепція, згідно з якою аграрне або будь-яке інше підприємство має враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив рішень і діяльності на нього та навколишнє середовище, споживачів, працівників, партнерів, постачальників, менеджерів та інших стейкхолдерів.
Е.В. Пахуча, М.С. Пономарьова [5, с.361]	є добровільне та свідоме виконання і дотримання соціальних норм, задоволення соціальних потреб працівників та партнерів підприємства, й інших учасників суспільства, а у випадку порушення цих норм, передбачає застосування заходів впливу, передбаченими цими нормами.

24 січня 2020 Уряд прийняв рішення про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Відповідно до Концепції в Україні заохочуватимуть компанії під час своєї діяльності дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу. Ведення соціально відповідального бізнесу сприятиме підвищенню стандартів життя українців, зокрема, забезпеченню гідних умов та оплати праці, підвищенню рівня медичного обслуговування, зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Крім того, реалізація Концепції дозволить компаніям, які впроваджуватимуть політику соціально відповідального ведення бізнесу, отримати конкурентні переваги на міжнародному ринку та можливості залучення додаткових інвестицій [6].

Соціальна відповідальність підприємств стає обов'язковою для бізнесу, адже сучасні тенденції розвитку свідомості населення потребують відповідних змін у стратегії компаній. Споживачі все більше усвідомлюють такі питання, як

зміна клімату, нерівність доходів населення, диспропорції в охороні здоров'я, несправедлива практика праці та гендерна нерівність [7, с.60].

Перешкодами для розвитку та популяризації соціальної відповідальності на рівні сільськогосподарських підприємств є нестача коштів, велике податкове навантаження, незацікавленість у веденні соціальної відповідальності тощо. Тому, на нашу думку, для поширення соціальної відповідальності необхідно на законодавчому рівні затвердити відповідні документи (закони, стратегії, концепції), які б спонукали підприємства (організації) до активної діяльності у сфері соціальної відповідальності.

В результаті появи численних теорій, присвячених соціальній відповідальності бізнесу, нині сформувався три концепції, на які опираються автори під час розкриття поняття «соціальна відповідальність бізнесу». До них належать: концепція «корпоративного егоїзму»; концепція «корпоративного альтруїзму»; концепція «розумного егоїзму». Під соціальною відповідальністю бізнесу ми розуміємо взаємозв'язок влади, суспільства та бізнесу, де метою компанії є не лише підвищення прибутку, а також соціальні, громадянські та моральні зобов'язання, спрямовані на зростання загального добробуту.

Список використаних джерел:

1. Кравченко Ю.М., Антощенкова В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2019. – Вип. 200. С. 174-183; 2. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. (2019). Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. № 7. 2019. С. 13–16. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.7.13; 3. Гребеннікова А.А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні. Електронне фахове видання з економіки «Ефективна економіка». 2017. №12. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6001>; 4. Макаренко П.М. Соціальна відповідальність аграрних підприємств як чинник їх ефективності та конкурентоспроможності: сутність, складники, проблеми і тенденції здійснення. Наукові праці полтавської державної аграрної академії. 2015. Вип. 2 (11). С. 3-8; 5. Пахуча Е.В., Пономарьова М.С. Соціальна відповідальність аграрних підприємств: сучасний стан, проблеми і тенденції розвитку // Вісн. ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2018. № С. 350 – 361. DOI: 10.31359/2312-3427-2018-4-350; 6. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» від 24.01.2020 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>; 7. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З.. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». Випуск 3, Номер 2. 2021. С. 56 – 64.