



УДК 339.15:005.35

Бардіна Т.О.

старший викладач кафедри підприємництва і права
Полтавської державної аграрної академії

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

У статті проаналізовано різні підходи до визначення поняття соціальної відповідальності аграрних підприємств, а також визначено їх роль у розвитку сільських територій. З огляду на проведене дослідження запропоновано перспективні напрями розвитку сільських територій з урахуванням соціальної відповідальності аграрних підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність, аграрні підприємства, сільські території, територіальна громада, сільське господарство, агробізнес, агрохолдинги, розвиток сільських територій, Україна.

Бардіна Т.О. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье проанализированы различные подходы к определению понятия социальной ответственности аграрных предприятий, а также определена их роль в развитии сельских территорий. С учетом проведенного исследования предложены перспективные направления развития сельских территорий с учетом социальной ответственности аграрных предприятий.

Ключевые слова: социальная ответственность, аграрные предприятия, сельские территории, территориальная община, сельское хозяйство, агробизнес, агрохолдинги, развитие сельских территорий, Украина.

Bardina T.O. SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IS THE MAIN COMPONENT IN RURAL DEVELOPMENT

In the article various approaches to the definition of the concept of social responsibility of agrarian enterprises are analyzed their role in the development of rural areas is determined. Proceeding from the conducted research, prospective directions for the development of rural areas with regard to the social responsibility of agrarian enterprises are proposed.

Keywords: social responsibility, agrarian enterprises, rural areas, territorial society, agriculture, agribusiness, agro holdings, rural development, Ukraine.

Постановка проблеми. Останнім часом через складні соціально-економічні умови, що склалися в Україні, вирішення питання розвитку сільських територій є одним із ключових, що має стояти на порядку денному. В умовах децентралізації влади та становлення громадянського суспільства вирішення цієї проблеми можливе шляхом пошуку напрямів реалізації соціальної відповідальності підприємств та їх адаптації до чинної, хоча, на нашу думку, не завжди ефективної системи соціального захисту працівників та представників певної територіальної громади.

Це й не дивно для країни інсайдерів, в якій домінують природні монополії, виникла «прірва» між багатими та бідними, домінує розшарування населення за джерелами та обсягами доходів, має місце експлуатація праці та «її величність тіньова економіка». Безумовно, слід з чогось починати діяти, і одним із «м'яких, цивілізованих» методів часткової «експропріації експропріаторів» виступає саме інститут соціальної відповідальності агробізнесу [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед величезного загалу вітчизняних та зарубіжних науковців дослідженню та вирішенню питання соціальної відповідальності як явища вкрай необхідного приділяють надзвичайно велику увагу М. Альбер, В. Апопій, А. Базилюк, М. Беньофа, М. Бутко, Дж. Б'юнкенен, В. Воробей, О. Гуменна, К. Девіс, П. Друкер, С. Задек, Е. Карнегі, О. Кузьмін, Г. Ленсен, М. Туган-Барановський, М. Фрідмен, В. Шаповал, О. Шелдон та багато інших.

Мета статті полягає у визначенні ролі соціальної відповідальності аграрних підприємств у розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зрозуміло, що поняття «соціальна відповідальність» не з'явилося раптово, а еволюціонувало в часі і просторі у зв'язку з виникненням відповідних передумов.

Таким чином, відразу після завершення Другої світової війни політики, науковці та економісти почали замислюватися над питанням про те, як налагодити соціальне примирення між працею та капіталом. Так виникла ідея розбудови соціально орієнтованої держави. Серед усього іншого каталізатором цих перетворень була ідеологічна боротьба між капіталізмом та соціалізмом. Своїм піднесенням соціально орієнтовані західні держави зобов'язані перш за все соціально відповідальному великому бізнесу [2].

Деякі дослідники стверджують, що своєї популярності це поняття набуло у 50-60-х роках минулого століття, саме тоді, коли почали створюватися великі підприємства та корпорації [4].

Однак на межі 70-80-х років ХХ століття ситуація суттєво змінилася. Спочатку в США і у Великій Британії, а пізніше і в інших країнах Західної Європи доктрина соціальної відповідальності бізнесу втратила свою популярність. Причиною стало поширення неоліберальних або неоконсервативних концепцій, в основі яких лежала ідея досягнення максимального можливого прибутку за рахунок мінімізації оподаткування та витрат (зокрема, соціальних). Це спричинило кризу соціально орієнтованих західних держав, посилюючи соціальну нерівність, призвело до зростання бідності та безробіття, появи широкомасштабних трудових конфліктів [5].

Аналіз вивченої нами літератури свідчить про те, що обізнане з питань захисту прав споживачів, екологічних та етичних проблем суспільство свідомо чи несвідомо почало мотивувати організації до створення та реалізації різних програм соціальної відповідальності. У США та країнах Західної Європи почав активно зароджуватися феміністський та рух захисників довкілля, захисту прав споживачів.

На думку Девіда Геса, Ніколаса Роговські та Томаса Дафні, одним із ключових моментів (можливо, навіть переломних) в процесі переходу від «традиційної»

філантропії до усвідомленого поняття «соціальна відповідальність» виявився фактор «морального тиску». Саме наприкінці ХХ століття ми спостерігаємо соціальну активність з боку клієнтів, працівників, інвесторів, які одним із ключових факторів під час здійснення свого вибору називають моральність.

Фактично до 1990 року підприємства, що дотримувалися філантропічних поглядів, займалися благодійністю з метою «робити добро задля того, щоб добре виглядати», але поступово ці принципи змінилися. Покупці відають перевагу свідомим підприємствам із чітко визначеною соціальною відповідальністю перед суспільством, а більшість інвесторів хоче більше, ніж просто отримувати прибуток.

В незалежній Україні популяризація ідей соціальної активності та відповідальності бізнесу була започаткована союзом промисловців та підприємців (УСПП) та Українською асоціацією якості (УАЯ) у 1996 році, коли запроваджувалися концепції TQM (Total Quality Management) і моделі EFQM (European Foundation for Quality Management). У цих документах зазначалося, що будь-яка компанія, яка прагне досконалості, має задовольняти всі зацікавлені сторони, демонструючи при цьому постійне турботливе ставлення до споживачів, власного персоналу і суспільства, забезпечуючи охорону довкілля, здійснюючи благодійну діяльність та сприяючи сталому розвитку суспільства. Будь-яка компанія має усвідомлювати, що досягнення нею успіху можливе лише за умови, що її діяльність є корисною для суспільства, відповідає його цінностям та цілям [1].

У зв'язку зі зростанням інтересу до соціальної відповідальності бізнесу в Україні Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні провело презентацію ініціативи Глобального договору (Глобальний договір ООН (UN Global Compact)), тобто Ініціативи ООН, спрямованої на виявлення та поширення провідного досвіду у сфері розробки й реалізації соціальної відповідальності компаній. Договір ґрунтується на дев'яти принципах, запозичених із Загальної декларації прав людини, фундаментальних принципів МОП в частині права на працю, а також «принципів Ріо» щодо охорони навколиш-

нього середовища й розвитку. Договір закликає компанії вести справи на основі його принципів [2].

Сьогодні Україна перебуває в атмосфері надзвичайно складних економічних, політичних та соціальних перетворень. Держава знаходиться на межі банкрутства, а суспільство доведено до гуманітарної та соціальної катастрофи. Депресивний стан економіки не дає змогу утримувати належні соціальні стандарти у сільській місцевості. Українське село знаходиться на межі виживання: майже повністю зруйновано інфраструктуру, відсутнє кваліфіковане забезпечення надання медичних та освітніх послуг, молодь категорично відмовляється їхати в село.

Водночас це є періодом стрімкого становлення і розвитку громадянського суспільства, де головна роль має належати територіальній громаді. Кому, як не людям, що мешкають у сільській місцевості, вирішувати свою власну долю, хто краще за них знає, куди і на які потреби витратити кошти з місцевих бюджетів. А територіальна громада має формуватися на основі постійного сільського чи міського населення, що функціонує як самостійна адміністративно-територіальна одиниця або ж їх об'єднання.

Провівши відповідні дослідження, фахівці Світового банку розрахували, що мінімальна кількість населення територіальної громади з погляду ефективного управління має складати 5-6 тис. осіб. В Україні понад 30 тисяч населених пунктів налічує менше 5 тис. населення у кожному [5].

Відповідно до статті 6 Закону України «Про місцеве самоврядування» «територіальні громади сусідніх сіл можуть об'єднуватися в одну територіальну громаду, створювати єдині органи місцевого самоврядування з метою реалізації різних проектів або ж фінансування заходів, спрямованих на розв'язання їхніх спільних проблем» [3].

Проаналізувавши думки різних вчених, можна визначити основні ознаки, що характеризують наявність територіальної громади (рис. 1).

Як ми бачимо, територіальна громада може функціонувати, якщо кожен учасник психологічно ідентифікує себе зі спільнотою, має спільні інтереси з іншими учасниками, відчуває належність до спільноти та відповідальність перед нею, має почуття співучасті до подій у суспільстві. Наявність сукупності цих ознак називається «почуття спільноти».

Територіальна громада не може існувати без спільноти людей, які поєднуються історично, культурно або ж просто можуть бути сусідами.

Якщо говорити про наявність сусідських відносин, спільні для всіх правила і норми поведінки у суспільстві, певні суспільні послуги та організацію взаємозв'язків у виробничій діяльності, то це ознаки соціальної взаємодії.

І зрозуміло, ще однією з ознак є наявність місця у просторі, чи то в межах географічних, адміністративних чи економічних кордонів.

За своїм соціально-економічним змістом успішна діяльність громади передбачає налагодження відповідальної та взаємної співучасті усіх учасників. Для будь-якого бізнесу, а тим більше аграрного, територіальна громада – це не тільки географічне розташування підприємства. Перш за все власник має розуміти, що створює певний мікроклімат, середовище функціонування



Рис. 1. Основні ознаки, що характеризують наявність територіальної громади

Джерело: власна розробка автора за матеріалами [2]

його потенційних інвесторів, клієнтів та працівників. Успішні підприємці мають розуміти, що єдиний шлях до побудови ефективного бізнесу – це перш за все розвиток громади, в яку ви, вкладаючи ресурси сьогодні, фактично закладаєте фундамент для розвитку бізнесу в майбутньому.

Все актуальніше з кожним роком для України постає питання соціальної відповідальності підприємців саме аграрного бізнесу, що можна пов'язати з такими групами причин:

– агрохолдинги та корпорації все частіше відчують на своїй діяльності вплив зовнішнього середовища та зобов'язані швидко та вчасно реагувати на його запити, а особливо тоді, коли це стосується питання соціальної орієнтації;

– за ступенем інтелектуалізації праці, збільшення ролі людського капіталу поступово змінюється розуміння працівниками поняття гідного робочого місця, справедливості винагороди за працю, ефективності зайнятості, зростають їх вимоги до компанії-роботодавця [6];

– поширення принципів відкритості й прозорості діяльності компаній робить доступною для працівників і споживачів будь-яку інформацію про функціонування компанії, отже, значення доброго іміджу дедалі посилюється;

– зростає увага потенційних інвесторів до інформації про конкурентоспроможність компанії, її турботу про довкілля, соціальну відповідальність тощо [7].

Ці ж чинники спричинили й активізацію наукових розробок питань соціальної відповідальності бізнесу, однак теоретична складність поняття і виняткова практична значимість цього соціального феномена потребують подальшого дослідження.

В науковій літературі можна знайти надзвичайно велику кількість трактувань поняття «соціальна відповідальність» або «корпоративна соціальна відповідальність». Проаналізувавши їх більшість, ми дійшли висновку, що всі вони зовсім різні, а іноді навіть можуть суперечити одне одному. Залежить це від вибраного підходу визначення цілей організації та тих учасників процесу, які роз'яснюють це поняття. Абстрактно основні, на нашу думку, позиції можна згрупувати та охарактеризувати таким чином (табл. 1).

Україна – це аграрна країна, де зосереджено близько 25% найродючіших чорноземів всієї планети, яку, як правило, обробляють жителі сільської місцевості. Незважаючи на складний економічний та політичний час, аграрний бізнес залишається одним із найприбутковіших. І тут ми можемо спостерігати певний парадокс: власники агробізнесу багатшають, а люди, що найняті обробляти землю, на якій живуть, біднішають.

Саме тому ми вважаємо, що шлях до ефективного розвитку сільських територій можливий лише за умови успішного функціонування механізму взаємодії «громада – влада – бізнес». Сьогодні вести бізнес без урахування потреб власного персоналу (як правило, це місцеві жителі, найняті на роботу), місцевих громад та навколишнього природного середовища в сучасних умовах недопустимо.

Підкреслюючи головні ознаки та дослідивши тлумачення провідних європейських організацій, наведемо декілька визначень соціальної відповідальності, які, на нашу думку, найбільше та найвлучніше можуть охарактеризувати це поняття (табл. 2).

Отже, проаналізувавши деякі думки різних науковців та установ, щодо визначення соціальної від-

Таблиця 1

Визначення «соціальної відповідальності» залежно від підходу до визначення цілей організації

Цільова аудиторія, учасники процесу	Тлумачення поняття «соціальна відповідальність»
Ділові люди, підприємці, роботодавці	Схильні розуміти цю відповідальність передусім як розвиток свого бізнесу, сумлінну сплату податків, дотримання законів і своєчасну виплату заробітної плати працівникам.
Наймані працівники	Найчастіше розуміють соціальну відповідальність бізнесу як соціальну політику підприємства, відповідальність роботодавця щодо колективу співробітників. Таке розуміння може мати різне наповнення: від простого виконання законів у сфері організації й оплати праці аж до патерналістського уявлення про господаря, що по-батьківськи опікується проблемами своїх працівників.
З позицій споживача	Соціальна відповідальність бізнесу означає обов'язок виробляти лише якісну, нешкідливу для споживачів продукцію, надавати про неї правдиву інформацію, не заохочувати розширення споживання некорисної продукції, не завищувати ціни на неї, не підтримувати шкідливі звички споживачів, знаходити способи зменшити негативний вплив продукції, яка шкідлива за природою.
Керівники місцевих органів влади	Нерідко мають своє розуміння соціальної відповідальності бізнесу як обов'язку підприємців на вимогу адміністрації надавати так звані благодійні внески в обмін на елементарне право спокійно вести законний бізнес на певній території.
З позицій ділового партнерства	Соціальна відповідальність компанії означає формування відносин з партнерами на принципах дотримання угод, професійних стандартів діяльності, фінансової відповідальності.
З позицій мешканців певної території і загалом нашої планети	Соціальна відповідальність компанії означає збереження природного середовища існування, економне споживання й відновлення використаних ресурсів, діяльність у гармонії з природою.

Таблиця 2

Основні визначення соціальної відповідальності

Джерело	Визначення соціальної відповідальності
Визначення із Зеленої книги Європейського Союзу	Інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємства в іхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі.
Міжнародний форум лідерів бізнесу, IBLF	Сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічного сталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.
Всесвітня ділова рада за сталий розвиток, WBCSD	Зобов'язання бізнесу сприяти сталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством загалом для поліпшення якості їхнього життя.

повідальності, можемо сказати, що, на нашу думку, соціальна відповідальність аграрних підприємств – це особливий вид добровільної діяльності підприємств, який формується внаслідок відповідних економічних, екологічних та соціальних зобов'язань, спрямованих на підвищення загальної ефективності і корисності в інтересах територіальної громади.

Сьогодні в світі науки існує велика кількість думок щодо виокремлення основних концептуальних підходів до визначення соціальної відповідальності, виникнення яких залежало безпосередньо від думки суспільства про те, яку роль бізнес мав відігравати у його функціонуванні.

Ознайомившись із основними теоріями, виділимо такі види підходів до концепції соціальної відповідальності.

«Корпоративний егоїзм», коли підприємство є ключовим механізмом лише для отримання максимального прибутку, а вся його соціальна діяльність має спрямовуватися виключно на досягнення найвищого економічного результату. Найвідомішим прихильником цього підходу є М. Фрідман, який говорив, що «існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за умови що він додержується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства». Отже, підприємство виконує свою основну економічну функцію отримання прибутку.

Наведені нижче підходи дають нам можливість зрозуміти, що поняття соціальної відповідальності та підходи до його визначення є абсолютно протилежними:

– забезпечує працівників робочими місцями, надає покупцям якісну продукцію;

– «корпоративний альтруїзм», що має базуватися на тому, що підприємства мають можливість впливати на суспільство, тому зобов'язані відповідально це використовувати;

– «соціальна вимога», відповідно чого підприємство повинно зосередити діяльність на вимогах суспільства, цим самим посилюючи свої позиції;

– «зацікавленість сторін», коли мають задовольнятися всі суб'єкти та об'єкти процесу діяльності підприємства;

– «підхід з позиції етики», в основі чого покладено ідею етичних зобов'язань представників бізнесу перед суспільством.

Таким чином, 83% українських споживачів вважають, що бізнес повинен розв'язувати соціальні проблеми у своєму місті та регіоні, 7% – у національному, 10% – у міжнародному [1] (рис. 2).



Рис. 2. Результати опитування українських споживачів щодо участі аграрного бізнесу у вирішенні соціальних проблем в Україні

Джерело: власна розробка автора

Для того щоб змінити та покращити соціально-економічну ситуацію у сільській місцевості, недоцільно говорити виключно про соціальну відповідальність тільки представників аграрних підприємств. Перш за все соціальну відповідальність несе та має гарантувати держава. Ще одними ключовими особами є представники територіальної громади. І тільки тоді, коли досягається рівноправна роль трьох учасників, можна говорити про успішний розвиток сільських територій. Ми передусім маємо бути соціально відповідальними та соціально активними перед самим собою, перед членами наших сімей, сусідами, друзями, колегами, громадою, роботодавцем, державою, природою.

Соціальна відповідальність як концепція заохочує кожну людину враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах [4].

Дослідження, здійснені Гарвардським та іншими американськими і британськими університетами, засвідчили, що темпи зростання компаній, які взяли на озброєння і ретельно втілюють у життя принципи соціальної відповідальності, в 2-4 рази вищі, ніж у їхніх конкурентів, котрі обмежують свої цілі лише здобуттям прибутку [1].

Висновки. Основна сутність соціальної відповідальності аграрного підприємства полягає в етичному відношенні до працівників, в тому, що мають дотримуватися їхні права та інтереси, виготовлятися безпечні та якісні товари та послуги для споживачів, дотримуватися закони, слід не шкодити, а дбати про природу, а також допомагати територіальній громаді у вирішенні її соціально-економічних проблем.

Ми вважаємо, що дотримання аграрними підприємствами таких базових правил гри має бути чітко регламентоване та контролюватися державою, що є соціальною відповідальністю останньої. Турбота та піклування представників агробізнесу про своїх робітників, споживачів, природу та членів територіальної громади понад встановлені законодавчі норми може означати поглиблений рівень соціальної відповідальності такого підприємства. І в такому разі доцільними є дослідження динаміки діяльності, проведення досліджень визначення та нагородження кращих, мотивація та підтримка з боку держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Bardina T. Ways to improve social responsibility of the agrarian enterprises operating in the joint territorial communities / T. Bardina // *Modern Science*. – 2017. – № 5. – P. 7-13.
- Березіна О. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» / О. Березіна // *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. – 2010. – Вип. 3(53). – Ч. 1. – С. 223-225.
- Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.
- Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. Мельник // *Економіка та держава*. – 2007. – № 5. – С. 72.
- Публікація ООН в Україні «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження». – К., 2005.
- Сапожник Г. Соціальна відповідальність бізнесу (етичний аспект) / Г. Сапожник // *Мультиверсум. Філософський альманах*. – 2003. – Вип. 33. – С. 58.
- Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: [монографія] / А. Колот, О. Грішнова та ін.; за наук. ред. А. Колота. – К.: КНЕУ, 2012.