

Секція: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ ЇХ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ

(Сілакова Г.В. , В'ялець О.В. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості в контексті досягнення їх стратегічних цілей/ Сілакова Г.В. , В'ялець О.В. // Можливості, проблеми та перспективи забезпечення сталого розвитку економіки: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 14 вересня 2019 року) / За заг. ред.: М. М. Палінчак, В. П. Приходько, А. Кrynski. – Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2019. С. 54-57.)

В'ялець Оксана Вікторівна
Сілакова Ганна Віталіївна
кандидати економічних наук,
доценти кафедри економіки, обліку та фінансів
Інституту післядипломної освіти
Національного університету харчових технологій

В сучасних умовах спостерігається тенденція зростання впливу бізнесу на всі сторони суспільного життя, зокрема на зростання добробуту населення, задоволення його матеріальних, соціальних та інтелектуальних потреб, скорочення соціальної нерівності та зменшення рівня безробіття в країні, що, в свою чергу, обумовлює високу значимість соціальної відповідальності підприємств. Соціальна відповідальність підприємств є об'єктивним етапом їх поступального розвитку, відповіддю на виклики глобальної економіки та динамічну зміну зовнішнього середовища.

Соціальна відповідальність у діяльності підприємств є надзвичайно актуальною з наступних причин. По-перше, в сучасних умовах бізнес розглядає соціальну відповідальність крізь призму потенційних вигод. По-друге, бізнес як рушійна сила враховує не тільки фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, а й активно впливає на їх формування та розвиток, а отже, соціальна відповідальність розглядається як дії, що спрямовані на створення сприятливого соціально-економічного середовища господарювання.

Таким чином, дослідження питань розробки та досягнення стратегії розвитку підприємств на основі концепції корпоративної соціальної відповідальності має важливе теоретико-прикладне значення як необхідної складової частини теорії та практики управління.

В силу певних об'єктивних причин становлення соціальної відповідальності в Україні істотно відрізняється від логіки її розвитку на Заході як у науковому обґрунтуванні, так і в практиці соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

Дослідження проблематики соціальної відповідальності підприємств простежується в значній кількості праць українських учених, серед яких Т.В. Березянка, О.О. Охріменко, Т.В. Іванова, А.М. Колот, Ю.В. Чала тощо. Водночас, дана проблематика залишається актуальною для дослідження гармонізації стосунків між підприємствами і суспільством.

Продовольча безпека країни, ефективне функціонування продовольчого комплексу потребує потужного розвитку сільського господарства, харчової промисловості та ефективної мережі збуту продукції. Тому, сучасний етап розвитку вітчизняного бізнесу потребує переосмислення своєї діяльності в частині усвідомлення відповідальності бізнесу перед суспільством та наявності дієвого механізму соціального контролю, що буде сприяти підвищенню добробуту і лояльності споживачів. Запровадження ефективної системи управління соціальною відповідальністю підприємств харчової промисловості є важливим напрямом досягнення їх стратегічних цілей, забезпечення та підвищення макроекономічної стабільності. Двостороннє формування комфортного бізнес-середовища на рівні держава – корпоративний сектор та суспільне середовище створюють можливість для реалізації національного потенціалу на зовнішніх ринках і слугують основою для реалізації потенціалу росту та наступних якісних трансформацій [1, с. 8]. Тому вивчення соціальної відповідальності підприємств харчової промисловості, як соціального явища, пропонуємо розглядати з позиції синергії врахування інтересів і цінностей суспільства та підприємств.

Принципи соціальної відповідальності стають однією зі складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію підприємства, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників [2, с. 275].

Першочергове значення в реалізації соціальної відповідальності має ефективна економічна діяльність, оскільки прибуток виступає передумовою організаційної спроможності та фінансової можливості підприємства вирішувати соціальні завдання. В контексті цього можна виділити три рівня реалізації соціальної відповідальності підприємства.

На першому рівні підприємство здійснює ефективну економічну діяльність, сплачує податки і гідну заробітну плату своїм працівникам. Тобто цей рівень є основою реалізації соціальної відповідальності підприємства.

Другий рівень соціальної відповідальності передбачає соціальні інвестиції внутрішньої спрямованості, що пов'язані зі створенням на підприємстві прийнятних умов праці, зміцненням здоров'я працівників, поліпшенням житлово-побутових і соціально-культурних умов працюючих та їх сімей тощо.

Третій рівень соціальної відповідальності характеризується інвестуванням коштів у вирішення проблем місцезнаходження підприємства, а саме: зниження рівня злочинності, допомога людям з певними захворюваннями, організація дозвілля молоді, покращення екологічної ситуації тощо.

В ринкових умовах господарювання соціальна відповідальність розглядається не тільки з точки зору благодійності, альтруїзму, але і з позиції отримання вигоди, зокрема:

- взаємодія підприємства із зацікавленими сторонами – вигідна взаємодія;
- зв'язок з бізнес-концепцією підприємства – інтеграція в систему управління підприємства;
- відношення до соціальних витрат - соціальна відповідальність розглядається не як витрати, а як інвестиції, що принесуть користь, ефект у майбутньому;
- відношення до прибутку - прагнення отримати не максимальний, а оптимальний прибуток;

- вплив на економічну стратегію - соціальна відповідальність розглядається не як обмеження, а як нові можливості для зростання, відкриття нових ринків збуту продукції тощо.

Діяльність підприємств харчової промисловості пов'язана, зокрема, з ризиками, спричиненими змінами внутрішнього попиту, змінами обсягів зовнішньої торгівлі, євроінтеграційними змінами у харчовому законодавстві до яких необхідно адаптуватися. Так, забезпечення контролю за небезпечними факторами, які є визначальними для безпечності харчової продукції, передбачає взаємодію бізнесу з контролюючими органами (зокрема з Держпродспоживслужбою).

В процесі розробки стратегії підприємств харчової промисловості важливого значення набуває забезпечення взаємозв'язку економічної та соціальної стратегій, оскільки економічні процеси завжди мають соціальний аспект, без урахування якого не може бути досягнута ефективність їх реалізації. У свою чергу, соціальні явища завжди мають економічну основу, поза якою вони не можуть бути реалізовані.

З метою забезпечення конкурентоспроможного розвитку важливо в стратегії підприємства передбачити економічні, соціальні, законодавчі обмеження, моральні, етичні вимоги суспільства тощо.

Інтеграція етичних аспектів у стратегію спрямована на демонстрацію підприємством його громадської позиції, посилення суспільної значимості економічної діяльності, що означає дотримання моральних і законодавчих обмежень з боку держави і суспільства. В подальшому тиск суспільства на підприємства буде мати тенденцію до зростання. Тому важливо на етапі формулювання стратегії визначити можливі варіанти зміни інтересів зацікавлених сторін, щоб стратегічні дії підприємств мали упереджувальний характер.

Соціальна стратегія спрямована на вирішення проблем місцевої громади, персоналу та інших зацікавлених сторін шляхом реалізації соціальних інвестицій. Реалізація соціальних інвестицій передбачає оцінку вигод, користі

соціальних заходів та їх впливу на перспективи розвитку підприємства зі стратегічних позицій.

Вибір напрямків соціального інвестування повинен відповідати критеріям вигоди, користі, ефективності, що передбачає ретельний аналіз зовнішніх та внутрішніх соціальних проблем. Соціальні інвестиції підприємства характеризуються такими особливостями, як спільне інвестування коштів із зацікавленими сторонами; складність оцінки ефективності; існування форм і методів інвестування, які не піддаються до приведення економічних показників вигоди; вкладення безоплатних фінансових ресурсів, матеріальних і нематеріальних активів.

Таким чином, досягнення стратегічних цілей підприємствами харчової промисловості вимагає перенесення акценту з максимізації прибутку на відповідальність перед майбутніми поколіннями та потребує:

- ефективного входного контролю якості сировини на підприємстві, що має безпосередній вплив на кінцевий результат діяльності (якість продукції і, відповідно, репутацію підприємства на ринку);
- виконання постачальником графіка поставок та оперативне реагування на можливі критичні ситуації (наприклад, заміна неякісної сировини);
- ефективне використання кадрового потенціалу, створення робочих місць;
- врахування інтересів всіх стейкхолдерів;
- виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного тощо);
- інвестицій для збалансованого розвитку підприємств у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Березянюк Т. В. Актуалізація суспільної та соціальної відповідальності корпоративного сектору. Науково-практичне видання. К. : Вид-во «Сталь», 2013. 91 с.
2. Чала Ю. В. Соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Проблеми і перспективи розвитку*

банківської системи України. Збірник наукових праць. 2014. Випуск 40. С. 275-285.