

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ КООПЕРАТИВНОГО БІЗНЕСУ

Н. О. Куровська, к. е. н., доцент

Житомирський національний агроєкологічний університет

Постановка проблеми. Сучасне становлення кооперативного бізнесу має базуватися на засадах соціальної відповідальності, що передбачає використання загальноприйнятних морально-етичних цінностей. Це обумовлено, передусім, необхідністю дотримання загальнолюдських норм поведінки, що створює необхідні передумови для взаємоузгодженої діяльності суб'єктів кооперативних відносин. Виходячи з досвіду зарубіжних країн, усвідомлення вагомості адаптації кооперативного бізнесу до суспільних потреб в цілому сприятиме формуванню соціально-відповідальної моделі розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми соціальної відповідальності кооперативного бізнесу всебічно розглянуто у працях багатьох вітчизняних науковців. Зокрема, В. Зіновчук висвітлює питання щодо необхідності адаптації та поширення європейської моделі кооперації на засадах соціальної відповідальності та взаємодії товаровиробників «у національних інтересах, що включає не тільки економічний, але й соціальний та екологічний аспекти» [4]. В. Звонар розглядає соціальну відповідальність як «соціоекономічний феномен», а відносини кооперації – у якості «колективного створення, отримання або споживання певного блага» [3]. Т. Костишина та Л. Рудич «визначають вплив стратегії соціальної відповідальності споживчої кооперації на формування людського потенціалу та забезпечення якості життя населення» [6]. Проте питання залишається актуальним і потребує подальшого дослідження у напрямку дотримання загальнолюдських норм поведінки та створенні необхідних передумов для взаємоузгодженої діяльності суб'єктів кооперативних відносин на основі використання загальноприйнятних морально-етичних цінностей.

Мета та методика дослідження. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні морально-етичних цінностей соціальної відповідальності у кооперативному бізнесі. Гіпотезою дослідження є припущення, що дотримання принципів соціальної відповідальності кооперативного бізнесу сприятиме забезпеченню потреб та інтересів його учасників за умови використання загальноприйнятних морально-етичних цінностей.

Теоретико-методологічною основою дослідження є системний підхід до пізнання фундаментальних положень економічної науки в умовах формування кооперативних відносин. У процесі дослідження застосовано метод аналізу та синтезу для критичного аналізу науковців щодо соціальної відповідальності кооперативного бізнесу; абстрактно-логічний метод (прийоми аналогії та співставлення, індукції та дедукції) – для обґрунтування актуальності досліджуваної проблеми та формулювання загальних висновків.

Результати дослідження. В умовах глобалізації економіки у процесі формування суспільних відносин роль та значення соціальної відповідальності набуває особливого значення, що широко відображено у працях сучасних науковців. Зокрема, О. Грішнова вважає, що основоположне значення формування і реалізації соціальної відповідальності всіх суб'єктів держави обумовлене тим, що вона: підвищує ефективність суспільства, сприяючи координації дій; створює сприятливий клімат для економічного зростання, підприємницької діяльності, соціального розвитку; зменшує соціальні, економічні, інвестиційні ризики; створює умови для сталого розвитку і передумови для успішного запобігання економічним кризам; сприяє людському розвитку за усіма напрямками та ін. [1]. Розвиток кооперативного бізнесу у ринковому середовищі передбачає необхідність формування й використання соціально-відповідального ставлення до всіх учасників підприємницького середовища.

У науковій літературі всебічно висвітлено значення соціальної відповідальності та її основних принципів для кооперативного бізнесу, що зумовлює інтерпретацію поняття кооперативу розглядати дещо з іншого виміру. Зокрема, В. Зіновчук трактує дане поняття не тільки у якості «соціально-економічного явища, але й емоційно-психологічної аури співробітництва» [4, с. 13]. Такий підхід ґрунтується на основних засадах та принципах соціальної відповідальності бізнесу в процесі формування корпоративних відносин, в основі яких закладено відповідні морально-етичні цінності.

Загальноприйнятні поняття «мораль» і «етика» варто розглядати у якості невід'ємних взаємопов'язаних складових, що формують відповідальне ставлення бізнесу до суб'єктів суспільних відносин. Н. Ковтун розглядає мораль з позиції специфічної сфери соціальної активності, для якої характерна єдність об'єктивної соціальної необхідності та суб'єктивно зорієнтованої свободи волі індивіда або соціальної групи [5]. Водночас, поняття етики являє собою систему моральних норм і цінностей, властивих певній спільноті, соціальній, професійній або іншій групі людей [2].

Формування корпоративної етики в кооперації є невід'ємним елементом забезпечення культури поведінки та волевиявлення кожного учасника кооперативних відносин. В. Звонар наголошує на тому, що безпосередньо «поведінка доброї волі проявляється як взаємодопомога учасників. Її суть – це взаємна підтримка, товарицькість, взаємний захист, розумна самопожертва заради спільного блага» [3, с. 87]. Основоположними засадами розвитку суспільних відносин є дотримання базових цінностей, що формують загальнолюдську поведінку та забезпечують умови для соціально-економічного розвитку бізнес-середовища.

В основі ціннісних орієнтирів необхідно виокремити такі взаємопов'язані поняття: відповідальність, чесність, справедливість, прозорість та повага (рис. 1).

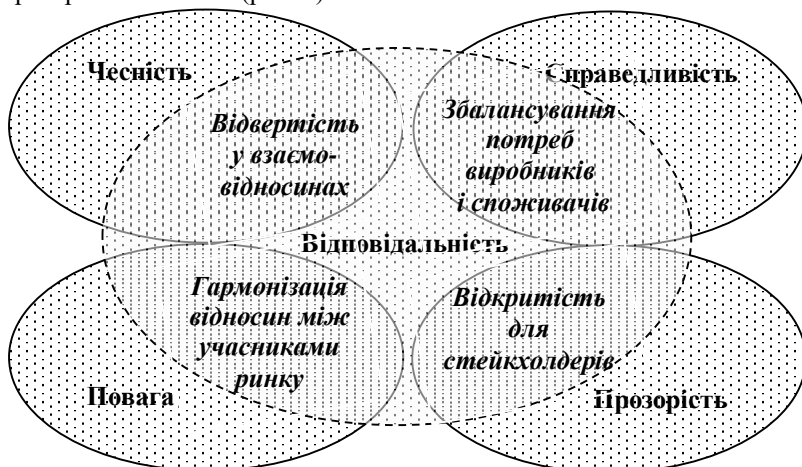


Рис. 1. Класифікація та взаємозв'язок морально-етичних цінностей кооперативного бізнесу

Джерело: власні дослідження.

Основою морально-етичних цінностей виступає відповідальність, що інтегрує в собі такі елементи: чесність, справедливість, прозорість та повагу. Зокрема, формування взаємозв'язків на основі чесності сприятиме відвертості, порядності та взаємодовірі між суб'єктами ринку, зміцненню благополуччя виробників та суспільства в цілому. Справедливість, у свою чергу, ґрунтується на дотриманні певних постулатів, що визначають морально-етичні норми поведінки індивідуума соціуму. Доцільним є застосування прозорості в якості ціннісного орієнтиру, що сприятиме

веденню кооперативного бізнесу шляхом відкритості спілкування, повноті, достовірності та доступності інформації про виробника і переробника сільськогосподарської продукції, а також є важливим напрямом взаємодії зі стейкхолдерами. Безперечно, завдяки існуючій повазі у колективі створюються необхідні засади для опрацювання та прийняття управлінських рішень, виходячи з власних економічних інтересів та наявних потреб партнерів по бізнесу.

Відтак, відображення морально-етичних цінностей кооперативного бізнесу дає підстави констатувати, що їх дотримання є необхідними сучасними атрибутами забезпечення ефективного функціонування. Формування основоположних морально-етичних цінностей у бізнесі є необхідною умовою його розвитку у середньостроковій та довгостроковій перспективах. В основі реалізації сучасної політики кооперативу мають бути закладені відповідні ціннісні орієнтири, що в своїй багатоманітності сприяють встановленню збалансованих взаємовідносин між усіма учасниками корпоративних відносин.

Висновки. Отже, роль соціально відповідального ставлення учасників кооперативного бізнесу набуває особливого значення з огляду використання суспільних заходів щодо виробництва та переробки сільськогосподарської продукції. Дотримання морально-етичних цінностей бізнесом спрямовано на відстоювання багатогранних інтересів всіх учасників кооперативних відносин, заснованих на принципах добросовісності, моральності та відповідальності. Результатом впровадження принципів соціальної відповідальності має бути забезпечення морально-психологічного та матеріального благополуччя соціуму в процесі здійснення кооперативної діяльності.

Список використаних джерел

1. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність в контексті подолання системної кризи в Україні. *Демографія та соціальна економіка*, 2011. № 1 (15). С. 39-45.
2. Енциклопедія сучасної України. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=18041
3. Звонар В. П. Соціальна відповідальність як соціоекономічний феномен: теорія та українські реалії / Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України. Київ, 2018. 288 с.
4. Зіновчук В. В. Чи підходить Україні європейська модель сільськогосподарської кооперації? *Кооперативні читання: 2014*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 27–29 берез. 2014 р. Житомир: ЖНАЕУ, 2014. С. 9–18.

5. Ковтун Н. М. Співвідношення морального і вольового у контексті дослідження соціальної активності. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* : зб. наук. пр. Запоріжжя : Вид-во ЗДІА, 2013. Вип. № 53. С. 239-250.
6. Костишина Т. А., Рудич Л. В. Стратегія соціальної відповідальності споживчої кооперації як складова формування людського потенціалу та забезпечення якості життя сільського населення. *Україна: аспекти праці*. 2015. № 6. С. 45–50.