

## ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ РИНКОВИХ СИГНАЛІВ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

асист. Дудкін О.В., студентка Щербаченко В.О.

Існує безліч ринків, де споживачі змушені використовувати ту чи іншу ринкову статистику для оцінки якості товарів, які їм доведеться придбати. Тобто споживач володіє лише статистичною інформацією про наявні товари, а продавцеві відома якість кожної одиниці товару. Так у виробників з'являється стимул пропонувати товари низької якості, оскільки високоякісні створюють репутацію взагалі-то не конкретному продавцю, а усім продавцям. На подібних ринках суспільні вигоди не співпадають з індивідуальними, тому у деяких випадках соціальна відповідальність може покращити добробут учасників угод.

На ринку, де продавець і покупець володіють різною інформацією про якість одиниць товару, що продаються, виникає *асиметрія інформації* – ситуація, в якій частина учасників угоди має важливу інформацію, котрої не мають інші зацікавлені особи.

*Несприятливий відбір* – ситуація, в якій одна сторона ринку не може спостерігати тип або якість товару, запропонованого іншою стороною. У нашому випадку, коли товари низької якості витісняють товари високої якості внаслідок значних витрат на отримання інформації. З цієї причини проблему несприятливого відбору інколи називають проблемою *прихованої інформації*.

Проблема асиметричної інформації може бути вирішена в тому разі, коли до покупців надходять сигнали про якість благ з боку продавців цих благ.

Все більше у суспільстві закріплюється думка, що принципи соціальної відповідальності є однією із складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію компанії, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників. Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки. Ринковими сигналами соціально

відповідальних, які дозволяють елімінувати інформаційну асиметрію, можуть бути:

- 1) стандарти соціальної відповідальності такі як:
- 2) співпраця зі ЗМІ – надання достовірної інформації про свою продукцію засобам масової інформації.
- 3) спеціальне маркування, знак відповідності або якості - захищений у встановленому порядку знак, застосований або виданий відповідно до правил системи сертифікації, який вказує, що забезпечується необхідна впевненість у тому, що дана продукція відповідає конкретному стандарту;
- 4) нагороди та місця у національних та міжнародних рейтингах;
- 5) соціальний звіт ;
- 6) біржові індекси, що надають оцінку ефективності компаній у галузі соціальної відповідальності (наприклад, індекс FTSE4Good).

Держава, у свою чергу, для усунення неповноти інформації про запропоновану на ринках продукцію може вжити таких заходів:

- приєднання до глобальних ініціатив;
- надання державних сертифікатів якості;
- встановлення законом вимог щодо соціальної відповідальності підприємств;
- підтримка наукових досліджень у сфері соціальної відповідальності;
- розробка національних стратегій.

Отже, асиметрія інформації – це досить несприятливе явище, що часто зустрічається на різних ринках, особливо товарному, і яке в результаті призводить зміни характеристик продукції. Характеристика товару чи послуги, яка була пов'язана з соціальною відповідальністю поступово зникне. Підприємства, що випускають високоякісну продукцію та є соціально відповідальними, зацікавлені в ліквідації подібних ситуацій, і шляхом надання адекватних ринкових сигналів споживачам (гарантій, заміни або безкоштовного обслуговування у разі виникнення проблем під час експлуатації товарів, сертифікатів якості) можуть її подолати, що дозволить їм здобути прихильність споживачів, реалізовувати свою продукцію на ринку та підвищувати прибутки. Держава також може впливати на ринкові ситуації: встановлювати стандарти якості; вести контроль за дотриманням цих стандартів та притягувати до відповідальності недобросовісних учасників угод.