

УДК 005.35

В. В. Кужель,

к. е. н., докторант, Уманський національний університет садівництва

Ю. В. Танасійчук,

викладач кафедри економіки, Уманський національний університет садівництва

## РЕАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

V. Kuzhel,

Ph.D., doctoral

J. Tanasiichuk,

lecturer, Department of Economics, Uman National University of Horticulture

### IMPLEMENT THE FUNCTIONS OF CSR ON ENTERPRISES AGRICULTURAL AND FOOD SECTOR

*Соціальна відповідальність є важливим інструментом підвищення репутації підприємства, довіри з боку суспільства, інвестиційної привабливості, капіталізації та конкурентоспроможності підприємств. Дослідження об'єктивних основ і форм реалізації соціальної відповідальності бізнесу пов'язане з необхідністю визначення функцій та тенденцій розвитку. Стаття присвячена розгляду значення соціальної орієнтації діяльності суб'єктів господарювання; приведено авторське бачення функцій соціальної відповідальності у сфері агробізнесу та їх характеристик.*

*Соціальна відповідальність бізнесу як найважливіший механізм задоволення інтересів суб'єктів ринку реалізує своє значення через призму функцій. Нормативна функція передбачає створення системи нормативів у життєдіяльності агропродовольчої сфери, а також надає їй цивілізованості і впливає на піднесення її розвитку. Функція стабілізації і розвитку дозволяє нарощувати ринкову вартість бізнесу, визначає пріоритетність галузі на державному рівні, підвищує конкурентоздатність галузі та країни на світових ринках; раціоналізації та ефективності — означає, що соціальні рішення повинні мати економічний та соціальний ефект; регуляторно-управлінська — передбачає регулювання і управління соціальними процесами та об'єктами в агропродовольчій сфері; систематизації — розгляд соціальної відповідальності бізнесу як динамічної системи, що визначає найраціональніші способи взаємодії в агропродовольчій сфері; перетворювальна — орієнтує соціальну відповідальність на перетворення соціальних проблем на прибуткову діяльність; мотивації — означає, що соціальна відповідальність стимулює інвестиційний та інноваційний розвиток агропродовольчої сфери; соціальної взаємодії — сприяє розвитку та підвищенню кваліфікації персоналу, підтримці місцевої громади, здійснення благодійної діяльності; захисту — соціальна відповідальність бізнесу сприяє забезпеченню безпечних умов праці та техніки безпеки, продовольчої безпеки, екобезпеки та охорони навколишнього середовища, запобігає виникненню соціальних ризиків.*

*У сучасних економічних умовах соціальна відповідальність бізнесу має стати основою вирішення соціально-економічних проблем суспільства. Її основне значення полягає в забезпеченні стійкості соціально-економічної системи за рахунок задоволення інтересів у зовнішньому і внутрішньому середовищі діяльності організацій. Масштаби соціальної активності в аграрній сфері можуть істотно зрости, якщо держава буде її заохочувати та стимулювати шляхом формування сприятливого соціально безпечного середовища для діяльності підприємств.*

*Social responsibility is an important tool for improving the reputation of the company, public confidence, attractiveness, capitalization and enterprise competitiveness. The research objective manner and form of implementation of social responsibility associated with the need to determine the functions and trends. The article is devoted to the social value orientation of business entities; given the author's vision of social responsibility functions in agribusiness and their characteristics. Corporate Social Responsibility as a key mechanism for meeting the interests of market actors realizing their importance in the light functions. Regulatory function provides for the establishment of standards in the life of the agro-food sector, and giving it a civilization rise and affect its development. Stabilization and development allows you to increase the market value of the business prioritizes the industry at the state level, increases the competitiveness of the industry and country in the world markets; rationalization and efficiency — meaning that social decisions should have an economic and social impact; regulatory and management — provides for the regulation and management of social processes and objects in the agri-food sector; systematization — Consideration of corporate social responsibility as a dynamic system that determines the most rational ways of interacting in ahroprodovoly area; transforming — social responsibility focuses on the transformation of social problems into profitable business; motivation — means that the social responsibility of stimulating investment and innovation development of agro-food sector; social interaction — and promotes staff development, support local community charitable activities; protection, social responsibility helps to ensure safe working conditions and safety, food safety, environmental safety and environmental protection, prevents social risks.*

*In the current economic conditions, corporate social responsibility has become the basis of the socio-economic problems of society. Its main value is to ensure the stability of the socio-economic system by satisfying the interests of the external and internal environment of organizations. The extent of social activities in agriculture may increase substantially if the state is to promote and encourage it by creating a favorable social and safe environment for entrepreneurs.*

*Ключові слова: соціальна відповідальність, концепція соціальної відповідальності, соціальні інтереси, агробізнес, стратегічний розвиток, функції.*

*Key words: social responsibility, the concept of social responsibility, social interests, agribusiness, strategic development functions.*

#### АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасні процеси розвитку соціально орієнтованої економіки, пошук нових підходів до ведення бізнесу,

методів прийняття управлінських рішень характеризуються істотними змінами у соціальній та економічній сферах діяльності підприємств. Будь-яке підприємство

агропродовольчої сфери прагне до максимальної економічної ефективності, але разом з тим набуває поширення діяльність підприємств, спрямована на зниження соціальної напруженості, поліпшення якості життя населення, захист навколишнього середовища, участь у вирішенні соціальних проблем спільноти. Це свідчить про зростання значимості соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність стає інструментом підвищення репутації підприємства, довіри з боку суспільства, інвестиційної привабливості, капіталізації та конкурентоспроможності підприємств.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання розвитку теорії та практики соціальної відповідальності бізнесу знайшли висвітлення в роботах зарубіжних та українських вчених: О.В. Черних, А. Алексєєва, А.Є. Гессен, С. Деркач, Т.С. Смовженко, А.Я. Кузнєцова, О.Б. Сівак, А.М. Колот, Г. Боуен, П. Друкер, А. Керолл, М. Мескон. Серед українських вчених цієї проблеми в різних її контекстах присвятили свої дослідження І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура, О.Г. Чирва, І.О. Крюкова, Т.Н. Гнатєва, О.В. Митяй, наукові розробки яких в аспектах формування інноваційного потенціалу підприємств, фінансового забезпечення їх стратегічного розвитку, державну підтримку інноваційного розвитку підприємств аграрного сектора і т.д. базуються на досвіді зарубіжних країн і моделях соціальної відповідальності [1 — 10].

### МЕТА СТАТТІ

Метою даної публікації є висвітлення та обґрунтування авторського бачення значення та функцій соціальної відповідальності у сфері агробізнесу.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Науково-технічний прогрес і швидке оновлення знань, які лежать в основі нових, більш сучасних технологій, ведуть до інтелектуалізації виробництва і вимагають збільшення витрат на підготовку та утримання висококваліфікованої робочої сили. Бізнес змушений прийняти на себе значну частину цих витрат, оскільки його власний розвиток знаходиться в прямій залежності від якості та можливостей людського капіталу, а підприємства агропродовольчої сфери не є виключенням



**Рис. 1. Основні функції соціальної відповідальності бізнесу в аграрній сфері**

Джерело: складено автором.

у такому розвитку ситуації. Інтелектуалізація людського капіталу призвела до появи нової парадигми взаємовідносин, заснованої на соціальній відповідальності бізнесу. Розширення і поглиблення ринкових відносин в умовах глобалізації світової економіки, зростання конкуренції зумовили наявність додаткових витрат, мінімізувати які можливо на основі узгодження інтересів між усіма основними учасниками ринкових відносин: бізнесом, державою та суспільством. У цих умовах бізнес змушений брати на себе відповідальність за певні напрями розвитку суспільства, безпосередньо не пов'язані з його господарською діяльністю (екологія, соціальні програми тощо).

Дослідження об'єктивних основ і форм реалізації соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері пов'язане з необхідністю визначення функцій та тенденцій розвитку. Соціальна відповідальність бізнесу як найважливіший механізм задоволення інтересів суб'єктів ринку реалізує своє значення через призму функцій (рис. 1).

Нормативне регулювання діяльності агропродовольчої сфери повинно бути спрямоване на формування сприятливого середовища і реалізовуватися відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави, бізнесу та громади на основі соціальної відповідальності. Реалізація нормативної функції передбачає закріплення чітких правових гарантій, які б забезпечували свободу і захист підприємців; розроблення актів, спрямованих на правове забезпечення соціальної взаємодії, а також на вдосконалення діючих правових інструментів, важелів, що регулюють діяльність бізнесу в аграрній сфері, з метою усунення суперечностей, що можуть гальмувати розвиток соціальних ініціатив. Нині в Україні у сфері соціально-економічних відносин діють різноманітні галузеві, державні та міжнародні нормативні документи. Вони є базою для розвитку та визначають умови реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

Нормативні документи не тільки відображають сталу бізнес-практику, але й представляють інтереси певних груп заінтересованих осіб — держави, споживачів, незахищених верств населення, бізнес-партнерів тощо.

Вони стосуються різних аспектів соціальної відповідальності бізнесу і дедалі більшою мірою впливають на господарську діяльність підприємства. З метою розробки рекомендацій для управління соціально відповідальною діяльністю підприємства теоретичний і практичний інтерес становить систематизація таких нормативних документів з урахуванням їх ієрархії, юридичної сили та сфери впливу [10].

Виконання нормативної функції фактично визначає юридичну відповідальність. На думку деяких авторів [11, с. 143], організація, яка підкоряється всім законам і нормативам, поводить себе юридично відповідально, але вона не обов'язково буде також вважатися соціально відповідальною. Проте, на нашу думку, компанія, яка виконує загальнообов'язкові вимоги нормативних документів, уже відповідає мінімальному рівню соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, зокрема у сфері агробізнесу.

Інтенсифікація споживчого впливу на функціонування бізнесу, поглиблення ролі ринкової поведінки, що орієнтована на споживача, посилення конкурентної боротьби, функціонування аграрного сектору в умовах ресурсних обмежень, в тому числі інвестиційних, вимагають формування якісно нової парадигми нарощування ринкової вартості бізнесу. Відповідно до сучасних ринкових умов здійснення ефективної операційної діяльності підприємством є безумовно визначальним, однак не достатнім параметром для тривалого стабільного розвитку та досягнення високої загальної соціально-економічної ефективності. З огляду на це, значна роль відводиться соціальній відповідальності у формуванні ринкового образу підприємства, який має бути привабливий для усіх учасників ринкових відносин, як якісного фактору підвищення ринкової вартості бізнесу.

Функція раціоналізації та ефективності реалізується через окупність соціальних інвестицій та раціональне спрямування ресурсів з метою досягнення економічного та соціального ефекту. Ресурсами соціальних

інвестицій можуть виступати: кошти суб'єктів господарювання, державних бюджетів різних рівнів, бюджетів місцевого самоврядування, інвестиції, кредити, кошти позабюджетних фондів і кошти громадян.

Однією з основних цілей державного регулювання бізнесу є розширення кола його соціальних функцій. Цього можливо досягти використовуючи як прямі, так і не прямі методи державного регулювання в аграрній сфері (на основі прийнятих законодавчих актів, на яких ґрунтуються дії виконавчої влади або за допомогою використання економічних фінансових важелів — податків, кредитів, відсотків, пільг тощо).

Діяльність у сфері соціальної відповідальності потребує систематизації для визначення стимулюючих факторів розвитку соціальної відповідальності та існуючих перешкод з метою їх усунення. Збір інформації можуть здійснювати інформаційно-аналітичні підрозділи органів влади або науково-дослідні установи, вищі навчальні заклади, консалтингові фірми, аналітичні центри тощо.

Економічне зростання лише тоді має сенс, коли супроводжується адекватними соціальними перетвореннями, покращуючи важливі соціально-економічні показники. Соціальна відповідальність бізнесу реалізує соціальні інтереси суспільства, досягаючи при цьому економічних конкурентних переваг у власній діяльності.

Функція мотивації реалізується через зміщення основних інструментів завоювання ринків в умовах їх насиченості у площину динамічної технологічної і організаційної конкуренції на основі інновацій, які дають можливість економити ресурси в процесі виробництва, експлуатації та споживання, на основі залучення інвестицій.

Відповідальність суб'єкта господарювання певною мірою відображає його залежність від соціального оточення, суспільства і держави. Водночас відповідальність суб'єкта пов'язана із залежністю від існуючих умов діяльності. У результаті така залежність сприймається ним як визначальний мотив для прийняття рішень і виконання цілеспрямованих дій. Вимоги держави, соціального оточення та суспільства до суб'єкта господарювання дістають певне вираження. Перш за все, вони розкриваються через моральні принципи і правила, які мають неформальний характер, не затверджені у законодавчому порядку, але, попри це, впливають на формування стандартів ділової етики. Такі стандарти слугують важливим орієнтиром для підприємства. Характер ділової етики зумовлює відповідальність за порушення чи недотримання вимог, встановлених угодою між заінтересованими особами, або за невиконання зобов'язань, взятих на себе певною стороною в односторонньому порядку (наприклад, постачальниками перед покупцем) [12, с. 86].

Успішна реалізація концепції соціальної відповідальності спрямована на створення умов для соціального розвитку в інтересах бізнесу, суспільства і держави, вимагає ефективних скоординованих дій усіх суб'єктів соціальної взаємодії. Соціальна відповідальність бізнесу має реалізовуватись і у внутрішній системі діяльності організації, і в підтримці місцевої громади, і в здійсненні благодійної діяльності.

Необхідною умовою забезпечення сталого розвитку суспільства та важливою обов'язковою складовою соціальної відповідальності бізнесу є екологічна відповідальність, яка реалізується через дотримання превентивного підходу до екологічних проблем, ініціативи спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища, розвиток та поширення безпечних технологій. Екологічна політика суб'єкти підприємництва має носити упереджу вальний характер в частині недопущення шкоди довкіллю, бути спрямована на збереження іміджу бізнесу щодо дотримання законів, виконання зобов'язань з природоохоронної діяльності.

## ВИСНОВКИ

У сучасних економічних умовах соціальна відповідальність бізнесу має стати основою вирішення соціально-економічних проблем суспільства. Її основне значення полягає в забезпеченні стійкості соціально-економічної системи за рахунок задоволення інтересів у зовнішньому і внутрішньому середовищі діяльності організації. Налагодження стабільного та ефективного зв'язку між агробізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем відбувається на основі функцій соціальної відповідальності. Масштаби соціальної активності в аграрній сфері можуть істотно зрости, якщо держава буде її заохочувати та стимулювати шляхом формування сприятливого соціально безпечного середовища для діяльності підприємців. Ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем мають відіграти органи місцевої влади.

Подальшої розробки та впровадження потребує механізм та інструментарій створення соціальної взаємодії через посередництво інститутів громадянського суспільства, наприклад, бізнес-асоціацій, ЗМІ, громадських благодійних організацій, наукових установ тощо.

### Література:

1. "Соціальна відповідальність": теорія і практика розвитку / за наук. ред. проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2012 — 500 с.
2. Деркач С. Бізнес має бути соціально відповідальним [Електронний ресурс] / С. Деркач. — Режим доступу: <http://www.stepanderkach.com.ua>
3. Сивак О.Б. Соціальна відповідальність в підприємницькій діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід / О.Б. Сивак // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. — 2012. — № 1 (22). — С. 333—338.
4. Черних Е.В. Особливості соціальної відповідальності бізнесу [Текст] / Е.В. Черних // Економічний вісник Донбасу, 2009. — № 3 (17). — С. 11—16.
5. Гришова І.Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, В.О. Нepochatenko // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2013. — № 2. — С. 47—51. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>
6. Гришова І.Ю. Державна підтримка регіональних програм інноваційного розвитку [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, В.А. Замлинський, В.В. Кужель // Еко-

номіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2013. — № 2. — С. 201—206. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>

7. Кужель В.В. Теоретичні засади модернізації аграрної економіки / В.В. Кужель, Я.В. Солтик. // Вектор науки ТГУ. Серія: Економіка и управление. — Россия. Тольятти. — 2012. — № 4. — С. 83—87.

8. Чирва О.Г. Генезис и тенденции развития системы управления региональной политикой повышения конкурентоспособности пищевых предприятий в Украине / О.Г. Чирва // Азимут научных исследований экономика и управление. — Тольятти. — 2012. — № 1. — С. 67—71.

9. Шабатура Т.С. Інвестиційні потоки як фактор нарощення інноваційного потенціалу підприємств [Електронний ресурс] / Т.С. Стоянова-Коваль, Т.С. Шабатура, В.О. Нepochatenko // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2013. — № 3. — С. 160—165. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>

10. Король С. Я. Нормативні документи із соціальної відповідальності бізнесу // Економіка України. — 2013. — № 9 (622). — С. 86.

### References:

1. Kolot, A.M. (2012), "Sotsial'na vidpovidal'nist": teoriia i praktyka rozvytku ["Social responsibility": the theory and practice of development], KNEU, Kyiv, Ukraine.
2. Derkach, S. (2014), "Business must be socially responsible", [online], available at: <http://www.stepanderkach.com.ua> (Accessed 10 July 2014).
3. Syvak, O.B. (2012), "Social responsibility in business: domestic and international experience", Problemy teorii ta metodolohii bukhhal'ters'koho obliku, kontroliu i analizu, vol. 1 (22), pp. 333—338.
4. Chernykh, E.V. (2009), "Features of Corporate Social Responsibility", Ekonomichnyj visnyk Donbasu, vol. 3 (17), pp. 11—16.
5. Hryshova, I.Yu. and Nepochatenko, V.O. (2013), "The impact of the institutional framework for the development of innovation and investment companies", Ekonomika: realii chasu, vol. 2, pp. 47—51.
6. Hryshova, I.Yu. Zamlyns'kyj, V.A. and Kuzhel', V.V. (2013), "Government support for regional innovation development programs", Ekonomika: realii chasu, vol. 2, pp. 201—206.
7. Kuzhel', V.V. and Soltyk, Ya.V. (2012), "The theoretical basis of the modernization of Agricultural Economics", Vektor nauky THU. Seryia: Ekonomika y upravlenye, vol. 4, pp. 83—87.
8. Chyrva, O.H. (2012), "Genesis and development trend of the control system of regional competitiveness policies of food enterprises in Ukraine", Azymut nauchnykh yssledovanyj ekonomika y upravlenye, vol. 1, pp. 67—71.
9. Stoianova-Koval', S.S. Shabatura, T.S. and Nepochatenko, V.O. (2013), "Investment flows as a factor in lengthening the innovation potential of enterprises", Ekonomika: realii chasu, vol. 3, pp. 160—165.
10. Korol', S. Ya. (2013), "Regulatory documents of social responsibility of business", Ekonomika Ukrainy, vol. 9 (622), p. 86.

Стаття надійшла до редакції 11.07.2014 р.