

УДК 005.35:631.11

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

І. Яців, д. е. н., професор

ORCID ID: 0000-0002-2370-6351

Львівський національний університет природокористування

П. Кушка, аспірант

ORCID ID: 0000-0003-4190-8747

Львівський національний університет природокористування

© І. Яців, П. Кушка, 2022

<https://doi.org/10.31734/agrarecon2022.01-02.035>

Яців І., Кушка П. Організаційно-економічний механізм формування соціальної відповідальності аграрних підприємств

Соціальна відповідальність підприємства розглядається як сукупність його відносин зі стейкхолдерами. У рамках цих відносин підприємство добровільно бере на себе зобов'язання щодо врахування інтересів суб'єктів, на яких воно впливає своєю діяльністю. Охарактеризовані особливості розвитку соціальної відповідальності аграрних підприємств.

Забезпечення розвитку соціальної відповідальності підприємств обумовлює потребу у формуванні ефективного управлінського інструментарію – організаційно-економічного механізму формування відповідних відносин. Цей механізм розглядається як сукупність організаційних форм реалізації відносин соціальної відповідальності, принципів, методів, інструментів, що їх застосовує підприємство задля досягнення своїх цілей. Зазначені інструменти, що застосовуються аграрними підприємствами в рамках відносин соціальної відповідальності. Ці інструменти згруповані за видами відносин аграрного підприємства – як роботодавця, постачальника (продавця) продукції, ділового партнера, користувача природних ресурсів, члена бізнес-спільноти. Показано, які завдання можуть виконувати підприємства застосуванням цих інструментів. Кожне аграрне підприємство може знайти певну нішу в системі відносин соціальної відповідальності та визначити застосовувані при цьому інструменти, які б узгоджувалися з його економічним потенціалом, розміром землекористування, спеціалізацією тощо.

Наведені основні принципи формування соціальної відповідальності підприємств – добровільності, неухильного дотримання правових норм, етичності, прозорості та відкритості, комплексності, ефективності. Показано, що соціально-економічний механізм формування соціальної відповідальності спрямований на досягнення певних цілей, які ставить перед собою підприємство. Мотивацією при визначенні цих цілей є як моральні міркування керівників (власників) підприємства, так і можливість досягнення певних конкурентних переваг. Зазначено, що організаційно-економічний механізм формування соціальної відповідальності доцільно посилити інструментами державної регуляторної політики.

Ключові слова: *аграрні підприємства, соціальна відповідальність, організаційно-економічний механізм, благодійництво, територіальні громади, державне регулювання.*

Yatsiv I., Kushka P. Organizational and economic mechanism of formation of the social responsibility of agrarian enterprises

The article considers social responsibility of an enterprise as a set of its relations with stakeholders. Within the relationship, the company voluntarily takes responsibilities to consider interests of the entities, which are

influenced by the enterprise's activities. The work gives characteristics of the features of development of the social responsibility of agrarian enterprises.

Ensuring development of the social responsibility of enterprises necessitates formation of the effective management tools, i.e. an organizational and economic mechanism for establishment of the appropriate relationship. The mechanism is considered as a set of organizational forms of implementation of the relationship of social responsibility, principles, methods, and tools used by the enterprise to achieve its goals. Those tools are used by agrarian enterprises within the framework of social responsibility. Those tools are grouped by the types of the agrarian enterprise's relations – as an employer, supplier (seller) of products, business partner, consumer of natural resources, member of a business community. It is shown what tasks can be solved by the company by using those tools. Each agrarian enterprise can find some niche in the system of social responsibility and identify the tools used to meet its economic potential, size of land use, specialization, etc.

The research describes basic principles of formation of enterprises' social responsibility – voluntariness, strict observance of legal norms, ethics, transparency and openness, complexity, efficiency. It is shown that the socio and economic mechanism of the social responsibility formation aims at achieving certain goals set by the company. Identification of the goals is motivated both by the moral principles of the enterprise's managers (owners) and the ability to achieve certain competitive advantages. It is noted that the organizational and economic mechanism of the social responsibility formation should be strengthened by instruments of the state regulatory policy.

Key words: *agrarian enterprises, social responsibility, organizational and economic mechanism, charity, territorial communities, state regulation*

Постановка проблеми. У світовій практиці в рамках розвитку моделей функціонування економічних систем сформувався чітко виражена тенденція до посилення соціалізації підприємницької діяльності. Суть останньої полягає в тому, що основна мета функціонування суб'єктів підприємництва – одержання прибутку – не повинна вступати у протиріччя із суспільними інтересами. Досягаючи основної своєї мети, підприємці мають дотримуватися принципів чесної конкуренції, піклуватися про найманих працівників, брати участь у проектах розвитку місцевих громад тощо. Постійна турбота про захист здоров'я персоналу підприємств, стан навколишнього середовища, несприйняття корупції, захист громадянських прав мають стимулюватися не регуляторними актами державної влади, а неформальними інституційними нормами, якими свідомо керуються суб'єкти господарювання усіх галузей і сфер національної економіки. Дотримання й поширення цих норм становить зміст соціальної відповідальності підприємців – як їх відповідальності за дії й учинки перед суспільством та його інститутами, відповідальності, що асоціюється з морально-духовним потенціалом, внутрішньою культурою (Колот ред., 2012, с. 3).

Соціалізація підприємницької діяльності у світовій практиці набуває поширення серед різних категорій суб'єктів господарювання. Вона утверджується як частина ділової культури та етики компаній в економічно розвинених країнах. Чимало українських підприємств також демонструють дії, що їх можна розглядати як практичне втілення засад соціальної відповідальності. Однак високі стандарти соціально відповідальної поведінки не набули поки що достатнього поширення у вітчизняній практиці підприємницької діяльності. Труднощі з їх поширенням є одним із проявів соціально-економічної кризи, в якій перебуває наша країна.

Поширення соціальної відповідальності як системи соціально-економічних відносин – актуальне завдання і для аграрного бізнесу. Важливість цього завдання посилюється ключовою роллю аграрного сектору економіки в забезпеченні продовольчої безпеки країни, вирішенні соціальних проблем сільських територій, для багатьох з яких характерні процеси економічної деградації та депопуляції. Сьогодні спостерігаємо загострення екологічних проблем, пов'язаних з інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва. Питання соціальної відповідальності тісно корелює із земельними відносинами, активна

трансформація яких відбувається зараз в Україні, з реалізацією євроінтеграційних планів нашої країни. Засади і методи поширення принципів соціальної відповідальності у практиці вітчизняних аграрних підприємств потребують теоретичного обґрунтування з урахуванням мінливих умов зовнішнього середовища, результати якого будуть придатні для практичного застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та прикладні аспекти формування соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва – предмет уваги багатьох зарубіжних та вітчизняних учених. Серед доробку останніх варто виокремити опубліковані останніми роками праці Звонара В. П. (2018), Мойсеєнко І. П., Куцика В. І. та Мойсеєнка І. В. (2020), Пушкар М. С. та Голінач Л. І. (2018), Сіренко Н. М., Лункіної Т. І. та Бурковської А. В. (2021), інших авторів. Вони ґрунтовно опрацювали питання суті соціальної відповідальності бізнесових структур, форм і засад її втілення, розглянули проблеми впровадження соціальної відповідальності у вітчизняній практиці тощо. Водночас спостерігаємо розбіжності у тлумаченні змісту соціальної відповідальності, підходів до управління процесом її впровадження у вітчизняній практиці, оцінки результатів відповідної діяльності підприємств.

Чимало публікацій присвячені формуванню соціальної відповідальності аграрних підприємств. Дослідники (Бардіна, 2017, с. 130; Зінчук та Левківський, 2019, с. 33; Пахуча, 2018, с. 351; Поленкова, 2020, с. 196) пропонують трактування сутності дефініції «соціальна відповідальність» стосовно аграрного бізнесу. Автори розглядають складові (Малік, Мамчур та Шпикуляк, 2017, с. 7) та напрями (Лункіна та Широка, 2018, с. 62), принципи і засади (Гудзинський та Судомир, 2018, с. 214; Лункіна, 2020, с. 391; Пахуча, 2018, с. 353) діяльності з впровадження соціальної відповідальності сільськогосподарськими підприємствами. У наукових публікаціях (Грицаєнко, 2021, с. 25; Лункіна

та Широка, 2018, с. 63; Миколенко, 2017, с. 65; Нагорний та Козлова, 2018, с. 35–36) детально висвітлені ефекти від впровадження соціальної відповідальності, отримувані як самими аграрними підприємствами, так і їхніми стейкхолдерами. Автори (Бардіна, 2017; Поленкова, 2020, с. 199) акцентують на ролі аграрного підприємництва в забезпеченні соціального розвитку сільських територій. Розглядаючи практичні аспекти впровадження соціальної відповідальності аграрними підприємствами, дослідники (Єрмаков та Нагорний, 2016, с. 170–171; Миколенко, 2017, с. 64–65; Лункіна та Широка, 2018, с. 64; Пахуча, с. 354) вказують на численні проблеми, серед яких – недостатня обізнаність та формальний підхід до здійснення відповідної діяльності, відсутність дієвої системи підтримки такої діяльності з боку державних структур, несформованість повноцінної законодавчо-нормативної бази, брак коштів у суб'єктів господарювання тощо.

У низці публікацій висвітлені питання методики оцінки результатів впровадження соціальної відповідальності підприємствами (Балуєва та Бондарук, 2017, с. 237–245; Звонар, 2018, с. 130–190; Малік, Мамчур та Шпикуляк, 2017, с. 11; Пушкар та Голінач, с. 143–164). Водночас недостатню опрацьованість цих питань розглянуто як недолік системи формування соціальної відповідальності бізнесу.

Вітчизняні учені описують позитивні приклади застосування соціальної відповідальності аграрними підприємствами стосовно переважно діяльності великих компаній. З огляду на це заслуговує на увагу висвітлення практики поширення соціальної відповідальності в сільському господарстві інших країн у працях Crowther D. and Vilke R. (2018), Hajdu A., Daziano M. F. and Visser O. (2021), Heyder M. and Theuvsen L. (2012), Luhmann H. and Theuvsen L. (2017), Mazur-Wierzbicka E. (2015), Poetz K., Haas R. and Balzarova M. (2013), Ratajczak M. (2014), Tallontire A. and Greenhalgh P. (2015), Xu Y., Chen H. and Zhai T. (2020) та інших дослідників. У цих публікаціях показано

досвід залучення до відповідної діяльності різних категорій і груп суб'єктів аграрного бізнесу.

Дослідники зауважують важливість системного підходу до формування соціальної відповідальності аграрних підприємств (Гудзинський та Судомир, 2018, с. 216), розглядають засади розробки й реалізації відповідних стратегій (Сіренко, Лункіна та Бурковська, 2020) і механізмів (Миколенко, 2017; Сіренко, Лункіна та Бурковська, 2021, с. 37–45). Водночас теоретико-методологічні та практичні аспекти організації впровадження соціальної відповідальності аграрними підприємствами потребують подальшого опрацювання, зважаючи на неоднорідність цих підприємств та динамізм процесів, що відбуваються у сфері аграрного підприємництва.

Постановка завдання. У нашому дослідженні ставили завдання розкрити сутність соціальної відповідальності як системи відносин суб'єктів підприємництва зі стейкхолдерами, охарактеризувати основні складові організаційно-економічного механізму формування соціальної відповідальності аграрних підприємств.

Методика дослідження та матеріали. У процесі дослідження застосовували низку загальних і спеціальних методів: абстрактно-логічний, індукції та дедукції – для формування теоретичних уявлень про сутність соціальної відповідальності, системно-структурного аналізу – для виділення основних складових організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності аграрних підприємств, аналізу та синтезу – для деталізації об'єкта дослідження, що дало змогу охарактеризувати низку особливостей і принципів формування зазначеного механізму.

Виклад основного матеріалу. Численні трактування дефініції «соціальна відповідальність підприємства (компанії, бізнесу)» в публікаціях зарубіжних і вітчизняних авторів загалом принципово не суперечать одне одному, а передають тими чи іншими формулюваннями її суть – дії підприємства мають узгоджуватися з

очікуваннями та інтересами його оточення (всіх категорій стейкхолдерів), суспільства загалом. У Міжнародному стандарті ISO 2600:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» (Guidance on social responsibility, 2010) зазначено, що розглядуваний термін передає відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище, що реалізується через прозору й етичну поведінку. Ця відповідальність відповідає сталому розвитку, зокрема охороні здоров'я і добробуту населення, враховує очікування зацікавлених сторін, узгоджується з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки, впроваджується в усій організації та практикується у її відносинах з іншими суб'єктами.

Окремі документи і наукові публікації конкретизують зміст соціальної відповідальності. Зокрема у схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2030 року (Про схвалення Концепції ..., 2020) зазначено, що йдеться про діяльність, яка спрямована на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище, створення довіри між бізнесом, суспільством та державою.

З'ясовуючи сутність соціальної відповідальності, вважаємо, що її слід розглядати як відносини підприємства (організації) зі стейкхолдерами, втіленням яких є конкретні дії відповідного суб'єкта. Природа відносин визначає наявність інституційного їх забезпечення через певні норми (формальні й неформальні). Розглядаючи соціальну відповідальність як діяльність, можемо ідентифікувати її результати стосовно суб'єкта господарювання та його стейкхолдерів. Тому коли ведемо мову про формування соціальної відповідальності аграрних підприємств, маємо на увазі формування відносин, учасниками яких є ці підприємства.

Принциповим є питання про зв'язок відносин соціальної відповідальності з вимо-

гами чинного законодавства. У міжнародному стандарті ISO 2600:2010 йдеться про те, що дії в рамках соціальної відповідальності повинні не суперечити законодавству і міжнародним нормам поведінки. Водночас у низці наукових публікацій автори (Бардіна, 2017, с. 130; Гудзинський та Судомир, 2018, с. 214; Єрмаков та Нагорний, 2016, с. 169; Пахуча, 2018, с. 351) відносять до принципів соціальної відповідальності дотримання законодавчих норм у сфері податкових зобов'язань, екології, праці, прав людини тощо та розглядають застосування до порушників цих норм заходів впливу.

Уточнення, що діяльність у рамках соціальної відповідальності має узгоджуватися з чинними нормативно-правовими актами, доречно. Йдеться про те, що окремі дії підприємств, аргументовані «добрими намірами» та посиланнями на прогалини в законодавстві, можуть порушувати чинні правові норми. Не коментуючи допустимість таких випадків, зауважимо, що вони жодним чином не повинні прив'язуватися до практики соціальної відповідальності бізнесу. Зрозумілою є й позиція тих авторів, котрі відносять до соціальної відповідальності дотримання чинних законодавчих норм. Безліч випадків свідомого порушення таких норм трапляється в діяльності суб'єктів підприємництва, зокрема аграрного. Нерідко причиною порушення законодавства є неправомірні дії чиновників, що змушують підприємств до участі в різних корупційних схемах. Недосконалість інституційного поля в Україні є, з одного боку, одним із аргументів пропагування моделі соціальної відповідальності бізнесу, а з іншого, – ускладнює імплементацію цієї моделі у практику.

Водночас ототожнення соціальної відповідальності з дотриманням законодавчих норм (юридичною відповідальністю) неправильне. Визначальна ознака соціальної відповідальності – добровільність зобов'язань, які беруть на себе підприємці (Про схвалення Концепції ..., 2020). Принцип добровільності означає, що виконання взятих зобов'язань не прописане в нормативно-правових актах, тобто передбачає здійснення

підприємцями без зовнішнього примусу (з власної ініціативи) певних витрат понад встановлені податковим, трудовим, екологічним та іншим законодавством вимоги (Малік, Мамчур та Шпикуляк, 2017, с. 7). Прийняття таких зобов'язань є «велінням совісті суб'єкта» (Мойсеєнко та ін., 2020, с. 19), здійснюється, виходячи з його моральних переконань, етичних міркувань. Санкції за невиконання зобов'язань у рамках соціальної відповідальності можливі, якщо ці зобов'язання були зафіксовані в офіційних документах – договорах, контрактах, якими передбачена відповідальність за їх порушення.

Сутність соціальної відповідальності, засади її формування й реалізації не залежать від галузевої приналежності суб'єктів підприємництва. Водночас низка обставин, пов'язаних з діяльністю аграрних підприємств, впливає на особливості розвитку в їхньому середовищі відносин соціальної відповідальності. Ці особливості полягають у тому, що:

1. Діяльність аграрних підприємств неабияк позначається на природному середовищі, збереження якого є одним із основних завдань на всіх організаційних рівнях – від окремого суб'єкта господарювання до планетарного. Екологічні норми та механізми їх дотримання визначаються низкою державних регуляторних актів, дотримання яких, як зазначали, не належить безпосередньо до відносин соціальної відповідальності. Водночас далеко не всі аспекти, пов'язані з впливом інтенсифікації аграрного виробництва на навколишнє природне середовище, прописані в нормативно-правових актах. Від поведінки агровиробників залежать реальні результати зусиль зі збереження особливого виробничого ресурсу – земель сільськогосподарського призначення, які перебуваючи у приватній власності, залишаються національним надбанням.

2. Великі сільськогосподарські підприємства, які формують основу системи аграрного виробництва в Україні, нерідко є одним з основних чи навіть ключовим

суб'єктом підприємництва на локальному рівні. Це визначає винятково важливу їхню роль у вирішенні соціальних проблем відповідної території. Різностороння підтримка аграрними підприємствами економічного потенціалу територіальних громад, де переважає сільське населення, – важливий чинник успішної реалізації в Україні адміністративної реформи.

3. Параметри пропозиції сільськогосподарської продукції (за асортиментом, ціною та якістю) – основний чинник, що формує продовольчу безпеку країни, а відтак – і рівень життя її населення. Соціальна відповідальність не передбачає прямого регулювання спеціалізації сільськогосподарських підприємств чи умов продажу їхньої продукції, тут визначальний регуляторний вплив ринкової кон'юнктури. Однак ця відповідальність передбачає добровільну участь агровиробників у соціальних програмах та ініціативах, пов'язаних з формуванням продовольчої безпеки на регіональному і національному рівнях.

Вирішення проблем, пов'язаних із формуванням соціальної відповідальності бізнесу, вимагає застосування ефективного

управлінського інструментарію – механізму впливу на процес реалізації відповідних відносин. У рамках нашого дослідження його можна окреслити як організаційно-економічний механізм формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. Цей механізм розглядаємо як сукупність організаційних форм реалізації відносин соціальної відповідальності та принципів, методів, інструментів впливу, що їх застосовують суб'єкти таких відносин задля досягнення своїх цілей. Організаційну структуру механізму формують взаємозв'язки між суб'єктами відносин. Економічна його складова стосується використання методів, засобів, інструментів впливу на економічні інтереси цих суб'єктів.

Суб'єктами відносин соціальної відповідальності є безпосередньо аграрні підприємства та їхні стейкхолдери, склад яких визначається сферою реалізації цих відносин. Зміст взаємозв'язків (відносин) між цими суб'єктами визначається завданнями, які ставляться в рамках їхньої реалізації. Досягнення поставлених завдань передбачає застосування низки інструментів (див. табл.).

Таблиця

Інструменти, застосовувані аграрними підприємствами в рамках відносин соціальної відповідальності

Зміст відносин	Стейкхолдери	Інструменти
1	2	3
Відносини роботодавця		
Матеріальне стимулювання, соціальний захист працівників підприємства	Працівники підприємства, профспілкова організація	Формування ефективної системи оплати праці. Пропонування соціального пакету, що передбачає витрати на харчування, соціальне і медичне страхування, компенсацію транспортних витрат тощо. Фінансування оздоровчих та культурних заходів для працівників підприємства
Забезпечення безпеки на робочому місці	Працівники підприємства, профспілкова організація	Впровадження підвищених стандартів техніки безпеки, санітарно-гігієнічних умов на робочих місцях і комфортності праці. Представлення повної та достовірної інформації про ризики, пов'язані зі здоров'ям і безпекою праці на робочих місцях
Захист прав людини, формування професійної кар'єри	Особи – потенційні та фактичні працівники підприємства	Відсутність будь-яких форм дискримінації при прийомі на роботу, кар'єрному зростанні працівників підприємства. Недопущення (усунення) причин психологічних стресів у колективі. Надання можливості працювати за гнучким графіком, дистанційно. Реалізація заходів та програм професійного зростання працівників

ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ

Продовження таблиці

1	2	3
Підтримка системи підготовки кадрів	Заклади освіти, потенційні працівники	Спонсорська і грантова підтримка закладів освіти, зокрема аграрного профілю. Виділення стипендій, грантів для здобувачів освіти
Відносини підприємства зі споживачами їхньої продукції, діловими партнерами		
Забезпечення високої якості продукції, надійність постачання її споживачам на прийнятних для останніх умовах	Споживачі продукції підприємства – юридичні особи, населення	Прозорість і об'єктивність у наданні інформації про характеристики продукції, повнота цієї інформації. Невикористання коливань ринкової кон'юнктури для отримання надмірної вигоди через ущемлення інтересів покупців. Розвиток соціально відповідального маркетингу
Добросовісні ділові практики	Підприємства – ділові партнери	Дотримання етичних норм у відносинах з діловими партнерами (етичного кодексу підприємця). Відмова від відносин з тими суб'єктами, які допускають порушення законодавства в підприємницькій діяльності. Розвиток кооперації та інших форм економічної інтеграції з суб'єктами аграрного бізнесу
Відносини підприємства – користувача природних ресурсів		
Запобігання негативному впливу на навколишнє природне середовище	Населення як споживач природних благ	Упровадження безпечних технологій виробництва й переробки аграрної продукції. Профілактичні заходи з недопущення можливого забруднення довкілля, загроз для флори і фауни унаслідок господарської діяльності підприємства. Інформування громадськості про екологічні наслідки своєї діяльності
	Екологічні організації, наукові установи	Участь у заходах і програмах зі збереження довкілля. Підтримка наукових досліджень з розробки і впровадження екологічно безпечних технологій аграрного виробництва
Збереження земельних ресурсів	Власники земельних часток (паїв)	Реалізація в рамках відносин оренди земельних паїв довгострокових заходів з підвищення родючості угідь. Надання повної і прозорої інформації про стан використовуваних (орендованих) земельних угідь
Відносини члена бізнес-спільноти		
Діяльність з вирішення соціальних проблем, підтримання соціальних ініціатив на локальному рівні	Місцеве населення, органи державної влади і місцевого самоврядування, громадські організації	Діяльність з власної ініціативи з формування і розвитку соціальної інфраструктури сільських населених пунктів. Участь у соціальних проєктах, ініційованих органами державної влади і місцевого самоврядування. Членство в громадських організаціях, підтримка соціальних ініціатив таких структур
Благодійницька (волонтерська) діяльність	Особи (фізичні та юридичні), що потребують підтримки на засадах благодійництва	Участь у проєктах підтримки соціально незахищених верств населення, внутрішньо переміщених осіб, реабілітації учасників бойових дій. Співпраця з юридичними особами в рамках протистояння військовій агресії з боку Російської Федерації
Формування традицій і стандартів соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва	Органи державної влади, бізнес-спільнота	Розробка й реалізація стратегій соціальної відповідальності з урахуванням інтересів громади та суспільства. Участь у формуванні нормативних документів з підтримки практик соціальної відповідальності на різних організаційних рівнях. Запровадження соціальної звітності.

Коло стейкхолдерів, що отримують вигоди від розвитку соціальної відповідальності аграрних підприємств, доволі широке. Основними стейкхолдерами підприємства як роботодавця є його працівники. Учасником відносин соціальної відповідальності є й сформована трудовим колективом первинна організація профспілки на підприємстві. Взяті керівництвом профспілки зобов'язання щодо соціального захисту його працівників, безпеки на робочих місцях зазначають в укладеному з нею колективному договорі. Наявність дієвої первинної профспілкової організації можна розглядати як індикатор ефективності соціальної відповідальності підприємства.

Аграрні підприємства в рамках відносин соціальної відповідальності співпрацюють з освітніми та науковими закладами. Прикладом таких відносин є тісні контакти із Львівським національним університетом природокористування компанії «Контінентал Фармерз Груп». Компанія, крім того, що оплачує підготовку фахівців для власних потреб, постає спонсором низки освітніх та наукових проєктів. Її підрозділи є місцем проведення виробничої практики та інших навчальних занять студентів університету.

Наймасовішими групами стейкхолдерів у рамках відносин соціальної відповідальності аграрних підприємств є споживачі агропродовольчої продукції, місцеве населення. Формалізованими представниками їхніх інтересів на практиці є органи державної влади і місцевого самоврядування, громадські організації. Індикатором зрілості соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва є дотримання ними етичних норм ведення бізнесу з юридичними особами – діловими партнерами. Добросовісні ділові практики особливо важливі для забезпечення розвитку сільськогосподарської кооперації, що життєво необхідна для малих агро-виробників.

Соціальна активність аграрних підприємств здійснюється переважно на локальному рівні. Перспективи виходу на вищі організаційні рівні залежать від економічної потужності підприємства. В Україні відомі численні приклади реалізації

масштабних соціальних проєктів великими агрохолдингами. Водночас проявити себе як соціально відповідальний суб'єкт можуть будь-які за розмірами агровиробники, вибравши зручну для себе нішу та інструменти реалізації відповідних відносин.

Невід'ємною складовою соціально-економічного механізму є сукупність принципів, які визначають засади його функціонування. Дослідники (Гудзинський та Судомир, 2018, с. 214; Лункіна, 2020, с. 391; Пахуча, 2018, с. 353 та ін.) розглядають велику кількість принципів формування соціальної відповідальності підприємств. Найважливішими серед таких вважаємо принципи:

- добровільності – узяття зобов'язань щодо впровадження соціальної відповідальності без зовнішнього адміністративного примусу, виходячи з особистих міркувань керівництва (власників) підприємства;

- неухильного дотримання всіх правових норм у рамках відносин соціальної відповідальності;

- етичності, що передбачає врахування інтересів як безпосередніх стейкхолдерів підприємства, так і суб'єктів та структур, вплив на стан яких підприємства опосередкований;

- прозорості та відкритості, зокрема у представленні достовірної інформації про дії та наміри підприємства;

- комплексності, що передбачає впровадження соціальної відповідальності в усіх основних видах відносин підприємства зі стейкхолдерами;

- ефективності – зорієнтованість на досягнення певних цілей, які ставить перед собою суб'єкт підприємницької діяльності.

Рушійним елементом організаційно-економічного механізму формування соціальної відповідальності підприємства є отримувана останнім мотивація. Погоджуємося з дослідниками, які виокремлюють серед мотивів, що спонукають впроваджувати соціальну відповідальність, моральні міркування (Пахуча, 2018, с. 259; Hajdu, Daziano та Visser, с. 688). Особливо яскраво дія цього мотиваційного чинника проявляється у волонтерській діяльності –

одній із форм благодійності. Традиції безкорисливої турботи про ближнього притаманні українському суспільству. Новітнім їх втіленням стала масова участь у волонтерському русі аграрних підприємств у рамках протистояння військовій агресії Російської Федерації в Україні.

Стимулом для розвитку соціальної відповідальності підприємств є й отримання ефектів, що можуть бути трансформовані в конкурентні переваги. Зокрема, застосовуючи різноманітні інструменти в рамках відносин роботодавця, підприємство розраховує на зростання продуктивності праці, закріплення кваліфікованих кадрів, залучення до роботи перспективної вмотивованої молоді тощо. Серед інших ефектів, які в підсумку можуть бути трансформовані в економічну вигоду суб'єкта аграрного бізнесу, варто виокремити: формування позитивного іміджу підприємства як ділового партнера; зростання впізнаваності бренду, довіри з боку споживачів, що дає змогу збільшити ринкову частку підприємства; закріплення права на використання земельних ресурсів; формування цінних споживчих характеристик сільськогосподарської продукції через нейтралізацію негативних чинників забруднення навколишнього середовища; скорочення трансакційних витрат на основі розвитку партнерських відносин з органами державної влади, місцевого самоврядування та ін.

Практика свідчить, що наявності зазначених та інших ефектів недостатньо для гармонійного розвитку соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу, зокрема аграрного, в усіх можливих її проявах. Організаційно-економічний механізм формування соціальної відповідальності доцільно посилити інструментами державної регуляторної політики.

Природа соціальної відповідальності не передбачає значного державного втручання у відповідні відносини. Водночас доречними є певні податкові пільги для підприємств, що несуть витрати, пов'язані з благодійництвом, спонсоруванням соціальних заходів, реалізацією ініціатив з охорони

навколишнього середовища тощо. Певні переваги підприємствам можуть бути запропоновані в рамках участі у програмах державно-приватного партнерства, реалізація яких супроводжується діями цих підприємств на засадах соціальної відповідальності. Дотримання високих стандартів соціальної відповідальності належить розглядати як перевагу для аграрних підприємств, що беруть участь на конкурсних засадах у програмах пільгового кредитування, бюджетного відшкодування певних видів витрат.

Як важливий елемент організаційно-економічного механізму формування соціальної відповідальності доцільно розглядати впровадження практики соціальної звітності підприємств. Держава має розробити зручні й зрозумілі стейкхолдерам форми цієї звітності. Впровадження системи звітування про результати відповідної діяльності доцільно розглядати у контексті з трансформацією в бік пом'якшення державного адміністрування функціонування суб'єктів підприємництва.

Висновки. Соціальна відповідальність підприємств розглядається як сукупність їхніх відносин зі стейкхолдерами, в рамках яких суб'єкти господарювання добровільно беруть на себе зобов'язання щодо врахування інтересів цих стейкхолдерів. Рівень розвитку відносин соціальної відповідальності – важлива характеристика досконалості наявної моделі економіки, її відповідності суспільним інтересам. Завдання забезпечення цього розвитку обумовлюють потребу у створенні організаційно-економічного механізму формування соціальної відповідальності – управлінського інструментарію, що визначає принципи, методи та інструменти налагодження відповідних відносин.

Соціально-економічний механізм формування соціальної відповідальності спрямований на досягнення певних цілей, які ставить перед собою підприємство. Мотивацією при визначенні цих цілей є як моральні міркування керівників (власників) підприємства, так і можливість досягнення

певних конкурентних переваг. Численні інструменти в рамках розгляданого механізму можуть бути систематизовані за видами відносин аграрного підприємства – як роботодавця, ділового партнера, зокрема продавця (постачальника) продукції, члена бізнес-спільноти, користувача природних ресурсів. У застосуванні окремих інструментів відображено специфіку підприємницької діяльності в аграрному секторі економіки.

Кожне аграрне підприємство може знайти певну нішу в системі відносин

соціальної відповідальності та визначити застосовувані при цьому інструменти, які б узгоджувалися з його економічним потенціалом, розміром землекористування, спеціалізацією тощо. З іншого боку, обов'язкове дотримання низки принципів формування соціальної відповідальності підприємства, які не залежать від його галузевої приналежності. Удосконалення відносин соціальної відповідальності вимагає посилення механізму їхньої реалізації нормами в рамках державної регуляторної діяльності.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

Балуєва, О. В. та Бондарук, О. В., 2017. *Соціальна відповідальність*. Київ: Маріуполь: ДонДУУ.

Бардіна, Т. О., 2017. Соціальна відповідальність аграрних підприємств як невід'ємна складова розвитку сільських територій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*, 27 (1), с. 127–130.

Грицаєнко, М. І., 2021. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка АПК*, 5, с. 17–29.

Гудзинський, О. Д. та Судомир, С. М., 2018. Соціальна відповідальність бізнесової діяльності в аграрному секторі економіки. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*, 3, с. 211–218.

Єрмаков, О. Ю. та Нагорний, В. В., 2016. Методологічні засади поширення корпоративної соціальної відповідальності в аграрних формуваннях України. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*, 249, с. 165–174.

Звонар, В. П., 2018. Соціальна відповідальність як соціоекономічний ефект: теорія та українські реалії: монографія. Київ.

Зінчук, Т. О. та Левківський, Є. В., 2019. Корпоративна соціальна відповідальність вертикально інтегрованих структур аграрного бізнесу як умова сталого розвитку. *Економіка АПК*, 1, с. 39–49.

Колот А. М. ред., 2012. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку. Київ: КНЕУ.

Лункіна, Т. І. та Широка, А. І., 2018. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Modern economics*, 9, с. 60–66.

Лункіна, Т. І., 2020. Формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора економіки: концептуальні підходи. *Проблеми економіки*, 2, с. 389–396.

Малік, М. Й., Мамчур, В. А. та Шпикуляк, О. Г., 2017. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економіка АПК*, 12, с. 5–13.

Миколенко, І. Г., 2017. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*, 4, с. 62–72.

Мойсеєнко, І. П., Куцик, В. І. та Мойсеєнко, І. В., 2020. Регулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні. Львів: Видавництво ЛТЕУ.

Нагорний, В. В. та Козлова, Н. О., 2018. До питання формування корпоративної соціальної відповідальності на сільськогосподарських підприємствах. *Сучасні питання економіки і права*, 2, с. 32–39.

Пахуча, Е. В., 2018. Соціальна відповідальність аграрних підприємств: сучасний стан, проблеми і тенденції розвитку. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*, 4, с. 350–361.

Поленкова, М. В., 2020. Формування соціальної відповідальності аграрних підприємств в умовах сталого розвитку. *Проблеми економіки*, 4, с. 195–200.

Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р, 2020 [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text> [Дата звернення 10 квітня 2022].

Пушкар, М. С. та Голінач, Л. І., 2018. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика. Тернопіль: Карт-бланш.

Сіренко, Н. М., Лункіна, Т. І. та Бурковська, А. В., 2021. Соціальна відповідальність. Миколаїв: МНАУ.

Сіренко, Н. М., Лункіна, Т. І. та Бурковська, А. В., 2020. Стратегічний підхід до формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки України. *Економіка АПК*, 2020, 10, с. 62–70.

Crowther, D. and Vilke, R., 2018. Farmers' social responsibility to local community: does education matter? *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, 40 (2), p. 167–174.

Guidance on social responsibility. ISO 26000:2010, 2010. [online] Available at: <https://www.iso.org/obp/ui/ru/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> [Accessed 07 April 2022].

Hajdu, A., Daziano, M. and Visser, O. 2021. Institutions and individual values motivating corporate social responsibility activities in large farms and agroholdings. *International Food and Agribusiness Management Review*, 24 (4), p. 669–696.

Heyder, M. and Theuvsen, L., 2012. Determinants and effects of corporate social responsibility in German agribusiness: A PLS model. *Agribusiness*, 28 (4), p. 400–428.

Luhmann, H. and Theuvsen, L., 2017. Corporate Social Responsibility: Exploring a Framework for the Agribusiness Sector. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 30 (2), p. 241–253.

Mazur-Wierzbicka, E., 2015. The application of corporate social responsibility in European agriculture. *Miscellanea Geographica*, 19 (1), p. 19–23.

Poetz, K., Haas, R. and Balzarova, M., 2013. CSR schemes in agribusiness: Opening the black box. *British Food Journal*, 115 (1), p. 47–74.

Ratajczak, M., 2014. The implementation of selected elements of CSR concept on the example of agribusiness enterprises from Warmia and Mazury. *Management*, 18 (1), p. 109–123.

Tallontire, A. and Greenhalgh, P., 2015. Establishing CSR drivers in agribusiness. Final Report for Foreign Investment Advisory Service International Finance Corporation & World Bank. Natural Resources Institute, Kent [online] Available at: <http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/DOC19592.pdf> [Accessed 12 April 2022].

Xu, Y., Chen, H. and Zhai, T., 2020. Research on the Impact of Agricultural Enterprise's Social Responsibility on Enterprise's Continuous Innovation. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 71, p. 403–419.

Стаття надійшла 29.04.2022

