

започаткуванні бізнесу та пільгового кредитування наявних підприємницьких структур;

- пільговим оподаткуванням підприємців при створенні фермерських господарств, сільськогосподарських виробничих кооперативів, товариств та інших суб'єктів господарювання;

- забезпеченням підприємницьких структур і соціальної сфери високоякісними кадрами;

- забезпеченням підприємницьких структур матеріально-технічною базою для ведення господарської діяльності;

- наданням допомоги при відкритті бізнесу та інформаційного супроводу;

- використанням європейського досвіду з розвитку сільських територій на основі підприємницької моделі.

Очевидним є той факт, що сільське підприємництво є каталізатором розвитку сільської економіки та сільських територій. Від того, як активно буде розвиватися сільське підприємництво, буде залежати зростання доходів та покращення життя селян.

#### *Список використаних джерел*

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
2. Крупа В.Р., Мартинюк Н.В. Рівень життя сільського населення у контексті формування умов для людського розвитку. Агросвіт. 2013. № 24. С. 18-24. URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/24\\_2013/5.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/24_2013/5.pdf)
3. Усюк Т.В. Інституційні засади розвитку сільського підприємництва: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Житомир, 2014. 238 с. URL: [http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/4121/3/IZRSP\\_2014\\_238.pdf](http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/4121/3/IZRSP_2014_238.pdf)

УДК: 338.43:316.4

### **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Морозова О.Г.**

*кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
[postolgamorozova@gmail.com](mailto:postolgamorozova@gmail.com)*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет  
м. Херсон, Україна*

Згідно з Меморандумом про соціальну відповідальність бізнесу (підприємництва) в Україні під визначенням "соціальна відповідальність бізнесу" слід розуміти відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. [4].

Соціальна відповідальність бізнесу - це політика, яка свідомо і цілеспрямовано обирається підприємством для того, щоб не просто існувати (отримувати прибуток), а зробити свій позитивний внесок у розвиток сучасного суспільства.

За одним із визначень, соціальна відповідальність підприємств — це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [2].

За версією Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, соціальна відповідальність компаній — це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом. Згідно з проектом міжнародного керівництва із соціальної відповідальності ISO 26000, соціальна відповідальність бізнесу являє собою відповідальність

організації за вплив своїх рішень та діяльності (а саме: продукцію і послуги) 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 та міжнародним нормам поведінки.

Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку визначає соціальну корпоративну відповідальність як "зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя" [3].

Таким чином, можна сказати, що соціальна відповідальність - певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Такий підхід щодо концепції соціальної відповідальності передбачає взаємоузгоджене та гармонійне поєднання трьох найважливіших понять: людей, грошей і природи.

Визначення соціальної відповідальності підприємства (фірми) в Україні має бути особливим, враховуючи особливі соціально-економічні умови розвитку країни. Найбільш вдалим для нашої країни, на наш погляд, є трактування соціальної відповідальності підприємства (фірми) Артёмової Т. Вона розглядає соціальну відповідальність підприємства (фірми) як морально-етичну відповідальність бізнесових структур за рівень надання послуг, рівень якості виробленої продукції, а також створення гармонійного середовища відносини між працівниками, партнерами, споживачами та суспільством загалом у вирішенні соціальних проблем [1].

Виходячи з цього визначення, соціальну відповідальність зводиться до системи відносин в різних площинах: перша площина - це відносини внутрішньовиробничі і їх можна окреслити як ендогенні; друга площина - зовнішні відносини з іншими суб'єктами суспільства - екзогенні.

Бізнесові структури, що працюють в Україні, ще не усвідомлюють в повному обсязі свою роль і відповідальність у соціальному розвитку держави, а також свої стратегічні інтереси, тому у них виникає потреба в співпраці із державними та недержавними установами, організаціями у вирішенні соціальних проблем різного рівня. Сьогодні співпраця у сфері соціального партнерства бізнесу, влади, громадськості України є фрагментарними, безсистемними, але і на такому рівні ця співпраця дає позитивні результати. Передові підприємства, в основному представники великого бізнесу, починають звертати увагу на такі аспекти, як репутація, корпоративний бренд, корпоративна лояльність персоналу, лояльність бізнесу до соціального оточення.

В Україні ідея соціальної відповідальності бізнесу починає розвиватись і потребує досконалого пакету законодавчих актів. Західний стандарт мотивує підприємця здійснювати добровільні соціальні інвестиції. На відміну від нього, вітчизняні закони мають винятково примусовий характер. Українське законодавство накладає на бізнес низку обов'язкових соціальних функцій, що проявляє їх винятково фіскальне забарвлення. Соціальне страхування, яке за фактом відволікає 41,7 % доходів підприємств, побудовано на принципі без-альтернативності. Це примушує працедавців використовувати схеми "тіньової" оплати праці, а отже, обертається штучним скороченням соціальних виплат у майбутньому [5].

Український бізнес вважає, що суспільна активність необхідна, насамперед для поліпшення іміджу компаній, але при цьому нарікає на відсутність вільних засобів для соціальних інвестицій.

#### *Список використаних джерел*

1. Артёмова Т.І. Соціальна відповідальність організації: загальні принципи та умови її організації в Україні в контексті світового досвіду// Вісник Донецького Національного Технічного Університету.-2019.-№3.-С.114-115.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? Воробей В. // Києво-

Могилянська Бізнес Студія. – 2015. - №10.2

3. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства/ Пер. з англ. С. Яринич. - К.: Стандарт, 2005. - 302 с.

4. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, затв. рішенням громадського об'єднання «Форум соціально відповідального бізнесу України» 16 грудня 2005 року.

5. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток промисловості України: тенденції та закономірності// Актуальні проблеми економіки. - 2017 № 3(69). - С. 82-97.

УДК: 338.43:316.4 (477)

### АГРОБІЗНЕС УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

**Мухіна І.А.**

*кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів*

*m12018@ukr.net*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет  
м. Херсон, Україна*

Агробізнес України є молодим та перспективним видом економічної діяльності, який формується та розвивається. Таке становище призводить до того, що на підставі діючих форм та соціальних відносин виникають нові, пов'язані з ринковими реаліями. Особливості їх поєднання утворюють умови, в яких функціонує сучасна аграрна сфера та агробізнес, зокрема.

На сьогодні мало звертається уваги на взаємну залежність учасників виробничих процесів аграрної сфери, де кожен має власні економічні інтереси, але різні можливості їхньої реалізації. Таке становище хоч і ускладнює дослідження, однак дає можливість ширше висвітлити ситуацію й виділити тенденції функціонування та особливості взаємодії різних соціальних груп.

Завданням дослідження є аналіз існуючих в Україні соціальних, психологічних та ресурсних умов функціонування агробізнесу, що дозволить прогнозувати подальші тенденції його розвитку.

Протягом останніх 30-ти років ринкові відносини змінили сферу аграрного виробництва в Україні: майже зникли державні сільськогосподарські підприємства - колгоспи та радгоспи, натомість з'явилися великі агропромислові об'єднання - холдинги та середні - фермерські господарства. Все це відобразилося на економічному становищі людей й призвело до соціального розмежування та появи прошарків, яких не було раніше [3].

Відносини між цими прошарками не є простими. Розглянемо деякі їхні особливості за допомогою побудованої моделі (рис. 1).

Для побудови моделі, ми скористалися діючими в аграрній сфері економічними формами господарювання, де концентруються відповідні соціальні прошарки (групи). Чисельність, рівень доходів та ступінь економічного впливу учасників розподіляються пропорційно форм господарювання.

Так, серед учасників діють три різновеликі за чисельністю групи. Вони різняться між собою за обсягом економічних ресурсів, залучених у виробництво продукції і вектором соціально-психологічних прагнень, який значною мірою пов'язаний з їхніми економічними можливостями.

Верхівку соціальної піраміди займає невелика група власників торгово-промислового та кредитно-фінансового капіталу, адже сучасний аграрний бізнес, на відміну від сільського господарства, є однією з прибуткових та економічно привабливих сфер вкладання капіталу.