

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ

Ю. А. Кормишкін, кандидат економічних наук
Н. І. Галунець, здобувач

У статті обґрунтовано сутність поняття соціальна відповідальність бізнесу підприємства. Обґрунтовано, що соціально відповідальна діяльність аграрних формувань можлива лише за умови узгоджень чи взаємозв'язків між суспільством, державою та агроформуваннями. Визначено рівні та форми прояву соціальної відповідальності на підприємстві та принципи. Розглянуто найбільш успішні приклади застосування соціальної відповідальності в агроформуваннях.

Ключові слова: соціальна відповідальність підприємств, бізнес, агроформування, рівні, принципи, форми соціальної відповідальності.

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси, в яких функціонують вітчизняні агроформування, вплинули на зростання приватного капіталу та виходу на місцеві ринки потужних вітчизняних та іноземних агрокомпаній. У результаті в аграрному бізнесі виникла необхідність пошуку дієвих інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств для забезпечення їх сталого розвитку. Саме запровадження соціальної відповідальності в агроформуваннях стає тим інструментом, який вплине на досягнення їх стійкого розвитку за соціальним, економічним і екологічним напрямками і визначає актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення розвитку теорії та практики соціальної відповідальності аграрних підприємств було здійснено у працях зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: Ф. Аделькіна, Дж. Акерлофа, Д. Баюри, Г. Боуена, Н. Бурдіна, З. Галушки, П. Друкера, М. Дубініної, О. Дудкіна, А. Заїнчковського, В. Запухляка, А. Зінченко, О. Єрмакова, С. Козлова, А. Колота, С. Мельник, Ю. Нестерчук, І. Римар, М. Саприкіної, С. Туркіна, Н. Шмиголь, Л. Юзик, В. Якимця та інших. Однак, проблеми соціальної відповідальності в агроформуваннях потребують подальшого їх вивчення.

Метою дослідження є обґрунтування сутності соціальної відповідальності агроформувань, її рівні, форм прояву та необхідності активізації соціальної відповідальності в агроформуваннях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення в Україні достатнього рівня життя населення відбувається на основі реалізації програм розвитку соціальної інфраструктури підприємств, зокрема агроформувань, створення системи соціального забезпечення працівників та збереження навколишнього середовища. Саме агроформування в Україні є основою забезпечення всіх видів та форм життєдіяльності на селі, джерелами утворення супутніх та додаткових видів діяльності та виробництв. Невід'ємною складовою функціонуванням яких стає створення умов для розвитку соціальної відповідальності. Згідно з опитуваннями, проведеними ООН, реалізацією програм у сфері соціальної відповідальності у світі займаються понад 75,0% бізнесових структур [8, с. 15].

Соціальну відповідальність можна трактувати як зобов'язання, які добровільно беруть на себе компанії, підприємства, бізнес-групи для вирішення суспільно значущих проблем як у середині самої бізнес-спільноти, так і за її межами, тобто на виробничому, муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях. Іншими словами, соціальна відповідальність – це певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Слід зазначити, що вона постає вагомим напрямом діяльності та має суттєвий вплив на малий та середній бізнес, забезпечення сталого розвитку суспільства у цілому.

У дослідженнях Д. Баюри [2] зосереджено увагу на важливій складовій соціальної відповідальності бізнесу – відповідальності перед споживачами і наголошено, що вона полягає не лише у наданні товарів і послуг та збільшенні прибутку, а й у позитивному та конструктивному підході до прав споживачів, тим самим підвищуючи рівень соціально-трудових відносин. На думку автора, використання соціальної відповідальності має забезпечити мінімізацію ризиків та удосконалення взаємодії трьох головних контрагентів: бізнесу,

суспільства та держави. Зауважимо, що спільні, узгоджені дії держави, бізнесу і суспільства лежать в основі впровадження ідей сталого розвитку.

Таким чином, соціально відповідальна діяльність підприємства, а саме агроформування, можлива лише за умови трьох видів узгоджень чи взаємозв'язків:

- між агроформуванням і суспільством щодо їх очікувань та взаємного впливу їх рішень і дій (відповідальної поведінки);
- між агроформуванням та його зацікавленими сторонами щодо етично відповідального потенційного чи реального впливу на приватних осіб і підприємство;
- між зацікавленими сторонами та суспільством щодо узгодження, відповідності інтересів зацікавлених сторін, на які впливає агроформування, та очікуваннями суспільства, оскільки хоча зацікавлені сторони є частиною суспільства, вони можуть мати інтереси, які не відповідають очікуванням суспільства [11].

Соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, пов'язаних з основною діяльністю компанії або тими, що виходять за рамки певного мінімуму [1, с. 128]. Зокрема, соціальна відповідальність є виразом всієї багатоманітності соціально-економічних відносин у бізнесі, у т.ч. на рівні суб'єктів господарювання агросфери, та узагальнений вираз усіх форм відповідальності.

Розглядаючи соціальну відповідальність у площині агроформувань, звернемо увагу, що вона є засобом підвищення їх конкурентоспроможності завдяки вирішенню соціальних питань сільської місцевості та персоналу підприємства і можливістю отримання додаткового капіталу. Адже реалізація підприємством будь-яких соціально відповідальних програм вимагає прикладання певних зусиль і, як правило, пов'язана зі значними витратами.

Організація (підприємство) не може існувати у вакуумі, а тому розглядається як складова частина суспільства, яка функціонує для задоволення його потреб. Тож підприємство є членом суспільства, а тому норми моралі також повинні

управляти його поведінкою. Воно повинно діяти соціально відповідальним чином і сприяти зміцненню моральних засад суспільства. Отже, соціальна відповідальність є мотиватором діяльності агроформувань та запорукою вирішення соціальних проблем суспільства [2,13].

У науковій літературі [3,10,14] виділяють три рівні виявлення соціальної відповідальності підприємства, кожен з яких характеризує напрям та міру відповідальності менеджерів підприємства:

- перший рівень є базовим, що передбачає здійснення таких обов'язків: своєчасна виплата податків, заробітної плати, розширення штату;

- другий рівень – корпоративна відповідальність – передбачає, що менеджмент підприємств забезпечує працівників адекватними умовами не тільки роботи, а й життя: підвищення рівня кваліфікації персоналу, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Даний рівень являє собою реалізацію соціально відповідальної поведінки заради економічної вигоди;

- третій рівень – вищий рівень соціальної відповідальності, який передбачає благодійну діяльність, а також управління відповідно до стандартів у сфері екології, запровадження міжнародних стандартів і системи екологічного менеджменту.

У цілому, всі рівні єдині в одному: соціальна відповідальність підприємства - це відповідальність підприємства перед усіма людьми та організаціями, з якими воно стикається в процесі діяльності, і перед суспільством у цілому.

Запровадження соціальної відповідальності на підприємстві вимагає дотримання її основних принципів [9, с.16]:

- підзвітність, яка полягає у тому, що організація має звітувати щодо впливу від своєї діяльності на суспільство і довкілля;

- прозорість, яка означає, що суб'єктам господарської діяльності потрібно бути прозорими в їх рішеннях і діяльності, які впливають на інших. Прозорість не має на увазі розкриття службової інформації, а також інформації, що захищена від-

повідно до законів або може спричинити порушення правових зобов'язань;

- гуманність – визнання важливості і загальності прав людини, зазначених у Всесвітній Декларації з прав людини;

- страх як категорія, що обмежує ті сфери, на які за жодних умов не повинен поширюватися вплив людини (страх за майбутнє людства, породжений благоговінням перед життям);

- поміркованість у прийнятті тих чи інших рішень (мета поміркованості – збереження життя, і лише майбутнє покоління здатне повноцінно оцінити наслідки теперішньої діяльності);

- патріотизм як розуміння цінності та унікальності Батьківщини;

- відчуття обов'язку як моральні зобов'язання людини, котрі вона виконує з почуттям совісті;

- моральність як особлива сфера суспільної свідомості та вид суспільних відносин, мета яких – сформувати способи нормативного регулювання поведінки і дій людей у суспільстві за допомогою норм, принципів і категорій моралі;

- духовність як процес гармонійного розвитку духовних задатків людини;

- професійна компетентність як знання, досвід, здобування освіти з відповідної галузі діяльності;

- творча спрямованість як схильність до творчої ініціативи;

- працелюбність як риса характеру, котра полягає у позитивному ставленні особистості до процесу трудової діяльності, що виражається через активність, ініціативність, добросовісність, дисциплінованість тощо.

Отже, при дотриманні принципів соціальної відповідальності кожен з учасників підприємницької діяльності має свої вигоди. Дотримання принципів соціальної відповідальності вважаються однією із складових успішної стратегії розвитку агроформувань, що зміцнює їх імідж і репутацію, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників. Суспільство отримує можливість встановлення партнерських відносин між владою, бізнесом та громадськістю, можливість залучення інвестицій та покращення рівня життя населення певної країни. Врахування принципів соціальної відповідальності у

діяльності агроформувань повинно забезпечити формування довгострокових конкурентних переваг на рівні агроформування, досягнення сталого економічного розвитку сільських територій.

Дотримуючись принципів соціальної відповідальності менеджерам агроформувань варто звернути увагу, що існує дві її форми прояву: внутрішня та зовнішня.

До внутрішньої форми соціальної відповідальності відносять: безпеку праці, стабільність заробітної плати, підтримку гідного рівня заробітної плати, додаткове медичне і соціальне страхування працівників, розвиток творчого потенціалу працівників через навчальні програми та програми підвищення кваліфікації, надання допомоги в кризових ситуаціях. Вона передбачає всі соціально відповідальні дії керівництва агроформувань відносно своїх підлеглих.

Зовнішня форма реалізації соціальної відповідальності бізнесу вимагає від керівництва таких дій: спонсорство і корпоративна благодійність, охорона навколишнього середовища, взаємодія з місцевою громадою і владою, готовність допомагати в кризових ситуаціях, відповідальність перед споживачами товарів і послуг (виготовлення якісних товарів та надання якісних послуг) [11,14].

Проведені дослідження надали можливість визначити, що основними перешкодами становлення та розвитку соціальної відповідальності підприємств, відповідно і агроформувань, є такі: недосконалість законодавчої й нормативно-правової бази, що регулює можливості участі підприємств в соціальних програмах та закладів освіти у формуванні соціально відповідальних фахівців; відсутність сформованої і дієвої незалежної громадянської експертизи та оцінки результатів соціальних програм, стандартів і якості підготовки бізнес-фахівців; відсутність системи заохочення (морального та економічного) відповідальних суспільних суб'єктів [4, с. 62].

Якщо ж розглядати вітчизняну дійсність, то доцільно зазначити, що соціальну відповідальність запроваджено саме на великих рентабельних агроформуваннях. Саме агрохолдинги отримують великі прибутки і тому мають можливість

формувані стратегію розвитку бізнесу з урахуванням потреб суспільства. Велика частина агрохолдингів концентрує свою діяльність на трьох напрямках: охорона навколишнього середовища, якість забезпечення найкращих умов праці та підтримки місцевих громад. Безумовно, кожен з них є актуальним. Невеликі агроформування не можуть охопити всі три напрямки, але якщо щось можна зробити в одному з вказаних, то це вже свідчить про позитивні зрушення. На жаль, більшість фермерських господарств та інших невеликих агроформувань не покривають своїх витрат і не мають засобів для здійснення соціальних інвестицій.

Більшість великих агроформувань успадкували соціальну інфраструктуру, а саме: заклади охорони здоров'я та культури, дитячі садки, будинки відпочинку, житлово-побутові комплекси тощо. Саме утримання їх і є соціальною відповідальністю підприємства, недостатня бюджетна підтримка охорони здоров'я та освіти, культури та мистецтва в Україні спонукають агроформування підтримувати також і ці сфери, надавати адресну допомогу фізичним особам або здійснювати інвестиції у відповідні фонди [13].

Яскравим прикладом такого підприємства є Група Ukrlandfarming, яка є найпотужнішим в Україні вертикально інтегрованим аграрним холдингом, який керує найбільшим у країні і восьмим у світі банком родючого чорнозему площею 654 тис. гектарів.

Соціальна політика Групи Ukrlandfarming спрямована на забезпечення високого рівня мотивації працівників, збереження здоров'я, гарантування безпечних і комфортних умов праці і, таким чином, на підвищення рівня їхньої корпоративної культури і лояльності [6].

Соціальна політика Ukrlandfarming PLC базується на таких принципах:

- дотримання чинного законодавства про працю,
- забезпечення гідного і конкурентоспроможного рівня винагороди,
- розвиток управлінського потенціалу співробітників,
- соціальна підтримка працівників,

- створення безпечних умов праці та охорона здоров'я всіх працівників.

Усвідомлюючи свою соціальну відповідальність як одного з найбільших працедавців, Ukrlandfarming PLC інвестує в розвиток свого персоналу, створюючи можливості для самореалізації й навчання працівників. Так, навчання спеціалістів і управлінців Компанії здійснюється на базі Корпоративного університету, який є єдиним центром управління системою знань на всіх підприємствах Ukrlandfarming PLC. Інвестиції в людський капітал – один із основних факторів успіху в довгостроковій перспективі. Ukrlandfarming постійно дбає про розвиток і підвищення кваліфікації своїх працівників, їхньої мотивації та відданості корпоративним цінностям.

З метою популяризації активного способу життя серед своїх працівників Група проводить колективні спортивно-оздоровчі заходи. Так, 2013-го року відбувся корпоративний чемпіонат з міні-футболу серед регіональних управлінь. Також співробітники Компанії здійснили сходження на Говерлу і взяли участь у благодійному «Пробігу під каштанами» у Києві [6].

Соціальна програма, яку реалізує Ukrlandfarming PLC, охоплює школи й дошкільні навчальні заклади, школи-інтернати для дітей з фізичними вадами, лікарні, будинки культури, розташовані переважно в районах, де є виробничі потужності Групи.

За кошти Компанії щорічно здійснюються ремонти приміщень, а також інші необхідні відновлювальні роботи. У школах, дитячих будинках відкриваються комп'ютерні класи і проводиться Інтернет. Компанія надає спонсорську підтримку українським спортсменам, серед яких чемпіон світу і бронзовий призер Олімпійських ігор з аматорського боксу Тарас Шелестюк та чемпіон Європи з аматорського боксу Богдан Шелестюк. Група також активно підтримує регіональні футбольні команди [6].

Заслуговує на увагу досвід соціальної відповідальності компанії «НІБУЛОН», яка за 24 роки своєї діяльності інвестувала в економіку України понад 1,6 млрд доларів США. На сьогоднішній день компанія розвинула свою структуру до 43 підрозділів у

12 регіонах України та ефективно обробляє 82,5 тис. га орендованих земель сільськогосподарського призначення.

Соціальна відповідальність є важливою складовою діяльності компанії «НІБУЛОН», що ґрунтується на принципах відповідальності, надійності та урахування інтересів суспільства [7].

Соціальна відповідальність для компанії «НІБУЛОН» – це не спонсорство і не реклама, а щира зацікавленість у наданні українській громаді ширших можливостей, покращенні рівня життя кожного українця. Адже сталий розвиток українського суспільства є невід’ємним аспектом стратегії компанії «НІБУЛОН» з розвитку вітчизняного аграрного сектора. Ця етична складова бізнесу є запорукою поваги та підтримки компанії з боку української громади.

Генеральний директор ТОВ СП «НІБУЛОН» Олексій Вадагурський вважає, що на сьогодні в Україні соціальна відповідальність бізнесу знаходиться в стадії розвитку, тому навіть у тому випадку, якщо компанія проявляє соціальну відповідальність, тобто допомагає державі вирішувати соціальні проблеми, до неї все одно неоднозначне відношення, її обов’язково в чомусь підозрюють. І щоб показати справжнє лице, потрібно створювати довкола компанії сприятливе соціальне середовище та інтегруватися в те середовище, в якому ми працюємо [7].

Соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу компанія «НІБУЛОН» реалізує за такими напрямками:

- забезпечення належних умов для здобуття базової освіти;
- покращення рівня медичного обслуговування;
- розбудова інфраструктури українського села;
- охорона та збереження навколишнього середовища;
- впровадження енергозберігаючих новітніх технологій на виробництві;
- рівні можливості та найкращі умови праці.

Свою роботу компанія будує у відповідності з визнаними світовими стандартами Корпоративної соціальної відповідальності та нормами чинного українського законодавства.

Підприємство комплексно та системно співпрацює з місцевими громадами і системно реалізує великі інфраструктурні проекти у регіонах своєї присутності. Лише така системність

приносить гідний результат. Щороку компанія «НІБУЛОН» спрямовуємо десятки мільйонів гривень на різні соціально значимі проекти, що становить 10 % від фонду заробітної плати компанії.

Сьогодні «НІБУЛОН» не лише інвестує значні кошти у розвиток інфраструктури різних регіонів, а й виступає ініціатором нових підходів до освоєння цих коштів громадами, створюючи довірчі відносини між суспільством і бізнесом та успішно залучає громаду до активної участі у вирішенні тих чи інших соціальних проектів [7].

Група компаній ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (МХП) це українська компанія, що динамічно розвивається, будуючи свою діяльність на основі унікальної моделі вертикальної інтеграції. Компанія ПАТ «Миронівський хлібопродукт» володіє такими товарними марками:

- ТМ «Наша Ряба» – пропонує широкий асортимент фасованої та нефасованої продукції, яка реалізується у сучасній і традиційній роздрібній торгівлі, зокрема через понад 2 100 франчайзингових торговельних точок по Україні;

- ТМ «Легко» – це заморожені готові м'ясні продукти, які виробляє Миронівський м'ясопереробний завод;

- ТМ Ukrainian Chicken – це бренд, продуктове портфоліо якого складається із замороженого м'яса птиці (тушка курчати-бройлера та її частини);

- ТМ «Бащинский» – торговельна марка з широким асортиментом м'ясних продуктів, що виробляються на потужному сучасному м'ясокомбінаті ПрАТ «Український бекон» [5].

- ТМ «Qualiko» одна з ключових торговельних марок МХП, під якою заморожена продукція з м'яса птиці експортується на міжнародні ринки.

Завдяки тому, що продукція МХП виробляється з надзвичайною ретельністю та контролем якості, вона є екологічною, свіжою і здоровою.

МХП керується українським законодавством, нормами і положеннями, які регулюють сфери діяльності холдингу. Також всі підприємства групи МХП дотримуються міжнародних стандартів і норм ведення діяльності. Зокрема, стандартів

екологічної та соціальної стійкості Міжнародної фінансової корпорації (IFC); екологічної та соціальної політики Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР) [5].

Крім загальноприйнятих норм, положень та законів, МХП розробив і дотримується внутрішніх політик і положень.

Політика корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «МХП» покликана визначити і реалізувати стратегію взаємодії з різними цільовими аудиторіями для тривалої, стабільної і плідної співпраці. Корпоративна соціальна відповідальність компанії – невід'ємна частина ведення бізнесу ПАТ «МХП».

Основне завдання ведення і планування соціальної політики ПАТ МХП передбачає взаємовигідне партнерство із громадськістю. А також:

- підтримання лідерських позицій в аграрному секторі України задля реалізації довгострокових соціальних ініціатив та практичного покращення добробуту суспільства і країни в цілому;

- задоволення потреб споживачів продукції;
- збереження здоров'я та безпека працівників, розвиток кадрового потенціалу;

- захист довкілля, підвищення енергоефективності підприємства ПАТ МХП;

- побудова взаємовигідних партнерських стосунків із громадськістю у регіонах присутності ПАТ МХП та підвищення рівня життя населення України в цілому.

У розробленні та плануванні соціальної відповідальності ПАТ МХП керується такими основними принципами: партнерство, стратегічний розвиток, послідовність та інновації, прозорість та відкритість, виключення. Дотримання політики соціальної відповідальності на ПАТ МХП є відповідальністю кожного працівника підприємства незалежно від його посади. Керівники усіх рівнів власним прикладом мають демонструвати відданість основним принципам діяльності ПАТ МХП у сфері соціальної відповідальності [5].

Отже, досвід розглянутих великих агроформувань свідчить, що керівництво агроформувань має розглядати витрати на соціальні програми як одну із форм довгострокових інвес-

тицій. У зв'язку зі складною ситуацією у сфері зайнятості на селі, агроформування входять в ту невелику кількість роботодавців, які можуть забезпечити робочими місцями населення області. Саме на допомогу цих підприємств і очікують жителі сільських територій у вирішенні соціальних проблем.

На нашу думку, розвиток сільських територій здійснюють як великі агроформування, так і невеликі. Основні напрямки їх соціальної відповідальності пов'язані з місцевою інфраструктурою в селах та районах. Агроформуванням доводиться створювати навколо себе екосистему, аби людям було комфортно працювати і жити у селі: щоб могли отримати медичну допомогу, дітям було де навчитися і займатися, щоб їх батьки заробляли належним чином і не прагнули поїхати у великі міста.

Для активізації запровадження та реалізації соціальної відповідальності у дрібних та середніх вітчизняних агроформуваннях, варто забезпечити законодавче регулювання та заохочення соціально спрямованої діяльності цих агроформувань. Більшість агроформувань повідомляють про свою соціальну відповідальність і відзначають дотримання діючої законодавчої бази про санітарно-епідеміологічні, екологічні та трудові норми. Але для здійснення вищого рівня соціальної відповідальності в державі мають бути істотні податкові пільги.

Соціальний розвиток підприємства означає зміни на краще в її соціальному середовищі – у тих матеріальних, суспільних і духовно-моральних умовах, у яких працівники підприємства трудяться, у яких відбуваються розподіл і споживання благ, складаються об'єктивні зв'язки між особистостями, мають вираження їхні морально-етичні цінності. Соціальна відповідальність агроформувань формує імідж організації, позитивне позиціонування у колах ділової активності.

Висновки. Проведені наукові дослідження показали, що впровадження та розвиток соціальної відповідальності в агроформуваннях – це багатоступеневий процес, який потребує цілеспрямованих і зважених дій з боку підприємства. Невід'ємною частиною успішної бізнес-стратегії агроформувань є дотримання принципів соціальної відповідальності, завдяки чому відбувається зміцнення репутації, приваблення

споживачів та утримання працівників, підвищення рівня якості життя сільського населення, подальша розбудова соціальної інфраструктури сільських територій, тощо. Необхідними умовами для розвитку соціально відповідального агроформування є: розробка та прийняття законодавчої й нормативно-правової бази для ведення соціальної діяльності, формування дієвої незалежної громадянської експертизи та оцінки результатів соціальних програм, стандартів і якості підготовки бізнес-фахівців; впровадження системи заохочення (морального та економічного) відповідальних суспільних суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Аделькін Ф. Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса. / Аделькін Ф. – К.: Блакить. 2005. – 349 с
2. Баюра Д. О. Соціальна відповідальність бізнесу як елемент сталого розвитку інтегрованих структур / Д. О. Баюра, Ю. В. Червіна // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2013. – № 28, т.1. – С. 151–157.
3. Баюра Д.О. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління // Україна: аспекти праці. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2009. – № 1. – С. 22.
4. Геращенко І.О. Етика підприємницької діяльності / Геращенко І.О. // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. № 59 (1168) – С.61-65
5. Група компаній ПАТ «Миронівський хлібопродукт» [Електронний ресурс]: Офіційний сайт. — Режим доступу : <https://www.mhpr.com.ua>
6. Група Ukrlandfarming [Електронний ресурс] : Офіційний сайт — Режим доступу : www.ulf.com.ua
7. Компанія НІБУЛОН [Електронний ресурс] : Офіційний сайт. — Режим доступу : <http://www.nibulon.com>
8. Лазаренко О. Принципи корпоративної соціальної відповідальності : тенденції сучасного світового досвіду / О. Лазаренко // Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка : зб. статей та рекомендацій. – К. : СтилоС, 2007. – С. 10-28.
9. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Охріменко О.О., Іванова Т.В. – К. НТУУ «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с.
10. Соціальна відповідальність бізнесу по-українськи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.optima-pr.com.ua>. – Назва з екрана.
11. ISO 26 000:2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://znaimo.com.ua/ISO_26000.
12. Царик І.М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки : [монографія] / І.М. Царик. – Чернігів : Чернігівський державний інститут права, соціальних технологій та праці, 2011. – 152 с.
13. Шедяков В.Є. Соціальна відповідальність бізнесу і сталий розвиток країни / В.Є. Шедяков // Соціальна психологія. – 2011. – № 3 (47). – С. 69-77.
14. Шинкаренко І. Лучше спорить, чем воевать [Електронний ресурс] / И. Шинкаренко. // Эксперт. – 2009. – № 11 (109) – Режим доступу : <http://www.expert.ua/articles/16/0/3543/>. – Назва з екрана.

Ю. А. Кормышкин, Н. И. Галунец. **Социальная ответственность аграрных формирований.**

В статье обоснована сущность понятия социальная ответственность бизнеса предприятия. Обосновано, что социально ответственная деятельность агроформирования возможна только при условии согласований или взаимосвязей между обществом, государством и агроформированиями. Определены уровни проявления социальной ответственности на предприятии и принципы. Рассмотрены наиболее успешные примеры применения социальной ответственности в агроформированиях.

Ключевые слова: социальная ответственность предприятий, бизнес, агроформирования, уровне, принципы, формы социальной ответственности.

Y. Kormishkin, N. Galunets. **Social responsibility of agrarian formations.**

The article substantiates the essence of the concept of social responsibility of business, enterprises. It is substantiated that socially responsible activity of agrarian formations is possible only with the approval or interconnection between society, state and agricultural formations. The levels of social responsibility at the enterprise and principles are determined. The most successful examples of application of social responsibility in agribusiness are considered.

Key words: social responsibility of enterprises, businesses, agricultural enterprises, the level of principles, forms of social responsibility.