

**Oksana Kubai**  
*Candidate of Economic Sciences, Docent,  
Associate Professor at the Department of Agrarian Management and Marketing  
Vinnytsia National Agrarian University*

**Кубай О.Г.**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри аграрного менеджменту та маркетингу  
Вінницького національного аграрного університету*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-501-3-30>

## **FORMATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY AGRIBUSINESS ENTERPRISES**

### **ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ**

Соціальна відповідальність під час війни вимірює успіх бізнесу на основі цінностей і переконань, наскільки конкретні цінності та переконання поділяються командою і чи дійсно ти потрібен суспільству. Можна також погодитись із тим, що напрям КСВ (корпоративної соціальної відповідальності) лежить насамперед у реалізації емоцій та загальнолюдських цінностей. Водночас фокус діяльності у сфері КСВ може бути обраний індивідуально, залежно від того, хто найбільше особисто зацікавлений, наприклад, у фінансуванні догляду за дітьми, підтриманні притулків для тварин чи допомозі окремим категоріям людей. Оскільки КСВ, як правило, утілює соціальний статус і бренд компанії, її під час війни вже не варто характеризувати як прерогативу великих бізнесів чи спосіб поліпшення репутації. Її варто розглядати як невіддільну складову компанії, яка хоче й надалі працювати в Україні [4, с. 412].

Відповідно до Стандарту ISO 26000 «Настанова по соціальній відповідальності», соціальна відповідальність передбачає розуміння широких інтересів і очікувань суспільства. Вона базується на повазі до правових норм і виконанні юридично обумовлених обов'язків. Однак усвідомлення соціальної відповідальності вимагає також визнання обов'язків по відношенню до інших зацікавлених сторін, причому ці обов'язки не є юридично обов'язковими [3].

Відповідальності підприємств агробізнесу за свою діяльність перед суспільством в цілому, що узгоджується з основною метою сталого розвитку – необхідності дотримання балансу між задоволенням потреб суспільства сьогодні і забезпеченням інтересів майбутніх поколінь, що містить їх потребу у сприятливому навколишньому середовищі.

Соціальна відповідальність бізнесу у сільському господарстві в умовах війни стає ще особливо актуальною, оскільки агросектор відіграє ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни, підтримці економіки та життєдіяльності громад. Війна значно ускладнює ведення бізнесу, проте багато аграрних компаній намагаються адаптувати свою діяльність, враховуючи потреби суспільства та специфіку кризової ситуації. В умовах війни соціальна відповідальність бізнесу у сільському господарстві стає не лише етичним стандартом, а й необхідністю для збереження національної безпеки, підтримки громад і збереження економічної стійкості країни.

Варто відмітити, що на сьогодні актуальними є наступні ключові аспекти управління соціальною відповідальністю аграрних підприємств у міжнародному бізнес-середовищі [1, с. 20]:

1. Сталість у виробництві та споживанні. Аграрні підприємства повинні дбати про сталість виробництва та зменшення негативного впливу на довкілля. Це включає використання екологічно чистих технологій, збереження водних ресурсів, зменшення викидів парникових газів тощо.

2. Соціальна відповідальність у відносинах з працівниками: Забезпечення гідних умов праці, справедливої оплати, можливості для професійного розвитку та безпеки на робочому місці.

3. Співпраця з місцевою спільнотою. Взаємодія з місцевими громадами для підтримки соціально-економічного розвитку регіону. Це може включати ініціативи з розвитку освіти, охорони здоров'я, інфраструктури тощо.

4. Транспарентність та відкритість. Забезпечення доступу до інформації про діяльність підприємства, включаючи екологічні показники, управлінську практику та відносини з зацікавленими сторонами.

5. Інновації та технологічний прогрес. Використання новітніх технологій для покращення якості продукції, зменшення витрат ресурсів та підвищення продуктивності.

6. Співробітництво з іншими суб'єктами господарювання та громадськими організаціями. Партнерство з іншими підприємствами, урядовими установами та неприбутковими організаціями для спільного вирішення соціальних та екологічних проблем.

Напрями корпоративної соціальної відповідальності агропромислових компаній України представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

**Напрями корпоративної соціальної відповідальності компаній АПК України**

Назва компанії	Основні напрями КСВ
Група Ukrlandfarming	виробнича безпека, розвиток персоналу, охорона навколишнього середовища, співпраця з регіонами, соціальна політика, благодійність
«Кернел Груп»	збереження навколишнього середовища, відповідальність щодо персоналу, підтримка місцевих громад, відповідальність за продукцію
ПАТ «Миронівський хлібопродукт»	турбота про працівників, турбота про тварин, сталий розвиток, охорона довкілля, біобезпека, контроль якості, сучасні технології турбота про споживачів продукції
Група «РОСТОК-ХОЛДИНГ»	турбота про співробітників, захист довкілля, соціальні проекти
Компанія Agro Generation	екологічний менеджмент, новітні технології, навчання персоналу, благодійність, поліпшення соціальної ситуації в регіонах присутності
ТОВ «СП «НБУЛОУ»	забезпечення належних умов для здобуття базової освіти, поліпшення рівня медичного обслуговування, розбудова інфраструктури українського села, охорона та збереження навколишнього середовища, впровадження енергозберігаючих новітніх технологій на виробництві, рівні можливості та найкращі умови праці
Компанія «Астарта-Київ»	розвиток персоналу, розвиток територій, розвиток сталого сільського господарства, охорона навколишнього середовища, прозорість та відкритість діяльності, благодійність, робота з постачальниками
Компанія «Мрія Агрохолдинг»	розвиток та навчання персоналу, співробітництво з профільними навчальними закладами, впровадження інновацій, сучасних технологій, розвиток сільських громад, інфраструктури в місцях присутності компанії, формування корпоративної культури

Джерело:[2, с. 399]

Варто зауважити, що сільськогосподарські підприємства можуть отримати багато переваг від впровадження програм соціальної відповідальності:

- покращити імідж сільськогосподарських підприємств;
- налагодити відносини між сільськогосподарськими підприємствами, громадськістю та органами влади;
- підвищують довіру споживачів до сільськогосподарських підприємств;
- забезпечити підвищення кваліфікації працівників;
- підвищення прибутковості та інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств;
- покращення репутації та лояльності клієнтів;
- підвищення лояльності клієнтів;
- підвищення лояльності клієнтів;
- підвищення продуктивності та якості праці;
- покращення фінансово-економічних показників функціонування сільськогосподарських підприємств.

Таким чином, соціальна відповідальність для учасників агробізнесу є не лише інструментом гармонійного розвитку суспільства, а й слугує критеріальним елементом у визначенні конкурентоспроможності підприємств і надійності роботодавців.

#### Література:

1. Mazur-Wierzbicka, E. The application of Corporate social responsibility in European agriculture. *Miscellanea Geographica Regional Studies of development*. 2015. Vol. 19. № 1. P. 19-23. DOI: <https://doi.org/10.1515/mgrsd-2015-0001> (дата звернення: 21.10.2024).
2. Дрбчук Т.І. Роль соціальної відповідальності агробізнесу у забезпеченні сталого розвитку сільських територій. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 398-399. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-55> (дата звернення: 21.10.2024).
3. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT). URL: [https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=91617](https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617) (дата звернення: 21.10.2024).
4. Червінська Л., Червінська Т., Каліна І., Коваль М., Шуляр Н., Чернишов, О. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. Вип. 6(53). С. 405–416. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.6.53.2023.4187> (дата звернення: 21.10.2024).