

Економіка промисловості. – 2009. - No 48. Режим доступу:  
[http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/eprom/2009\\_48/st\\_48\\_12.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/eprom/2009_48/st_48_12.pdf).

3. Іванько А. В. Розвиток аграрного сектору регіону на основі кластерного підходу / А. В. Іванько // Економіка АПК. - 2009. - № 4. - с. 32-37

4. Кулявець В.Г. Розвиток кластерів в умовах глобалізації/ В.Г.Кулявець // Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Україна наукова», 21-23 грудня 2009 р., м. Київ. – К., 2009. – С. 86-89.

**Abstract.**

**Problem statement.** *Assess the benefits of cluster cooperation in agro-industrial sector in terms of increased stability of the strategic development of agricultural enterprises in the transformation of socio-economic processes.*

**Results.** *Development of international integration, which is the main manifestation of globalization contributes to mainstreaming the issue of forming an adaptive strategic vision of economic activity for local producers, particularly in the areas of agricultural production. The major threats to the current stage of the integration process should include: growth of competitive pressure due to increased openness of the national economy; increasing quality requirements for products and technological conditions of production; the growing influence of the international legal framework in the context of international cooperation.*

*There is a need the transition to flexible types of economic activity. Precisely such is cluster approach, which provides opportunities for building competitive advantage in the long term for small and medium businesses, which is important, especially for agriculture.*

*Cluster cooperation has a number of significant advantages over individual production, in modern conditions, which is explained by the synergy of joint and focused activities of cluster institutions.*

**Conclusions.** *Cluster cooperation should be considered as perspective way of strategically oriented businesses in agricultural production due to its positive socio-economic, environmental, innovation orientation. Jointly agreed activities of different organizational forms and ways of managing reduces stress of the competitive market environment and increases individual and synergetic economic growth.*

УДК 331.105

Гудзинський С.О.,  
кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,  
Головне науково-експертне управління Апарату Верховної Ради України

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ЇЇ СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ В РЕГУЛЮВАННІ ЗАЙНЯТОСТІ

**Анотація.** У статті досліджуються сутність та сфери реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, зайнятість.

**Постановка проблеми.** Поступовий відхід від активного використання в системі регулювання суспільних відносин інструментів адміністративного впливу сприяє пошуку альтернативних інструментів, заснованих на принципах саморегулювання системи. Одним з таких є інститут соціальної відповідальності бізнесу (корпоративної соціальної відповідальності; далі – КСВ), загалом притаманний розвинутих соціально-орієнтованим системам ринкового типу з стійким трендом розбудови громадянського суспільства. Зазначений інститут виступає достатньо дієвим інструментом збалансування інтересів в ланцюгу «бізнес – індивід – територія – суспільство», насамперед, завдяки спроможності посилення конкурентних переваг кожної з його ланок. В контексті проблеми регулювання зайнятості дослідження КСВ представляється актуальним з точки зору, насамперед, тенденцій, можливостей та доцільності розширення сфер її реалізації, а також з огляду на спроможність зазначеного інституту підвищити присутність бізнесу у становленні довгострокового тренду формування стабільної пропозиції робочих місць, ємної за обсягом та диверсифікованої за структурою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика КСВ останнім часом дедалі більше стає предметом наукових досліджень як за кордоном, так і в Україні, свідченням чого є наукові праці таких дослідників, як М.Бейкера, Д.Вогела, К.Девіса, М.Фрідмена, Ю.Благова, І.Давиденка, Л.Істоміної, С.Фірсової, Є.Катихіна, Н.Супруна, П.Яковлева, О.Лазоренка, Ю.Саєнка та інших. Активне просування у напрямі визначення суті КСВ, сфер її реалізації відбувається на офіційному міжнародному інституційному рівні. Відсутність єдиного підходу до розуміння суті КСВ виступає одним з головних чинників, які на сьогодні унеможливають здійснення об'єктивної оцінки її ролі в регулюванні суспільних відносин та гальмують процес розробки дієвого інструментарію стимулювання бізнесу щодо підвищення рівня реалізації потенціалу цього інституту.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення сутності КСВ на основі узагальнення надбань закордонної та вітчизняної науки, а також процесу

трансформації позицій міжнародних інституцій, оцінка можливостей розширення сфер її реалізації, включаючи зайнятість населення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В економічній літературі на сьогодні можна зустріти два, на перший погляд діаметрально протилежні, підходи до визначення суті поняття КСВ. Умовно їх, на нашу думку, можна класифікувати як бізнесовий та етичний.

Перший, зокрема, безпосередньо у визначенні зазначеного поняття акцентує увагу на інститут КСВ як на інструмент одержання економічної вигоди. Катихін Є.О., наприклад, трактує КСВ як філософію «ведення бізнесу, що здійснюється на добровільних засадах для недопущення виникнення та загострення соціального конфлікту (всередині підприємства, громади, держави) з метою отримання прибутку та конкурентних переваг за рахунок покращання іміджу компанії, розвитку персоналу, підвищення якості продукції та інших складових ведення соціально відповідального бізнесу». [1, с. 83] Значна частина представників західних бізнесових компаній суть КСВ вбачає виключно в максимізації прибутків та діяльності в інтересах акціонерів. [2, с. 10-11]

Другий, представником якого, у першу чергу, є офіційний міжнародний інституційний рівень, декларує КСВ як: «довгострокове зобов'язання компаній щодо етичного ведення бізнесу та сприяння сталому економічному розвитку підприємства, громади і суспільства загалом» (Світова рада компаній зі сталого розвитку); концепцію «залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними заінтересованими сторонами (групами впливу)» (Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності, заснований у 2006 р.); інструмент, що «передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи» (Організація Економічної Співпраці та Розвитку (OECD); концепцію, «що дозволяє інтегрувати в повсякденну діяльність комерційних підприємств соціальні та екологічні аспекти, а також враховувати їх у процесі добровільної взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами, групами впливу)» (Зелена книга,

прийнята Європейською Комісією у 2001 р.) [3]; «відповідальність організації за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю та добробуту суспільства, враховує очікування сторін, відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки та інтегрована у діяльність організації і практикується у її відносинах» (Міжнародний стандарт ISO 26 000 «Керівництво з соціальної відповідальності», прийнятий у 2010 р. [4]). Узагальнююче визначення поняття КСВ в контексті наведених дефініцій може бути зведене до соціально відповідального бізнесу, «котрий розглядається як добровільна стратегія компанії, що має на меті досягнення сталого розвитку та здійснюється з урахуванням потреб власного персоналу, місцевих громад і довкілля». [3] Економічна вигода, як можна побачити з наведених визначень поняття КСВ, відкрито в них не фігурує. Водночас її присутність тут проглядається в контексті саме отримання конкурентних переваг для суб'єкта реалізації соціальної відповідальності як її кінцевого результату, який, зокрема, полягає у: створенні репутаційного капіталу та зростання заінтересованості інвесторів; доступі до нових джерел фінансування та інвестиційних фондів; доступу до нових ринків збуту; підвищенні вартості нематеріальних активів; опосередкованому зростанні прибутків завдяки покращанню якості управління людськими ресурсами та ефективності. [2, с. 44]

Майбутні конкурентні переваги можуть виступати (і на практиці, як правило, виступають) в якості усвідомленої і чітко сформульованої цілі суб'єкта, що реалізує соціальну відповідальність, проте в будь-якому випадку вони є об'єктивним наслідком реалізації соціальної відповідальності незалежно від того, ставилася ціль їх досягнення за підсумками реалізації соціальної відповідальності чи ні. Вибірковий характер позиціонування конкурентних переваг суб'єкта реалізації соціальної відповідальності в якості цілі зумовлений, у першу чергу, усвідомленням відповідним суб'єктом місії власного бізнесу в системі суспільних відносин. При такому підході не слід виключати можливості здійснення таким суб'єктом добровільного внеску в

суспільний розвиток без переслідування будь-яких матеріальних, фінансових чи іміджевих вигод. Така ситуація видається можливою у випадку усвідомлення себе як органічної частини суспільства, що є неоднорідним за соціальним, майновим та іншим складом його індивідуумів, турботою за майбутнє прийдешніх поколінь тощо, що, загалом, розглядається в контексті закономірного процесу соціалізації бізнесу, притаманного розвиненим країнам, і де соціальна відповідальність бізнесу, в тому числі саме в такому аспекті, є його об'єктивним, логічним і очевидним наслідком. Що ж до оцінки конкурентних переваг як об'єктивного наслідку реалізації КСВ, слід зазначити, що такий їх статус визначається в будь-якому випадку оцінкою з боку суспільства, що тим чи іншим чином зіткається з результатами діяльності відповідного суб'єкта, в тому числі в межах реалізації ним КСВ.

Складність вирішення завдання одержання конкурентних переваг від реалізації КСВ зумовлена, насамперед, природою об'єкта управління. Таким, зокрема, виступають неформальні ризики, які визначаються як «ризики недосягнення мети компанії, зумовлені поведінкою ключових зацікавлених сторін» [2, с. 19], які за своєю природою є «більшою мірою індивідуальні і не мають універсального рішення» [2, с. 20] і які матеріалізуються у випадку неспроможності суб'єкта оцінити, спрогнозувати цю поведінку або ж сформулювати її відповідно до власних цілей і завдань у формі отримання збитків. Це, відповідним чином, визначає мету управління нефінансовими ризиками в господарюючому суб'єкті, яка полягає у підтримці стратегії розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі з урахуванням балансу інтересів заінтересованих сторін. [2, с. 20] Кінцевий результат реалізації такої мети, на нашу думку, полягає в забезпеченні довгострокових орієнтирів «живучості» території шляхом вирішення проблеми «живучості» бізнесу.

В дослідженні проблематики КСВ, особливо в контексті взаємозв'язку розвитку бізнесу та суспільства, принциповим, на нашу думку, видається питання визначення сутнісної сторони поняття КСВ. Це дасть змогу опрацювати чітку систему критеріїв (хоча й неформалізованих) оцінки

реальної участі бізнесу у формуванні суспільних відносин саме з точки зору позиціонування його як суб'єкта – носія і продуцента КСВ, а не як суб'єкта ринкових відносин чи правовідносин, коли виконання соціальних функцій зовнішнього та особливо внутрішнього характеру зумовлено виключно бізнесовими інтересами чи вимогами законодавства.

Принциповим, як на нашу думку, є загальноприйнятий у світовій практиці підхід до розуміння і трактування КСВ виключно як добровільної ініціативи ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону. [2, с. 10] Вивчення наукових поглядів на цю проблему, на жаль, дає підстави констатувати той факт, що такого підходу, принаймні у повному обсязі, дотримуються не всі дослідники.

Лебедев І.В., наприклад, зміст КСВ вбачає «у безумовному виконанні міжнародних і державних соціально-трудоових стандартів, законів країни і угод, укладених у рамках соціального партнерства, а також прийнятті додаткових зобов'язань і відповідальності за задоволення соціальних потреб як працівників підприємства (внутрішній аспект), так і за його межами (зовнішній аспект) – на муніципальному, регіональному, національному, а іноді й глобальному рівнях» [4]. Принаймні перша частина цього визначення йде в розріз наведеним офіційним визначенням поняття КСВ.

Інша річ, коли йдеться про дотримання вимог законодавства в контексті дотримання верховенства права. Тут слід, насамперед, акцентувати увагу на позиції окремих міжнародних організацій та положеннях низки міжнародних документів, де трактується поняття КСВ та визначаються її основні принципи. Так, наприклад, як зазначають, зокрема, П.О.Яковлев, Я.В.Приходченко [3], посилаючись на Н.А.Супрун [5, с. 64], однією із стратегічних цілей реалізації КСВ, сформульованих у стандарті ISO 26000, запропонованому Міжнародною організацією зі стандартизації, визначено неухильне виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного). У даному випадку вимогу щодо дотримання вимог законодавства можна розцінювати, з нашої точки зору, не як вказівку щодо напрямів реалізації КСВ (тобто у напрямі

реалізації відповідних положень законодавства), а як запобіжний фактор, що акцентує увагу на необхідності здійснення КСВ у спосіб, який не передбачає вчинення правопорушень у тій чи іншій сфері, та декларує принцип верховенства права. Власне, саме на таких засадах побудований і проект Національної Концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні [6].

Дотримання верховенства права, у даному випадку, знаходиться в одній площині поряд з іншими основними принципами КСВ, що логічно впливають з основоположних міжнародних документів, що регулюють діяльність у цій сфері (Стандарт ДСТУ ISO 26000, ISO CD 26000:2009, ISO 9001:2008, OHSAS 18001:2007, ISO 14001:2004, SA 8000:2001. [1, с. 84-85]

Певні протиріччя, на нашу думку, виникають і при проектуванні змісту поняття КСВ на конкретні види діяльності в межах такої відповідальності. Так, наприклад, положення, згідно з яким «КСВ – це добровільні зобов'язання компаній, які перевищують вимоги чинного національного законодавства та ратифікованих міжнародних угод», в подальшому трактується таким чином, що «сплата податків та створення робочих місць не є КСВ» [2, с. 65]. При цьому якщо проти зобов'язання щодо сплати податків заперечення не виникають, адже це пряма законодавча вимога, то в частині створення робочих місць з таким висновком, на нашу думку, погодитись не можна жодним чином. Адже національне законодавство не містить будь-яких вимог щодо зобов'язання створення господарюючими суб'єктами робочих місць, особливо в частині, що не стосується власних працівників. Вирішення цього питання здійснюється виключно виходячи з критеріїв доцільності та можливості.

Викладене актуалізує проблему означення сфер реалізації КСВ. Слід зазначити, що система інтересів заінтересованих сторін при застосуванні інституту КСВ в процесі її еволюції, а отже і сфер реалізації зазнала суттєвих трансформацій. Особливістю такого процесу є виокремлення сфери трудових відносин в окремий самостійний, системоутворюючий та пріоритетний сегмент сфери реалізації соціальної відповідальності бізнесу. Підтвердженням цього можна назвати, зокрема, означення у 2006 році Європейською комісією, яка « ...

розглядає КСВ як частину внеску бізнесу у сталий розвиток та Стратегію європейського економічного зростання та зайнятості ...» [7], зайнятості та створення робочих місць пріоритетом розвитку КСВ (Комунікація Європейської комісії з КСВ 2006 року) та збереження цього ж підходу в новій Стратегії з корпоративної соціальної відповідальності, прийнятій цією ж інституцією у 2011 році. Ціллю останньої, зокрема, проголошено «створити умови, сприятливі для: стійкого зростання, відповідальності бізнес-поведінки і постійної зайнятості в середньостроковій і довгостроковій перспективі» [8].

В Україні послідовним кроком у цьому напрямі можна вважати розроблення згадуваного вже проекту Національної Концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні. В ній, зокрема, визначені наступні сфери реалізації соціальної відповідальності бізнесу: права людини, трудові відносини, корпоративне управління, навколишнє середовище, права споживачів, розвиток громади, соціальні інвестиції. Майже в кожній з цих сфер передбачаються завдання, пов'язані з тим чи іншим аспектом трудових відносин [9].

**Висновки.** Підсумовуючи викладене, можна підтвердити висновок, що «саме в межах стратегії КСВ існує можливість для оптимізації внутрішньої соціальної політики підприємств, що, зрештою, сприятиме формуванню та нарощуванню соціального капіталу компанії, стабілізації ринку зайнятості та зростанню ефективності мотивації трудових ресурсів» [5, с. 66; 3].

### **Список літератури.**

1. Катихін Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи // Статистика України. – 2011. - № 3. – С. 83-86.
2. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р. та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с. – режим доступу до інформації: <http://doc-0g-94-docviewer.googleusercontent.com>



3. Яковлев П.О., Приходченко Я.В. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент менеджменту. – режим доступу до інформації: <http://www.rusnauka.com>

4. Лебедев І.В. Корпоративна соціальна відповідальність: модель для України. – режим доступу до інформації: <http://www.kneu.kiev.ua>

5. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку // Економіка і прогнозування. – 2009. – С. 61-74.

6. Національна Концепція соціальної відповідальності бізнесу в Україні. – режим доступу до інформації: <http://sharepoint.chamber.ua>

7. КСВ як основа політики. – режим доступу до інформації: <https://docs.google.com>

8. Нова стратегія Європейської комісії з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) 2011-2014: швидше, вище, сильніше. Експертний коментар від центру «Розвиток КСВ». – режим доступу до інформації: <http://www.csr-ukraine.org>

9. Проект Національної Концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні // Консультативна Рада з розробки проекту Національної Концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні при Комітеті Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва,, 2010 р. – режим доступу до інформації: <http://pfi.org.ua>

### **Abstract**

**Problem statement.** *The aim of the article is to determine the nature of CSR based on a synthesis of foreign and domestic achievements of science as well as the transformation position of international institutions, rating the possibility of broadening its implementation, including employment.*

**Results.** *The gradual departure from the active use of the administrative tools in the system of social relations influence helps to find alternative tools based on the principles of self-regulation system. One of these is the Institute of Corporate Social Responsibility (CSR), generally inherent to the developed social market-oriented system with steady trend of civil society. The said institute is quite an effective tool for balance the interests of the chain "business - an individual - the territory - society", primarily through capacity strengthening competitive advantages of each of its parts.*

*Generalizing definition of CSR in the context of the above definitions can be reduced to a socially responsible business, "which is regarded as a voluntary strategy that aims to achieve sustainable development and shall be based on the needs of their own staff, local communities and the environment." Feature of the process of establishing the institute of social responsibility of*

*business is the isolating the areas of labor relations in a separate independent, system-segment and priority areas of implementation.*

**Conclusions.** *An opportunity of the channeling domestic social policy market entity to implement employment programs, improving workforce motivation is creating within the CSR strategy.*

УДК:339.137.2:637.12:613.287

Дацюк-Томчук М.Б., к.е.н., доцент,  
Луцький інститут розвитку людини Університету «Україна»  
Петриняк У. Я., к.е.н., викладач  
Львівський регіональний інститут  
державного управління при Президентіві України

## **ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ**

**Анотація.** *Вихід на ринок, завжди пов'язаний із конкурентною боротьбою. При великій насиченості товарного ринку, коли пропозиція значною мірою перевищує попит, кожен товаровиробник веде активну боротьбу за споживача. У такій ситуації споживач надає перевагу найконкурентнішому товару, із хорошими якісними характеристиками. Саме якість та конкурентоспроможність продукції молокопродуктового підкомплексу, розглянуто у даному науковому дослідженні.*

**Ключові слова:** *якість, конкурентоспроможність, підприємства, молокопродуктовий підкомплекс, SWOT-аналіз, комерційний успіх, стратегія, споживачі, науково-технічний прогрес.*

**Постановка проблеми.** Сучасний стан вітчизняних підприємств характеризується значною мірою низькою ефективністю господарювання та відсутністю адекватних моделей стратегічного розвитку на основі соціально-економічного зростання. Ці проблеми є актуальними для такої чутливої в економічному та технологічному відношенні як молочна промисловість, інтенсифікація якої та забезпечення на цій основі сталого зростання обсягів виробництва до рівня фізіологічних потреб споживання молочної продукції залишається пріоритетним завданням, обумовленим її важливістю в харчуванні населення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженнями проблеми конкурентоспроможності продукції займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема теоретичним надбанням є наукові праці вчених