

5. Папп В.В. Структурні процеси в економіці регіональних суспільних систем: теорія, методологія, практика : монографія / В.В. Папп; НАН України. Ін-т регіональних досліджень; відп. ред. Л.Т. Шевчук. – Львів, 2009. – 340 с.

6. Шубравська О. Регіональний аспект сталого економічного розвитку агропродовольчої системи України / О. Шубравська // Економіка України : політико-економічний журнал. – 2009. – № 5. – С. 68-76.

7. Шубравська О. Ризики сталого розвитку АПС України в умовах глобалізації / О. Шубравська // Економіка України : політико-економічний журнал. – 2007. – № 2. – С. 62-68.

#### **Станасюк Н.С. Теоретико-методологические основы исследования агропродовольственных систем**

Проанализированы научные подходы к изучению сути агропродовольственных систем. Рассмотрены теоретико-методологические основы исследования формирования и развития агропродовольственных систем разных иерархических рангов.

**Ключевые слова:** агропродовольственная система, формирование агропродовольственной системы, развитие агропродовольственной системы.

#### **Stanasyuk N.S. Theoretic and methodical basic of study agro-food system**

The scientific approaches to study of meaning of agro-food system are analyzed. The theoretic and methodical basic of formation and development of agro-food system of different local levels are discussed.

**Keywords:** agro-food system, formation of agro-food system, development of agrifood system.

УДК 338.23:330.131.5(477)

Здобувач А.Р. Стецик – Львівська КА

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ**

Проаналізовано підходи щодо сутності категорії "соціальна відповідальність підприємництва", на основі чого обґрунтовано її власне бачення. Охарактеризовано особливості основних моделей становлення та розвитку соціально відповідального підприємництва та окреслено можливості їх впровадження у перехідних економіках. Визначено форми і компоненти соціальної відповідальності та головні напрями їх забезпечення.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність підприємництва, моделі соціальної відповідальності, форми та компоненти соціальної відповідальності.

**Постановка проблеми.** Становлення в Україні демократичної правової держави, її інтеграція у світовий економічний та політичний простір потребує запровадження цивілізованих та ефективних умов реалізації підприємницької діяльності. Світовий досвід доводить, що одним із ключових напрямків забезпечення такої ефективності є розвиток корпоративного управління соціальної відповідальності.

Проблема формування соціальної відповідальності підприємництва виникла ще в 50-х роках минулого століття, але стала частиною щоденного лексикону лише в останнє десятиріччя у США та Європі. В українській науці ця тенденція відслідковується недостатньо. Певний внесок у вирішення зазначеної проблеми здійснили Т. Смовженко [1], А. Кузнєцова [1], О. Зайчук [2], Н. Оніщенко [2], М. Мельник [3], О. Лазаренко [4] та ін. Однак, віддаючи належне надбанням вітчизняних учених, зазначимо, що безліч аспектів цієї

проблеми не до кінця розкрито. Серед науковців немає єдиного підходу стосовно сутності соціальної відповідальності підприємництва, відсутні єдині стандарти та моделі побудови системи соціальної відповідальності, що зумовлює мізерний рівень корпоративних форм активності національного бізнесу. Усвідомлення сказаного стимулювало вибір теми дослідження.

**Методика досліджень.** Метою дослідження є розкриття змісту та природи соціального підприємництва; виявлення світових тенденцій побудови моделі соціальної відповідальності бізнесу та розроблення на цій основі пропозицій щодо зміни формату стосунків влади, підприємницького сектора і суспільства.

**Результати дослідження.** Категорія соціальної відповідальності підприємництва надзвичайно складна та багатоаспектна, тому серед науковців немає єдиного підходу щодо її визначення. Так, Л. Білецька, й Р. Хачатуров та Р. Ягутян вважають, що соціальна відповідальність – це дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, а у випадках безвідповідальної поведінки – обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання особистого чи майнового характеру [1]. О. Плахотний наголошує, що між суспільством та індивідом існує тісний взаємозв'язок, який відображається через соціальну відповідальність. Тому, з одного боку, він розглядає відповідальність як реакцію суспільства на поведінку індивіда, а з іншого – як систему відповідей індивіда на вимоги суспільства. Між суспільством та індивідом існує взаємозв'язок, який полягає в тому, що суспільство покладає на індивіда обов'язок вчиняти соціально корисні вчинки, але й воно зобов'язане сприяти йому у реалізації власних прав і також несе за це відповідальність. Узагальнивши підходи до встановлення концептуальних засад соціальної відповідальності, О. Зайчук визначає соціальну відповідальність як діалектичний взаємозв'язок між особою та суспільством, що характеризується взаємними правами та обов'язками з виконання приписів соціальних норм і використанням різноманітних засобів впливу у разі її порушення [2].

М. Мельник розглядає соціальну відповідальність як об'єкт державної політики і вводить поняття соціально орієнтованого бізнес-середовища, під яким пропонує розуміти сукупність інституційних передумов, факторів, ціннісних орієнтацій та механізмів правового, політичного, економічного, соціокультурного характеру, що сприяють реалізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів бізнесу та підвищенню рівня згуртованості їх взаємозв'язків навколо суспільного інтересу [3]. Ми вважаємо, що подане визначення досить вдало характеризує сутність соціально відповідального підприємницького середовища, однак не розкриває змісту поняття соціальної відповідальності бізнесу.

Проаналізувавши підходи до визначення корпоративної соціальної відповідальності у різних країнах та контингентах, ми виявили, що між ними існують певні розбіжності, які здебільшого зорієнтовані на особливості взаємовідносин бізнес – держава. Так, у країнах американського континенту соціальним підприємництвом прийнято вважати діяльність неприбуткових організацій, дохід яких спрямовується на вирішення статутних завдань, зо-

рієнтованих на вирішення соціальних проблем. У Європі соціальним вважається "бізнес із соціальною місією".

Незважаючи на широку гаму поглядів щодо сутності категорії "соціальна відповідальність підприємництва", ми виявили, що всі дослідники сходяться на тому, що в основі "відповідальності" лежать права і обов'язки. Тому, на наш погляд, закономірним є висновок про те, що дотримання прав і обов'язків необхідно закладати й в обґрунтування суті поняття соціальної відповідальності підприємництва, при цьому беручи до уваги корпоративну етику, корпоративну соціальну політику стосовно суспільства, корпоративну політику у сфері охорони навколишнього середовища, принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки, питання дотримання прав людини тощо. Відповідно до цього, вважаємо за доцільне сформулювати таке визначення суті поняття соціальної відповідальності підприємництва, як сукупність добровільних формальних і неформальних прав і обов'язків суб'єктів підприємницького сектору національної економіки перед персоналом та суспільством щодо: дотримання законодавства у сферах соціальної політики, зайнятості, умов та оплати праці, екології, оподаткування; забезпечення збереження та розвитку людського капіталу; ефективності виконання соціальних і суспільних функцій; здатності задовольняти поточні потреби та створювати передумови для задоволення перспективних цілей. Реалізуючими соціальну відповідальність суб'єктами є економічні агенти, об'єктом – персонал підприємств і суспільство загалом, а відповідальною за створення сприятливого соціально-орієнтованого бізнес-клімату – держава.

Відповідно до того, як різняться підходи до визначення соціальної відповідальності підприємництва, ідентифікують особливості державної політики впливу на механізм формування соціальної відповідальності. Так, американська модель характеризується філантропійним підходом, що передбачає виділення частини прибутку підприємства на реалізацію суспільно-корисних цілей. Діяльність американських корпорацій ґрунтується на максимальній свободі і в багатьох випадках є саморегульованою. Незважаючи на те, що уряд зацікавлений в посиленні системи соціального забезпечення, вирішення більшої частини соціальних проблем він перекладає на місцевий рівень і підприємницький сектор. Тому місцеві органи державного управління спільно з бізнесом змушені самотужки вирішувати соціальні проблеми [4].

В умовах недостатньо розвиненого ринкового конкурентного середовища американська модель має досить позитивний відгук, оскільки вона легко апробується, а результати її реалізації часто є публічно-наочними, що формує позитивний імідж підприємства в очах інвесторів, населення, громадських організацій і персоналу. Основними напрямками реалізації механізму соціальної відповідальності з використанням американської моделі є [5]: екологічність роботи компанії, стабільність і надійність. Тож, обираючи американську модель соціально-відповідальної поведінки, компанії необхідно забезпечити залучення місцевої влади, громадських організацій і суспільства до процесу вибору об'єктів соціального інвестування, а також відстежувати результат від цих вкладень.

Базовою відмінністю європейської моделі соціальної відповідальності бізнесу є державний меркантилізм. Тобто держава зацікавлена в благополуччю і стабільному суспільстві, що досягається більшою мірою за рахунок підвищення рівня соціальної захищеності та безпеки найманих працівників. Стимулом до розвитку соціальної відповідальності в Європі став закон, який зобов'язав пенсійні фонди інформувати населення про те, чи спрямовують вони надходження від пенсійних внесків у діяльність соціально орієнтованих підприємств. Соціальну відповідальність європейські компанії пов'язують із забезпеченням бізнес-мети – всі ініціативи, які фінансує організація, мають стосунок до генерації прибутку. Європейська модель соціальної відповідальності орієнтує підприємництво на три сфери прояву ініціативи – економіку, зайнятість та екологію.

Отже, зважаючи на істотні відмінності розвитку країн, об'єктивно існуювали певні (інколи й істотні) відмінності у побудові моделей корпоративної соціальної відповідальності, що визначалися особливостями відносин підприємство – держава. Так, якщо діяльність американських суб'єктів підприємництва загалом визначається їх власниками та керівниками, то діяльність європейських підприємств зазнає значного впливу з боку державних органів влади та професійних об'єднань і регламентується законними актами відповідних держав. Як певне доповнення до викладеного слугує підхід І. Савченко, який виділяє дві моделі реалізації соціальної відповідальності бізнесу: етатичну та ліберально-демократичну. Перша передбачає домінування зовнішніх важелів впливу на суб'єкт соціальної взаємодії шляхом обмеження його прав та свобод, а друга – узгодженість цілей всіх учасників соціальної взаємодії та визначення на цій основі спільної мети як засобу підвищення соціальної відповідальності органів державного управління [6]. Саме така модель супроводжується формуванням у громадян почуття власної гідності, дає змогу розвивати більш раціонально-ефективне громадянське суспільство, створює передумови для активізації соціальної відповідальності підприємництва. Проте зазначимо, що відправною точкою при розробці заходів, спрямованих на лібералізацію економіки, є визначення основних бар'єрів, які блокують свободу підприємницької ініціативи в соціальній сфері і потребують усунення. Мова йде про необхідність обмеження інституту державної влади тих гіпертрофованих функцій і фінансових важелів впливу, які дають змогу їй легко маніпулювати економічними процесами і роблять політичну діяльність привабливою "сферою бізнесу" для різноманітних монополістичних структур та політико-фінансових груп.

Крім обрання відповідної моделі соціально орієнтованого підприємництва органи державного управління повинні створити стимули для активізації усіх його форм: персональної участі працівників підприємства в реалізації соціально орієнтованих заходів; одноосібної діяльності окремих суб'єктів господарювання щодо здійснення таких заходів; колективної форми участі окремих незалежних економічних агентів; корпоративної соціальної відповідальності в межах економічних агентів, об'єднаних спільним капіталом та державно-приватного партнерства. Зрозуміло, що форми участі суб'єктів під-

приємницької діяльності у реалізації соціально відповідальних завдань можуть бути різними, проте, доцільно усвідомлювати їх перелік та сутнісні характеристики з метою обґрунтування надалі ефективних заходів, що спроможні стимулювати кожну з них.

Попри визначення форм та моделей соціальної відповідальності підприємництва, важливим інструментом ефективної державної політики у цій сфері є визначення її компонент й окреслення напрямів їх забезпечення. Первинним є поділ компонент соціальної відповідальності підприємництва на внутрішні та зовнішні і його необхідно обов'язково враховувати не-залежно від того, за якими іншими ознаками їх буде типологізовано.

Багато науковців виділяють такі три напрями соціальної відповідальності бізнесу, як соціальний, економічний та екологічний [7]. Але не можна також не погодитися з думкою, що важливими напрямками соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва є: виробництво якісних товарів за розумною ціною; захист здоров'я та забезпечення безпеки працівників; захист навколишнього середовища; забезпечення гарантованої зайнятості; справедливе ставлення до працівників [8]. Ці напрями не лише відповідають виокремленим компонентам соціальної відповідальності, але й доводять потребу та місце економічної складової. Вдало розвиває методологію соціальної відповідальності підприємництва А. Гаді, який акцентує увагу на необхідності реалізації суб'єктами підприємницької діяльності соціальних заходів, спрямованих на соціально-економічний та культурний розвиток території, в межах якої вони функціонують. Отже, як окрему компоненту соціальної відповідальності треба виокремити суспільно-локальний розвиток.

Д. Задірака пропонує виділити інформаційну компоненту соціальної відповідальності, стверджуючи, що регулярна публікація соціальних звітів сприяє транспарентності діяльності підприємства та відповідно інформування суспільства, що викликає довіру місцевого населення і підвищує рейтинг фірми; соціальна звітність є ефективним інструментом комунікацій суб'єкта підприємництва з суспільством для забезпечення стабільності, сталого розвитку та зміцнення репутації і підвищення дохідності [9]. Ми вважаємо, що підвищення довіри чи рейтингу не є завданням соціальної відповідальності бізнесу, проте інформування населення про різні аспекти діяльності сприяє підвищенню рівня прозорості, що є невід'ємним принципом громадянського суспільства, а отже, і його потребою, а це вже аспект соціальної відповідальності.

У Національній доповіді "Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні" зазначено, що актуальною проблемою України є проблема енергетичної залежності та енергетичної неефективності, що підвищує ризики техногенних катастроф; в сучасній ситуації як ніколи важлива участь бізнесу в розробленні і застосуванні технологій енерго- та ресурсозбереження, відновленні природного місця існування людства [10]. Оскільки ми розділяємо цю думку, то варто стверджувати про доцільність виокремлення такої компоненти соціальної відповідальності підприємництва, як ресурсоощадливість.

Важливою, на наш погляд, може бути роль соціально орієнтованого підприємництва й у реалізації такої її компоненти, як трудоворесурсна.

Суб'єкти господарської діяльності можуть здійснювати заходи, зорієнтовані покращення демографічної ситуації, стримування процесів трудової міграції, забезпечення раціонального розподілу економічно активного населення між секторами економіки, покращення якості робочої сили, структурних аспектів її пропозиції, підвищення продуктивності праці та стимулювання до продуктивної праці.

Усвідомлення моделей, форм та компонент соціальної відповідальності є системоутворювальним чинником політики управління нею. Обрання державою моделі соціальної відповідальності значною мірою визначає подальший розвиток тих чи інших її форм. Від особливостей реалізації суб'єктами підприємництва соціально відповідальних дій у тих чи інших формах залежить сукупність компонент, на які спрямовуватимуть свою політику підприємства. Діапазон впливу суб'єктами бізнесу на ті чи інші компоненти соціальної відповідальності також залежить від обраної моделі та політики посилення соціальної відповідальності підприємництва. Але варто усвідомлювати й те, що вплив на державну політику в аналізованій сфері мають й суб'єкти підприємництва, які, використовуючи власні форми соціально відповідальної поведінки, визначають тип моделі соціальної відповідальності, що склався в державі.

**Висновки.** Соціальна відповідальність підприємництва становить сукупність добровільних формальних і неформальних прав і обов'язків суб'єктів підприємницького сектора національної економіки перед персоналом та суспільством щодо дотримання законодавства у сферах соціальної політики, зайнятості, умов та оплати праці, екології, оподаткування; забезпечення збереження та розвитку людського капіталу; ефективності виконання соціальних і суспільних функцій; здатності задовольняти поточні потреби та створювати передумови для задоволення перспективних потреб. Реалізуючи соціальну відповідальність суб'єктами є економічні агенти, об'єктом – персонал підприємств і суспільство загалом, а відповідальною за створення сприятливого соціально орієнтованого бізнес-середовища – держава.

Системотворчим чинником політики управління соціальною відповідальністю підприємництва є усвідомлення її моделей, форм та компонент. Обрання державою моделі соціальної відповідальності значною мірою визначає подальший розвиток тих чи інших її форм (персональної, одноосібної, колективної, корпоративної, державно-приватного партнерства). Від особливостей реалізації суб'єктами підприємництва соціально відповідальних дій у тих чи інших формах залежить сукупність компонент (макроекономічної, соціальної, трудоворесурсної, екологічної, ресурсоощадливості, суспільно-локальної, інформаційної), на які спрямовуватимуть свою політику суб'єкти підприємницької діяльності.

## Література

1. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А.Я. Кузнецової. – К. : Вид-во УБС НБУ, 2009. – 258 с.
2. Зайчук О.В. Теорія держави і права : підручник / О.В. Зайчук, Н.М. Оніщенко. – К. : Вид-во "Урінком Інтер", 2006. – 688 с.

3. Мельник М.І. Становлення ін-ту соціально орієнтованого бізнес-середовища в Україні: аналіз проблем та пошук ефективних інструментів: наукова доповідь / М.І. Мельник; НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2010. – 39 с.

4. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності : навч. посібн. із КСВ / О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. – К. : Вид-во "Енергія", 2008. – 96 с.

5. Jeffrey R. Krilla. Remarks to the Intertek Ethical Sourcing Forum / R. Jeffrey. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.state.gov/>.

6. Савченко І.Г. Соціальна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.01 – теорія та історія державного управління / Ілля Григорович Савченко; Національна АДУ при Президентіві України, Харківський регіональний ін-т державного управління. – Харків, 2007. – 18 с.

7. Жаліло Я. Економічний діалог: партнерство заради успіху : аналітична доповідь / Я. Жаліло, І. Кімова та ін.; Національний інститут стратегічних досліджень. – К. : Вид-во НІСД. – 30 с.

8. Нецадин А. Социальная политика российских компаний / А. Нецадин, Н. Горин, Г. Тульчинский и др. – М. : Изд-во ТЕИС, 2005. – 346 с.

9. Задирака Д.В. Развитие социальной ответственности иностранной корпорации в нефтедобывающем регионе : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. экон. наук / Д.В. Задирака. – М. : Изд-во "Метро-Пресс", 2007. – 27 с.

10. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : національна доповідь. – К. : Держком. України з питань регуляторної політики та підприємництва, 2009. – 180 с.

### **Стецик А.Р. Теоретико-методологические принципы управления социальной ответственностью предпринимательства в рыночных условиях**

Проанализированы подходы относительно сущности категории "социальная ответственность предпринимательства", на основе чего обоснованно ее собственное видение. Охарактеризованы особенности основных моделей становления и развития социально ответственного предпринимательства и очерчены возможности их внедрения в переходных экономиках. Определены формы и компоненты социальной ответственности и главные направления их обеспечения.

**Ключевые слова:** социальная ответственность предпринимательства, модели социальной ответственности, формы и компоненты социальной ответственности.

### **Stecik A.R. Theoretical and methodological principles of management of enterprise social responsibility in market conditions**

Analysed in relation to essence of category "social responsibility of enterprise", on the basis of what grounded its own vision. The features of basic models of becoming and development of socially responsible enterprise are described and possibilities of their introduction are outlined in transitional economies. Certainly forms and components of social responsibility and main directions of their providing.

**Keywords:** social responsibility of enterprise, model of social responsibility, form, and components of social responsibility.

УДК 658.8

Здобувач О.О. Столяренко<sup>1</sup> – Львівський ДУВС

## **ЕВОЛЮЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Проаналізовано еволюцію стратегічного управління. Висвітлено основні відмінності у трактуванні науковцями проведеної періодизації. Запропоновано визначення нового періоду еволюції стратегічного управління "стратегічне забезпечення".

**Ключові слова:** еволюція стратегічного управління, бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування, стратегічне управління, стратегічне забезпечення.

**Вступ.** Економічний процес потребує управління. Управління підприємством, спрямоване на оперативне вирішення економічних, фінансових та інших питань, не маючи прогнозу та плану на перспективу, не є ефективним. Очевидно, що нестабільне зовнішнє середовище, зміни економічного стану країни та внутрішні постійні зміни за відсутності стратегічного управління зменшують можливість успішного розвитку підприємства. Для підтримки стабільності підприємства у майбутньому, покращення його стану потрібно управляти підприємством за допомогою стратегії та чіткого плану. За допомогою стратегічного управління можна збільшити конкурентоспроможність, частку на ринку, рентабельність.

Проблеми стратегічного планування та управління діяльності підприємств досліджено у працях багатьох науковців, таких як: І. Ансофф, І. Бланк, О.І. Барановський, Х. Барроу, Б. Берман, М. Володкіна, Х. Віссема, Р. Гріфін, Г. Гольдштейн, Ю. Голляк, С. Євтухова, Г. Єльнікова, В. Жигалов, Л. Зайцев, Г. Кіндрацька, В. Колпаков, Н. Круглова, Г. Мінцберг, Б. Мізюк, А. Наливайко, М. Портер, С. Покропивний, І. Смолін, А. Стрікланд, А. Томпсон, С. Усик, Т. Циба, З. Шершеньова, В. Яцура та ін. Зокрема, у своїх працях І. Бланк, М. Володкіна, Г. Кіндрацька, Б. Мізюк, А. Наливайко, М. Портер, С. Покропивний, В. Пастухова, В. Яценко досліджували значення стратегічного аналізу та можливості покращення діяльності підприємства, основні процеси стратегічного управління.

Перші праці, в яких згадується поняття стратегічного аналізу, належать таким відомим науковцям, як І.Х. Ансофф, А.А. Томпсон і А. Дж. Стрікланд. Досить популярною є еволюційна концепція класика стратегічного управління І.Х. Ансоффа, яку підтримали й інші науковці: Д. Аакер, Р. Грант, О.С. Віханський, О.І. Ковтун, З.Є. Шершеньова.

**Метою цього дослідження** є аналіз основних періодів еволюції стратегічного управління та характеристика сучасного періоду стратегічного управління.

**Виклад основного матеріалу.** Як вважають більшість науковців, модель еволюції стратегічного управління складається з чотирьох періодів: бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування та стратегічне управління [2, с. 114; 3, с. 6; 4, с. 5, 6 с. 9; 8, с. 31, 9, с. 139]. Але частина вчених, досліджуючи еволюційний процес стратегічного управління, виділяють п'ять та більше періодів, включаючи до загального переліку такий період, як стратегічне підприємництво, стратегічна та організаційна інновація [1, с. 6; 5 с. 39; 10, с. 34].

На рис. 1 зображено розбіжності в періодизації розвитку стратегічного управління різними науковцями. Здійснено періодизацію на основі критерію змін в середовищі стратегічного управління. Одним із перших найбільш повно систематизував цей підхід періодизації І.Х. Ансофф, який пояснював еволюційний розвиток стратегічного управління залежністю від стабільності та передбачуваності зовнішнього середовища. Згідно з цією концепцією, появі стратегічного управління передували три періоди розвитку системи управління: бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування. Аакер Д. описував причини еволюційного розвитку стратегічного управління

<sup>1</sup> Наук. керівник: проф. Г.Я. Аніловська, д-р экон. наук – Львівський ДУВС