

УДК 338.43

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОБІЗНЕСУ

С. О. Окач

студентка 4 курсу, група ФІН-21інт, навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Науковий керівник – к.е.н., доцент А. А. Подлевський

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

У статті розглянуто теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності агробізнесу. Досліджено сучасний стан соціальної відповідальності в агробізнесі України та перспективи подальшого розвитку. Визначено шляхи підвищення соціальної відповідальності агробізнесу та ключові проблеми, що виникають на сучасному етапі розвитку цього напрямку роботи.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, агробізнес, соціальна відповідальність бізнесу, агрофірма, соціально відповідальні відносини.

В статье рассмотрены теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности агробизнеса. Исследовано современное состояние социальной ответственности в агробизнесе Украины и перспективы дальнейшего развития. Определены пути повышения социальной ответственности агробизнеса и ключевые проблемы, возникающие на современном этапе развития этого направления работы.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, агробизнес, социальная ответственность бизнеса, агрофирма, социально ответственные отношения.

The article considers the theoretical aspects of the corporate social responsibility of agribusiness. The current state of social responsibility in the agribusiness of Ukraine and prospects for further development are studied. The ways of increasing the social responsibility of agribusiness and the key problems that arise at the present stage of development of this area of work are identified.

Keywords: corporate social responsibility, agribusiness, corporate social responsibility, agribusiness, socially responsible relations.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) в даний час є звичним показником того, наскільки добре компанія взаємодіє із зацікавленими сторонами та спільнотами, як на місцевому, і на світовому рівні. Ця тема досить актуальна в сучасному світі, тому що підтримка загального соціального блага стала настільки ж важливою метою для організацій усіх розмірів нарівні із забезпеченням прибутковості.

Сучасність диктує нові вимоги до розвитку бізнесу, першочерговими з яких визнано корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) як філософію організації підприємницької діяльності у контексті сталого розвитку.

Формуванню соціальної відповідальності агробізнесу приділяли увагу в своїх працях вітчизняні вчені Абрамович І. А., Зінчук Т.О., Кужель В. В., Охріменко О. О., Іванова Т. В.

Незважаючи на значні здобутки, окремі поняття і положення теорії соціально відповідального агробізнесу залишаються недостатньо розробленими і є предметом дискусій і обговорень. Залишаються недостатньо розкритими теоретико-методологічні питання та

практичні рекомендації з формування і регулювання соціальної відповідальності агробізнесу в умовах складного соціально-економічного стану держави.

Метою статті є розкриття сутності поняття соціальної відповідальності агробізнесу та аналіз її складових, формування рекомендацій щодо впровадження соціально відповідального підходу в агробізнесі.

В умовах сталого інноваційного розвитку компанії все частіше звертають увагу на цінності як на основу ділової діяльності, незалежно від того, чи орієнтовані вони на споживачів продукції, співробітників, навколишнє середовище, чи це стосується інших аспектів бізнесу, таких як інновації, безпека, справедливість.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності використовує стійкий симбіоз соціальних, економічних та екологічних аспектів роботи організації. КСВ має на увазі під собою те, що компанія бере на себе додаткові функції, які не передбачені на законодавчому рівні, але відповідають «духу» компанії. Соціальна відповідальність у бізнесі може розглядатися лише як добровільна. КСВ може виступати у вигляді благодійної діяльності фірм, участі у розробці та здійсненні соціальних програм спільно з державою або іншими фірмами, посилення відповідальності перед суспільством за стан екології, здоров'я не лише своїх працівників, а й населення загалом, посилення безпеки виробництва та споживання (експлуатації товару, дотримання цивільних прав, турботи про інтереси споживача (рисунок)).

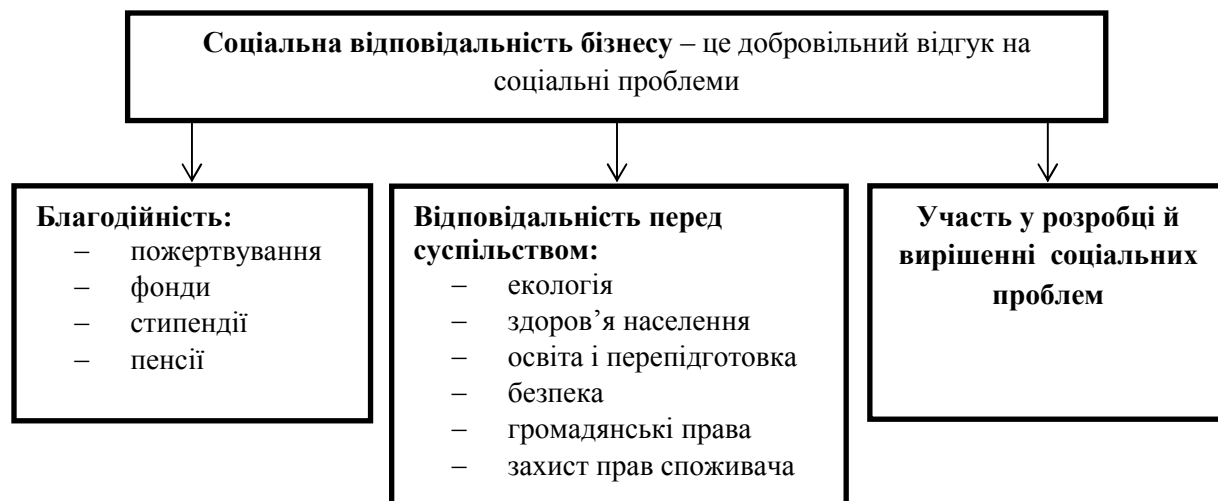


Рисунок. Соціальна відповідальність та етика у бізнесі [2]

Соціальна відповідальність бізнесу – основа сталого соціально-економічного розвитку країни та одна з найважливіших вимог розвитку економіки та правового простору в країнах Європейського Союзу. В Україні соціальна відповідальність бізнесу перебуває на етапі формування. Саме тому особливої актуальності набувають економіко-соціологічні дослідження, спрямовані на виявлення, аналіз та зниження комплаєнс-ризиків, які, зі свого боку, впливають на зниження прибутку у зв'язку з можливим недотриманням персоналом та менеджментом як існуючого законодавства та статутів компаній, так і, що важливо, міжнародних та внутрішньоорганізаційних стандартів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ, Corporate Social Responsibility), а також норм етичного ведення бізнесу. За оцінками експертів агенції «Conference Board» у соціально відповідального бізнесу темпи зростання доходів на інвестований капітал становлять 9,8%; з активів – 3,6%; від реалізації продукції – 2,8%; прибутку – 63,5%.

Ухвалення закону про ринок землі, що має на меті продаж українських земель сільськогосподарського призначення, викликає підвищену зацікавленість до вивчення питання соціальної відповідальності агробізнесу. Аграрний бізнес – це сектор ринкової економіки, що охоплює виробництво, переробку, розподіл, зберігання та доставку до споживача сільськогосподарської продукції [1].

Сучасне агровиробництво України є високоризикованою водночас і достатньо прибутковою сферою підприємницької діяльності. Інвестиційна привабливість цієї сфери зростає. На відміну від майже всіх країн Західної Європи, Україна має високий природний земельний потенціал. Земельні наділи становлять 72% від загальної площі країни, зокрема на них розміщено четверта частина всіх чорноземів світу [3]. Агровиробництво забезпечувало за період з 2015 по 2020 роки до 20% ВВП країни. Продукція АПК становить до 40% товарного експорту. Україна входить у сімку світових лідерів з виробництва зерна, яєць, курятини, соняшникової олії [4].

Агробізнес інтегрує у собі функціональну сукупність усіх сфер агропромислового комплексу. Поєднуючи агропромислові сектори, агробізнес має сам розробити ринкові орієнтири у своєму розвитку. Сьогодні, крім виробництва якісних продуктів та послуг, агробізнес зобов'язаний брати на себе додаткові зобов'язання перед суспільством щодо виконання різноманітних соціальних програм на безоплатній основі. Україна має високий природний та людський потенціал аграрного розвитку, але розкрити його можливо лише за умови посилення соціальної відповідальності всіх аграрних господарюючих суб'єктів. Соціальні ініціативи агробізнесу є неприбутковими, однак при партнерських взаємовигідних відносинах, досягається потужний синергетичний ефект, що опосередковано проявляється у зростанні прибутковості ведення підприємницької діяльності.

Отже, соціальні ініціативи агрокомпаній повинні спрямовуватися на етичне відношення із споживачами, взаємодію із територіальними громадами, підтримку та охорону навколишнього середовища. При запровадженні соціальних ініціатив великі агрофірми (агрохолдинги) матимуть аргументовані економічні переваги: залучення інноваційної техніки, полегшений вихід на міжнародні ринки, вищу продуктивність праці, пом'якшення дії аграрних циклічних коливань. Однак доцільно відмовитись від виснажливого використання землі, оскільки така діяльність приносить надприбутки, але руйнує природно-ресурсний та інфраструктурний потенціали села і загалом розбалансовує систему «сільське господарство – село».

Враховуючи вищевикладене, найкращими з огляду на ведення соціально відповідального бізнесу є товарні селянсько-фермерські господарства площею 200–300 га. За таких розмірів господарства не практикуватимуть монопольних виробництв, використовуватимуть сівозміни і підтримуватимуть родючість ґрунту. Отримуючи достатні доходи, вони володітимуть можливостями підтримувати соціальну інфраструктуру села, оскільки є його жителями. Уособлюючи в одній особі жителя села, власника і господаря, вони найбільше відповідатимуть статусу соціально відповідального підприємця.

1. Абрамович І. А. Теоретичні основи та форми прояву аграрного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2011. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=907> (дата звернення: 16.10.2021).
2. Блог BDO Ukraine. Все про нефінансові рішення для зміцнення імунітету вашого бізнесу. 2021. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/news-2/2020/all-about-non-financial-solutions-to-strengthen-your-business-immunity> (дата звернення: 16.10.2021).
3. Нова державна підтримка агропромислового комплексу – шлях в нікуди. URL: https://lb.ua/economics/2016/04/07/332278_nova_derzhavna_pidtrimka.html (дата звернення: 16.10.2021).
4. Онегіна В., Мегіц Н., Антощенко В., Бобловський О. Результат капітальних вкладень на продуктивність праці в сільському господарстві України. *Журнал досліджень Східної Європи та Центральної Азії (JEECAR)*. 2020. № 7 (1). С. 12–25.