

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бауэрсокс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д.Дж. Бауэрсокс, Д.Дж. Клосс ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 640 с.
2. Березовський К.М. Консолідація маркетингової інформації в управлінні інтегрованими корпоративними логістичними системами / К.М. Березовський, Д.Р. Пилипенко // Економіка розвитку. – 2014. – № 4. – С. 89-94.
3. Бродецкий Г.Л. Моделирование логистических систем. Оптимальные решения в условиях риска. – М. : Вершина, 2006. – 376 с.
4. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под. ред. В.И. Сергеева. – Инфра-М, 2005. – 976 с.
5. Кристофер М. Маркетинговая логистика / М. Кристофер, Х. Пек. – М. : ИД «Технология», 2005. – 200 с.
6. Куніцин С.В. Механізм управління розвитком підприємств туристично-рекреаційної сфери / С.В. Куніцин : [монографія] – Сімферополь : Кримнавчпеддержаввидав, 2012. – 420 с.
7. Пушкарь А.И. Стратегические группы предприятий: концепция, методология, управление. Научное издание / А.И. Пушкарь, Ю.Е. Жуков, А.А. Пилипенко. – Харьков : ООО «Кросс-Роуд», 2006. – 440 с.
8. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, професора Тищенко О.М. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
9. Хэнфилд Р. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности / Р. Хэнфилд, Э. Николс. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 416 с.
10. Чеботаев А.А. Логистика и маркетинг (Маркетингологистика) / А.А. Чеботаев, Д.А. Чеботаев. – М. : Экономика, 2005. – 247 с.
11. Шапиро Дж. Моделирование цепи поставок / Пер. с англ. Под ред. В.С. Лукинського. – СПб. : Питер, 2006. – 720 с.

УДК 330.35:338.43(477)

Лункіна Т.І.*кандидат економічних наук, доцент
Миколаївського національного аграрного університету***Плужник Т.О.***магістр обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету***СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ**

У статті розглянуто перспективи і можливості соціально-економічного розвитку аграрних підприємств України. Узагальнено напрям стратегії розвитку аграрних підприємств та вплив соціальної відповідальності цих підприємств на сталий розвиток країни і рівень життя населення. Також досліджено проблеми впровадження соціально відповідального бізнесу в Україні та відокремлено основні чинники, що спонукають підприємство здійснювати соціально відповідальні заходи.

Ключові слова: соціальна відповідальність, стратегія розвитку, сталий розвиток, глобальна економіка, аграрний бізнес, аграрне середовище.

Лункин Т.И., Плужник Т.А. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ

В статье рассмотрены перспективы и возможности социально-экономического развития аграрных предприятий Украины. Обобщено направление стратегии развития аграрных предприятий и влияние социальной ответственности этих предприятий на устойчивое развитие страны и уровень жизни населения. Также исследованы проблемы внедрения социально-ответственного бизнеса в Украине, и выделены основные факторы, побуждающие предприятие осуществлять социально ответственные мероприятия.

Ключові слова: соціальна відповідальність, стратегія розвитку, сталий розвиток, глобальна економіка, аграрний бізнес, аграрне середовище.

Lunkina T.I., Pluzhnyk T.A. SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SECTOR IN UKRAINE

Prospects and opportunities of social and economic development of agrarian enterprises in Ukraine are discussed. The direction of the agrarian enterprises' development strategy, the impact of the social responsibility of enterprises on country's sustainable development and the standard of people's living are summarized. The problems of the socially responsible business in Ukraine are researched and the main factors that motivate enterprises to socially responsible activities are marked out.

Ключові слова: соціальна відповідальність, стратегія розвитку, сталий розвиток, глобальна економіка, аграрний бізнес, аграрне середовище.

Постановка проблеми. Сучасні соціально-економічні перетворення в аграрному бізнесі викликали необхідність пошуку дієвих інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств для забезпечення їх сталого розвитку. Одним із таких інструментів виступає соціальна відповідальність, що передбачає реалізацію програм розвитку соціальної інфраструктури агроформувань, створення системи соціального забезпечення працівників та збереження навколишнього середовища.

Поняття соціально відповідального бізнесу для України є відносно новим, а його формування пов'язане з низкою питань, що потребують подаль-

шого вивчення, зокрема, в сфері аграрного сектора. Більшість керівників аграрних підприємств України не розуміють значення соціальної відповідальності і тому не бажають витрачати на це свої сили та кошти, інші розуміють, але в силу свого менталітету заперечують необхідність своєї причетності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення різних аспектів формування системи соціальної відповідальності аграрних підприємств здійснили вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, а саме: М.В. Дубініна [4], Н.О. Бурдіна [3], В.М. Запужляк [2], С. Козлов [5], І.М. Царик [8] та ін. Слід зауважити, що у науковій літературі немає

єдиної думки щодо базових складових системи соціальної відповідальності, їх впливу на конкурентні позиції підприємств на ринку та на результати діяльності підприємницьких структур аграрного бізнесу.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Обґрунтування, узагальнення ролі та значення соціальної відповідальності аграрного сектора для власного економічного росту та розвитку іміджу країни.

Викладення основного матеріалу дослідження. Аграрний сектор України з його базовою складовою, сільським господарством є системоутворюючим в національній економіці, формує засади збереження суверенності держави – продовольчу та, у визначених межах, – економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та формує соціально-економічні основи розвитку сільських територій.

Окрім стабільного забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, аграрний сектор України, безперечно, спроможний на вагомий внесок у вирішення світової проблеми голоду.

Подальше входження до світового економічного простору, посилення процесів глобалізації, лібералізації торгівлі вимагають адаптації до нових та постійно змінних умов, а відповідно – подальшого удосконалення аграрної політики.

Український аграрний сектор з потенціалом виробництва, що значно перевищує потреби внутрішнього ринку, є ланкою, що, з одного боку, може стати локомотивом розвитку національної економіки та її ефективної інтеграції в світовий економічний простір, а з іншого – зростання доходів задіяного в аграрній економіці сільського населення, що складає понад третину всього населення країни, дати мультиплікативний ефект у розвитку інших галузей національної економіки.

Стратегія розвитку аграрного сектора економіки України спрямована на формування ефективного соціально спрямованого сектора економіки держави, здатного задовольнити потреби внутрішнього ринку та забезпечити провідні позиції на світовому ринку сільськогосподарської продукції та продовольства на основі закріплення його багатокладності, що на даному етапі розвитку вимагає пріоритету формування різних категорій господарств (селоутворюючих господарств), власники яких проживають у сільській місцевості, поєднують право на землю із працею на ній, а також власні економічні інтереси із соціальною відповідальністю перед громадою [3].

Посилення глобальної економічної нестабільності підвищує актуальність сталого економічного розвитку народного господарства країни в цілому та її регіонів. Аграрний сектор історично займає провідне місце в економіці України. У 2014 р. обсяг виробництва валової продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств збільшився порівняно з 2013 р. на 0,9% і становив 102,5 млрд. грн. (у порівнянних цінах 2005 р.). До зведеного бюджету станом на 01.01.2014 р. від підприємств агропромислового комплексу надійшло 19,8 млрд. грн. податкових платежів, які перевищили фактичний показник 2013 р. на 545 млн. грн., або на 15,9%. Аграрне виробництво розосереджене на територіях, де проживає 31,3% населення країни, саме тому воно впливає не тільки на добробут селян, але є визначальною для багатьох інших галузей насамперед як джерело сировини. Збереження історично сформо-

ваного, звичного способу життя людини, забезпечення повної зайнятості, стан соціальної сфери на селі, облаштування самої території, беззаперечно, визначають стратегію соціально-економічного розвитку суспільства [5, с. 53–58].

Основним видом соціальних заходів, які здійснюються на сільськогосподарських підприємствах, є моральне стимулювання, значимість якого в останній час зростає. Менеджери провідних підприємств стверджують, що у мотивації поряд з матеріальною винагородою на одному рівні стоять психологічні та соціальні фактори.

Як показали наші дослідження, на сьогодні моральне заохочення працівників за своєю користістю розміщується на одному щаблі з матеріальним. Дошки пошани, привселюдне вручення грамот стали не менш цінними за премії. Зростання ролі моральних мотиваційних чинників зумовлено тим, що суспільство у соціальному розвитку дійшло до рівня, коли переважна більшість населення пододала ступені первинних потреб (за пірамідою потреб А. Маслоу). Актуальним постає четвертий рівень – потреба у повазі та визнанні інших людей. До того ж психологія і менталітет сільських мешканців побудовані так, що ця потреба є для них значимою не менше, ніж потреби нижчих рівнів.

Друга причина підвищення актуальності моральних факторів полягає у слабкому рівні матеріальної мотивації в сільському господарстві. Низький рівень заробітної плати й премій у галузі створюють необхідність підтримання соціального елементу – людської гідності хоча б за допомогою моральних мотиваційних заходів.

Наступною складовою соціальних заходів є фінансування діяльності соціальної сфери. Представники аграрного виробництва на сьогодні відмовляються від соціальної роботи або проводять її у мінімальних обсягах. Це зумовлено тим, що, по-перше, більшість підприємств стурбовані питаннями виживання, а не пошуками стратегій розвитку; по-друге, малому і середньому бізнесу складніше здійснювати системну політику соціального інвестування, ніж крупному. Практики скаржаться на відсутність податкових пільг при проведенні соціальної роботи та адміністративний тиск. Іноді доходять до того, що підприємці анонімно надають спонсорську допомогу, побоюючись проблем з податковою інспекцією та іншими контролюючими інстанціями.

У 2005 р. ООН провела дослідження рівня соціальної роботи серед 1220 українських підприємств і виявила, що соціальні бюджети мають менше третини респондентів, хоча кількість суб'єктів, які ставлять перед собою завдання соціальної турботи, щорічно зростає. В основному вони представляють великий бізнес [5, с. 2].

Утримання соціальної сфери не може бути обов'язком розташованих у сільській місцевості сільськогосподарських підприємств. Виважена державна політика, спрямована на створення сприятливих умов розвитку підприємництва у соціальній сфері сільських територій, забезпечить різносторонньо вигідний для багатьох суб'єктів економічний результат.

В Україні прояв соціальної відповідальності аграрними підприємствами зустрічається рідко, але, як не дивно, це непропорційно їх фінансовому становищу (табл. 1).

Отже, за даними таблиці 1, можна зазначити що соціальна відповідальність підприємств не завжди залежить від обсягу їх чистого прибутку. Так, напри-

клад, компанія HarvEast Holding, яка має збиток в сумі 207,8 млн. грн., налічує більше прикладів соціальної відповідальності, ніж компанія «Агрофірма «Світанок», чистий прибуток якої становить 413,4 млн. грн.

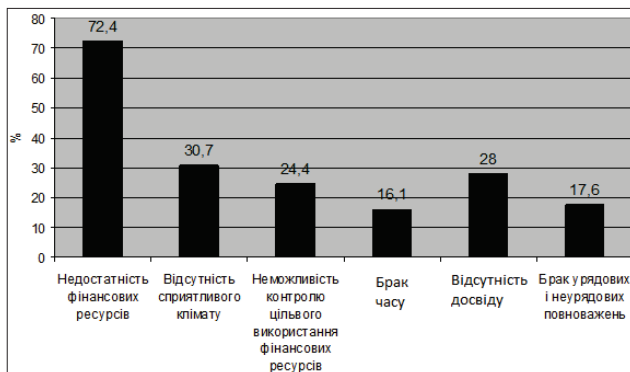


Рис. 1. Проблеми впровадження СВБ в Україні

Джерело: [8]

Такий різновид прояву соціальної відповідальності, як соціальна відповідальність бізнесу (далі СВБ), на підприємствах України зустрічається частіше, незважаючи на це, обов'язки за впровадження системи СВБ сьогодні в основному покладаються на державу, суспільство та підприємства, існують причини, які стають на заваді її розвитку (рис. 1). Основними з них є: порушення принципу максимізації прибутку в короткотерміновій перспективі; необхідність створення та утримання окремих структурних підрозділів по СВБ; нездатність або неможливість визначити економічний ефект від соціальних програм; трудомісткість складання соціальних звітів.

В Україні до таких перешкод додаються: низький рівень соціальної відповідальності держави; відсутність відповідної підтримки з боку держави у вигляді податкових пільг, різноманітних фінансових заохочень та роз'яснювальної роботи; нерозвиненість інститутів громадян, які в змозі значно впливати на лінію поведінки підприємств; недостатній досвід та кваліфікація працівників бізнесових установ у вирішенні соціальних проблем; відсутність відповідного

Таблиця 1

Прояв соціальної відповідальності аграрних підприємств в Україні

Місце в рейтингу	Підприємство	Чистий прибуток у 2012 р., млн. грн	Прояв соціальної відповідальності
1	Кернел Глобал Холдінг	1652,2	У 2013 р. тільки в Черкаській області 1млн. 650 тис. грн. були перераховані на соціальну сферу – освіту, спорт, культуру. Виділяє кошти на проведення різного роду святкування.
2	Ukrlandfarming	4327,2	Інвестує в розвиток свого персоналу, створюючи можливості для самореалізації й навчання працівників, проводить колективні спортивно-оздоровчі заходи, створено відділ охорони навколишнього середовища, завдання якого – управління діяльністю філій і її регулювання у сфері захисту довкілля.
3	Нібулон	13,0	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. Щороку десятки мільйонів гривень спрямовуються на різні соціально значимі проекти, що становить 10% від фонду заробітної плати компанії.
12	Мрія	1393,1	Відіграє важливу роль у соціальному й економічному житті регіонів, в яких працює, допомагає та сприяє розвитку місцевих громад, тісно співпрацює з органами місцевої влади, представниками громад і недержавних організацій, підтримує важливі для життєдіяльності регіонів проекти.
19	Мілкланд Україна	159,7	Звертає велику увагу на розвиток соціальної інфраструктури в тих районах, де працюють заводи, що входять в групу компаній «Мілкланд». Зокрема, підтримка надається муніципалітетам, а також громадським організаціям, які допомагають соціально незахищеним верствам населення.
24	HarvEast Holding	-207,8	Створює програми і проекти, спрямовані на розвиток місцевих громад, комфортні умови для життя на території присутності холдингу та робить внесок у сталий розвиток України. Всі соціальні ініціативи холдингу розділено на три ключові напрямки: розвиток соціальної інфраструктури регіонів присутності холдингу, турбота про здоров'я жителів, розвиток підприємницького середовища.
35	Агрофірма «Світанок»	413,4	-
44	СП «Нива Переяславщини»	168,6	-
75	Агротех-Гарантія	93,2	Надає спонсорську допомогу в місті і районі. Вже третій рік посіплі є генеральним меценатом Всеукраїнського фестивалю сучасного українського романсу «Осіньне рандеву», продуктивною співпрацює з дитячим відділенням центральної районної лікарні.
100	Демис-Агро	0	Корпорація «Деміс Груп» вже котрий рік посіплі надає підтримку дитячим будинкам та інтернатам м. Дніпропетровськ, а також бере участь в якості спонсора у різноманітних дитячих фестивалях та проектах допомоги дітям. Фінансує багато інших соціальних проектів, які зазначено на офіційному сайті.

Джерело: [5–7], розроблено автором за даними «Інвестгазети» та сайтами компанії

законодавства та стандартів соціальної звітності, адаптованих до українських умов, менталітету, рівня розвитку виробництва; політична нестабільність та невпевненість бізнесменів у завтрашньому дні [3].

Виходячи з даних рисунка, найпоширенішими проблемами впровадження СВБ на вітчизняних фірмах є недостатність коштів та відсутність сприяючого законодавства, але можливо найголовнішою причиною недостатнього розвитку СВБ в Україні є помилкове розуміння самої її сутності. Показниками соціальної відповідальності серед українських компаній переважно розуміють надання благодійної допомоги, розвиток власного персоналу, чесне ведення бізнесу, дотримання і захист прав людини. Найменше асоціюють із соціальною відповідальністю впровадження принципів і практик підзвітності, прозорості й етичної поведінки, здійснення екологічних проектів та участь у регіональних програмах розвитку (рис. 2) [8, с. 152].

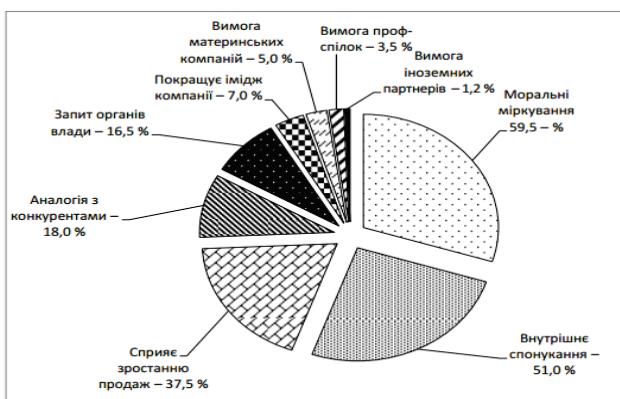


Рис. 2. Чинники, що спонукають підприємства здійснювати соціально відповідальні заходи

Джерело: [8]

Згідно з рисунком, можна визначити основні чинники, що спонукають компанію здійснювати соціально відповідальні заходи, то найвпливовішими з них будуть моральні міркування компанії. Отже, завдяки недостатньому рівню чинників, які збагачують прибуток компанії та підвищують її продажі, підприємства не знаходять у соціальній відповідальності ніяких переваг та альтернатив її впровадження на підприємстві. Тобто на перешкоді розвитку СВБ постає відсутність соціальної відповідальності як складової частини стратегії українських компаній, відсутність соціальних ініціатив бізнесу.

Висновки з даного дослідження. Отже, на сучасному етапі розвитку аграрного бізнесу все більшого значення набуває соціальна відповідальність, що передбачає забезпечення споживачів високоякісним, екологічно чистим продовольством, впровадження у виробництво сучасних досягнень науки і практики, використання ресурсозберігаючих технологій, а також сприяє зростанню добробуту працівників підприємств та збереженню навколишнього середовища. Тому незалежно від розмірів та форми власності аграрні підприємства повинні активніше використовувати на практиці досягнення науки і будувати свою систему управління та корпоративну культуру на принципах соціально-відповідального бізнесу. Впровадження засад соціальної відповідальності доцільно здійснювати через формування стратегічних планів розвитку, дослідження цільових ринків, налагодження тісних та довготривалих стосунків із споживачами та іншими суб'єктами ринку з метою формування у них доброзичливого ставлення до продукції та підприємств у цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Запухляк В.М. Проблеми та перспективи розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні / В.М. Запухляк, В.Ю. Грунтковський // Науковий вісник Чернівецького національного університету : зб. наук. праць. Серія «Економіка». – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2011. – Вип. 557–558. – С. 96–99.
3. Значення соціальної відповідальності в діяльності українських підприємств / За заг. ред. Н.О. Бурдіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4035/1/Бурдіна>.
4. Інституціональна трансформація соціальних складових аграрного сектору економіки / За заг. ред. М.В. Дубініна – Миколаїв : зб. наук. праць ВНАУ Серія «Економічні науки». – 2012. – № 3(69). – Т. 2. – С. 53–58.
5. Козлов С. Власть и бизнес социальные проблемы намерены решать сообща / С. Козлов // Вечерний Николаев. – 2006. – № 114. – С. 2.
6. Стратегія розвитку аграрного сектору на період до 2020 р. : проект // Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/node/7644>.
7. ТОП-100 крупнейших агрокомпаний Украины // Инвестгазета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fermer.org.ua/novosti/top-100-krupneishih-agrokompanii-ukrainy-15479.html>.
8. Царик І.М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки : [монографія] / І.М. Царик. – Чернівці : Чернівецький державний інститут права, соціальних технологій та праці, 2011. – С. 152.