

**Е.В. Пахуча, М.С. Пономарьова, кандидати екон. наук, доценти  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва**

### **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

*У статті розглянута сутність соціальної відповідальності аграрних підприємств. Визначена необхідність впровадження і розвитку соціальної відповідальності, її інтеграції у стратегію сучасних підприємства та необхідність допомоги в процесі реалізації політики соціальної відповідальності зі сторони держави. Досліджено основні проблеми впровадження соціальної відповідальності у вітчизняні аграрні підприємства. Визначені основні принципи і фактори, що впливають на формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. Досліджено основні проекти і напрями соціальної відповідальності на прикладі Топ-10 вітчизняних агрохолдингів України. Систематизовано найпоширеніші практики впровадження соціальної відповідальності у підприємствах України. Виявлені головні стимули і мотиви впровадження соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, аграрні підприємства, корпоративна соціальна відповідальність, стимули, мотиви, практика впровадження, тенденції розвитку.

**Постановка проблеми.** Перехід до сталого розвитку та складні інтеграційні процеси до європейського і світового співтовариства, потребують взаємодії держави, бізнесу та суспільства, що дало б змогу сформувати паритетну відповідальність сторін й створити умови для стабільного розвитку суспільства. В економічно розвинених країнах стрімкими темпами набула свого розвитку соціальна відповідальність та є визначальною тенденцією, якою слідують велика кількість підприємств. В даному аспекті вона виступає, як відповідальність суб'єктів господарювання за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом. Формування соціальної відповідальності на вітчизняному просторі призводить до її впровадження в національне господарство країни, зокрема і в сферу аграрного сектора.

З огляду на соціально-економічне значення, яке несе в собі соціальна відповідальність бізнесу, необхідність її розвитку та інтеграції у стратегію розвитку сучасних підприємств належать до сфери особливої уваги зі сторони держави. Основним напрямом впровадження соціальної відповідальності є розроблення стандартів і заходів, які б стимулювали бізнес до такої відповідальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти соціальної відповідальності в аграрному секторі досліджували: А.А. Гребеннікова, Т.І. Драбчук, А. Зінченко, Т.І. Лункіна, П.М. Макаренко, І.Г. Миколенко, М. Саприкіна, С.В. Філіппова, В.В. Ярова та ін., які підтверджують особливість та необхідність розвитку соціальної відповідальності в аграрному бізнесі, потребують подальшого дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Основною метою є визначення особливостей сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку соціальної відповідальності аграрних підприємств України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціальної відповідальності як наукова категорія є досить багатогранною і представлена як концепція, згідно з якою аграрне або будь-яке інше підприємство має враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив рішень і діяльності на нього та навколишнє середовище, споживачів, працівників, партнерів, постачальників, менеджерів та інших стейкхолдерів [1, с. 4].

В свою чергу категорія «соціальна відповідальність бізнесу» є дещо ширшим поняттям, та визначається як добровільна діяльність підприємств приватного і державного секторів, спрямована на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу в довгостроковому періоді[2].

Соціальна відповідальність аграрних підприємств є добровільне та свідоме виконання і дотримання соціальних норм, задоволення соціальних потреб працівників та партнерів підприємства, й інших учасників суспільства, а у випадку порушення цих норм, передбачає застосування заходів впливу, передбаченими цими нормами. Цей процес складається з визначеного алгоритму дій у певному часовому інтервалі та передбачає високий ступінь інтеграції у діяльність підприємства. Результат соціально відповідальної діяльності буде невід’ємною складовою в усіх процесах

господарювання, починаючи з виробництва та закінчуючи реалізацією сільськогосподарської продукції.

На даному етапі економічного розвитку спостерігаються тенденції до впровадження соціально відповідальної діяльності вітчизняних підприємств, однак це не є загальноприйнятою практикою. Вітчизняні підприємства переважно не використовують сучасні підходи у цьому напрямку навіть ті, що мають достатні фінансові та організаційні ресурси для вирішення соціальних проблем, не мають чітких векторів розвитку соціальної відповідальності.

Практика створення соціально орієнтованого аграрного бізнесу ускладнюється, по-перше, тим, що нема чіткого уявлення, що таке соціальна відповідальність бізнесу і як вона впливає на конкурентоздатність. Серед соціально орієнтованих напрямів діяльності переважають заходи із підтримки персоналу за рахунок прибутку і відрахованих коштів від фонду заробітної плати, заходи із захисту здоров'я й безпеки споживачів. По-друге, у державі відсутня відповідна законодавча база, яка б стимулювала підприємства витратити кошти на соціальні проекти і благодійність [3, с. 194].

Українське село з початку незалежності характеризується трьома тенденціями: відсутність чіткої стратегії та скорочення бюджетного фінансування на розвиток соціальної та фізичної інфраструктури, підтримку малого бізнесу; поява агрохолдингів, які фактично володіють основними частками сотень аграрних підприємств і визначають вектор їх руху; зниження рівня життя в сільській місцевості, відтік молоді, безробіття, старіння та зuboжіння сіл [4]. Тому розвиток соціальної відповідальності аграрних підприємств, може бути тим підґрунтям, яке необхідне для вирішення соціально-економічних проблем.

До внутрішніх перешкод впровадження заходів з соціальної відповідальності відносять невідпрацьований механізм впровадження соціальної відповідальності, брак коштів і часу, недостатність власного досвіду, неможливість контролю за використанням наданих коштів. Найбільшими зовнішніми перешкодами вважають, нестабільну політичну ситуацію в країні, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла розвитку соціальної відповідальності. Недостатність інформації про принципи і підходи до впровадження соціальної відповідальності та брак державних і недержавних організацій, які б теж могли допомогти, перешкоджають здійсненню заходів з соціальної відповідальності.

Слід наголосити, що у 2018 р. частка компаній, які вважають головною перешкодою для впровадження соціальної відповідальності брак

коштів, скоротилась майже вдвічі. Зменшилась вага й тих компаній, у яких твердять, що головною перешкодою є недостатність інформації про принципи і підходи до впровадження соціальної відповідальності, натомість зросла частка компаній, що вважають недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, головною перешкодою до впровадження корпоративної соціальної відповідальності [5, с. 42].

### 1. Сутність основних принципів соціальної відповідальності

Принципи	Характеристика
1. Підзвітність	Готовність організації брати на себе відповідальність за діяльність перед своїми керівними органами, органами правового захисту та у більш широкому сенсі перед іншими зацікавленими сторонами
2. Прозорість	Організація повинна розкривати в зрозумілій, збалансованій і правдивій формі політику, прийняті рішення і свою діяльність, за які вона несе відповідальність, включаючи фактичний і можливий вплив їх на суспільство та довкілля.
3. Етична поведінка	Поведінка організації повинна ґрунтуватися на принципах і правилах, що базуються на цілісності, чесності, рівності, розумному керівництві, добропорядності.
4. Зацікавлені сторони (стейкхолдери)	Організація поважає і розглядає інтереси її зацікавлених сторін. Зацікавлені сторони організації – особи або групи, які мають інтерес у якій-небудь діяльності організації.
5. Правові норми	Закони викладені в письмовому вигляді, загальнодоступні і втілені в життя відповідно до встановлених процедур. У контексті соціальної відповідальності повага правових норм означає, що організація дотримується всіх застосовних законів і правил.
6. Права людини	Організація поважає права, які прописані у Всесвітній Декларації по правах людини; визнає те, що ці права носять загальний характер, що означає їхню застосовність у будь-якій країні, будь-яких культурах.

До проблем ведення соціально відповідальної діяльності аграрних підприємств слід віднести визначення критеріїв соціальної відповідальності, оскільки вони є умовними. Переважно, соціальна відповідальність для аграрних підприємств сприймається як корисний, але формальний захід, що свідчить про низький рівень обізнаності в цьому питанні. Також не сформовано узагальнену систему показників оцінки соціальної відповідальності як на рівні держави, так і на рівні підприємств.

Соціальна відповідальність в Україні виявляється через певні інструменти, категорії [1-6].

Проте наявну систему соціальної відповідальності аграрного бізнесу не можна назвати гармонійною, оскільки більшість її інститутів виникла не в ході еволюційного розвитку ринкових відносин, а залишилася у спадок від радянської системи соціального забезпечення (утримання за рахунок колективних аграрних господарств медичних, навчальних закладів та закладів культури та соціальної сфери) або була трансформована з більш розвинутих економічних систем і внаслідок традицій адміністративно-командної системи зазнала суттєвих змін [7, с. 396].

Дослідили основні проекти і напрями соціальної відповідальності Топ-10 вітчизняних агрохолдингів України (за даними Агропорталу [8]), інформацію про їх соціальну відповідальну діяльність, зокрема про проекти і напрями отримали з офіційних сайтів даних компаній в табл. 2.

Отже, як бачимо з представленої інформації, керівництво досліджуваних компаній, веде активну соціально відповідальну господарську діяльність, на основі відкритої та доступної інформації, яку можемо у вільному доступі отримати з сайтів компанії. Переважна більшість досліджуваних компаній має окремий розділ на сайті «Корпоративна соціальна відповідальність», або «Сталий розвиток» де звітують про напрями і проекти соціальної відповідальності, які вони здійснюють, або планують, що свідчить про розвиток у майбутньому саме цього напрямку. Також зазначимо, що по двом компаніям відсутня інформація про їх соціальну відповідальність або сталий розвиток – Агротон і Агроміно, що зовсім не свідчить, що вони не працюють і не підтримують соціально відповідальну діяльність, але свідчить про не додержання одного з головних принципів соціальної відповідальності – підзвітність, тобто бути здатною відзвітувати іншим за вплив на суспільство та довкілля. Також з розглянутих напрямів і проектів соціальної відповідальності досліджуваних агрохолдингів, бачимо, що розвиток вони забезпечують у даному напрямку переважно там де ведуть свою господарську діяльність, а отже на локальному рівні.

**2. Проекти і напрями корпоративної соціальної відповідальності  
Топ-10 агрохолдингів України**

Назва компанії	Основні проекти і напрями КСВ
ПАТ «Миронівський хлібопродукт»	Проекти КСО: Село: кроки до розвитку; Лелека; Соціальний магазин; БФ Урожай-громаді; БФ Майбутнє для громади; Культурна спадщина; Добробут громади; Лідери змін. Напрями: взаємодія із зацікавленими сторонами; кодекс етичної поведінки; співпраця з громадами; турбота про працівників; турбота про тварин; сталий розвиток; охорона довкілля; біобезпека; контроль якості; сучасні технології; служба етичного контролю.
Кернел Груп	Напрями: збереження довкілля; відповідальний роботодавець; підтримка місцевих громад; відповідальність за якість продукції;
Астарта-Київ	Напрями: підтримка медицини; підтримка освіти; підтримка культури і спорту; підтримка інфраструктури та благоустрою; інші (благодійність, ремонт доріг поза межами населених пунктів).
ІМК	Напрями: ремонти шкіл, дитячих садків, фельдшерсько-акушерських пунктів; ремонти доріг, водогонів, освітлення населених пунктів; покупка обладнання та санітарних автомобілів для районних лікарень; фінансування футбольних команд; будівництво мосту, будівництво школи-інтернату, будівництво пам'ятника воїнам-афганцям; спонсорство регіональних культурних заходів.
ГК «Ovostar Union»	Напрями: розвиток існуючої команди високопрофесійних, талановитих і активних однодумців; політика безпеки продукції; соціальна допомога: здійснюючи благодійну діяльність, допомагають продукцією власного виробництва та грошовою допомогою дитячим організаціям, лікарням і православним установам.
Milkiland	Проект «Здорова дитина – здорова нація». Напрями: благодійна допомога для організації локальних заходів; розвиток соціальної інфраструктури в тих районах, де працюють заводи; підтримка муніципалітетам, а також, громадським організаціям, які допомагають соціально незахищеним верствам населення.
KSG Agro	Проекти розвитку: місцевої інфраструктури та комунальної сфери, проектів енергозбереження; соціальних програм в області медицини і освіти; програм самозайнятості населення, програм

	<p>підтримки учасників АТО та їхніх сімей; програм продовольчих субсидій, що надаються соціально незахищеним верствам населення; допомоги в залученні інвестицій, грантових програм; програма реконструкції систем опалення.</p> <p>Напрями: додержання екологічної безпеки продукції; впроваджена система експрес-моніторингу якості продукції «від поля до прилавка»; профілактичні заходи по локалізації можливих забруднень і загроз для флори і фауни; навчальні програми, що дозволяють оптимізувати процес обліку і управління; співпраці з громадами, участь у розвитку територій; допомога соціально незахищеним верствам населення.</p>
Авангард	<p>Напрями: забезпечення благоустрою населених пунктів, де ці підприємства ведуть свою господарську діяльність; соціальна відповідальність підприємства перед пайовиками; є одним з найбільших платників податків в Україні; реалізує десятки соціальних проєктів в селах, де ведуть свою господарську діяльність.</p>
Агротон	Інформація відсутня
AgroGeneration	<p>Напрями: підтримка дитячих будинків, лікарень, шкіл, будинків ветеранів і учасників війни; створення додаткових робочих місць для населення в сільській місцевості, де проблема зайнятості постає особливо гостро.</p>
Agroliga Group	<p>Реалізації «зеленого» проєкту. Проведена масштабна земельна реформа з метою припинення будь-яких махінацій, а також для створення сучасної інтерактивної бази земельного банку.</p>
Agromino	Інформація відсутня

Аграрні підприємства мають специфічні, притаманні лише їм напрями локальної соціальної відповідальності, зокрема: надання працівникам сільськогосподарської техніки для обробки їхніх приватних угідь; збереження врожаю працівників у сховищах підприємства; купівля сільськогосподарської продукції працівників; можливість використання ремонтних боксів та ветеринарної клініки підприємства у власних потребах працівників; продаж працівникам комбікормів власного виробництва за пільговими цінами; допомога в хімічній обробці угідь працівників тощо[9, с. 63].

Фактори, що впливають на формування соціальної відповідальності аграрних підприємств поділяють на внутрішні (знаходяться у зоні контролю конкретного підприємства) і зовнішні (впливають на стратегію діяльності підприємства). Внутрішні фактори охоплюють нематеріальні

ресурси підприємства (людський, репутаційний та соціальний капітал, залучення стейкхолдерів), цінності (імідж підприємства, стратегія, соціальна складова ідеології підприємства) та потреби стейкхолдерів (персоналу, постачальників, замовників, інвесторів, держави та суспільства). До складових зовнішніх факторів відносять: структура ринку, конкуренція, ринкова концентрація, стадія життєвого циклу товару, рівень диференціації ринку, темпи росту, бар'єри для входу на ринок.

Світова практика застосування соціальної відповідальності свідчить не тільки про покращення власної репутації, а й про отримання прибутку від збільшення лояльності споживачів. З огляду на означене, підтверджується актуальність та зростаюче значення механізмів застосування соціальної відповідальності у міжнародному та вітчизняному бізнесі [10, с.63].

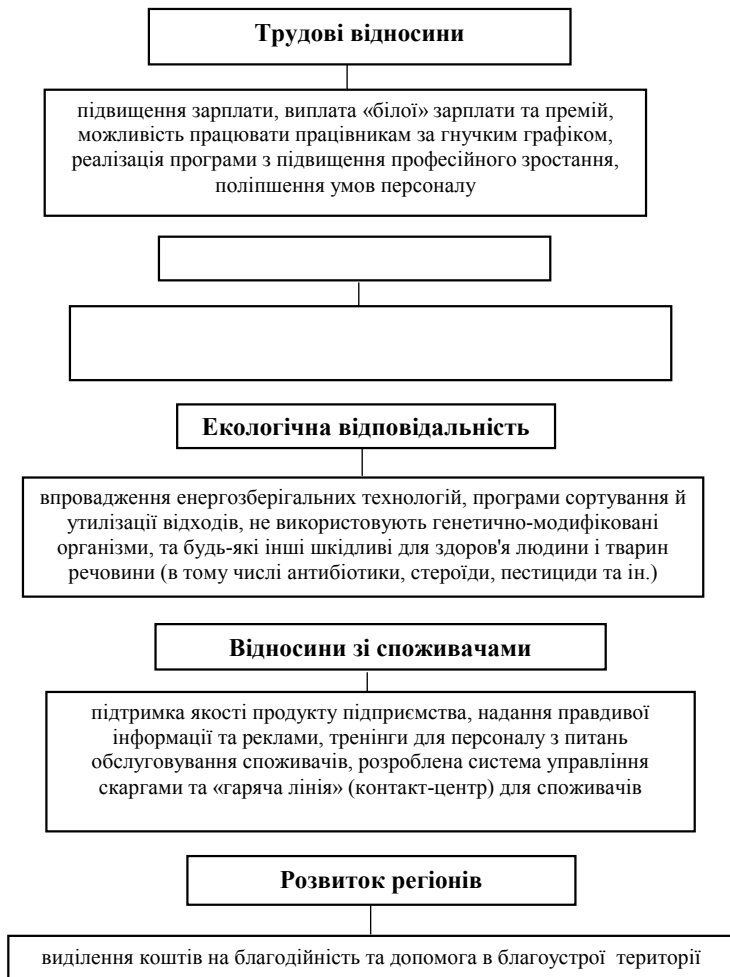
Найбільш прогресивними стадіями на етапі запровадження соціальної відповідальності в підприємство є: функціональна – це стадія початкового етапу формування системи соціальної відповідальності підприємства, де одиничні ініціативи не пов'язані з досягненням стратегічних цілей підприємства; стратегічна – це стадія, де механізм соціальної відповідальності органічно вписується в стратегію і в систему управління підприємства через всі процеси його діяльності та філософію бізнесу; громадянська – це стадія провайдингу соціальної відповідальності, тобто активні дії підприємства щодо просування принципів соціальної відповідальності в діловому середовищі: серед постачальників, партнерів тощо [11, с. 8]. У результаті цього підприємство формує сприятливе середовище для здійснення господарської діяльності та досягнення позитивних змін.

Головними стимулами впровадження соціальної відповідальності для вітчизняних підприємств, зокрема аграрних, стало б введення пільгового оподаткування, зменшення адміністративного тиску, а також пропозиції місцевої влади щодо програм соціального розвитку регіону.

На думку представників бізнесу в Україні, політика соціальної відповідальності має бути спрямована на три ключові аспекти: розвиток і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів. Найпоширенішими напрямками реалізації КСВ в Україні є: 76% - політика розвитку і поліпшення умов персоналу; 51% - благодійна допомога (хоча бізнес і перестав сприймати КСВ як благодійність); 30% - допомога воїнам АТО й мешканцям зони АТО. На думку опитаних представників компаній, найближчим часом для розвитку КСВ потрібно розробити нормативно-правову базу в державі, яка б сприяла цій діяльності, підвищувати обізнаність про Національний



контактний пункт з відповідальної бізнес-поведінки, ввести курси з КСВ в університетські програми та активізувати участь бізнес-асоціацій у популяризації КСВ [12, с. 6]. Отже, у процесі дослідження згрупували найпоширеніші практики впровадження соціальної відповідальності у підприємствах України рис.1:



**Найпоширеніші практики впровадження соціальної відповідальності у підприємствах України**

Серед мотивів, які спонукають впроваджувати соціальну відповідальну політику, на першому місці стоять моральні міркування, що є головним мотиватором впровадження соціально відповідальної діяльності вже протягом багатьох років. На нашу думку, це може бути пов'язано й з бажанням підприємств зробити свій внесок у розв'язання соціально-економічних і гуманітарних проблем, які постали в країні.

**Висновки.** Більшість вітчизняних аграрних підприємств недостатньо усвідомила позитивний вплив соціальної відповідальності як на імідж та і на фінансові показники своєї діяльності. Основними проблемами впровадження соціальної відповідальності у вітчизняні підприємства є відсутність чіткої стратегії соціальної відповідальності, бюджету на виконання програм із соціальної відповідальності, не сформовано узагальнену систему показників оцінки соціальної відповідальності на різних рівнях та сприйняття соціальної відповідальності, як формального заходу. Введення пільгового оподаткування та зменшення адміністративного тиску залишаються головними стимулами впровадження соціальної відповідальності, але серед мотивів на першому місці стоять моральні міркування, що говорить про позитивні тенденції розвитку найвищого ступеня соціальної відповідальності. Політика соціальної відповідальності має бути спрямована на розвиток і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів, і підтримуватись не лише агрохолдингами, а підприємствами інших форм власності.

**Бібліографічний список:** 1. Макаренко П.М. Соціальна відповідальність аграрних підприємств як чинник їх ефективності та конкурентоспроможності: сутність, складники, проблеми і тенденції здійснення. *Наукові праці полтавської державної аграрної академії.* – 2015. – Вип. 2 (11). – С. 3-8. 2. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URI: [http://svb.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_sv\\_b\\_v\\_ukrayini.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_sv_b_v_ukrayini.pdf) (дата звернення: 15.04.2019). 3. Ярова В.В. Теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучасва.* Сер.: Економічні науки. – 2013. – № 5. – С. 185-196. 4. Гребеннікова А.А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні. *Ефективна економіка* 2017. – № 12. – URI: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6001> (дата звернення:

20.12.2017). 5. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018. – К.: Юстон, 2017. – 52 с. 6. Лункіна Т.І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. – 2017. – Вип. 12. – Чт. 2. – С. 6-10. 7. Драбчук Т.І., Коваль О.Ю. Роль соціальної відповідальності агробізнесу у забезпеченні сталого розвитку сільських територій. *Економіка і суспільство*. – 2018. – Вип. 18. – С. 395-401. 8. Топ-10 агрохолдингів України. Основні акценти в інфографіці. URI: <http://agroportal.ua/ua/publishing/infografika/top10-agroholdingov-ukrainy-aktsenty-2017-v-infografike/>(дата звернення: 20.12.2018). 9. Лункіна Т.І., Широка А.І. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Modern Economics*. – 2018. – № 9. – С. 60-66. 10. Миколенко І.Г. Соціальна відповідальність бізнесу в системі інноваційного розвитку. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. – 2017. – № 4. – С. 62-72. 11. Філіппова С.В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму. *Economics*. – 2017. – № 2 (30). – С. 5-17. 12. Практики КСВ в Україні 2017 / Під ред. Саприкіної М.; Центр «Розвиток КСВ». – К.: 2018. – 88 с.

**Э.В. Пахучая, М.С. Пономарёва. Социальная ответственность аграрных предприятий: современное состояние, проблемы и тенденции развития.** В статье рассмотрена сущность социальной ответственности аграрных предприятий. Определена необходимость внедрения и развития социальной ответственности, ее интеграции в стратегию современных предприятия и необходимость помощи в процессе реализации политики социальной ответственности со стороны государства. Исследованы основные проблемы внедрения социальной ответственности в отечественные аграрные предприятия. Определены основные принципы и факторы, влияющие на формирование социальной ответственности аграрных предприятий. Исследованы основные проекты и направления социальной ответственности на примере Топ-10 отечественных агрохолдингов Украины. Систематизированы наиболее распространенные практики внедрения социальной ответственности на предприятиях Украины. Выявлены главные стимулы и мотивы внедрения социальной ответственности отечественными предприятиями.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, аграрные предприятия, корпоративная социальная ответственность, стимулы, мотивы, практика внедрения, тенденции развития.

**Pakhucha E.V., Ponomarova M.S. Social responsibility of agrarian enterprises: current state, problems and trends of development.** Taking into account the socio-economic importance of business social responsibility the necessity of its development and integration into the strategy of modern enterprises development are a special focus of the state. The main direction of social responsibility introduction is the development of standards and measures that would stimulate the business to this responsibility. The essence of social responsibility of the agricultural enterprises is examined in the article. The necessity of introduction and development of social responsibility, its integration into the strategy of modern enterprises and the need for assistance in the process of implementing the policy of social responsibility on the part of the state are determined. The main problems of introducing social responsibility into the domestic agricultural enterprises are investigated. The basic principles and factors influencing the formation of social responsibility of the agricultural enterprises are determined. The main projects and directions of social responsibility at the example of 10 Ukrainian main agricultural holdings are investigated. The most common practices of social responsibility introducing at the enterprises of Ukraine are systematized. The main incentives and motives for introducing social responsibility by the domestic enterprises are identified. Social responsibility of the agrarian enterprises is the voluntary and deliberate fulfillment and observance of social norms, meeting the social needs of workers and partners of the enterprise and other members of the society; and in the case of these norms violation it envisages the sanctions provided by them.

**Key words:** social responsibility, agrarian enterprises, corporative social responsibility, incentives, motives, introduction practice, development trends.

*Стаття надійшла до редакції: 28.10.2018 р.*