

## МОТИВАЦІЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**Актуальність теми дослідження.** Процеси трансформації економіки України в ринкову призвели до відходу від практики державного патерналізму, що знайшло своє відображення у зміні розуміння ролі підприємства як суспільного інституту, формування нового підходу до оцінки ефективності та його результативної діяльності. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності, досягненні високої продуктивності та прибутковості виробництва починають відігравати соціально-відповідальні функції підприємства, включення до його компетенції питань підтримки природоохоронних заходів, розробки та реалізації програм розвитку закладів соціальної інфраструктури підприємства, формування систем соціального, освітнього та психологічного забезпечення працівників, впровадження принципів етичної поведінки у відносинах з постачальниками та споживачами. Подібна трансформація суспільних цінностей та пріоритетів вимагає внесення змін до діючої практики управління підприємствами, забезпечення інтеграції принципів, методів та інструментів соціальної відповідальності у діяльність підприємств.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Різні аспекти реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу останнім часом знайшли відображення в працях українських науковців, зокрема, Крюкова І.О., акцентує увагу на соціальній відповідальності бізнесу агропродовольчої сфери в аспекті продовольчої безпеки національної економіки. Чирва О.Г., Негоденко В.С. пропонують розглядати соціальну відповідальність в контексті управління конкурентоспроможністю, екологічної безпеки продуктів харчування та підвищення інвестиційної привабливості агропродовольчої сфери. Заслужують на увагу наукові розробки Митяй О.В., яка досліджує проблему соціальної відповідальності бізнесу як інноваційного інструменту нарощення економічного потенціалу підприємств харчової промисловості. Дослідження механізмів впливу соціальної відповідальності на ринкову вартість бізнесу та сталого розвитку національної економіки в сучасних умовах віддзеркалені у працях Гришовой І.Ю. [1-9].

**Мета статті.** Метою даної публікації є висвітлення авторського бачення мотивів механізму формування соціальної відповідальності у сфері агробізнесу, засноване на наявності ризиків від орієнтації господарської діяльності на посилення аспекту соціальної відповідальності у локальних виробничих, інтеграційно-інноваційних та соціальних процесах взаємодії суб'єктів ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Будь-який бізнес, особливо бізнес в аграрній сфері, реалізуючи свої економічні цілі, неминуче зачіпає інтереси місцевої громади та впливає на рівень розвитку регіону присутності. У свою чергу, розвинуте суспільство з усіма створеними для гідного життя і роботи умовами є необхідною умовою подальшого зростання, розвитку і процвітання агробізнесу в регіоні присутності. Подібний механізм зворотного зв'язку обумовлює необхідність наявності мотивів, які змогли б забезпечити максимально позитивний вплив на місцеве суспільство і регіон присутності, не зменшуючи її, а в довгостроковій перспективі і збільшуючи економічну ефективність агробізнесу. Соціальна відповідальність фактично представляє собою взаємовигідне партнерство бізнесу, держави і суспільства. Крім того, під впливом всеохоплюючих процесів глобалізації сама модель ведення бізнесу істотно змінилася за останні роки: практично повна відсутність особистого контакту при укладанні угод, що проводяться

через Інтернет, зробило ділову репутацію та імідж компанії визначальними факторами в боротьбі за клієнта-споживача.

На сьогоднішній день успіх і стійкість практично будь-якого проекту, компанії або міжнародної корпорації вимірюється не тільки і не стільки показниками прибутків і дивідендів, а й іміджем, одним з важливих складових якого є стурбованість соціальними та екологічними проблемами. У західному світі основна робоча модель корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується на тому, що оскільки жодна компанія не функціонує в повній ізоляції, але постійно взаємодіє з суспільством і державою, корпорації змушені впроваджувати політику соціальної відповідальності у свої маркетингові та стратегічні програми з метою отримання додаткової конкурентної переваги [11].

Концепція соціальної відповідальності забезпечує будь-якій компанії ефективний результат, як мінімум, у формі: зростання іміджу та ділової репутації; розвитку прозорості компанії для акціонерів і громадськості; підвищення інвестиційної привабливості; зміцнення позицій компанії в регіоні присутності; соціального внеску в сталий розвиток регіону і країни в цілому; зростання ринкової вартості бізнесу [12]. Аграрна сфера – це інтегрована локальна система суспільного господарства, що виробляє продукцію на основі природного середовища і матеріально-технічних ресурсів. На сьогоднішній день для українського бізнесу соціальна діяльність – швидше інноваційний процес, ніж щоденна поширена практика, соціальні ініціативи провадяться з метою зміцнення становища компаній в регіоні присутності.

Авторське бачення мотивів механізму формування соціальної відповідальності у сфері агробізнесу, засноване на наявності ризиків від орієнтації господарської діяльності на посилення аспекту соціальної відповідальності у локальних виробничих, інтеграційно-інноваційних та соціальних процесах взаємодії суб'єктів ринку (рис. 1). Оптимальне управління стратегічним розвитком в контексті розвитку соціальної відповідальності означає реалізацію концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підхід до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність інтересам усіх економічних суб'єктів. Концепція оптимального управління стратегічним розвитком орієнтована на перспективу та вимагає оптимального підходу до прийняття управлінських рішень з точки зору співвідношення очікуваного доходу та комерційного ризику. Наслідком реалізації концепції стратегічного розвитку має стати збільшення ринкової вартості бізнесу, отримання нових компетенцій, стійка лідерська позиція на ринку, нарощення ринкової вартості бізнесу та реалізація її соціальної складової.

Маркетинговий контроль цінової політики на стадії збуту покликаний виявити відповідність аграрної продукції соціальному спрямуванню збутової політики та допомогти товаровиробникам пришвидшити розрахунковий потік та інкасацію дебіторської заборгованості, застосувати вчасно коригувальні дії.

Цей напрямок також включає в себе оптимізацію логістичних систем та ресурсних потоків аграрної сфери. Лобювання і захист економічних, соціальних і правових інтересів товаровиробників спрямовано на формування ринкових відносин в Україні на основі розвитку соціального діалогу.

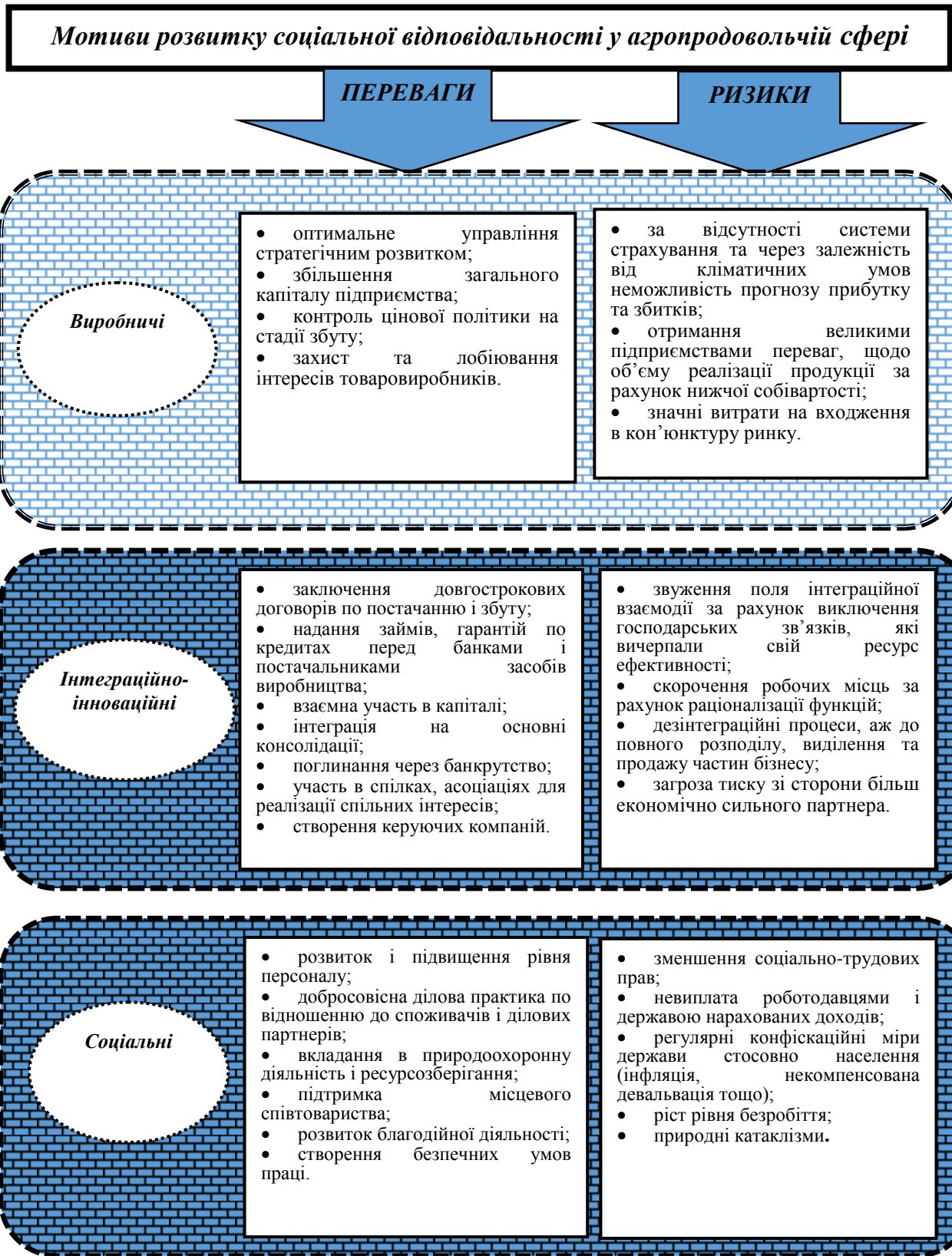


Рис 1. Мотиви розвитку соціальної відповідальності у сфері агробізнесу  
Джерело: розробка автора

Виробничі мотиви розвитку соціальної відповідальності у сфері агробізнесу можуть наражатися на негативні прояви внаслідок галузевих особливостей. Агробізнес – одна з ключових і життєво важливих сфер суспільного виробництва, є водночас однією з

найбільш ризикових, оскільки відтворювальний процес пов'язаний з природно-кліматичними та біологічними чинниками, що унеможливує прогнозування прибутку та збитків. Високий рівень ризику в сільському господарстві України вимагає кваліфікованого управління, тобто прийняття рішень на основі оптимального для підприємці співвідношення прибутку та ризику, визначення його прийняттого рівня. Завдання управління ризиком – звести можливий вплив несприятливих факторів до прийняттого рівня, використовуючи такі інструменти управління ризиком як уникнення, контроль, передача та самофінансування ризику.

Об'єктивно існує ризик для малого бізнесу у сфері аграрного виробництва, пов'язаний із техніко-економічними перевагами великого виробництва перед дрібним, а саме: більш високий рівень продуктивності праці; менші витрати на одиницю продукції; економія капітальних і експлуатаційних витрат на одиницю площі; більші можливості для раціональної організації виробництва, використання техніки, досягнень науки і прогресивної практики; більші можливості для зберігання та реалізації продукції в кращі строки і вищої якості тощо. Проте збільшення розмірів підприємств та їх підрозділів не може бути безмежним. Тому для здорової конкуренції на ринку варто поєднувати великі, середні та дрібні виробництва і мати раціональні за розмірами підприємства залежно від природних умов, спеціалізації, рівня інтенсивності виробництва та ін.

Сьогодні, в умовах глобалізації світової економіки, коли, з одного боку, спостерігається об'єктивна тенденція концентрації виробництва в руках обмеженого кола впливових суб'єктів, а з іншого, має місце демонополізація попиту та послаблення влади національних монопольних структур, підприємства аграрної сфери несуть значні витрати на входження в кон'юнктуру ринку.

Інтеграційно-інноваційна складова мотивів розвитку соціальної відповідальності у сфері агробізнесу передбачає синергетичну взаємодію складових інтеграційного механізму інноваційно орієнтованого економічного розвитку. Важливого значення набувають: взаємна участь у капіталі, інтеграція на основі консолідації, участь у спілках, асоціаціях, поглинання через банкрутство, заключення довгострокових договорів на постачання і збут, створення керуючих компаній, надання займів, гарантій по кредитах перед банками і постачальниками засобів виробництва. Функціональні напрямки економічної інтеграції залежать від поставлених цілей і вибору об'єкта інтеграції і спрямовані на досягнення оптимального балансу між ефективністю діяльності та стабільністю позицій підприємства на ринку. Перелічені форми взаємодії реалізуються з метою захисту спільних інтересів та підтримки конкурентоспроможності на належному рівні, впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Однак слід зазначити, що інтеграція у сфері агробізнесу несе ризик звуження поля взаємодії за рахунок виключення господарських зв'язків, які вичерпали свій ресурс ефективності, скорочення робочих місць за рахунок інноватики, раціоналізації функцій виконання виробничих та управлінських процесів. Макросередовище несе загрозу тиску зі сторони більш економічно сильного партнера, що спричинятиме дезінтеграційні процеси, аж до повного розподілу, виділення та продажу частини бізнесу.

Соціальна складова мотивів розвитку соціальної відповідальності є найбільш важливою в аспекті взаємодії з суспільством. Створення безпечних умов праці, розвиток і підвищення рівня персоналу є невід'ємною складовою соціальної відповідальності перед працівниками. Екологічний вектор соціальної відповідальності акцентується передусім на ролі *підприємств* у збереженні довкілля і виробництві екологічно чистої продукції. Добросовісна ділова практика по відношенню до споживачів і ділових партнерів формує імідж організації, позитивне позиціонування у колах ділової активності. Благодійність та підтримка місцевого співтовариства є важливою складовою розвитку громадянського суспільства та вагомим сегментом соціокультурного життя країни.

Ризиками соціальної відповідальності бізнесу є соціальні конфлікти внаслідок зменшення соціально-трудова прав на основі нерівності прав та можливостей суб'єктів

трудових відносин, зокрема невплата роботодавцями і державою нарахованих доходів, конфіскаційні міри держави стосовно населення (інфляція, некомпенсована девальвація тощо), ріст рівня безробіття та природні катаклізми.

**Висновки.** Таким чином, підсумовуючи вищенаведене, для підприємств аграрної сфери впровадження ініціатив соціальної відповідальності є обов'язковим елементом стратегічного розвитку. Проте існують ризики від орієнтації господарської діяльності на посилення аспекту соціальної відповідальності у локальних виробничих, інтеграційно-інноваційних та соціальних процесах взаємодії суб'єктів ринку. Їх мінімізацію вбачаємо у налагодженні виробничо-технологічних й управлінських зв'язків шляхом консолідації зацікавлених сторін на основі створення сприятливих умов ведення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності й отримання прибутку з урахуванням інтересів кожного учасника та розподілу відповідальності.

#### **Анотація**

Соціальна відповідальність бізнесу є важливим інструментом підвищення конкурентоздатності підприємств та реалізації соціальних інтересів суспільства. Стаття присвячена розгляду мотивів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в аграрній сфері. Приведено авторське бачення мотивів механізму формування соціальної відповідальності у сфері агробізнесу, засноване на наявності ризиків від орієнтації господарської діяльності на посилення аспекту соціальної відповідальності у локальних виробничих, інтеграційно-інноваційних та соціальних процесах взаємодії суб'єктів ринку.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, концепція соціальної відповідальності, соціальні інтереси, агробізнес, стратегічний розвиток, ризики, мотиви.

#### **Аннотация**

Корпоративная социальная ответственность является важным инструментом для повышения конкурентоспособности предприятий и реализации социальных интересов общества. Статья посвящена рассмотрению мотивы развития социальной ответственности бизнеса в сельскохозяйственном секторе. Показано авторское видение мотивов механизма формирования социальной ответственности в области сельского хозяйства, на основе наличия рисков от ориентации экономической деятельности для укрепления в аспекте социальной ответственности местного производства, инновации и социальные процессы взаимодействия между субъектами рынка.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, понятие социальной ответственности, социальные интересы, агробизнес, стратегическое развитие, риски, мотивы.

#### **Summary**

Corporate Social Responsibility is an important tool for improving the competitiveness of enterprises and the implementation of social public interest. The article is devoted to the motives of CSR development in agriculture. Powered copyright reasons mechanism of forming a vision of social responsibility in the field of agri-business, based on the risks of the orientation of economic activity to strengthen the aspect of social responsibility in local production, integration and innovation, and social processes of interaction of the market.

**Keywords:** social responsibility, the concept of social responsibility, social interests, agribusiness, strategic development, risk, motifs.

#### **Список використаної літератури:**

1. Крюкова І.О. Фінансова архітектура інноваційного розвитку підприємства АПК. – Соціально-економічний розвиток України в умовах трансформаційних змін: виклики, тенденції, перспективи. [Колективна монографія]. / за ред. Аранчій В.І., Полтава. : ТОВ НВП «Укпромторгсервіс», 2013. - С. 43-52.

2. Хома І.Б. Управління проблемним підприємством на основі діагностованого рівня економічної безпеки / І.Б. Хома // Науковий журнал «Економіка розвитку» Харківського національного економічного університету. – Харків: Видавництво ХНЕУ, 2010. – № 4 (56). – С. 91–95.
3. Чирва О. Г. Стратегія підвищення конкурентоспроможності регіональної соціально-економічної системи: етаповість ухвалення рішень / О. Г. Чирва // Матеріали III Міжнар. наук.-практ. інт.-конф. «Пріоритети розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції України», (Умань, 01 лютого 2013 р.). – Умань : Сочінський, 2013. – С. 135–137.
4. Гришова І.Ю. Финансовое обеспечение перерабатывающих предприятий в контексте формирования финансовых потоков./ И.Ю. Гришова// Азимут научных исследований: экономика и управление.- Россия. - 2012.- № 1. - С.22-24
5. Гришова І.Ю. Імплементція принципів соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств/ І.Ю. Гришова, Т.С.Шабатура// Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3.- С. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
6. Кужель В.В. Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери [Електронний ресурс] / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3.- С. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
7. Бондаренко А.В., Омелянович Л.О. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави// Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2009. – № 5(79). – С.201–203.
8. Гришова І.Ю. Финансовое обеспечение перерабатывающих предприятий в контексте формирования финансовых потоков./ И.Ю. Гришова// Азимут научных исследований: экономика и управление.- Россия. - 2012.- № 1. - С.22-24.
9. Зайцев Ю.К. Соціальна конкуренція як фактор економічного розвитку/ Ю.К.Зайцев// Стратегія економічного розвитку України: Наук. збірн. Вип. 6. - К.: КНЕУ. - 2011. - С. 32 - 42