

УДК 631.162

Олійник О.Р.,
к.е.н., ст. наук. співробітник Тернопільської державної
сільськогосподарської дослідної станції Інституту кормів
та сільського господарства Поділля НААН

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА МОЖЛИВІСТЬ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Oliynyk O.R.,
cand.sc.(econ.), senior research fellow,
Ternopil state agricultural experimental station of Institute
of feed research and agriculture of Podillya of NAAS

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE POSSIBILITY OF ITS APPLICATION IN UKRAINE

Постановка проблеми. Становлення успішних сільгоспвиробників і їх прагнення подальшого сталого розвитку, з одного боку, а також світові тенденції і запит суспільства щодо здорової екології та соціальної справедливості, з іншого, зумовили поширення в нашій державі практики корегування стратегій сільськогосподарських підприємств у напрямку їх соціалізації. Досвід ведення соціально відповідального бізнесу іноземних компаній безперечно зумовив як позитивну динаміку серед українських підприємств, так і зростання довіри та підтримки населення. З-поміж значної кількості рекомендацій важливо дослідити саме ті, що матимуть оптимальне застосування в умовах вітчизняного агробізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Чітке усвідомлення потреби соціально відповідальної поведінки бізнесу та її переваг на шляху до сталого розвитку нашої держави зумовлює наукові дослідження у сфері соціалізації аграрного сектору економіки України. Залучення бізнесу до вирішення суспільних проблем стало топ-темою досліджень таких світових вчених, як: Беккер Г., Віден К., Дейвіс К., Котлер Ф. [6], Крамер М., Портер М. [14] та багато інших.

Значний вклад у дослідження та вивчення явища корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) здійснили українські науковці: О. О. Єранкін, І. Ф. Комарницький, В. В. Кужель, О. В. Митяй, В. С. Негоденко, В. О. Непочатенко, О. Г. Чирва, Т. С. Шабатура, В. В. Ярова та інші [3; 5; 8; 11]. Зокрема теоретико-методологічне підхід до вивчення та організаційне забезпечення соціальної відповідальності бізнесу досліджували В. В. Ярова, В. В. Кужель [7; 13]; проблеми інституційного забезпечення соціалізації вітчизняного сільського господарства та міжнародний досвід розвитку КСВ розкрито у працях О. М. Бородіної, І. Ю. Гришової [1; 3]; КСВ як інструмент управління конкурентоспроможністю та підвищення екологічної та інвестиційної привабливості підприємства висвітлено у роботах О. Г. Чирви та В. С. Негоденко [12]; КСВ в контексті вирішення проблем розвитку сільських територій досліджував Єранкін О. О. та Герасименко Ю. [2; 4].

Узагальнюючи думки дослідників, доцільно зазначити, що, незважаючи на широкий спектр наукового доробку з питань соціальної відповідальності бізнесу, важливо врахувати успішний практичний досвід розвинутих держав та визначити оптимальні фактори, які б стимулювали соціально-відповідальні дії аграріїв та зумовили значний поступ у розвитку соціальної відповідальності агробізнесу України в цілому.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз міжнародного досвіду соціалізації сільського господарства, визначення можливості його застосування в Україні, а також формулювання необхідних умов для поширення соціальної відповідальності серед аграріїв України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що ідея корпоративної соціальної відповідальності набула популярності в країнах Західної Європи та США ще у 1950-ті роки та з роками еволюціонувала і поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими й потужнішими. Можна стверджувати, що багато організацій отримали мотивацію до здійснення програм соціальної відповідальності завдяки розвитку конс'юмеризму, ширшій обізнаності громадськості з екологічними та етичними питаннями, зростанню тиску з боку організованих груп активістів (захисників довкілля, феміністського руху, поборників інтересів споживачів тощо) [8; 9; 10, с. 4].

Позитивні наслідки переходу бізнесу у розвинутих країнах на соціально-відповідальну поведінку є настільки показовими, що зумовили глобальне трактування соціальної відповідальності бізнесу як оптимального та ефективного інструмента для вирішення широкого кола питань на шляху до сталого розвитку людства.

Фактично існує два табори міжнародних організацій, що визначають основні тенденції розвитку соціально відповідального бізнесу: ООН та схожі організації світового та континентального рівня, а також бізнес структури та громадські організації локального рівня. Нормативним підґрунтям КСВ є здебільшого добровільні норми так званого м'якого права, що реалізують стратегії, декларації та рекомендації інституцій та установ обох таборів. Крім того, в деяких європейських країнах вимоги щодо окремих аспектів соціалізації бізнесу закріплені законодавчо [10, с. 29].

Відповідно до так званого «залізного» закону соціальної відповідальності К. Дейвіса, менеджмент ділових організацій несе перед суспільством подвійну відповідальність: юридичну (дотримання норм державного регулювання) та соціальну (добровільне реагування на соціальні проблеми).

Варто зазначити, що не існує абсолютного визначення корпоративної соціальної відповідальності, позаяк воно залежить від стадії розвитку суспільства, історичних та культурних особливостей розвитку кожної країни.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні перебуває в стадії становлення. Формальним стартом стало створення Всеукраїнського громадського руху «Форум соціально відповідального бізнесу України» у 2005 р.

Під соціалізацією сільськогосподарських підприємств розуміємо не стільки корпоративну філантропію чи альтруїзм, скільки добровільну участь аграрного бізнесу у вирішенні соціально-економічних, екологічних та продовольчих проблем населення, пожегавлення інноваційно-інвестиційних процесів в аграрній сфері, нормалізацію демографічного стану на селі [2; 4].

Діапазон питань, що можуть бути вирішені шляхом пропагування культури підприємництва в аграрному секторі та відповідальності сільгоспідприємств за якість середовища, формується під впливом суспільного запиту та не має жодних обмежень.

Варто зазначити, що соціальні ініціативи бізнесу спрямовані не за галузевим принципом, а стосуються окремих її аспектів (наприклад, охорона довкілля, соціальне забезпечення працівників, сприяння їх благополуччю, освітньому та культурному розвитку). Поряд із цим потрібно враховувати специфіку сільського господарства, як галузі, що має найтісніший взаємозв'язок із навколишнім середовищем. Погоджуємось із думкою О. М. Бородіної про те, що аграрне виробництво, на відміну від індустрії, пов'язане із живою природою та людиною. Тому господарську діяльність на селі не можна розглядати поза загальною системою його соціальних зв'язків та екологічних обмежень [1, с. 48; 7].

Отже, усвідомлення аграрними підприємствами своєї відповідальності за добробут і здоров'я населення та збереження довкілля є чи не найвдалішим шляхом до сталого розвитку на селі.

У пошуку оптимального алгоритму соціальної відповідальності аграрного бізнесу важливо скористатись доробком тих держав, що досягли значного прогресу у гармонізації інтересів суспільства, власників капіталу та держави шляхом популяризації такої моделі бізнес-поведінки. Українські аграрії уже зараз корегують свою діяльність та добровільно долучаються до соціальних проектів, переймаючи досвід та технології іноземних компаній, що приходять в Україну.

Враховуючи специфіку та особливості соціальної відповідальності бізнесу в окремих країнах, її моделі розрізняють за географічним підходом: американська, європейська та азійська. З них перших дві є діаметрально протилежними: якщо американська модель тісно переплітається з філантропією, а перевага надається реалізації соціальних програм через спеціалізовані компанії, то в межах європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності такі програми є складовою стратегії компанії і виступають фактором, що визначає підходи компанії до вибору партнерів, проектів, об'єктів інвестування. Азійська ж модель займає проміжне місце та має як спільні, так і відмінні риси з двома іншими [9; 10; 15].

У таблиці 1 наведено порівняння різних моделей соціальної відповідальності бізнесу за ключовими характеристиками.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика моделей КСВ

Ознака порівняння	Американська модель	Європейська (німецька) модель	Азійська (японська) модель
1	2	3	4
Специфіка КСВ	Наближена до філантропії	Є складовою бізнес-стратегії	Формується під впливом культурних традицій
Сфера застосування	Будь-яка. Фінансування соціальних програм відбувається через неприбуткові організації або напямую	Обмежується цінностями та бізнес-стратегією	«Виробнича сім'я» – всі працівники компанії
Правове регулювання	Застосування принципів прецедентного права	Кодифікація законодавства	Відсутнє законодавче регулювання. Діють внутрішні корпоративні директиви

продовження табл. 1

1	2	3	4
Цільовий орієнтир	Бездоганна репутація	Добра воля зробити більше, аніж встановлено	реалізація завдань та цілей в межах інституту «довічного найму»
Зв'язок бізнесу із його соціальними проектами	Тяжіє до мінімального	Тісний, оскільки реалізація соціального проекту пов'язана із бізнес-стратегією	Тісний (підтримка працівників впродовж усього їхнього життя)
Роль державного регулювання КСВ	Відсутня. Бізнес самостійно визначає необхідність та ступінь впливу на вирішення суспільних проблем	Суттєва, вимоги щодо соціалізації бізнесу закріплені на законодавчому рівні	Активна у напрямку впливу на стратегічне планування бізнесу
Вид відповідальності	Індивідуальна	Колективна солідарна	Колективна
Відносини із стейкхолдерами	Етичні відносини є запорукою щонайкращого задоволення інтересів власників	Рівне ставлення до всіх зацікавлених осіб	Рівне ставлення до всіх, але особлива увага – «виробничий сім'ї»

Джерело: узагальнено автором на основі [9] та [10]

Для формулювання, пропагування та імплементації оптимальних технологій соціалізації бізнесу в українське сільське господарство доцільно здійснити детальний аналіз кожної із перерахованих моделей.

Європейська модель корпоративної соціальної відповідальності пов'язана насамперед із досягненням компаніями їх основних бізнес-цілей та прагненням підвищити свою інвестиційну привабливість.

Головна особливість цієї моделі полягає у формуванні відповідальності власників капіталу перед найманими працівниками, що зумовлено становленням та посиленням правових вимог та стимулів у сфері соціалізації бізнесу цих країн.

Показовим прикладом державного регулювання соціалізації бізнесу у Європі є запровадження обов'язкового інформування громадськості щодо інвестування пенсійних внесків у діяльність соціально відповідальних компаній.

Все частіше ефективність суспільної діяльності компанії стає одним із вагомих критеріїв її функціонування в цілому. Сьогодні сектор інвестицій у соціально відповідальний бізнес (socially responsible investments – SRI) сягає 15 млрд. дол. США та продовжує динамічно зростати.

Запорукою швидкого поширення практик соціально відповідальної поведінки бізнесу у Європі є дієве інституційне забезпечення у цих країнах. Саме завдяки спільним зусиллям державних органів, громадських та наукових кіл, а також бізнесу в країнах ЄС вдалося асимілювати соціальну відповідальність у бізнес-практику. В таблиці 2 детально наведено інститути, що сприяють розвитку соціальної відповідальності бізнесу у країнах ЄС.

Таблиця 2

Інституційна підтримка КСВ в державах-членах ЄС

Державні органи	Дослідницькі центри	Ділові кола
1	2	3
АВСТРІЯ		
<p>Міністерство соціальної безпеки, захисту поколінь та споживачів ініціювало змагання та нагородження підприємств, які пропагують рівні можливості та дружню політику стосовно сім'ї.</p> <p>Міністерство сільського господарства, лісництва, навколишнього середовища та водопостачання в рамках австрійської Ініціативи з стабільного розвитку координує низку заходів щодо КСВ.</p> <p>Федеральний уряд прийняв у 2002 р. Стратегію сталого розвитку.</p>	<p>Австрійське Співтова-риство навколишнього середовища та технологій заснувало у 2001 р. плат форму для «Соціально відповідальних інвестицій» «Австрійська Ініціатива КСВ» створена у 2002 р.</p> <p>Інститут співпраці з політик розвитку видає з грудня 2003 року журнал з питань КСВ. Австрійська промислова федерація, Міністерство економічних питань та праці, а також Торгівельна палата проводять заходи, семінари, аналітичні дослідження з метою підвищення рівня обізнаності щодо КСВ та формулювання Австрійських Рекомендацій з КСВ.</p>	<p>Австрійська ділова рада з сталого розвитку, Міністерство соціальної безпеки та захисту поколінь та споживачів, Інститут інтегративного туризму та розвитку, а також Азійський туроператор взяли участь у розвитку Кодексу поведінки щодо захисту дітей від сексуального насильства.</p>

продовження табл.2

1	2	3
ДАНІЯ		
<p>Міністерство економіки і ділових справ та Національна рада розвитку бізнесу опублікували доповідь з Етики у бізнесі.</p> <p>Міністерство соціальних справ розпочало кампанію «Наш спільний інтерес – соціальна відповідальність корпоративного сектору».</p> <p>Міністерство соціальних справ видало ряд керівних принципів звітності бізнесу щодо соціальних та етичних питань щоб визначити соціальний вплив їх діяльності.</p> <p>Датський уряд підтримує оцінювання рівня забезпечення прав людини (HRIA), що проводить Датський центр з прав людини.</p> <p>Міністерство навколишнього середовища та енергетики зобов'язало понад 3 тис. компаній, діяльність яких є найбільш забруднюючою, формувати екологічні звіти.</p>	<p>Датський Інститут соціальних досліджень за фінансового сприяння уряду здійснює дослідження розвитку в сфері КСВ та на ринку праці.</p> <p>Функціонує «Координуючий комітет з превентивних заходів на ринку праці» сформований з числа представників федерацій, працедавців, профспілок та громадськості. Національна Рада зайня тості складається з членів профспілок, представників федерацій, працедавців, муніципальних рад надає консультації уряду щодо розвитку ринку праці.</p> <p>Уряд Данії заснував Копенгагенський центр (1998 р.) – незалежну інституцію на основі добровільного партнерства бізнесу, уряду та громадськості, спрямованого на заохочення соціальної єдності.</p>	<p>Національна мережа ділових менеджерів, заснована Міністерством соціальних справ (1996 р.) зібрала топ-менеджерів великих компаній для консультування Міністерства з питань КСВ, проведення заходів щодо укріплення соціальної єдності, а також визначення найбільш соціально відповідальних компаній.</p> <p>Декілька регіональних бізнес мереж було засновано з 1997 року з метою ініціювання партнерства між компаніями та органами місцевої влади, щоб опанувати місцеві соціальні зміни.</p>
ФРАНЦІЯ		
<p>Національна Рада сталого розвитку (2003 р.) складається з 90 членів різних громадських груп та здійснює формування стратегії.</p> <p>Група вищого рівня з сталого розвитку відстежує впровадження цієї стратегії. Запроваджено посаду Міністра з питань сталого розвитку.</p>	<p>Комітет з питань заробітної платні працівників заснований профспілками (2002 р.) здійснює контроль за управлінням та інвестуванням соціальними фондами.</p>	<p>IMS-Entreprendre pour la Cité (1986 р.) - неприбуткова органі-зація, заснована у за ініціативою французьких бізнес лідерів, впроваджує КСВ через мережу більш ніж 130 компаній-членів організації.</p>
НІМЕЧЧИНА		
<p>Уряд спільно із представ-никами бізнесу та громад-ськості реалізує навчальну програму, яка включає зустрічі урядовців та представників компаній задля підвищення їх обізнаності щодо КСВ.</p> <p>Уряд впроваджує багато індивідуальних проєктів в сфері екології та справедливої торгівлі.</p> <p>Міністерство громадського здоров'я та соціальної безпеки реалізує проєкт «Роботи без перешкод» для підвищення професійних можливостей інвалідів (навчання, сприяння кар'єрному просуванню, заходи охорони здоров'я).</p> <p>Круглий стіл з питань Корпоративних Кодексів поведінки заснований Урядом з числа представників міністерств, соціальних партнерів, компаній та неурядових організацій працює в напрямку покращення соціальних умов та умов праці в країнах, що розвиваються.</p>	<p>Verbraucherinitiative, TransFair та Weltladen-dachverband за сприяння уряду в 2003-2005 рр. провели інформаційну кампанію «справедливо – це добре»</p> <p>«Альянс заради родини» та Bertelsmann Foundation реалізують соціальні проєкти, серед яких «Місцеві альянси заради родини» щодо сприяння балансу життя-робота та створення гнучких можливостей для піклування про дітей.</p>	<p>Мережа German multi-stake-holder GC працює у напрямку підвищення рівня обізнаності та посилення розвитку КСВ.</p> <p>Спільний Кодекс для Кавового Співтовариства розроблений Німецькою Асоціацією Кави та урядом для створення універсально діючого Кодексу поведінки для сталих процесів виробництва кави (економічний, соціальний та екологічний аспекти).</p>

продовження табл.2

1	2	3
ВЕЛИКОБРИТАНІЯ		
З 2000 р. діє Міністр з питань соціальної відповідальності . Уряд підвищує рівень обізнаності щодо КСВ, гармонізує внутрішні та міжнародні рамки соціальної, екологічної звітності та маркування.	Проект SIGMA - об'єднання, метою якої є розвиток структури управлінської сталості, яка включає управлінські принципи, системи та інструменти. Фінансується Департаментом торгівлі та промисловості.	Консорціум малого бізнесу займається підвищенням рівня обізнаності конкурентних можливостей малого та середнього бізнесу через покращення їхнього соціального, економічного та суспільного впливу управлінськими засобами.

Джерело: складено на основі [9; 10, с. 31-34]

Постійна еволюція інституційного середовища розвитку КСВ зумовлена міцним законодавчим підґрунтям. До правових норм, що діють на території усіх країн ЄС належать: норми Міжнародної Організації Праці (МОП) (трудові стандарти, Декларація принципів щодо транснаціональних компаній та соціальної політики, Декларація основних принципів та прав на роботі); Керівні принципи Організації Економічної Співпраці та Розвитку (ОЕСР) для транснаціональних компаній; Зелена Книга Єврокомісії («Просування європейського підходу до соціальної відповідальності бізнесу»); Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості у прийнятті рішень та про доступ до правосуддя при вирішенні екологічних проблем; Директива Ради ЄС 2003/4/ЄС про доступ до інформації про навколишнє середовище; Загальна Декларація прав людини; Європейська Конвенція прав людини; міжнародні пакти про громадянські, політичні, економічні, соціальні та культурні права; Кіотський Протокол; Регламенти Ради ЄС 1836/93/ЄС та 761/2001/ЄС щодо екоаудиту - систематизованого, задокументованого та регулярного оцінювання процесу охорони навколишнього середовища; Добровільні принципи та стандарти відповідального ведення бізнесу [3; 10; 12; 15].

Крім загальних норм у більшості країн-членів ЄС діють внутрішні нормативно-правові акти, що, як правило, є жорсткішими та уточнюючими порівняно із загальноєвропейськими. До прикладу: у Франції діє Закон «Про публічний пенсійний резервний фонд», що вимагає демонструвати соціальні та етичні критерії, використані при інвестиціях; у Бельгії – Закон «Про інформацію, захист споживачів та торгівлю», який забороняє недобросовісну рекламу стосовно впливу на середовище; в Німеччині діє Федеральний закон «Про досягнення рівного ставлення до інвалідів»; в Іспанії - Закон «Про фінанси», який передбачає реформу регулювання благодійної діяльності (пожертви благодійницьким організаціям розглядатимуться як витрати на обіг) тощо.

Азійська (японська) модель КСВ сформувалась під впливом культурних традицій та тривалої активної участі держави у стратегічному плануванні бізнесу.

Завдяки еволюційному розвитку соціальна відповідальність увійшла у всі сфери підприємництва та стала нормою ділової поведінки. Так, окрім організаційного розвитку та примноження прибутків ця модель передбачає усвідомлення підприємством своєї відповідальності перед суспільством та довіллям і прагнення прогресу людства в цілому.

Особливістю азійської моделі КСВ є уважне ставлення до трудового колективу, що не обмежується виробничими стосунками, а пов'язане із сприянням з боку підприємства вирішенню проблем працівників впродовж усього їхнього життя (фінансова допомога при народженні дітей, придбанні житла, лікуванні, навчанні тощо). Члени «виробничої родини», працюючи на підприємстві, перебувають у так званому «довічному наймі», що гарантує працівнику у разі сумлінної праці соціальний захист, фінансову підтримку, кар'єрне зростання та щедрі пенсійні виплати. Жодна із норм бізнес-поведінки, що стосується суспільних ініціатив не передбачена у законодавстві, проте вони є соціальним імперативом та безумовними до виконання для більшості великих компаній.

До практичного державного регулювання у сфері КСВ Японії належать: рішення щодо запровадження збору за вуглець, що міститься у пальному та використання отриманих коштів на проведення заходів проти глобального потепління; активна участь Японії у пропагуванні соціально відповідального бізнесу в ООН.

Громадські та бізнес об'єднання Японії є ініціаторами формування, постійного вдосконалення та посилення існуючих корпоративних вимог та норм щодо соціальної відповідальності бізнесу. Зокрема, ці правила закріплено у Хартії корпоративної поведінки («The Keidanren Charter for Good Corporate Behavior»), а також у 15-тій Білій Книзі «Еволюція ринку та менеджмент КСВ», виданій Асоціацією корпоративних управлінців (Keizai Douyukai) у 2003 р. [9; 10; 15]. Запроваджено звітування та контроль з боку дослідницьких центрів щодо використання державних та корпоративних пенсійних фондів, а також впливу функціонування бізнесу на навколишнє середовище.

Успішні підприємства формують у своїй структурі спеціалізовані відділи для реалізації соціальних ініціатив підприємства, які контролюють питання, пов'язані із КСВ та тісно співпрацюють із відділами інвестицій, фінансів та екології [5; 11]. Варто зазначити, що інформацію про проведені

суспільні заходи підприємства, як правило, активно просувають через ЗМІ, відображають у своїх звітах діяльності, наводять як позитивний аргумент у ході налагодження співпраці із новими партнерами, використовують для формування свого бізнес іміджу.

Отже, ключовими особливостями азійської моделі КСВ є: її міцне культурне підґрунтя; соціальна згуртованість в межах підприємства; інститут «довічного найму» працівників; державне регулювання стратегічного планування бізнесу; спрямування ідеології підприємства на сприяння цивілізаційному розвитку як окремої людини, так і прогресу людства в цілому.

Американська модель КСВ еволюціонувала упродовж останнього століття та набула своїх характерних рис, механізмів реалізації соціальних ініціатив бізнесу. Особливістю цієї моделі КСВ є добровільний характер участі підприємства у вирішенні проблем суспільства. Корпоративна допомога, як правило, має форму благодійності, меценатства, спонсорства та реалізовується через спеціальні благодійні фонди, у створенні яких бере участь підприємство-благодійник. Участь у соціальних проектах підприємств не пов'язана із їхньою стратегією і часто зумовлена філантропічними рисами їх власників [15].

Аргументами на користь американської моделі КСВ є: її простота або відсутність потреби залучення у штат підприємства спеціалістів з реалізації соціальних проектів; наочність результатів доброчинності та їх позитивний вплив на імідж підприємства; найбільша підтримка з-поміж інших моделей КСВ у населення та громадських організацій, що сприймають соціальні ініціативи бізнесу як піклування про конкретну людину, громаду, мешканців села чи регіону.

Щодо економічної ефективності варто зазначити, що американська модель КСВ є затратною, оскільки реалізація соціальних програм є безкорисною і не передбачає досягнення бізнес-цілей, основною її метою є завоювання довіри та симпатії з боку суспільства. Досить поширеною у цій моделі соціальної поведінки є практика реалізації екологічних проектів, рівень фінансування яких прийнято інтерпретувати, як ступінь гармонійності функціонування компанії-благодійника у довкіллі.

У цій моделі участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем має стихійний характер і залежить від економічного стану підприємства, а також інтенції власників та менеджменту.

Не випадково у проведеному дослідженні найширше висвітлено європейську модель КСВ та досвід її впровадження у країнах Європи. Саме ця модель є оптимальною для українських підприємств та найбільш гармонійно влітається у місцевий менталітет, традиції та економічні реалії.

Сільське господарство з-поміж інших галузей національного господарства в ході функціонування має найтісніші взаємозв'язки із населенням та довкіллям, тому аграрні підприємства мусять формувати свою бізнес стратегію із врахуванням суспільних запитів. Крім того вони мають не лише фінансувати такі проекти, а й бути генераторами чи ініціаторами ідей щодо сталого розвитку людини та природи. Також важливо, щоб суспільні проекти, які реалізує підприємство, були пов'язані із його діяльністю. Такий підхід дасть змогу підкреслити гармонійність його господарської діяльності в навколишньому середовищі й отримати суспільне схвалення та підтримку.

Фактично без жодного нормативного підґрунтя українські аграрії уже розпочали впровадження європейської моделі КСВ у свою практику (Астрарта-Київ, Нібулон, Сварог-Вест Груп, Агро-Інвест Україна, Укрзернопром). Вони традиційно беруть участь у вирішенні соціальних проблем у тій місцевості, де знаходяться їхні виробничі потужності та угіддя. В основному це фінансова допомога, використання техніки підприємства (ремонт і обслуговування польових доріг), продовольча допомога освітнім, медичним закладам та соціально незахищеним групам населення. До прикладу компанія «Агро Інвест Україна» у травні 2014 року запустила соціальну ініціативу «Швидка допомога – з турботою про людей», в рамках якої вже відремонтовано приміщення фельдшерсько-акушерських пунктів, закуплено та обладнано чотири автомобілі швидкої допомоги, а також організовано диспетчерську службу по координуванню роботи лікарів та водіїв швидкої [2].

Сьогодні українські підприємства хоча і оперують термінами «соціальна відповідальність» та «соціальні інвестиції», їх реальна соціальна політика частіше обмежується звичайною благодійністю. Практика створення соціально орієнтованого аграрного бізнесу ускладнюється тим, що немає чіткого уявлення, що таке соціальна відповідальність бізнесу і як вона впливає на конкурентоздатність [13]. Крім того соціальні ініціативи здебільшого є локальними та безсистемними. Тому необхідно сформулювати методичний інструментарій стратегічного планування соціальної діяльності підприємства. Також актуальним є формування на державному рівні сприятливих правил гри, що стимулювали б впровадження соціальної відповідальності у практику ведення сільського господарства.

Отже, європейська модель КСВ є оптимальною для впровадження у вітчизняний аграрний сектор. Поширення практики реалізації соціальної відповідальності може розглядатись як додатковий важіль стимулювання їх інноваційного розвитку та сприятиме позитивному іміджу країни у світовому економічному просторі [7, с. 164].

Висновки з проведеного дослідження. Процес поширення корпоративної соціальної відповідальності у сільському господарстві України розвивається з ініціативи як підприємств, так і громадськості. Стратегія і практика великих аграрних компаній уже включає вирішення суспільних проблем та нівелювання негативного впливу господарської діяльності на довкілля. Однак його подальша динаміка залежить від загальноекономічної ситуації в країні та державного стимулювання соціалізації агробізнесу, а також системності його соціальних ініціатив.

Наукова думка розглядає три основні моделі корпоративної соціальної відповідальності, визначені за географічним принципом: американську, європейську та азійську. Їх поділ пов'язаний із принциповою відмінністю основних характеристик, зокрема: специфіки, сфери застосування, цільового орієнтира, зв'язку бізнесу із його соціальними проектами, ролі державного регулювання КСВ, відповідальності та відносин із стейкхолдерами.

З-поміж основних моделей КСВ європейська є оптимальною для впровадження у сільське господарство України, позаяк умови його ведення уже значною мірою імплементовані до європейських та продовжують наближуватись. До того ж ця модель є найефективнішою з точки зору інвестування, оскільки реалізація соціальних проектів, як правило, веде до збільшення активів підприємства (зростає довіра до соціальноорієнтованої компанії, що згодом конвертується у збільшення попиту, лояльність контрагентів, вмотивованість працівників та прихильність населення).

З досвіду країн ЄС, ефективність поширення соціально відповідальної поведінки у сільськогосподарських підприємствах значною мірою залежить від дієвого державного регулювання, одним із найважливіших інструментів якого є стимули (податкові пільги для виконавців суспільно важливих проектів, компенсації за екологізацію аграрного виробництва, підвищення якості та безпечності аграрної продукції, сприяння мотивації та соціальному захисту персоналу, підвищенню їхнього професійного рівня та благополуччя тощо). Такі стимули повинні бути чітко закріплені у законодавстві, а їх дієвість залежить від прозорості та ефективності механізму впровадження.

Впровадження соціально відповідальних ініціатив є загальнооздоровлюючим і олюднюючим фактором розвитку сільськогосподарського підприємства, що зумовлює покращення його іміджу та посилення конкурентних позицій, а також сталий розвиток населення та довкілля.

Література

1. Бородіна О.М. Інституційний розвиток сільського господарства та села України і Росії та його гармонізація з європейською політичною практикою / О.М. Бородіна // Економіка України. – 2012. – № 11. – С. 48-61.
2. Герасименко Ю. Розвиток сільських територій як інструмент реалізації соціальної відповідальності агробізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2014_10_16_17/sekcija_5_ekonomichni_nauki/rozvitok_silskih_teritorij_jak_instrument_realizaciji_socialnoi_vidpovidalnosti_agrobiznesu/8-1-0-78
3. Гришова І. Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / І. Ю. Гришова, В. О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2. – С. 47-51. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>
4. Єранкін О. О. Соціальна відповідальність агробізнесу в контексті вирішення проблем розвитку сільських територій / О. О. Єранкін // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2011. – Випуск 6/2. – С. 31-34
5. Комарницький І. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством [Електронний ресурс] / І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка // 36. наук. праць Буковинського у-ту. – 2010. – № 6. – Режим доступу до журн.: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf
6. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі. – К. : Видавництво Олексія Капусти, 2004. – 348 с.
7. 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 (13). – С. 162-166. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
8. Македон В. В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління [Електронний ресурс] / В. В. Македон // Вісник ХНАУСГ: Економічні науки. Вип. 126. – Харків: ХНТУСГ. – 2012. – Режим доступу: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_126/27.pdf
9. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [Лазаренко О., Колиско Р. та ін.]. – К. : Вид-во «Енергія», 2008. – 96 с.
10. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
11. Стоянова-Коваль С. С. Інвестиційні потоки як фактор нарощення інноваційного потенціалу підприємств [Електронний ресурс] / С.С. Стоянова-Коваль, Т. С. Шабатура, В. О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 3. – С. 160-165. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>
12. Чирва О. Г. Інфраструктурне забезпечення сталого розвитку харчових підприємств [Електронний ресурс] / О. Г. Чирва // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 1(11). – С. 16-23. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>

13. Ярова В. В. Теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу / В. В. Ярова // Вісник ХНАУ. Сер.: Економічні науки. – 2013. – № 5. – С. 185-196. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnau_ekon_2013_5_26.pdf
14. Porter M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review, 2009. – Vol. 84 (12). – PP. 78-94.
15. Інтернет-сторінка спільноти СББ <http://www.svb.org.ua/contacts>

References

1. Borodina, O.M. (2012), "Institutional development of agriculture and villages of Ukraine and Russia and its harmonization with European political practice", *Ekonomika Ukrainy*, no. 11, pp. 48-61.
2. Herasymenko, Yu. (2014), "The development of rural areas as an instrument for the implementation of social responsibility of agricultural business", available at: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2014_10_16_17/sekcija_5_ekonomichni_nauki/rozvitok_silskih_teritorij_jak_instrument_realizacii_socialnoi_vidpovidalnosti_agrobiznesu/8-1-0-78
3. Hryshova, I.Yu. (2013), "The impact of the institutional structure on the development of innovative and investment activity of enterprises", *Economy: realities of time. Scientific journal*, no. 2, pp. 47-51, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>
4. Yerankin, O.O. (2011), "Social responsibility of agribusiness in the context of solving the problems of rural development", *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarynoho universytetu*, Issue 6/2, pp. 31-34.
5. Komarnytskyi, I.F. and Halushka, Z.I. (2010), "Social responsibility of agribusiness as a tool for management of the modern enterprise", *Zb.nauk.prats Bukovynskoho u-tu*, no. 6, available at: http://zbnruk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf
6. Kotler, F. (2004), *Korporativna sotsialna vidpovidalnist* [Corporate social responsibility], Vydavnytstvo Oleksiia Kapusty, Kyiv, Ukraine, 348 p.
7. Kuzhel, V.V. (2014), "Expected result of the social responsibility of business and its impact on the strategic development of the economy in agro-food sphere", *Economy: realities of time. Scientific journal*, no 3 (13), pp. 162-166, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
8. Makedon, V.V. (2012), "Research of processes for ensuring social responsibility in leading models of corporate governance", *Visnyk KhNAUSH: Ekonomichni nauky*, Iss. 126, KhNTUSH, Kharkiv, Ukraine, available at: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_126/27.pdf
9. Lazarenko, O., Kolysko, R. and others (2008), *Bazova informatsiia z korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti* [Basic information on corporate social responsibility], tutorial on CSR, Vyd-vo "Enerhiia", Kyiv, Ukraine, 96 p.
10. "Social responsibility of business: understanding and implementation", available at: http://un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
11. Stoianova-Koval, S.S., Shabatura, S.S. and Nepochatenko, T.S. (2013), "Investment flows as a factor for increasing of the innovative capacity of enterprises", *Economy: realities of time. Scientific journal*, no. 3, pp. 160-165, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>
12. Chyrva, O.H. (2014), "Infrastructure ensuring for sustainable development of food enterprises", *Economy: realities of time. Scientific journal*, no. 1(11), pp. 16-23, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>
13. Yarova, V.V. (2013), "Theoretical and methodological approaches to the study of business social responsibility", *Visnyk KhNAU, Ser.: Ekonomichni nauky*, no. 5, pp. 185-196, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnau_ekon_2013_5_26.pdf
14. Porter, M. and Kramer, M. (2009), "Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility", *Harvard Business Review*, Vol. 84 (12), pp. 78-94.
15. "Web site of community of CSR", available at: <http://svb.org.ua/contacts>