

Однак останні два типи господарювання поки що не одержали в Україні ні достатнього ґрунту для ідентифікації від інших в законодавчому полі, ні змодельованої цілісної індивідуальної довгострокової (включаючи податкову) політики, підтримки, відповідно, вони сформовані і не готові до такого навантаження.

І якщо питання розмежування між собою за сукупністю ознак середнього і великого (селоформуєчого багатогалузевого і вузькоспеціалізованого холдингу) бізнесу ще достатньо дискусійне як в наукових колах, так і в колах практиків, то необхідність законодавчого закріплення статусу самозайнятого господарювання – сімейного (індивідуального) фермерства – підтримується абсолютною більшістю. На сьогодні – це вкрай важливий і перший ключовий крок переходу до політики сталого розвитку.

### *Література*

1. Основні сільськогосподарські характеристики домогосподарств у сільській місцевості, Статистичний бюлетень, Державна служба статистики України, 2014.
2. База статистичних даних Єврокомісії, <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
3. Статистичний збірник „Сільське господарство України у 2014 році”, [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ7\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm)

**Андрій Сава**

Тернопільська державна сільськогосподарська  
дослідна станція ІКСГП НААН

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ**

В сучасних умовах господарювання соціальна відповідальність стала частиною ділової культури та етики багатьох провідних представників аграрного бізнесу. В усьому світі як великі транснаціональні компанії, так і невеликі місцеві підприємства переосмислюють своє функціонування та формулюють нові стратегії, що дозволили б їм краще реагувати на потреби споживачів, партнерів, суспільства та довкілля. Принципи соціальної відповідальності аграрного бізнесу (надалі – СВАБ) стають однією зі складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію підприємства, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників.

Все це формує ряд переваг для бізнесу, серед яких можна виділити: збільшення прибутку, пришвидшення темпів росту; доступ до соціальних

інвестицій, скорочення операційних витрат; зміцнення репутації та іміджу, підвищення ефективності діяльності й інвестиційної привабливості; відсутність конфліктів між працівниками та роботодавцями, підвищення якості роботи; зростання продуктивності та якості продукції; скорочення претензій з боку регулюючих органів; підвищення конкурентоспроможності; посилення позицій бренду підприємства тощо.

Згадувані *переваги* впровадження програм *СВАБ* для іміджу підприємства можна систематизувати у кілька груп:

1. Поліпшення ефективності процесів виробництва, зумовлене необхідністю знаходити, наприклад, приховані важелі винайдення способів зменшення викидів в атмосферу або пристосування виробництва до технологічних, санітарних, екологічних стандартів.

2. Підвищення мотивації та продуктивності працівників, оскільки всі працівники підприємства водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство транслюватиметься в турботу про працівників.

3. Психологічні фактори мотивації, турбота про працівників обертаються формуванням стабільного соціально-психологічного клімату в підприємстві, що сприяє ефективності праці;

4. Підвищення ділової та загальносуспільної репутації підприємства зменшує ризики від можливої втрати ринків, покращує доступ до нових ринків завдяки кращій репутації.

Але на практиці в економічній теорії «склалися» достатньо складні відносини із соціальними питаннями, оскільки вона по суті протиставляє економічну і соціальну політику, відводячи останній другорядну роль. При чому це робить як бізнес, так і держава, від чого страждає людина і природне, соціальне та культурне середовище її проживання.

Аргументом для них є ряд *недоліків СВАБ* або суперечностей між економічною та соціальною політикою:

1. Порушення принципу максимізації прибутку;
2. Додаткові витрати на соціальну відповідальність;
3. Недостатня звітність широкій громадськості;
4. Недостатня кваліфікація у розв'язанні соціальних проблем.

З огляду на це можна виділити декілька найбільш характерних підходів до визначення соціальної відповідальності, які характеризують бізнес з позицій його ставлення до соціальної відповідальності:

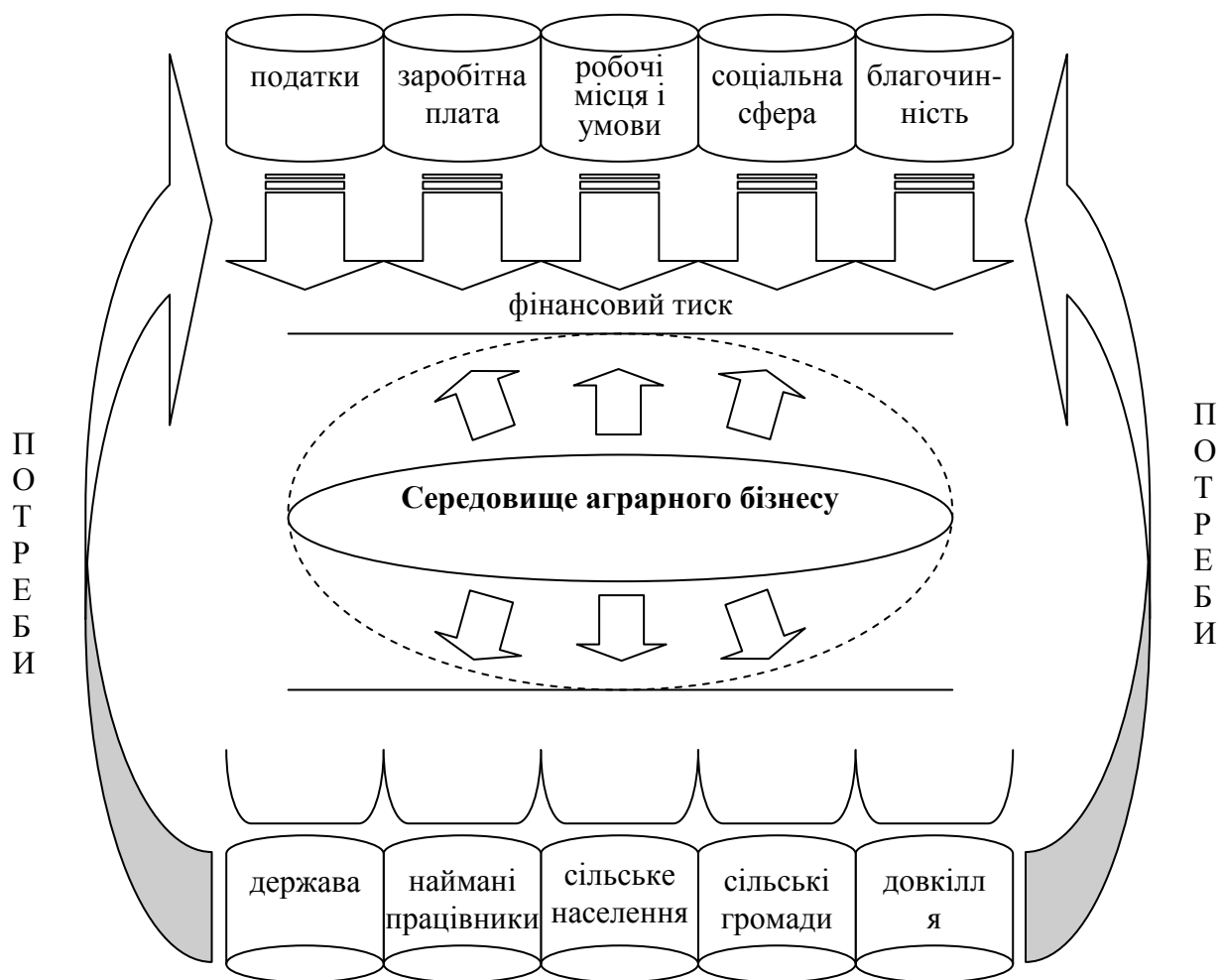
1. Теорія корпоративного егоїзму або «економізована» концепція розвитку бізнесу в суспільстві – базується на принципах максимізації прибутку і високої продуктивності праці як показниками успішного функціонування підприємства на ринку.

2. Теорія кооперативного альтруїзму – базується на тому, що підприємства мають вносити значний внесок у поліпшення якості життя.

3. Теорія розумного егоїзму – базується на тому, що соціально відповідальний бізнес – це просто «хороший бізнес», оскільки у довгостроковій перспективі скорочує втрати прибутку, дозволяє зміцнити стійкість бізнесу, поліпшити імідж підприємства [1, с. 39; 2, с. 168-170].

Нестабільний розвиток галузі сільського господарства, критичний стан соціальної інфраструктури, низький рівень людського розвитку, забрудненість довкілля, свідчить, що найбільш характерною теорією для сучасного стану в аграрній сфері є щось середнє між першою та третьою.

Враховуючи існування загалом трьох суб'єктів соціальної відповідальності за формою «держава-бізнес-суспільство», відсутність співпраці першого і третього елемента соціальних відносин, конфлікту інтересів між цими суб'єктами, ми відобразили модель соціальної відповідальності та взаємодії суб'єктів в аграрній сфері (рис. 1).



**Рис. 1. Модель соціальної відповідальності та взаємодії суб'єктів в аграрній сфері \***

*\* Розробка автора*

Запропонована модель СВАБ характеризує зв'язок між потребами держави, суспільства загалом, окремих його представників (найманих працівників, жителів та громад) та можливостями аграрного бізнесу здійснювати фінансове забезпечення соціальної складової життя. До неї можна віднести наступні елементи:

1. Рівень виробництва;
2. Формування бюджету держави за рахунок податкових відрахувань;
3. Створення нових робочих місць;
4. Забезпечення працівників гідним рівнем соціального забезпечення;
5. Ефективність інвестицій у людський капітал, розвиток кадрового потенціалу;
6. Добробут і рівень життя громадян, соціально-економічна стабільність;
7. Стан і охорона навколишнього середовища;
8. Підтримка місцевих громад.

Ми спробували розмістити їх у певній послідовності, виходячи із «обов'язковості» для виконання з боку аграрного бізнесу. Примусовий характер їх реалізації впливає із законодавчих вимог держави як інституту, що регулює будь-яку діяльність на території України. Це відбувається через розуміння того, що сфера виробництва – це єдине економічне середовище, де формується додаткова вартість, створюється можливість для сплати податків, заробітної плати тощо. У зв'язку із цим виникає конфлікт інтересів бізнесу та інших суб'єктів соціальної сфери, що виражається у встановленні мінімально допустимого рівня зобов'язань бізнесу та потреб суспільства.

Таким чином, підтверджується розглянутий нами зміст поняття «соціальна відповідальність» як добровільної діяльності за межами обов'язкового мінімуму, встановленого законом. З цього випливає, що соціальна відповідальність в сучасних умовах господарювання – це «примусово-добровільний» вид діяльності аграрного бізнесу.

### *Література*

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.

2. Верба Д.В. Теоретичні дослідження соціальної відповідальності роботодавця / Д.В. Верба // Україна: аспекти праці. – 2013. – №2. – С. 33-40.