

УДК 338.43:005.35

Світлична А. В.

*alla.svitlychna@pdaa.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-3674-5787
ResearcherID: Q-6856-2016*

*к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва і права,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

Дем'яненко Н. В.

*nataliia.bredun@pdaa.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-3516-2715
ResearcherID: C-5613-2017*

*к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва і права,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

Конопльов В. О.

Yastanuhokage@gmail.com

*здобувач вищої освіти ступеня «Магістр»,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

***Анотація.** У статті розглянуто соціальну відповідність аграрних підприємств як чинник сталого розвитку сільських територій. Визначено, що соціальне підприємництво є сучасним інструментом взаємодії бізнесу, влади та громади. Цей вид діяльності спрямований на соціальну інноваційну підприємницьку сферу, а велика частка прибутку від нього – на вирішення соціальних проблем різних верств населення. Соціальна місія – це головне призначення соціального підприємця, яке відрізняє його від бізнесменів-підприємців і соціально відповідальних бізнесменів. Розглянуто критерії соціальної відповідальності підприємств різних країн світу. Відповідно до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р., дано визначення поняття «соціально відповідальний бізнес». Підтримка сільськогосподарськими підприємствами соціального бізнесу залежить від потреб громади та зацікавленості керівників компаній. Проаналізовано спрямування бізнесу корпорацій України у соціальній сфері. Виявлено, що найбільшу увагу корпорації приділяли напряму соціально-культурної сфери. Лівову частку коштів було виділено на допомогу державі та громадам у боротьбі з COVID-19 та на реалізацію соціальних проєктів, фінансувалася і підтримка навчальних закладів тощо. При цьому програми корпоративної соціальної відповідальності розробляють лише деякі підприємства. У Миргородському регіоні функціонують корпорації «Група «Приват» та «Агрохолдинг «Астарта-Київ». Їхні інвестиції були спрямовані на розвиток інфраструктури громадського користування, підтримку соціально-культурної сфери та співпрацю з партнерськими організаціями і благодійність. Соціальними підприємствами сільськогосподарські підприємства ми не можемо назвати, адже вони здебільшого виділяють менше 10% прибутку на розвиток соціальної сфери села. Доведено, що соціальна підтримка громад аграрними підприємствами має регулюватися законодавчими актами України та здійснюватися систематично, а також бути доступною і прозорою на офіційних сайтах корпорацій. Критерій соціальної відповідальності доцільно включити до розрахунку показника конкурентоспроможності підприємства та визначення надійності компанії.*

Ключові слова: соціальна сфера, агрохолдинги, громади, соціальне підприємництво, сталий розвиток.

Svetlichna Alla

alla.svitlychna@pdaa.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-3674-5787

ResearcherID: Q-6856-2016

Ph.D., Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Entrepreneurship and Law,
Poltava State Agrarian University, Poltava

Demianenko Nataliia

nataliia.bredun@pdaa.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-3516-2715

ResearcherID: C-5613-2017

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor at the Department of Entrepreneurship and Law, Poltava State Agrarian University, Poltava

Konoplyov Vladyslav

Yastanuhokage@gmail.com

Student, Poltava State Agrarian University, Poltava

FORMATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

Abstract. The article considers the social conformity of agricultural enterprises as a factor of sustainable development of rural areas. It is determined that social entrepreneurship is a modern tool for interaction between business, government and community. This type of activity is aimed at the social innovative entrepreneurial sphere, and a large part of the profit from it is aimed at solving social problems of various segments of the population. Social mission is the main purpose of a social entrepreneur, which distinguishes him from businessmen-entrepreneurs and socially responsible businessmen. The criteria of social responsibility of enterprises of different countries of the world are considered. In accordance with the Concept of implementation of state policy in the field of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030, the definition of "socially responsible business" is given. The support of social enterprises by agricultural enterprises depends on the needs of the community and the interest of company leaders. The direction of business of Ukrainian corporations in the social sphere is analyzed. It was found that the corporations paid the greatest attention to the direction of the socio-cultural sphere. The lion's share of funds was allocated to help the state and communities in the fight against COVID-19 and the implementation of social projects, and financed the support of educational institutions and more. At the same time, only some enterprises develop Corporate Social Responsibility Programs. In the Myrhorod region, the corporations Privat Group and Astarta-Kyiv Agroholding operate. Their investments were focused on the development of public infrastructure, support of the socio-cultural sphere and cooperation with partner organizations and charity. We cannot call agricultural enterprises social enterprises, because in most cases they allocate less than 10% of profits for the development of the social sphere of the village. It is proved that social support of communities by agricultural enterprises should be regulated by legislative acts of Ukraine and carried out systematically, as well as be accessible and transparent on the official websites of corporations. The criterion of social responsibility should be included in the calculation of the competitiveness of the enterprise and determine the reliability of the company.

Key words: social sphere, agricultural holdings, communities, social entrepreneurship, sustainable development.

JEL Classification: Q10, L26

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-31-09>

Постановка проблеми. Раніше вважалося, що за підприємствами закріплено два основні обов'язки: отримувати прибуток для власників та їх партнерів і дотримуватися закону. Сучасне бачення підприємницької діяльності виходить за ці рамки, включаючи моральні, етичні та благодійні

зобов'язання. Окрім того, нинішні підходи визнають, що бізнесом керують окремі люди або звичайні громадяни, та, відповідно, як члени суспільства ці громадяни зобов'язані дотримуватися принципів моралі, відповідальності та доброчесності. Невід'ємною частиною цієї точки зору є обов'язок

бізнесу взяти на себе відповідальність, пов'язану з виконанням більш широкого спектру обов'язків, включаючи захист навколишнього середовища, збереження природних ресурсів, участь у розвитку громади та проведення благодійних акцій [3, с. 28]. Тому існує потреба у формуванні соціальної відповідальності аграрних підприємств, яка буде спрямована на соціальне, економічне та екологічно безпечне господарювання та підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями соціальної відповідальності у контексті роботи сільськогосподарських підприємств відзначаються наукові праці А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна [2], М.В. Поленкової [5], Н.І. Сте-

паненко, О.В. Скидан, Т.В. Швець [8], А.М. Судеркіної [9] та ін. Але науковці переважно акцентують увагу на традиційних формах корпоративної соціальної відповідальності та не враховують особливості функціонування аграрного сектору та соціальну специфіку розвитку сільських громад.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств в умовах сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальне підприємництво є сучасним інструментом взаємодії бізнесу, влади та громади. Воно спрямоване на соціальну інноваційну підприємницьку діяльність, а велика частка прибутку від нього – на вирішення соціальних проблем різних

Таблиця 1

Критерії соціальної відповідальності підприємств різних країн світу

Показник	Назва країни		
	Велика Британія	США	Україна
Історичний початок	Кооперативний рух	Філантропія	Колгоспи
Призначення соціального підприємництва	Вирішує соціальні проблеми бізнес-інструментами. Бізнес і соціальне спрямування не ототожнюються	Підприємництво громадських організацій, прибутки спрямовують на свою статутну діяльність	Прибуток підприємства йде на заробітну плату та на вирішення соціальних проблем
Реінвестування прибутку для досягнення соціальної місії	Виділяється до 50%, навіть якщо інвестиції будуть не ефективними. Показує, що підприємство створюється не для власників або акціонерів	Керівництво підприємством і розподіл прибутків не обговорюються	Не зазначено
Фінансування соціального підприємництва	Дотаційне і залежить від донорів та держави	Прибуток є головним критерієм успішності соціального підприємства	Дотаційне та за рахунок прибутку
Характеристики соціального підприємництва	Чітка соціальна або природоохоронна місія, зафіксована у керівних документах; створення більшості своїх доходів за рахунок торгівлі; реінвестування більшої частини свого прибутку; незалежність від держави; управління під контролем більшості в інтересах соціальної місії; підзвітність і прозорість	Акцент на прибуток організації, а не місію. Основою є харизматичний лідер та його інноваційні ідеї	Усе залежить від спрямованості директора
Фінансування соціальних підприємств	З 2012 р. працює Банк Big Society Capital (загальний бюджет 600 млн фунтів стерлінгів). Акції громади: кожен член громади інвестує незначну суму у соціальне підприємство. Гранти, державні субсидії, пожертви при релігійних установах. Краудфандінг	Спеціальний департамент і фонд соціальних інновацій із бюджетом 50 млн доларів. Прибуток підприємств	Гранти, державні субсидії, кредити, пожертви при релігійних установах. Краудфандінг

Джерело: побудовано авторами за даними [1; 7]

верств населення. Соціальна місія – це головне призначення соціального підприємця, яке відрізняє його від бізнесменів-підприємців і соціально відповідальних бізнесменів.

Соціальна підтримка формується і, відповідно, вивчається на різних рівнях: національному (загальнодержавному), регіональному (муніципальному), локальному або мікрорівні (підприємства). Саме на рівні окремих підприємств закладаються відносини, які в кінцевому підсумку визначають рівень життя основної маси населення.

У європейських країнах соціальні підприємства дотаційні та залежні від донорів і держави. А у США прибуток є головним критерієм успішності соціального підприємства. В Україні домінує британський варіант [1].

Розглянемо основні критерії соціальної відповідальності підприємств різних країн світу в табл. 1.

У Великій Британії соціальне підприємництво з'явилося близько 1844 р. з появою корпоративного руху. У Сполученому Королівстві 62 тис осіб (3,3% усього населення) працюють у соціальному підприємстві, загальний оборот якого становить 27 млрд фунтів стерлінгів. Більшість соціальних підприємств у Британії є малими або середніми і на них задіяно до 10 людей. Такий бізнес часто працює у депресивних районах із уразливими групами. Американський варіант соціального підприємництва ліберальніший – «капіталізм із соціально відповідальним обличчям». У США держава значно менше підтримує соціальне підприємництво порівняно з Європою [1].

В Україні колгоспи були не просто економічними організаціями, вони забезпечували сільську соціальну та інженерну інфраструктуру (дороги, воду та газ, клуби культури, школи, дитячі садки тощо). Голова колгоспу також уважався фактично головою сільської громади. Загалом ці симбіотичні стосунки дали три ключові переваги жителям села: гарантована довгострокова зайнятість, виробнича підтримка присадибних ділянок і соціальна інфраструктура і послуги. Майже кожна відмінна риса імпліцитної корпоративної соціальної відповідальності, а саме колективізм, системність і солідарність, є актуальною під час характеристики сільської місцевості радянського періоду [8, с. 269]. Але після проведеної реорганізації соціальна підтримка місцевих громад приватними підприємствами вважається їхньою добровільною діяльністю.

В Україні немає єдиного закону про соціальний бізнес. Регулювання роботи соціального підприємства в громадському секторі проводиться асоціаціями, які імплементують їхню соціальну спрямованість.

Відповідно до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально

відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р., поняття «соціально відповідальний бізнес» визначає відповідальну поведінку суб'єктів господарської діяльності за вплив їхніх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; урахує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності. Таким чином, розвиток соціально відповідального бізнесу є добровільною діяльністю суб'єктів господарської діяльності, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище; створення довіри між бізнесом, суспільством і державою; поліпшення результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді [3].

Західний варіант корпоративної соціальної відповідальності потрапив до України під час ринкових реформ. Спочатку найбільша увага приділялася благодійним ініціативам певних олігархічних структур, але після 2000-х явні поняття корпоративної соціальної відповідальності набули поширення. Концепція корпоративної соціальної відповідальності увійшла до українського сільського господарства з приходом інвесторів з інших секторів економіки у 2000-х роках. Вони здебільшого впроваджували чітку модель корпоративної соціальної відповідальності, перенесену з їхніх базових секторів економіки, без урахування особливостей функціонування аграрних підприємств і специфіки сільських територій [5, с. 197].

Великі корпорації та малі підприємці, переосмисливши сенс свого функціонування в аграрній сфері, сформулювали нові соціальні стратегії, що дає їм змогу оптимальніше реагувати на потреби стейкхолдерів. Важливим складником успішної стратегії, яка зміцнює імідж і репутацію підприємства, приваблює клієнтів та дає змогу залучати кращих працівників, стає впровадження принципів соціальної відповідальності. Проаналізуємо основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів України в табл. 2.

Левову частку коштів агрохолдингами було витрачено на допомогу державі та громадам у боротьбі з COVID-19, на реалізацію соціальних проєктів, фінансування навчальних закладів. При цьому програми корпоративної соціальної відповідальності розробляють лише окремі підприємства. Численні публікації про соціальну спрямованість як складову частину PR-комунікації мають «Монсанто» – 20% та «Астарта-Київ» –

Таблиця 2

Основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів України, 2020 р.

Напрями реалізації	Назви агрохолдингів
Підтримка медичних програм, ремонт та надання фінансової допомоги медичним закладам. Подолання пандемії COVID-19	Миронівський хлібопродукт, Сварог Вест Груп, Нібулон, Агрейн, Астарта-Київ, Укрлендфармінг, Кернел, Мрія, Росток Холдинг
Підтримка освітніх програм, побудова чи ремонт шкіл та садочків	Астарта-Київ, Агрікол, Агрейн, Кернел, Миронівський хлібопродукт, Монсанто, Нібулон, Сварог Вест Груп, Агропросперіс, Агротрейд, АПК Інвест, Астарта, Кернел, Louis Dreyfus, Bunge Україна, Агромарс, Harveast, Укрлендфармінг, Vioil, Агроспецсервіс, Росток Холдинг, Agrogenation, LNZ Group, Група «Приват»
Підтримка спортивних команд, побудова стадіонів, спортмайданчиків	Агрейн, Агротрейд, Кернел, Нібулон, Сварог Вест Груп, Астарта-Київ, Harveast, Росток холдинг, МХП, Agrogenation, KSG Agro, Укрлендфармінг, Vioil, Агроспецсервіс, Монсанто, Cargill, LNZ Group
Ремонт доріг	Harveast, Агропросперіс

Таблиця 3

Складники соціального розвитку корпорацій у регіоні присутності, 2020 р.

Показник	Назва підприємства	
	Група «Приват»	Астарта-Київ
Напрямок бізнесу	Нафтова промисловість, фінанси, металургія, промислова хімія, гірничо-збагачувальна та харчова промисловості, медіа, телекомунікації, сільськогосподарське виробництво та переробка	Сільськогосподарське виробництво та переробка
Механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю	Стратегія соціального розвитку з 2014 р. Річний Звіт зі сталого розвитку. Кодекс корпоративної етики	Найважливіші елементи стратегії соціального розвитку. Кодекс корпоративної етики
Складові соціального розвитку	Розвиток регіонів, співпраця з місцевими громадами, гідні умови праці, безпека та здоров'я працівників	Розвиток регіонів, співпраця з місцевими громадами, гідні умови праці

Джерело: побудовано авторами за даними [4; 6]

17%, «Нібулон» і «МХП» – по 10%, відповідно усіх публікацій про соціальні проекти у селах та корпоративну соціальну відповідальність.

У Миргородському регіоні функціонують корпорації «Група «Приват» та «Агрохолдинг «Астарта-Київ». Їхні інвестиції були спрямовані на розвиток інфраструктури громадського користування, підтримку соціально-культурної сфери та співпрацю з партнерськими організаціями і благодійність.

Проаналізуємо складники соціального розвитку корпорацій у регіоні присутності (табл. 3).

Отже, агрохолдинги здійснюють підтримку розвитку сільської місцевості та беруть на себе соціальну відповідальність. Але підтримка сільських територій агрохолдингами має, як правило, благодійний характер і може здійснюватися як одноразово, фрагментарно, так і систематично [9, с. 263].

У Миргородському районі Полтавської області типовим представником Групи «Приват» є ТОВ «Промінь-Приват», а Агрохолдингу «Астарта-

Київ» – ТОВ «Агрофірма ім. Довженка». Вони активно підтримують сільські громади. Значною мірою соціальна підтримка залежить від домовленостей голови територіальної громади з керівництвом агрохолдингів. Як правило, фінансується проведення святкових заходів: Дня села, свята Покрови тощо. Надається натуральна допомога членам громади та працівникам підприємств у вигляді продукції чи подарунків до свят або ж є можливість придбати продукцію за собівартістю в рахунок оплати праці. Жителі громади звертаються до керівництва за допомогою на особисті потреби: весілля, ювілеї, похорони рідних тощо. Підприємства не створюють фонди підтримки громади, а за можливості виділяють безвідсоткові кредити з прибутку підприємства.

Також періодично директори сільськогосподарських підприємств займаються благодійністю, наприклад постачають зерно, сіно, солону для годівлі тварин до монастиря. Бувають ситуації, коли жителі просять допомогти поліпшити інфраструктуру громадського користування (альтанки,

лавки, гойдалки тощо), але конкретної суми не зазначають, тому керівництво виділяє кошти на власний розсуд.

Для розвитку соціальної сфери села агрохолдингам доцільно: створювати благодійні фонди підтримки (як головний інструмент КСВ-діяльності холдингу), проводити конкурси мікрогрантів, активно долучатися до програм розвитку ООН, працювати з партнерськими організаціями та долучати волонтерів. Таким чином, в Україні буде розвиватися культура благодійності та корпоративної соціальної відповідальності. Усі практичні дії мають бути націлені на сприяння активності громад, які в них проживають.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, окрім виробництва якісних продуктів і послуг, аграрні підприємства мають брати на себе додаткові зобов'язання перед суспільством за виконання різного роду соціально важливих завдань у контексті сталого розвитку сільських територій. Розвиток соціально відповідального бізнесу має бути як усередині підприємства (ефективний роботодавець) так і ззовні – співпраця зі стейкхолдерами, а у цілому робота підприємств має бути спрямованою на соціальну, економічну та екологічну відповідальність.

Соціальна підтримка громад аграрними підприємствами має регулюватися законодавчими актами України та здійснюватися систематично, а також бути доступною і прозорою на офіційних сайтах корпорацій. Критерій соціальної відповідальності доцільно включити до розрахунку показника конкурентоспроможності підприємства та визначення надійності компанії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва. *Громадський простір* : вебсайт. URL: <https://www.prostir.ua/?focus=amerykanskyj-ta-jevropijskyj-shlyahy-sotsialnoho-pidpryjemnytstva> (дата звернення: 10.09.2021).
2. Зінченко А. Г., Саприкіна М. А. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект. Київ : Наукова думка, 2008. 60 с.
3. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#text> (дата звернення: 01.09.2021).
4. Офіційний сайт агропромхолдингу «Астарта-Київ». URL: <https://astartaholding.com/page/1> (дата звернення: 03.08.2021).
5. Поленкова М. В. Формування соціальної відповідальності аграрних підприємств в умовах сталого розвитку. *Проблеми економіки*. 2020. № 4(46). С. 195–200.
6. Приват – фінансово-промислова група компаній. *UBR* : вебсайт. URL: <https://bp.ubr.ua/business/privat-248> (дата звернення: 05.08.2021).

7. Соціальне підприємництво. *Pro-active* : вебсайт. URL: https://proactive.in.ua/proekt-socialne-pidpriemnyctvo?gclid=CjwKCAjwtfqKBhBoEiwAZuesiHdQhLg-B0LiLfJXE10iSRBZt4104DsrUYK2rgoHBOy55zA-7nW85hoCZzkQAvD_BwE (дата звернення: 03.09.2021).

8. Степаненко Н. І., Скидан О. В., Швець Т. В. Стратегічні засади формування та розвитку обслуговуючих підприємств Північно-Західного регіону України. *Агробізнес: проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку* : колективна монографія / за ред. Я. В. Сухія, В. С. Ніценка. Одеса : СВД М.П. Черкасов, 2011. С. 263–300.

9. Судеркін А. М. Роль агрохолдингів у соціально-економічному розвитку сільської території. С. 257–263. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197273223.pdf> (дата звернення: 05.08.2021).

REFERENCES

1. Public space (2013), “American and European ways of social entrepreneurship”, available at: <https://www.prostir.ua/?focus=amerykanskyj-ta-jevropijskyj-shlyahy-sotsialnoho-pidpryjemnytstva> (accessed 10 September 2021).
2. Zinchenko, A. G. and Saprykina, M. A. (2008), *Sotsialna vidpovidalnist v Ukraini: pohliady riznykh steikholderiv. Rehionalnyi aspekt* [Social responsibility in Ukraine: views of different stakeholders. Regional aspect], Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.
3. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), “The concept of implementation of state policy in the field of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#text> (accessed 01 September 2021).
4. Official site of Astarta-Kyiv agro-industrial holding (2020), available at: <https://astartaholding.com/page/1> (accessed 03 August 2021).
5. Polenkova, M. V. (2020), “Formation of social responsibility of agricultural enterprises in the conditions of sustainable development”, *Problemy ekonomiky*, vol. 4, pp. 195–200.
6. UBR (2021), “Privat is a financial-industrial group of companies”, available at: <https://bp.ubr.ua/business/privat-248> (accessed 05 August 2021).
7. Pro-active (2021), “Social entrepreneurship”, available at: https://proactive.in.ua/proekt-socialne-pidpriemnyctvo?gclid=CjwKCAjwtfqKBhBoEiwAZuesiHdQhLg-B0LiLfJXE10iSRBZt4104DsrUYK2rgoHBOy55zA-7nW85hoCZzkQAvD_BwE (accessed 03 September 2021).
8. Stepanenko, N. I., Skidan, O. V. and Shvets, T. V. (2011), “Strategic principles of formation and development of service enterprises of the north-western region of Ukraine”, *Ahrobiznes: problemy, suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku* [Agribusiness: problems, current status and prospects], SVD M.P. Cherkasov, Kyiv, Ukraine.
9. Suderkin, A. M. (2011), “The role of agricultural holdings in the socio-economic development of rural areas”, available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/197273223.pdf> (accessed 05 August 2021).

Стаття надійшла до редакції 22 вересня 2021 р.