МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва

Кафедра економіки

Допущено до захисту
“_____” _____ 2024 р.
Зав. кафедри, к.е.н., доцент
_____ **Алла ОСІПОВА**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Виконав – студент 2 курсу, групи 21-ма
освітньої програми «Бізнес-економіка»
спеціальності 051 Економіка
Холява Петро Валерійович

Науковий керівник – к.е.н., доцент
Осіпова Алла Анастасіївна

Умань – 2024

ЗМІСТ

	ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1.	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ	8
РОЗДІЛ 2.	АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	26
2.1.	Вплив соціальної відповідальності на розвиток аграрного бізнесу	26
2.2.	Аналіз соціально-економічного ефекту від реалізації програм соціальної відповідальності	32
2.3.	Основні проблеми та бар’єри у впровадженні соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні	48
РОЗДІЛ 3.	НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	52
	ВИСНОВКИ	60
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
	ДОДАТКИ	68

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку української економіки, аграрний сектор відіграє важливу роль як ключовий драйвер зростання та основа забезпечення продовольчої безпеки держави. Водночас, інтеграція вітчизняного аграрного бізнесу у світовий економічний простір висуває нові вимоги до діяльності суб'єктів господарювання, зокрема у сфері соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність бізнесу вже давно стала невід'ємною частиною стратегій розвитку провідних компаній у розвинених країнах, адже вона дозволяє не лише зміцнити ділову репутацію, а й забезпечити сталий розвиток суспільства, гармонізувати відносини між бізнесом і громадою, мінімізувати екологічні ризики.

В Україні питання соціальної відповідальності аграрного бізнесу набуває особливої актуальності у зв'язку з високою залежністю аграрного сектору від природних ресурсів, соціально-економічною нерівністю між регіонами та необхідністю підвищення конкурентоспроможності продукції на міжнародних ринках. Водночас існує низка проблем і бар'єрів, які перешкоджають широкомасштабному впровадженню соціально відповідальних практик в аграрному секторі, зокрема недостатній рівень обізнаності підприємств, відсутність чіткої державної політики стимулювання соціальної відповідальності, а також фінансові труднощі малих і середніх господарств. Ці аспекти визначають актуальність проведення даного дослідження.

Метою дослідження є вивчення сутності, особливостей і сучасного стану соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні, а також розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення її реалізації.

Об'єктом дослідження виступає соціальна відповідальність аграрних підприємств України, що проявляється у різних аспектах їхньої діяльності.

Предметом дослідження є організаційні, економічні та екологічні механізми впровадження соціально відповідальних практик в аграрному секторі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

– вивчити теоретичні основи соціальної відповідальності бізнесу та її специфіку в аграрному секторі.

– провести аналіз сучасного стану реалізації соціально відповідальних практик аграрними підприємствами України.

– оцінити вплив соціальної відповідальності на конкурентоспроможність та ефективність діяльності аграрних підприємств.

– визначити основні проблеми та бар'єри, які перешкоджають впровадженню соціально відповідальних практик.

– розробити пропозиції щодо вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу з урахуванням міжнародного досвіду.

Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових і спеціальних методів. Зокрема, використано методи аналізу та синтезу для вивчення сутності соціальної відповідальності, порівняльний метод для аналізу практик соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, статистичний метод для оцінки динаміки основних показників діяльності аграрного сектору, а також метод експертного оцінювання для визначення бар'єрів і перспектив у впровадженні соціально відповідальних ініціатив.

Проведене дослідження дозволяє визначити ключові напрями вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні, сприяючи формуванню нових підходів до розвитку взаємодії бізнесу, суспільства та держави в умовах глобальних економічних трансформацій.

Результати дослідження були представлені та апробовані на наступних наукових заходах:

– Всеукраїнська студентська наукова конференція, приурочена до 160-річчя від дня народження видатного науковця в галузі біологічних наук, професора Й.К. Пачоського (25 квітня 2024 року). У межах конференції було представлено доповідь на тему: «Роль держави у розвитку аграрного бізнесу». Матеріали доповіді опубліковано у Збірнику студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: 2024. С. 30.

– XVI Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні питання сучасної економіки» (14 листопада 2024 року). У рамках заходу була представлена доповідь на тему: «Міжнародний досвід для розвитку соціальної відповідальності агробізнесу в Україні». Матеріали опубліковано у Збірнику «Актуальні питання сучасної економіки: матеріали XVI Всеукраїнської наукової конференції», 14 листопада 2024 року. Умань: УНУС, 2024. С. 148–150.

Робота включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел і додатки. Робота містить 7 рисунки та 11 таблиць, 2 Додатки. Кваліфікаційна робота магістра викладена на 74 сторінках та включає 56 найменувань списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

Соціальна відповідальність бізнесу є концепцією, яка відображає інтеграцію соціальних, екологічних та етичних питань у діяльність компаній з метою сприяння сталому розвитку. Це поняття виникло як відповідь на виклики глобалізації, зростання корпоративного впливу на суспільство і довкілля, а також необхідність забезпечення справедливих умов для зацікавлених сторін бізнесу (споживачів, працівників, громад та інвесторів).

Протягом наступних років поняття соціальної відповідальності досліджували численні науковці та практики. Серед закордонних дослідників слід виділити таких авторів, як Т. Дональдсон, А. Керолл, Р. Каплан, Д. Нортон, М. Фрідман, Х. Валієнте, К. Мануель, С. Фігарес та інших.

Українські вчені також активно вивчали цю тему, серед них О. Буян, А. Колот, О. Грішнова, В. Євтушенко, М. Сухотерін, Л. Петрашко, О. Захаркін, В. Шаповал, Т. Хлевицька, С. Філиппова та інші. Наприклад, В. Євтушенко (2013) досліджував теоретичні, методологічні та практичні аспекти оцінки соціальної відповідальності. У свою чергу, А. В. Ковалевська та Н. Л. Кусик (2012) провели всебічний аналіз методів оцінювання ефективності соціально відповідальної діяльності бізнесу.

О. Затейщикова (2014) систематизувала підходи до оцінювання соціальної відповідальності підприємств. Л. О. Бобко та А. В. Мазяр (2019) акцентували увагу на проблемах формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Незважаючи на значний обсяг досліджень у цій сфері, теоретичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу залишаються дискусійними і потребують сучасного переосмислення. Це потребує врахування не лише теоретичних концепцій, але й аналізу практичних підходів до впровадження соціальної відповідальності в сучасних бізнес-структурах.

Науковці розглядають соціальну відповідальність як багатогранну категорію. Наприклад, А. Капустін зазначає, що соціальна відповідальність бізнесу передбачає добровільну участь компаній у вирішенні соціальних проблем, таких як покращення умов праці, підтримка місцевих громад і захист довкілля, за думкою Л. Василенка, соціальна відповідальність бізнесу є ефективним інструментом для підвищення конкурентоспроможності компанії та формування її позитивного іміджу .

Таблиця 1.1 демонструє різні дефініції поняття «соціальна відповідальність» у працях науковців.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу» («корпоративна соціальна відповідальність»)

Автор	Тлумачення
Соціальна відповідальність	
Г. Боуен (H. Bowen) [8]	Реалізація такої політики, ухвалення таких рішень або проведення такої лінії поведінки, які б були бажаними з позицій цілей та цінностей суспільства
О. Охріменко, Т. Іванова [40]	Соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб‘єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушників заходів впливу, передбачених цими нормами
О. Зайчук, Н. Оніщенко [23]	Соціальна відповідальність є комплексною категорією, що передбачає наявність різноманітних форм та видів: моральна, політична, юридична, професійна
О. Плахотний [18]	Соціальна відповідальність поєднує дві форми, два різні види відповідальності: 1) відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); 2) відповідальність як система відповідей індивіда на вимоги суспільства (особиста відповідальність)
Л. Білецька [12]	Обов‘язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а в разі порушення їх – обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання
А. Колот [27]	Соціальна відповідальність – це складне суспільне явище, комплексна характеристика якого передбачає виокремлення суб‘єктів, об‘єктів, компонентів (форм вияву, моделей, видів), місця в системі цінностей людини та суспільства загалом

О. Грішнова [21]	Соціальна відповідальність – це усвідомлення суб'єктами соціальної держави єдності соціального простору, свідоме виконання своїх обов'язків перед співгромадянами, суспільством, державою. Соціальна відповідальність як концепція заохочує кожну людину й організацію враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах
Корпоративна соціальна відповідальність	
М. Фрідман (M. Friedman) [32]	Існує тільки одна соціальна відповідальність бізнесу використовувати ресурси і робити дії, спрямовані на підвищення своїх прибутків, граючи за правилами відкритої та вільної конкуренції без обману або підробки
Міжнародний стандарт ISO26000 [32]	Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це та діяльність (а саме продукцію і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і несу перечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки.
Зелена книга Європейського союзу [32]	Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі

Як видно з таблиці, основними характеристиками соціальна відповідальність бізнесу є добровільність, спрямованість на соціальні та екологічні потреби, а також орієнтація на створення цінностей для всіх зацікавлених сторін. Підприємства, які активно впроваджують принципи соціальної відповідальності, сприяють формуванню стійких економічних, соціальних і екологічних умов.

Соціальна відповідальність не є лише витратною частиною для бізнесу, вона також приносить позитивні результати. Підприємства отримують підвищення лояльності споживачів, покращення іміджу бренду, зниження операційних ризиків та полегшення доступу до інвестиційних ресурсів. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу стає важливою складовою сучасної корпоративної стратегії.

Поняття «відповідальність» у лінгвістичних джерелах визначається як ситуація, за якої особа, що виконує певну діяльність, зобов'язується відповідати за результати своїх дій та нести відповідальність за можливі наслідки, які можуть виникнути під час виконання. Суспільна відповідальність включає два

аспекти: об'єктивний, що відображає активну соціальну позицію індивіда, та суб'єктивний, який передбачає усвідомлення суб'єктом своїх зобов'язань перед суспільством. Для досягнення гармонійного розвитку економіки необхідне використання певних інструментів та механізмів, що забезпечують узгодженість між усіма елементами. Одним із засобів досягнення цієї рівноваги є соціалізація економіки, яка реалізується через соціальну відповідальність кожного суб'єкта.

Соціальна відповідальність нерозривно пов’язана із соціальною політикою, діяльністю у соціальній сфері та механізмами соціального контролю, що забезпечують її реалізацію. (рис. 1.2).

1. Сучасне суспільство. На сучасному етапі соціальна орієнтація суспільства проявляється у глобальних програмах сталого розвитку, таких як Цілі сталого розвитку ООН. Бізнес дедалі частіше інтегрує принципи соціальної відповідальності у свою діяльність, а держави розробляють політики, що сприяють соціальній справедливості та екологічній безпеці.

2. Соціальна відповідальність є багатогранною категорією, яка охоплює різні аспекти взаємодії бізнесу, держави та суспільства. Основні види соціальної відповідальності визначаються за її спрямованістю, рівнями реалізації та функціональною складовою. Її ключовою ідеєю є створення взаємокорисних умов для бізнесу та суспільства, забезпечення гармонійного розвитку і підтримка стабільності.

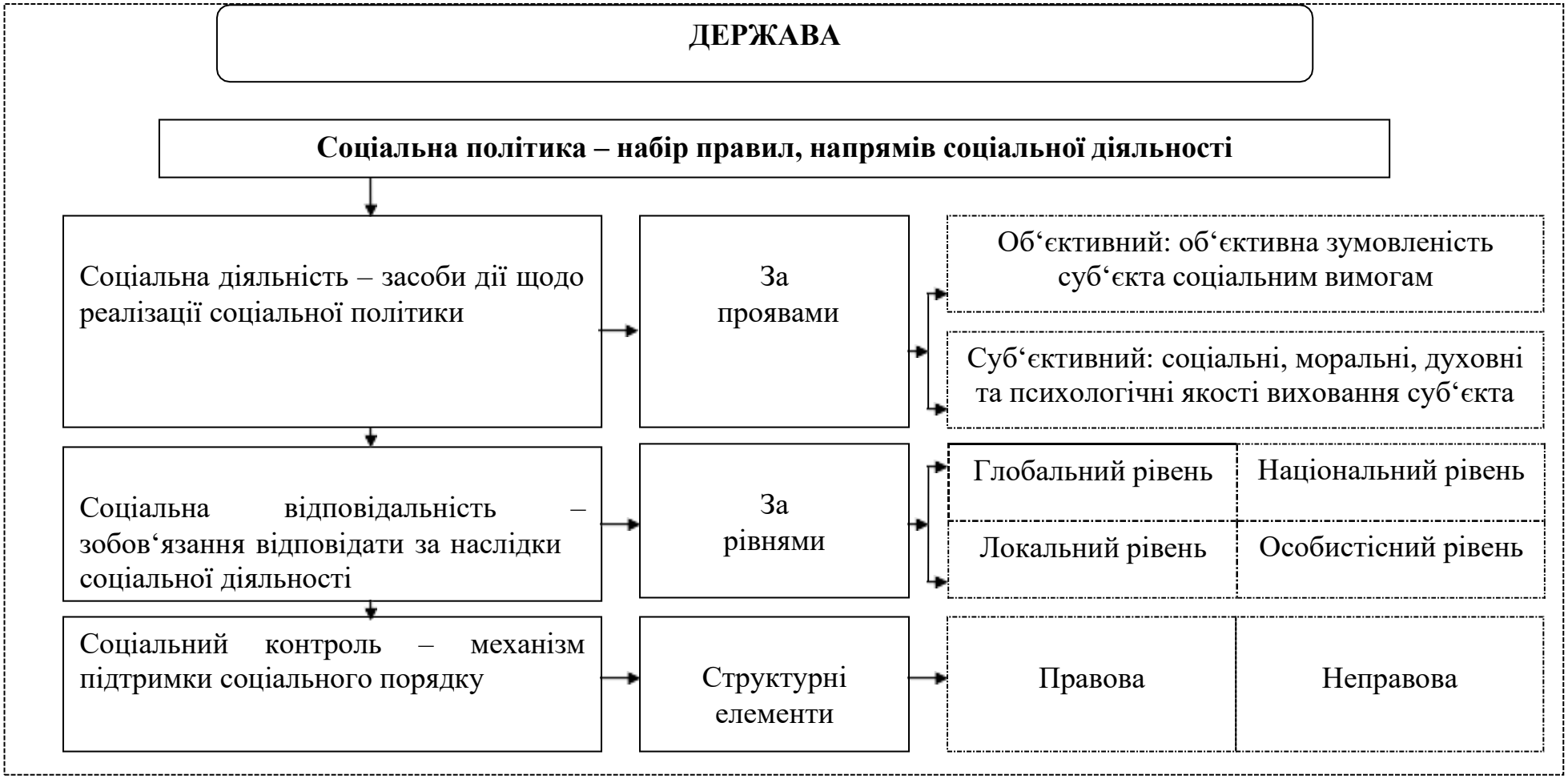

Рис. 1.1. Взаємозв‘язок поняття соціальної відповідальності з іншими категоріями

3. Економічна відповідальність вважається базовою, оскільки вона передбачає фінансову стабільність компанії, її здатність створювати робочі місця, генерувати прибуток і забезпечувати економічне зростання. На цьому рівні бізнес дотримується законодавчих норм, виплачує податки, розробляє конкурентоспроможну продукцію або надає якісні послуги. Економічна відповідальність є основою, на якій будуються інші види соціальної відповідальності, адже без економічної стійкості неможливо забезпечити реалізацію соціальних, екологічних чи етичних ініціатив.

4. Юридична відповідальність базується на обов'язку дотримуватися законодавства, яке регламентує діяльність підприємств. Це включає дотримання норм трудового законодавства, екологічних стандартів, захисту прав споживачів і працівників. Юридична відповідальність спрямована на забезпечення справедливих і безпечних умов діяльності для всіх зацікавлених сторін. Вона створює мінімальні стандарти, які компанії мають виконувати, щоб залишатися соціально відповідальними.

5. Етична відповідальність виходить за межі формальних юридичних норм і стосується дотримання моральних та етичних принципів у бізнесі. Вона включає чесність у веденні справ, відкритість і прозорість діяльності, повагу до інтересів працівників, клієнтів і партнерів. Компанії, що діють етично, створюють позитивний імідж і зміцнюють довіру з боку суспільства. Це особливо важливо в умовах високої конкуренції та глобалізації [32].

6. Соціальна відповідальність охоплює підтримку соціальних ініціатив і вирішення проблем, що впливають на добробут суспільства. Це може включати участь у благодійних програмах, підтримку освіти, охорони здоров'я, культури та спорту. Соціальна відповідальність також спрямована на забезпечення гідних умов праці, рівних можливостей для всіх співробітників і боротьбу з дискримінацією. Компанії, які активно підтримують соціальні програми, формують лояльність клієнтів і працівників, що позитивно впливає на їхню репутацію.

7. Екологічна відповідальність бізнесу передбачає зобов'язання щодо

збереження навколишнього середовища. Це включає впровадження енергоефективних технологій, зменшення викидів шкідливих речовин, мінімізацію використання природних ресурсів і управління відходами. Компанії, які дотримуються екологічної відповідальності, активно сприяють боротьбі з кліматичними змінами, захищають біорізноманіття та підтримують сталий розвиток. В умовах сучасних глобальних викликів екологічна відповідальність набуває все більшого значення [18].

8. Філантропічна відповідальність стосується добровільного внеску бізнесу в розвиток суспільства через благодійність, підтримку громадських ініціатив та гуманітарні програми. Компанії можуть фінансувати соціальні проєкти, створювати освітні програми або допомагати громадам у кризових ситуаціях. Філантропічна діяльність часто виходить за межі бізнес-інтересів і спрямована на створення довгострокового позитивного впливу на суспільство.

9. Корпоративна соціальна відповідальність охоплює всі види діяльності, які спрямовані на підвищення рівня життя суспільства. Це концепція, яка об'єднує економічну, юридичну, етичну та екологічну відповідальність у єдиний підхід. Корпоративна відповідальність інтегрується в стратегію компанії, стаючи її невід'ємною частиною [41].

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу є комплексним поняттям, яке включає економічну, юридичну, етичну, соціальну, екологічну та філантропічну складові. Кожен з цих видів відповідальності сприяє розвитку гармонійних відносин між бізнесом, суспільством і довкіллям, забезпечуючи сталий розвиток і зміцнюючи соціальну довіру. Реалізація цих видів відповідальності вимагає від бізнесу інтеграції принципів сталого розвитку у свою діяльність та прагнення до балансу між прибутковістю та внеском у суспільне благо (рис. 1.2).

Рис. 1.2. Основні види соціальної відповідальності

Недотримання неправової соціальної відповідальності може мати такі наслідки, як формування негативного ставлення з боку суспільства, погіршення репутації компанії, відмова партнерів від співпраці, зменшення інвестицій або повна їх відсутність, скорочення попиту на продукцію підприємства, високий рівень плинності кадрів, що в підсумку призводить до зниження ефективності господарської діяльності. Дотримання правової соціальної відповідальності є обов'язковим, оскільки у випадку її ігнорування можливе накладення штрафних санкцій, зниження фінансової стабільності компанії та інших негативних наслідків. Правова відповідальність має обов'язковий та примусовий характер і реалізується через юридичну, етичну, економічну й екологічну складові [12]. Щодо принципів соціальної відповідальності, то більшість науковців як вітчизняних, так і зарубіжних, обмежують їх розгляд локальним рівнем, зосереджуючись переважно на діяльності суб'єктів господарювання (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Сутність основних принципів локальної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання

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. Із цих етичних принципів випливає турбота про оточуючих людей і довкілля, а також зобов'язання задовольняти потреби зацікавлених сторін
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. Хоча завдання організації можуть обмежуватися інтересами її власників, співробітників або довірителів, інші зацікавлені сторони можуть мати свої права, вимоги та специфічні інтереси, які також варто брати до уваги
5. Правові норми	Закони викладені у письмовому виді, загальнодоступні і втілені в життя відповідної до встановлених процедур. У контексті соціальної відповідальності повага правових норм означає, що організація дотримує всіх застосованих 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 застосованість у будь-якій країні, будь-яких культурах

Соціальна відповідальність аграрного бізнесу є важливим аспектом сталого розвитку як сільськогосподарського сектору, так і суспільства загалом. Її специфіка визначається особливостями аграрної діяльності, які тісно пов'язані із використанням природних ресурсів, впливом на екосистему та взаємодією з місцевими громадами. Аграрний бізнес, порівняно з іншими галузями, має глибокий зв'язок із соціальними та екологічними аспектами, що формує його унікальну соціальну відповідальність. Основною особливістю соціальної відповідальності аграрного бізнесу є його орієнтованість на сталий розвиток. Аграрні підприємства зобов'язані враховувати екологічні аспекти своєї діяльності, оскільки сільське господарство безпосередньо впливає на ґрунти, водні ресурси, повітря та біорізноманіття. елементами соціально відповідальної поведінки аграрних підприємств [25].

Соціальна відповідальність аграрного бізнесу також включає підтримку місцевих громад. Оскільки багато аграрних підприємств розташовані в сільській місцевості, вони відіграють важливу роль у розвитку місцевої інфраструктури, створенні робочих місць, підвищенні рівня життя населення та збереженні культурних традицій. Ще однією специфікою соціальної відповідальності аграрного бізнесу є необхідність враховувати сезонність роботи та особливості трудових відносин. У сільському господарстві часто задіяні працівники з низьким рівнем захисту, включаючи сезонних робітників.

Особливо важливим аспектом соціальної відповідальності аграрного бізнесу є його вплив на продовольчу безпеку. Виробники сільськогосподарської продукції мають зобов'язання перед суспільством забезпечувати доступність, якість і безпечність харчових продуктів. Крім того, аграрний бізнес може сприяти зниженню рівня бідності через забезпечення доступних цін на продукти харчування та підтримку малих фермерських господарств.

Водночас, соціальна відповідальність аграрного бізнесу стикається з певними викликами. Серед них – високий рівень залежності від природно-кліматичних умов, економічних криз, зміни ринкових кон'юнктур, а також недостатнє державне стимулювання відповідальної поведінки (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Переваги і недоліки основних світових моделей соціальної відповідальності (СВ)

Модель КСВ	Характеристика	Переваги моделі	Недоліки моделі	Можливість використання положень моделі в Україні
Американська модель	Свобода і мінімальне втручання держави у функціонування приватного сектору. Систематична участь бізнесу у фінансуванні різних некомерційних проектів через корпоративні фонди	Різноманітність методів з СВ. Тенденції переважання підтримки місцевого співтовариства	Невисокий рівень законодавчо закріплених правил поведінки підприємств	Розвиток СВ на регіональному рівні
Європейська, в тому числі Британська та Скандинавські моделі	Характеризується регулюванням соціально-трудових відносин на рівні підприємства і в меншій мірі на рівні галузі або регіону. Переважно держава відіграє роль законодавця і регламентатора, а не регулятора.	Активна роль держави щодо розвитку СВ за рахунок законів, урядових постанов та програм	Надмірно високі податки, що значно знижують доходи суб'єктів господарювання. Низький рівень регіонального розвитку СВ	Формування національної соціальної ідеї розвитку
Японська або Азіатська модель	Характерне сприйняття підприємства як «виробничої сім'ї», а працівника – як її члена. Специфічні інститути «довічного найму», «принцип старшинства» при оплаті праці та кар'єрному зростанні	Активна роль держави щодо розвитку СВ, яка здійснюється за допомогою урядових інституцій, бізнес-асоціацій	Низька мотивація підприємств для більш ефективних інвестицій капіталу, адже вони захищені від негативних впливів зовнішнього середовища	Створення відповідних бізнес-асоціацій, інституцій
Латиноамериканська модель	Характеризується гарною обізнаністю громадськості з СВ завдяки роботі медіа, університетів та неурядових організацій за підтримки міжнародних агенцій та мінімальним втручанням держави	Громадська обізнаність з СВ. Високий вплив міжнародних інституцій	Слабо розвинений приватний сектор. Низьке залучення уряду до СВ	Популяризація СВ серед громадськості
Африканська модель	Характеризується розвитком інноваційних форм партнерства з СВ. Надання допомоги на проекти розвитку з урахуванням інтересів місцевої громади	Масштабні проекти з розвитку громад. Чіткий підхід підприємств щодо СВ	Низький рівень доходів населення, бідність, унеможливлює акивно розвивати СВ	Децентралізація влади на основі соціальної рівності регіонів
Модель країн БРІКС (Бразилія, Росія, Індія, Китай)	Знаходиться на високому рівні і проявляється через кодекси корпоративного управління, використання енергопостачання, соціальна звітність, спонсорство, соціальна політика тощо	Ефективна інтеграція політики корпоративного управління, природоохоронної та соціальної політики	Деякі країни (Росія, Бразилія) дещо відстають в економічному розвитку від інших країн даної моделі	Державна інтеграційна політика з СВ

Підкріплюючи власну позицію щодо формування соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору відповідним категоріальним апаратом (табл. 1.4), вважаємо, що основним методологічним підходом у формуванні соціальної відповідальності є стратегічний на основізабезпечення розвитку соціальної відповідальності на всіх рівнях (глобальному, національному, локальному, особистісному).

Таблиця 1.4

Категоріальне забезпечення формування соціальної відповідальності суб’єктів аграрного сектору економіки

Категорія	Дефініція
Соціальна політика	комплекс заходів, набір правил та напрямів державної й недержавної соціальної діяльності, спрямованих на вирішення проблем тазабезпечення потреб суспільства
Соціальна діяльність	цілеспрямовані дії, що базуються на потребах та інтересах людей, яківизначаються життєдіяльністю, соціальною поведінкою й направлені на реалізацію соціальної політики
Соціальний контроль	система соціальної регуляції поведінки суб‘єкта на основі впорядкованості нормативного регулювання між суспільством тадержавою
Соціальна відповідальність як системне явище	комплексне явище, яке полягає в суспільному зобов‘язанні та поєднує різні рівні взаємодії суспільної соціалізації (міжнародний, національний, локальний та особистісний рівні), спрямоване на вирішення соціальних питань суспільства, виокремлення місця соціальних цінностей в суспільній ієрархії й досягнення цілей холістичного розвитку суспільства
Соціальна відповідальність суб‘єктів аграрного сектору економіки	багатосторонній процес зобов‘язання усіх учасників суб‘єктів холістичного розвитку в аграрному секторі економіки, які базуються на дії економічних, екологічних, соціальних та духовних законах, специфічних особливостях аграрного сектору
Локальна соціальна відповідальність	структуроване комплексне зобов‘язання суб‘єкта господарювання, яке має зовнішній прояв через соціально відповідальний бізнес та внутрішній прояв через корпоративну соціальну відповідальність і реалізується диференційовано в розрізі економічної, кадрової, екологічної, соціальної відповідальності та стратегічними заходами

Продовження таблиці 1.4

Соціально відповідальний бізнес	відповідальність підприємства перед зовнішніми стейкхолдерами в процесі ведення бізнесової основної і неосновної діяльності (споживачі, постачальники, партнери, інвестори) тощо
Корпоративна соціальна відповідальність	відповідальність перед внутрішніми стейкхолдерами у процесі ведення бізнесової основної і неосновної діяльності (працівники, акціонери) тощо
Суб‘єкти соціальної відповідальності	особи та інститути, які беруть на себе зобов‘язання щодо дотримання, виконання та популяризації принципів соціальної відповідальності
Холістичний розвиток супільства	системно-комплексний процес зміни всіх структурно-функціональних складових суспільства з урахуванням їх взаємозв‘язку та функціонування, результатом чого є цілісне суспільне утворення на основі взаємодоповнюваності та збалансованості економічних, соціальних, екологічних, духовних складових
Об‘єкти соціальної відповідальності	особа, процес, явище, щодо якого суб‘єкт соціальної відповідальності прийняв на себе зобов'язання
Соціально орієнтоване мислення	процес відображення об‘єктивної дійсності, оснований на принципах соціальної відповідальності
Соціальна економіка	наукові знання про соціально-економічний розвиток суспільства та його добробут, що забезпечуються дієвою системою законодавчих, економічних, екологічних, соціальних і психологічних чинників
Соціальне забезпечення	система соціально-економічних заходів, у результаті яких досягається належний рівень розвитку суспільства
Соціальне середовище	сукупне співіснування зовнішнього світу і суспільства, що враховує економічні, екологічні, соціальні й духовні фактори їх прояву

Підсумовуючи вищезначене, варто відмітити, що соціалізація економіки це не тільки соціально-економічне явище, а й ціннісний орієнтир збалансованого розвитку суспільства, який грунтується на холістичних принципах. Досягнення холістичного розвитку в Україні можливе лише на основі активного розгортання соціальної відповідальності, тобто формування соціально відповідальної поведінки держави (в тому числі галузі аграрного сектору), суб‘єктів господарювання та окремих громадян (особистості).

На світовому просторі локальну соціальну відповідальність підприємств намагаються регулювати. Наприклад, Комісія США з цінних паперів і бірж випустила правила, що регулюють торгівлю «конфліктними мінералами» (мінерали, місцем походження яких є Конго, їх видобуток супроводжується загибеллю мільйонів людей щорічно), прозорість виплат за ліцензії на користування надрами, забезпечення гендерної рівності всередині підприємства

[49]. У 2014 р. Європейський Союз випустив директиву про розкриття фінансової інформації та даних, пов‘язаних з расовими і гендерною рівністю. В Австралії бізнес зобов‘язаний розкривати інформацію про управління соціальними та екологічними ризиками. Китайські і японські банківські установи стали публікувати звітність з локальної соціальної відповідальності без будь-яких законодавчих вимог з боку держави у 2015- 2016 рр. Слід зауважити, що Індія є лідером щодо запровадження локальної соціальної відповідальності. Так, у 2013 р. вона ввела в дію розділ 135 Акту про підприємства, який зобов‘язує великі підприємства розкривати інформацію про локальну соціальну відповідальність. Крім того, документ встановлює обов‘язкові відрахування на КСВ у розмірі 2% від середнього чистого прибутку за три фінансові роки для підприємств, що мають власний капітал понад 5 млрд рупій (понад 77 млн дол. США) або оборот, що перевищує 10 млрд рупій (понад 155 млн дол. США), або чистий прибуток, що перевищує 50 млн рупій (понад 775 млн дол. США) протягом будь-якого фінансового року.

Значну роль у процесі становлення соціальної відповідальності відіграє Глобальна рада щодо стандартів у галузі сталого розвитку (GSSB), незалежний орган зі встановлення стандартів GRI. Стандарти GRI представляють собою набір з 36 модульних стандартів, які полегшують корпоративну звітність за такими темами, як викиди парникових газів, енергетика та водокористування, а також трудові практики. Новий формат дозволяє GRI оновлювати окремі теми відповідно до потреб ринку і сталого розвитку, не вимагаючи зміни всього набору стандартів GRI.

На світовому рівні значну роль щодо соціальної відповідальності відіграє Міжнародна федерація органічного сільськогосподарськогоруху (IFOAM), яка об‘єднує понад 700 активних організацій-учасників у близько 110 країнах світу. Зазначена організація запровадила чотири принципи для розвитку органічного сільського господарства. Кожен принцип сільського господарства ґрунтується на таких складових: принцип здоров‘я, принцип екології, принцип справедливості, принцип турботи. Ці принципи охоплюють певний спектр

функціонування сільського господарства, а саме: раціональний догляд за землею, водними ресурсами, тваринний та рослиннийсвіт, розподіл та переробка продуктів харчування, тощо. Вони регулюють розвиток основ, програм і стандартів IFOAM. Більше того, вони представленіз урахуванням можливості їх застосування в усьому світі (додаток Ж). Протягом свого існування IFOAM розробила органічне регулювання (інструментарій) для надання допомоги урядам, організаціям органічного сектору, опублікувала ряд інструментів та рекомендації з питань політики, пов'язані з органічними правилами.

Також варто відмітити міжнародну продовольчу і сільськогосподарську організацію об‘єднаних націй (ФАО), основною метою якої є досягнення продовольчої безпеки у світі. В якості структурного підрозділу даної організації створено Департамент сільського господарства і захисту споживачів, основні напрями діяльності якого включають: тваринництво і охорону здоров‘я тварин, ядерні методи в галузі продовольства та сільського господарства, рослинництво та захист рослин, сільську інфраструктуру й агропромисловість, якість і безпеку продуктів харчування.

Країни, які активно використовують принципи соціальної відповідальності (Австралія, Австрія, Бельгія, Великобританія, Франція, Японія), як правило, займають лідируючі позиції рейтингу конкурентоспроможності та мають високий економічний рівень. У більшості розвинених країнах світу соціальна відповідальність визнається на державному рівні і є складовою національної політики (табл. 1.5).

Важливу роль у розвитку соціальної відповідальності в Україні відіграє український фонд соціальних інвестицій (УФСІ), який є неприбутковою організацією, що створена з метою підтримки найменш соціально захищених верств населення, а також ініціатив територіальних громад і громадських організацій. УФСІ інвестує кошти міжнародних донорів у соціальну сферу за такими напрямами: сприяння реформуванню системи соціальних послуг (розробка проектів нормативних документів та методичних документів, спрямованих на регулювання діяльності у сфері соціальних послуг вразливим

групам населення); створення інноваційних моделей соціальних послуг для вразливих груп населення (осіб з обмеженими можливостями, дітей-сиріт, безпритульних, осіб похилого віку, жертв насилля тощо); ремонт об‘єктів соціальної та комунальної інфраструктури у сільській місцевості (дитячих садків, шкіл, фельдшерсько-акушерських пунктів, клубів, водогонів, доріг); розвиток потенціалу територіальних громад у вирішенні місцевих проблем, активізація їх участі у процесі прийняття рішень.

Таблиця 1.5

Перелік країн, які активно використовують принципи соціальної відповідальності

Країни	Статус соціальної відповідальності
	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах (заходи, програми):
Австрія, Великобританія,	- стратегія сталого розвитку;
Великобританія	- призначення міністра з корпоративної соціальної відповідальності (на сьогодні скасовано);
Італія	- проект «КСВ – соціальне зобов‘язання»; - національний план дій уряду щодо клімату;
Нідерланди	- «Бачення уряду в сфері КСВ»
Німеччина	- програма екологічних і соціальних стандартів; - програма «Нові якості робочих ініціатив»;
Словенія	- щорічна нагорода «Краще підприємство для родини»; - національна стратегія з КСВ;
Швеція	- партнерство для глобальної відповідальності;
Литва	Національна програма розвитку КСВ;
Македонія	Національний порядок денний з КСВ;
Бельгія	Національний план дій з СВ, є Міністерство сталого розвитку, щорічно готується нефінансовий звіт;
Канада, Норвегія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, окрема політика МЗС для просування соціально-відповідальних компаній у світі;
Іспанія	Визнається на національному рівні, є окрема урядова рада з КСВ;
Франція	Активно просувається державою, є політика в різних міністерствах, була однією з перших країн, з впровадження обов‘язкової екологічної звітності;
Данія	Департамент з КСВ, є окремий закон про звітність великих компаній з КСВ;
Польща	Створення Групи зі сприяння розвитку КСВ;
Норвегія	Біла книга з КСВ;

Європейський Союз	- Зелена книга з КСВ; - Комюніке Європейської комісії з КСВ: «Внесок бізнесу у сталий розвиток»; - Комюніке Європейської комісії з КСВ: «Впровадження партнерства задля зростання: Європа як приклад досконалості в сфері КСВ»

На нашу думку, для популяризації соціальної відповідальності в Україні на всіх рівнях функціонування, необхідно прийняти ряд важливих законодавчих документів, а саме: необхідно ухвалити закони України «Про соціальну відповідальність», «Про соціальне підприємництво», впорядкувати права та обов‘язки суб‘єктів ринку органічного виробництва та посилитивідповідальність за порушення процесів виробництва, маркування та обігуорганічної продукції в Україні. Також варто гармонізувати українське законодавство щодо органічної продукції із законодавством Європейського Союзу тощо [50].

Необхідно перейняти міжнародний досвід українськими аграрними підприємствами щодо принципів, напрямів соціальної відповідальності та соціального звітування. Адже саме за рахунок локальної соціальної відповідальності спостерігається позитивна динаміка діяльності аграрних підприємств за рахунок підвищення довіри та підтримки населення. Запропоновані заходи необхідно впорядкувати на законодавчому рівні, що має сприяти підвищенню ефективності господарювання бізнесових структур при провадженні локальної соціальної відповідальності.

В Україні локальна соціальна відповідальність перебуває на досить низькому рівні, проте останнім часом активізувалася діяльність підприємствв напрямі розвитку соціальної політики. Але на сьогодні вже недостатньо просто займатися благодійністю для створення позитивного іміджу, підприємствам необхідно дотримуватися соціальних норм, інтересів працівників, екологізації виробництва та управління якістю виробництва.

Сьогодення вимагає від аграрних підприємств, які перспективно розвиваються, окрім забезпечення першого (базового) рівня розвиватидругий та третій рівні. Якщо аграрне підприємство налаштоване не на миттєвий прибуток, а на довгострокову перспективу, то в процесі своєї діяльності окрім функціонування на комерційних засадах, повинна здійснюватися соціальна

діяльність.

На основі проведених досліджень з‘ясовано, що впровадження практики локальної соціальної відповідальності в Україні обмежено внаслідок відсутності інформації. Так, кожне п‘яте підприємство не інформовано про її переваги. До найменш поінформованих належать підприємства транспорту – 52,9% від загальної кількості підприємств. При цьому, локальна соціальна відповідальність більш за все пов‘язується з впровадженням соціальних програм поліпшення умов праці (65,5%), навчанням персоналу (63,2%), благодійною допомогою (56%), застосуваннямв діяльності принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів (49,5%).

Підсумовуючи вищезазначене, варто відмітити, що для досягнення розвитку на основі соціалізації економіки необхідно здійснити ряд заходів, серед яких: державна підтримка суб‘єктів господарювання, які провадять соціальну політику у вигляді пільгового оподаткування, державних нагород, грантів, заохочень; відкритість державних органів влади та всезагальна поінформованість щодо здійснення соціальних заходів; розроблення та затвердження нормативних документів (законів), що стосуються здійснення соціальної діяльності в країні; зацікавленість місцевих органів влади у співробітництві з бізнесовими структурами; проведення конкурсів соціальних проектів та соціальних інвестицій на відповідних територіях підприємств, які займаються благодійністю; створення у державі благодійних фондів, які мають спеціальне призначення; проведення спеціальних семінарів, круглих столів з даної проблематики державними органам влади, із залученням фахівців університетів тощо.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1. Вплив соціальної відповідальності на розвиток аграрного бізнесу

Соціальна відповідальність є важливим фактором, що позитивно впливає на розвиток аграрного бізнесу, забезпечуючи його конкурентоспроможність, екологічну стійкість, економічну стабільність і соціальну інтеграцію. Реалізація відповідальних підходів сприяє не лише підвищенню ефективності підприємств, але й формуванню гармонійних відносин із суспільством та природним середовищем. Впровадження принципів соціальної відповідальності є невід'ємною складовою стратегії сталого розвитку аграрного сектору та його адаптації до сучасних глобальних викликів.

У результаті комплексного поєднання інструментів механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору можливий розвиток нового сучасного типу економіки на основі високого рівня соціалізації – холістичний розвиток суспільства, який збалансовує економічні, екологічні, соціальні та духовні чинники та покликаний вирішувати соціально-економічні та культурні дисбаланси в економіці країни. Адже спільна місія та цінності держави й суспільства є основою зазначеного типу розвитку економіки, що ґрунтуються на відповідному інституційно-інституціональному забезпеченні, належному рівні розвитку суспільства та створенні сприятливих умов в країні.

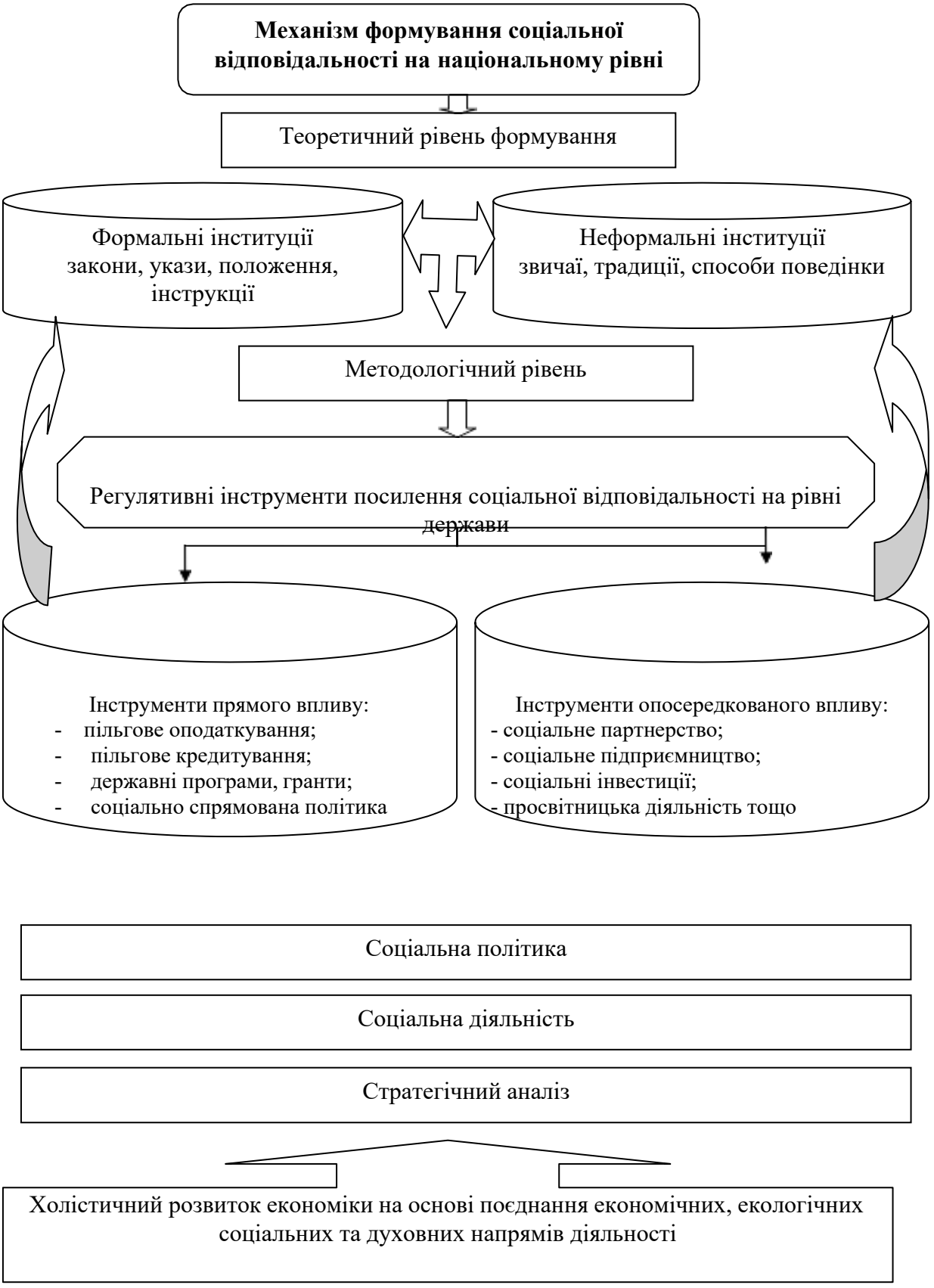

Рис. 2.1. Механізм формування соціальної відповідальностісуб‘єктів аграрного сектору на національному рівні

Для того, щоб популяризувати соціальну відповідальність суб‘єктів на рівні аграрного сектору, варто на національному рівні сформувати пріоритетність попиту на основі визначення цілей соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору економіки (рис. 2.2).

Розроблений нами алгоритм популяризації соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору охоплює всі рівні функціонування та базується на визначенні й узгодженості їх цілей.

Так, на початковому етапі для поширення принципів соціальної відповідальності необхідно на всіх рівнях сформувати цільову спрямованість. Наступний крок – розроблення етапів реалізації відповідних заходів (розроблення та затвердження відповідної документації на всіх рівнях влади; розробка, обґрунтування та вибір відповідних заходів). Обов‘язковою умовою розвитку соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного секторуекономіки є оцінка відповідності існуючого стану галузі поставленим цілямта доведення необхідної інформації до суб‘єктів господарювання (зацікавленість та мотивація у розвитку соціальної відповідальності, локальної соціальної відповідальності). У підсумку при врегулювання основних моментів розвитку СВ та ЛСВ, можливе створення нових форм суб‘єктів господарювання на засадах соціального підприємництва, соціального партнерства. Мотивацією для виробників сільськогосподарської продукції, які провадять соціальну діяльність, можуть бути: пільгове кредитування, пільгове оподаткування, нефінансові нагороди (грамоти, подяки, похвальні листи) та офіційне визнання аграрних підприємств як соціально відповідальних на державному рівні.

Узгодження цілей та оцінка впливу на суспільство, на нашу думку, є визначальним у запропонованому алгоритмі, адже поєднує в собі всю ієрархічну систему принципів популяризації соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору (принцип єдності економіки і політики, принцип єдності централізації і децентралізації, принцип справедливості, принцип прозорості, принцип ефективності, принцип збалансованості тощо).

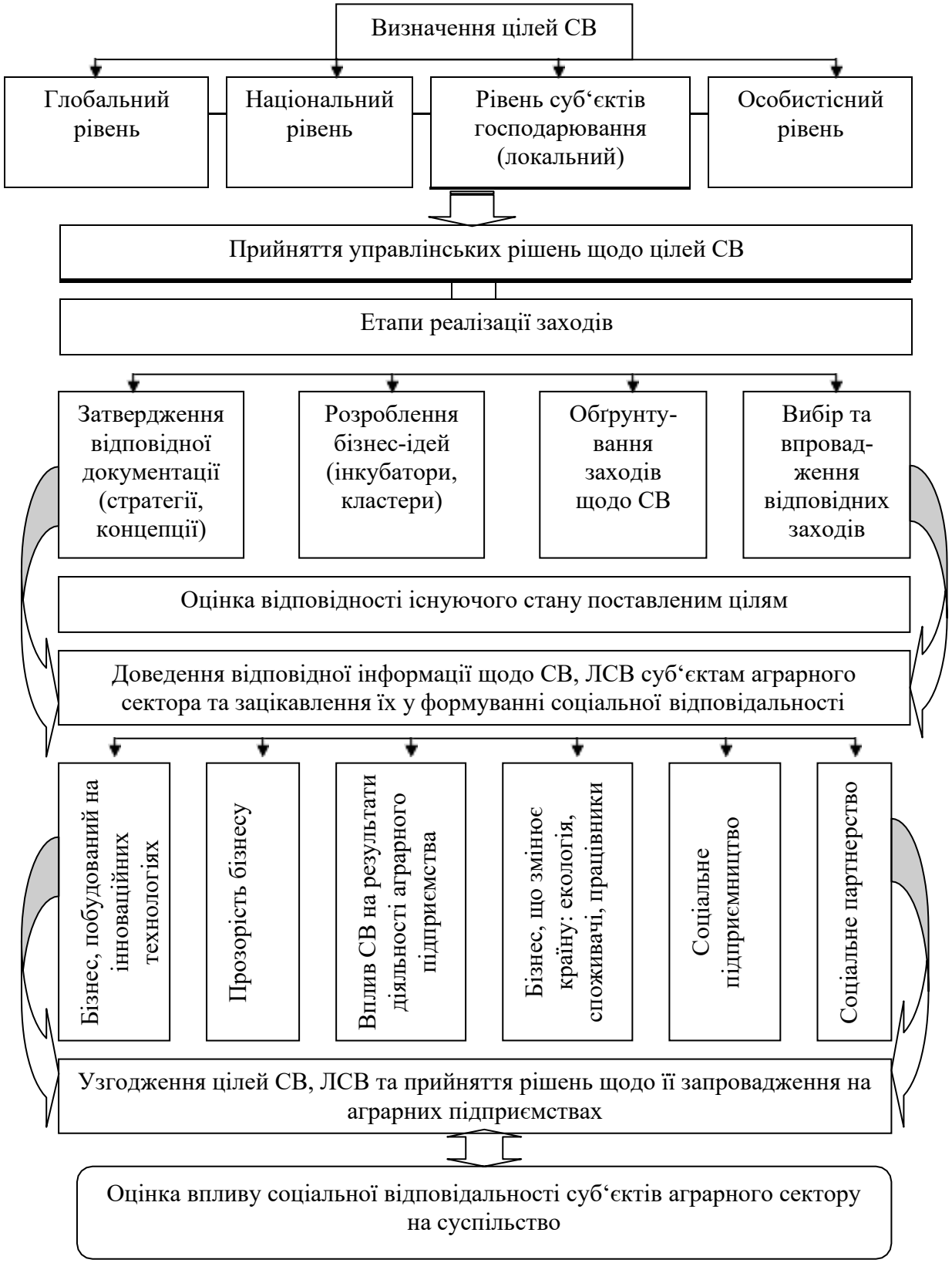

Рис. 2.2. Алгоритм популяризації соціальної відповідальностісуб'єктів аграрного сектору економіки

Таким чином, механізм формування соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору повинен реалізовуватися, враховуючі всі рівні функціонування аграрного сектору економіки. Проте розвиток та поширення ЛСВ серед аграрних підприємств неможливий без державної координації та регулювання, використання інструментів прямого й опосередкованого впливу. Також необхідним є поступова зміна бачення аграрним бізнесом ролілокальної соціальної відповідальності та її актуальності в теперішніх умовах господарювання, адже позитивний вплив від її використання підтверджується світовим досвідом [35].

Останнім часом науковці приділяють значну увагу локальній соціальній відповідальності підприємств та її впливу на ефективність їхньої діяльності, зокрема на результати реалізації програм і стратегій соціальної відповідальності. У розвинених країнах світу соціальна відповідальність не обмежується лише благодійною діяльністю. Світовий досвід свідчить, що вона сприяє підвищенню ділової репутації підприємств, налагодженню збалансованих і довірчих відносин як із державними органами, так і з громадськістю. Компанії несуть відповідальність за суспільний добробут, вплив на довкілля та розробляють власні принципи соціальної відповідальності.

Мілтон Фрідман стверджував, що участь бізнесу в соціальних ініціативах може призвести до неефективного використання капіталу. На початковому етапі впровадження соціальної відповідальності це дійсно збільшує витрати і знижує прибутковість. Проте, з часом, підвищується інвестиційна привабливість компанії, покращується її імідж, що у підсумку позитивно впливає на фінансові результати. Дослідження італійського агентства Oekom Research підтверджують, що інвестиції у соціально-відповідальні підприємства значно зросли за останні роки, досягнувши близько 100 трлн євро. Це свідчить про те, що локальна соціальна відповідальність безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість бізнесу.

Згідно з одним із найбільших досліджень споживчих вподобань Cone/Roper,

78% респондентів зазначили, що готові купувати продукцію, яка асоціюється із соціальними ініціативами, а 66% готові змінити думку про свій улюблений бренд на користь соціально відповідального. Дані дослідження "Монітор корпоративної соціальної відповідальності" вказують, що імідж компанії на 49% визначається її соціально-відповідальними факторами, бренд – на 35%, а фінансовий стан – лише на 10% [27].

Соціологічне опитування, проведене Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», засвідчило, що 60% підприємств позитивно ставляться до реалізації соціальних проектів, чверть опитаних займає нейтральну позицію, а 5% вважають таку діяльність марною тратою ресурсів. Щодо можливості участі в таких проектах, 4% опитаних заявили про відсутність можливостей для реалізації соціальних ініціатив, тоді як 50% вважають, що така можливість існує лише для окремих компаній.

Сфери, які найбільше потребують соціальних проектів, включають допомогу дітям з інвалідністю (69%), допомогу людям похилого віку та знедоленим (60%), охорону здоров’я (58%) та освіту (50%). Найменш інформовані про соціальну відповідальність підприємства транспорту та комунальних послуг (52,9% та 57,5%), тоді як компанії фінансового сектору (94%) та промислового виробництва (84,5%) демонструють найвищий рівень обізнаності.

Світовий банк визначає, що 62% приросту ВВП у розвинених країнах припадає на людський капітал, 16-18% – на виробничі засоби, а 20-22% – на природні ресурси. Таким чином, інвестування у людський капітал є ключовим чинником економічного розвитку. Взаємодія бізнесу з державою, за участі громадських організацій та наукових установ, може сприяти активізації соціальної діяльності.

2.2. Аналіз соціально-економічного ефекту від реалізації програм соціальної відповідальності

Аграрний сектор України є ключовою складовою економіки країни, оскільки забезпечує близько 20% валового внутрішнього продукту та займає провідні позиції в експорті аграрної продукції, що становить 40% загального експорту. У сільському господарстві працюють понад три мільйони осіб, що підкреслює його важливу соціально-економічну роль. Хоча аграрний сектор має значний потенціал для подальшого розвитку, його ефективність залежить від специфіки господарювання та особливостей функціонування. Розвиток соціальної відповідальності в аграрному секторі тісно пов’язаний із процесом виробництва сільськогосподарської продукції, який обумовлений впливом економічних і природно-біологічних факторів. Зокрема, природно-біологічні чинники формують таку специфіку, як сезонність виробництва, що потребує завершення всіх етапів виробничого циклу у визначені строки.

Одним із ключових елементів стійкого розвитку аграрного сектору є активне впровадження принципів соціальної відповідальності суб'єктами господарювання. Сучасні виклики зумовлюють необхідність не лише досягнення економічної відповідальності, але й забезпечення кадрової, екологічної та соціальної складових діяльності аграрних підприємств. Це дозволяє не лише підвищити ефективність сільського господарства, але й сприяти формуванню сталого розвитку галузі в умовах сучасних глобальних тенденцій.

Особливість функціонування аграрних підприємств України визначається на основі стратегічного планування, яке враховує специфіку ресурсного забезпечення та належних соціальних умов. Стратегія є об‘єднуючим елементом цілей аграрного підприємства (потенціалу) та факторів зовнішнього (СВБ) та внутрішнього (КСВ) впливу. Стратегія соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору повинна враховувати економічний розвиток України через призму соціальних проблем, різноманітних інструментів, за рахунок чого досягається ефективність реалізації стратегії.

Стратегічний підхід формування соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору економіки є головним напрямом ефективного розвитку всіх рівнів функціонування, адже соціальна відповідальність індивіда є прямо пропорційною соціальній відповідальності держави. Стратегія соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору покликана вивести Україну на найвищі світові рейтинги за економічними та соціальними показниками, адже аграрний сектор є одним із пріоритетних напрямів розвитку держави, який демонструє стабільні фінансові результати, що підтверджується рядом досліджень.

У майбутньому в розрізі галузей економіки України найбільший внесок у загальне зростання економіки як у 2020 р. – 19%, так і 2030 р. – 24% буде здійснювати аграрний сектор. На другому місці військово-промисловий комплекс – 15% у 2020 р. та 17% – 2030 р. Найменший вклад у загальне зростання економіки – від біомедичної інженерії, клітинної медицини – 2% у 2020 р. та 7% – 2030 р. та туризму – 2% у 2020 р. та 5% – 2030 р.

Такі прогнози показників соціально-економічного розвитку можливілише за рахунок підвищення показників соціально-економічного зростаннята зміни бачення суспільства та суб‘єктів господарювання щодо ведення бізнесу. Тому, одним із перспективних напрямів побудови ефективної економіки в державі є стратегічний підхід формування соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору економіки.

Програми соціальної відповідальності в аграрному секторі України відіграють ключову роль у сталому розвитку сільських громад, підвищенні добробуту населення та збереженні навколишнього середовища. Багато аграрних компаній активно впроваджують ініціативи, спрямовані на підтримку місцевих громад, екологічну стійкість та економічний розвиток.

1. Компанія «НІБУЛОН» реалізує низку соціальних програм, спрямованих на розвиток інфраструктури та підтримку місцевих громад. Компанія уклала близько 80 угод про соціальне партнерство з громадами в 13 областях України, що передбачають:

Ремонт та оснащення шкіл, медичних закладів та будинків культури: «НІБУЛОН» фінансує ремонтні роботи та забезпечує необхідним обладнанням освітні та медичні установи, сприяючи покращенню якості освіти та медичних послуг.

Будівництво та реконструкція інфраструктури: Компанія інвестує в будівництво та реконструкцію доріг, систем водопостачання, освітлення вулиць, що підвищує якість життя місцевих жителів.

Екологічні ініціативи: «НІБУЛОН» відкрила очисні споруди в селі Біленьке Запорізької області, що сприяє збереженню довкілля та покращенню санітарних умов.

Під час пандемії COVID-19 компанія виділила 100 мільйонів гривень на розвиток медичної сфери, встановивши кисневі станції, створивши сучасну лабораторію для ПЛР-тестування та забезпечивши лікарні необхідним обладнанням.

2. Компанія «Астарта-Київ» впроваджує соціальні ініціативи, спрямовані на покращення добробуту громад, розвиток освіти та підтримку підприємництва:

Проєкт «SMART Impulse for Community» спрямований на економічну та соціальну стійкість громад, включаючи підтримку місцевих ініціатив та розвиток інфраструктури.

Проєкт «Lift» сприяє розвитку лідерських якостей серед молоді, підтримуючи освітні та культурні заходи.

Гуманітарна платформа «Common Help Ukraine» створена разом із благодійним фондом «Повір у себе» для надання гуманітарної допомоги постраждалим від війни. Понад 831 тисяча українців отримали допомогу завдяки цій ініціативі.

Підтримка підприємництва: у співпраці з міжнародними партнерами реалізовано грантові програми «Курс на Незалежність», «Сміливі» та «Крила», в рамках яких 209 бізнесів отримали гранти та створили понад 500 нових робочих місць.

3. Компанія «МХП» через благодійний фонд «МХП-Громаді» реалізує

програми, спрямовані на розвиток місцевих громад та підтримку соціальних ініціатив:

Мікрогранти для громадських ініціатив: підтримка проєктів, спрямованих на вирішення соціальних проблем у селах та малих містах. У 2021 році 93 проєкти з 12 областей України отримали гранти до 50 тисяч гривень.

Проєкт «Зелена планета з МХП»: спрямований на озеленення територій, в рамках якого висаджено понад 16 тисяч дерев у 2021 році.

Підтримка культури та освіти: Організація безкоштовних кінопоказів у 43 населених пунктах, де немає доступу до кінотеатрів, та підтримка освітніх проєктів для молоді.

Ці ініціативи сприяють покращенню якості життя в сільських громадах, розвитку місцевої інфраструктури та збереженню екології.

4. Компанія «Кернел» реалізує програми соціальної відповідальності, спрямовані на підтримку освіти, охорони здоров’я та екології:

Освітні ініціативи: Підтримка шкіл та дитячих садків через ремонтні роботи, забезпечення обладнанням та проведення освітніх заходів.

Медична допомога: Фінансування закупівлі медичного обладнання для лікарень у регіонах присутності компанії, що сприяє покращенню якості медичних послуг.

Екологічні проєкти: Впровадження програм з енергоефективності та зменшення викидів, а також участь у заходах з озеленення територій.

Таким чином, аграрні компанії України активно впроваджують програми соціальної відповідальності, спрямовані на підтримку місцевих громад, розвиток інфраструктури, освіти та охорони здоров'я, а також збереження навколишнього середовища. Ці ініціативи не лише підвищують якість життя населення, але й сприяють сталому розвитку аграрного сектору та економіки країни в цілому.

Особливості функціонування підприємств аграрного сектору, які визначають масштаб їхньої соціальної активності, значною мірою залежать від їх розміру: мале, середнє чи велике. У різних країнах світу критерії для класифікації підприємств за цими категоріями відрізняються. Вони враховують

специфіку розвитку бізнесу, державну політику, культурні особливості, рівень добробуту населення тощо.

Наприклад, у Великій Британії малими вважаються підприємства, що мають до 200 працівників у промисловості та до 25 – у сфері будівництва. У Франції до малих належать підприємства з чисельністю персоналу від 10 до 50 осіб, а до ремісничих – до 10 осіб. У Болгарії малими визнають підприємства, де працює до 50 осіб. У Японії середні та малі підприємства у видобувній та обробній промисловості, транспорті та будівництві визначаються за такими критеріями: статутний капітал до 0,1 млрд єн (приблизно 700 тис. доларів) і до 300 працівників. В оптовій торгівлі це – до 30 млн єн і до 100 працівників, а в роздрібній торгівлі та сфері послуг – до 10 млн єн і до 50 працівників. У Німеччині до малих і середніх підприємств належать компанії з чисельністю персоналу менше 300 осіб і річним обігом до 100 млн євро.

В Україні визначення категорії підприємства залежно від його розміру регламентується Господарським кодексом України (стаття 55.3). Водночас, із прийняттям Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» із внесеними змінами (згідно із законопроєктом № 4646-Д від 16.06.2017 р.), підприємства поділяються на чотири категорії з метою ведення бухгалтерського обліку. Критерії цієї класифікації враховують чисельність працівників, обсяг доходів і баланс, що дозволяє більш чітко визначати масштаби соціальної відповідальності підприємств.

Таблиця 2.1

Визначення та характеристика основних категорій підприємств в Україні

Відповідно до Господарського Кодексу України			Відповідно до змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»		
Категорія підприємства	Середня чисельність працівників	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Середня чисельність працівників	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Балансова вартість активів

Суб‘єкти мікро підприємництва (мікро)	≤ 10	≤ 2 млн євро	≤ 10	≤ 700 тис. євро	≤ 350 тис. євро
Суб‘єкти малого підприємництва (малі)	≤ 50	≤ 10 млн євро	≤ 50	≤ 8 млн євро	≤ 4 млн євро
Суб‘єкти середнього підприємництва(середні)	Не включені до інших груп		≤ 250	≤ 40 млн євро	≤ 20 млн євро
Суб‘єкти макропідприєм-ництва (великі)	250	50 млн євро	250	) 40 млн євро	) 20 млн євро

Підприємства поділяються на чотири категорії залежно від середньої кількості працівників, обсягу чистого доходу від реалізації продукції та балансової вартості активів. Однак існують розбіжності між визначеннями категорій у Господарському кодексі України та у змінах до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Наприклад, згідно з Господарським кодексом, мікропідприємства класифікуються як ті, що мають чистий дохід не більше 2 млн євро. Проте, відповідно до змін у законодавстві, цей показник зменшено до 700 тис. євро. Аналогічні зміни стосуються категорій малого, середнього та великого підприємництва, при цьому критерій середньої кількості працівників залишився незмінним.

Аналіз динаміки розвитку основних суб'єктів господарювання в Україні за період 2013-2017 років свідчить про загальне зменшення їхньої кількості. У 2017 році їх було зареєстровано 338 254 одиниці, що на 15% менше порівняно з 2013 роком, коли їх налічувалося 393 327. Скорочення спостерігалося, зокрема, серед малих підприємств на 13,6% (у тому числі мікропідприємств на 12,7%) та великих підприємств – на 39,5%. У той же час кількість середніх підприємств збільшилася у вісім разів. Це зменшення чисельності суб'єктів господарювання негативно вплинуло на зайнятість: у 2013 році на цих підприємствах працювало 7 406,5 тис. осіб, а у 2017 році – лише 5 771,4 тис. осіб, що становить зменшення на 22%. З погляду соціального впливу, така динаміка є тривожною.

Водночас, упродовж досліджуваного періоду спостерігалося майже двократне зростання валової продукції для всіх категорій підприємств.

Найбільшу частку реалізованої продукції у 2018-2019 роках забезпечували великі підприємства – 42,4% та 41,8% відповідно. Протягом 2020-2022 років найбільший обсяг реалізованої продукції було отримано від середніх підприємств, що свідчить про їхній активний розвиток у виробництві сільськогосподарської продукції. Водночас у секторах сільського, лісового та рибного господарства України з 2018 по 2023 роки спостерігалося зростання кількості суб'єктів господарювання на 20%. Найбільшу частку в цій структурі займають малі підприємства, які становили від 92% до 95% від загальної кількості підприємств, причому переважна частина припадає на мікропідприємства (від 78% до 84%).

Ця тенденція підтверджує поширення самозайнятості в сільській місцевості. Динаміка великих підприємств демонструє позитивні зміни, однак кількість середніх підприємств у 2023 році зменшилася на 27% порівняно з 2019 роком. Водночас спостерігається скорочення кількості працівників, зайнятих у середніх та великих підприємствах: якщо у 2019 році їх було 714,6 тисяч осіб, то у 2023 році – лише 599,9 тисяч, що на 114,7 тисяч менше. Однак варто зазначити позитивну динаміку збільшення обсягу реалізованої продукції: у 2023 році цей показник зріс на 340,7 мільярдів гривень порівняно з 2019 роком, що означає збільшення у чотири рази [33].

У структурі підприємств за розміром найбільшу частку обсягу реалізованої продукції протягом досліджуваного періоду займали середні підприємства – понад 50%, за ними йдуть малі підприємства – понад 30%, а частка великих підприємств становить більше 10%. У регіональному розрізі ситуація різниться. Найбільша концентрація великих підприємств спостерігається у Донецькій (68,6%), Дніпропетровській (58,7%) та Запорізькій (56,5%) областях. За кількістю середніх підприємств лідирують Волинська область (68,2%), Хмельницька (58%) та Кіровоградська (53,2%). Малі підприємства, включаючи мікропідприємства, найбільш поширені у Херсонській (41,2%), Чернівецькій (38,9%) та Кіровоградській (38,8%) областях.

Водночас найменша частка великих підприємств зосереджена у

Кіровоградській (8%) та Рівненській (12,7%) областях, а малих підприємств – у Донецькій (7,3%) та Дніпропетровській (14,8%) областях. Середні підприємства розподілені більш рівномірно, їх частка перевищує 25% в усіх регіонах.

У структурі господарської діяльності Миколаївської області найбільшу частку мають підприємства сільського, лісового та рибного господарства – 37,73%. Друге місце займає оптова та роздрібна торгівля, а також ремонт транспортних засобів – 20%, за ними слідують промисловість – 10% та будівництво – 6%.

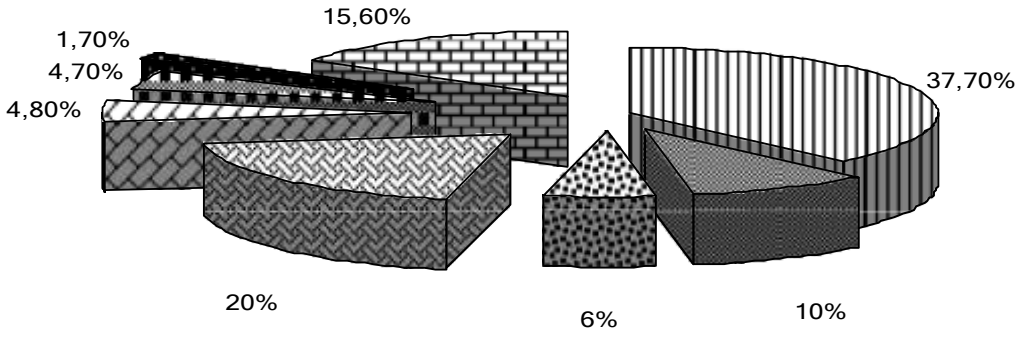

Рис. 2.3. Питома вага кількості підприємств за видами економічної діяльності, 2023 р.

Миколаївська область посідає сьоме місце серед регіонів України за обсягом реалізації продукції великими підприємствами, питома вага яких складає 39%. Для середніх підприємств цей показник становить 34,4% (16 місце), а для малих – 26,6% (13 місце). Сільське господарство є однією з основних галузей економіки Миколаївської області, другою за обсягом виробництва і першою за зайнятістю трудових ресурсів. Загальна площа сільськогосподарських угідь становить 2 054 тисяч гектарів, з яких 1 669 тисяч гектарів – орні землі (5,2% ріллі України), а зрошувані землі охоплюють 190,3 тисяч гектарів (8,6% від загальноукраїнського показника).

Це свідчить про те, що Миколаївська область має сприятливі умови для розвитку сільського господарства, зокрема наявність необхідних природних ресурсів, які забезпечують ефективне ведення аграрної діяльності. Протягом останніх років спостерігається незначне скорочення кількості суб'єктів господарювання. Разом із цим спостерігається тенденція до зменшення кількості зайнятих працівників, що є закономірним наслідком скорочення суб'єктів господарювання. Водночас зафіксовано несуттєве зростання зайнятості, що становить близько 3%. Варто зазначити, що позитивною динамікою є значне збільшення обсягу реалізованої продукції, який у 2022 році склав 16 452,1 млн грн.

Ураховуючи те, що аграрний сектор економіки України концентрує основні природні ресурси і забезпечує роботою близько 3 млн осіб, виникає необхідність активного впровадження соціальної відповідальності суб'єктами цього сектору. Її відсутність може призвести до втрати довіри з боку суспільства, зниження купівельної спроможності населення, а зрештою й до падіння загальних показників ефективності економіки.

Дослідження показали, що представники аграрного сектору України мають досить різнобічне, але водночас обмежене розуміння локальної соціальної відповідальності. Зокрема, найбільше опитаних (12,5%) асоціюють соціальну відповідальність із благодійною допомогою. На другому місці опинилася вчасна сплата податків (11,5%), на третьому – створення сприятливих умов для

працівників (10,5%). Підвищення кваліфікації працівників займає четверте місце (10%), а відповідальність перед споживачами – п'яте (9,5%). Найменш популярними аспектами соціальної відповідальності є соціальні інвестиції (3,5%) і фінансування культурних заходів для працівників (2,5%). Це свідчить про те, що в аграрному секторі обмежений досвід реалізації соціальних інвестицій, що потребує посилення уваги до цього напрямку.

Таблиця 2.2

Розуміння соціальної відповідальності представниками аграрного сектору України (результати опитування 2020-2023 років)

Питання	Кількість респондентів	%	Місце в рейтингу
Благодійна допомога	25	12,5	1
Вчасна сплата податків	23	11,5	2
Створення сприятливих умов праці для працівників	21	10,5	3
Підвищення кваліфікації працівників	20	10,0	4
Відповідальність перед споживачами	19	9,5	5
Надбавки та премії для працівників	19	9,5	5
Благоустрій територій	15	7,5	6
Харчування працівників	13	6,5	7
Екологічне ставлення до природи	13	6,5	7
Співпраця з органами державної влади	11	5,5	8
Соціальні пакети та програми	9	4,5	9
Соціальні інвестиції	7	3,5	10
Оплата культурних заходів працівникам	5	2,5	11
Всього	200	100	х

Розмір підприємства суттєво впливає на масштаби його локальної соціальної відповідальності. Великі підприємства зазвичай демонструють вищий рівень соціальної активності, оскільки це є важливою умовою для виходу на міжнародні ринки. Натомість середні та малі підприємства стикаються з більшою кількістю перешкод у впровадженні локальної соціальної відповідальності, що значною мірою обумовлено їхніми фінансовими можливостями та результатами діяльності [19].

Основними суб’єктами господарювання аграрного сектору виступають держава (суспільство), сільськогосподарські підприємства різних форм власності, а також індивідуальні виробники сільськогосподарської продукції, зокрема фермери та сімейно-індивідуальні господарства. Особливості діяльності цих суб’єктів визначаються, зокрема, формою власності на землю, яка є головним засобом виробництва сільськогосподарської продукції.

В Україні агрохолдинги займають провідне місце у формуванні експорту зернових і олійних культур, а також у загальному обсязі виробництва цих культур. Їхня роль є визначальною у забезпеченні конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції на світових ринках. (рис. 3.2).

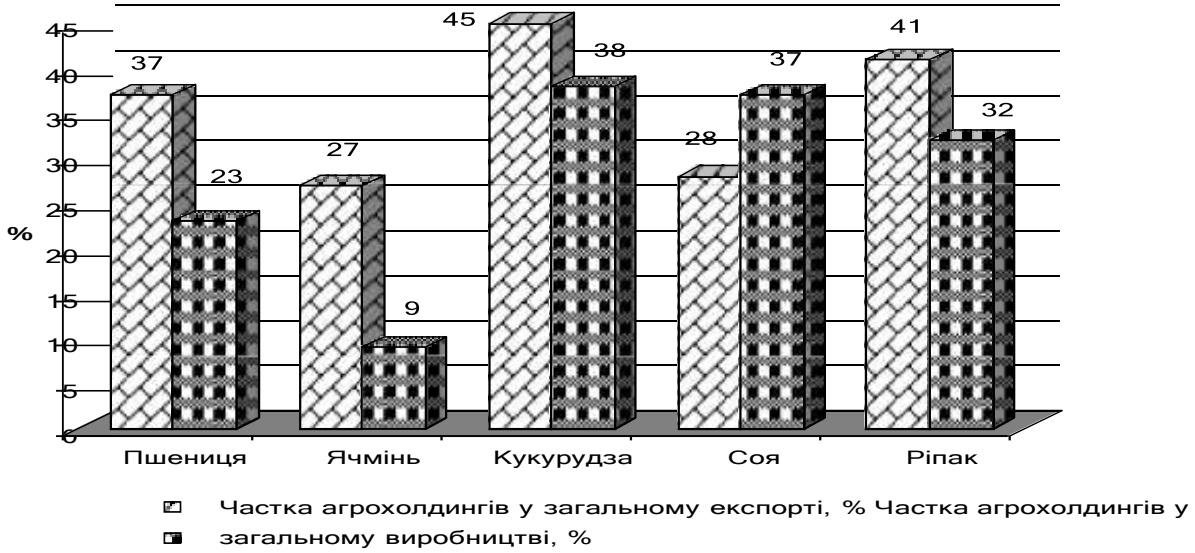

Рис. 2.4. Структура експорту та виробництва у розрізі сільськогосподарської продукції серед агрохолдингів України, 2023 р., %

На ефективне господарювання аграрного сектору впливає розмір землекористування (його інтенсивне використання). Згідно з дослідженнями, у 1940 р. в Україні валовий збір зернових культур склав 26,5 млн т зерна. У 2017 р. статистичні дані свідчать, що валовий збір зернових культур склав близько 61,3 млн т зерна (у два рази більше у порівнянні з 1940 р), земельні площі України при цьому суттєво не змінилися.

Найбільшу питому вагу щодо землекористування (42,6%) мають

агрохолдинги з площею земель від 25 до 50 тис. га. На другому місці знаходяться агрохолдинги, з площею земель до 25 тис. га землі (30,4%). Від 50 до 100 тис. га землі мають лише 17 агрохолдингів (18%). Варто зауважити, що відсутні підприємства із земельним банком від 200 до 250 тис. га, від 300 до 350 тис. га, від 450 до 550 тис. га.

Таблиця 2.3

Групування агрохолдингів України за площею сільськогосподарських угідь відповідно до Земельного банку підприємства, 2023 р.

Земельний банк,тис. га	Кількість агрохолдингів	
	одиниць	у % до загальної кількості
Агрохолдинги– всього:з них з площею, тис. га:	115	100,0
до 25	49	42,6
25,01-50,0	35	30,4
50,01-100,0	17	14,7
100,01-150,0	8	7,0
150,01-200,0	1	0,9
200,01-250,0	0	-
250,01-300,0	1	0,9
300,01-350,0	0	-
350,01-400,0	1	0,9
400,01-450,0	1	0,9
450,01-500,0	0	-
500,01-550,0	0	-
550,01-600,0	2	1,7
Понад 600,0	0	-

Лише два агрохолдинги в Україні володіють понад 500 тис. га землі – це «UkrLandFarming» із земельним банком у 570 тис. га та ТОВ «Кернел-трейд», що має у розпорядженні 560 тис. га. Для порівняння, у 2017 році земельний банк «UkrLandFarming» становив 605 тис. га. Управління настільки великими площами сільськогосподарських угідь є складним завданням, особливо коли ці землі розташовані у різних регіонах України. У зв’язку з цим агрохолдинги дедалі рідше розширюють свій земельний банк за рахунок додаткових земельних паїв, зосереджуючи зусилля на підвищенні ефективності використання вже наявного земельного фонду [9].

Протягом останніх років земельний банк найбільших агрохолдингівУкраїни дещо змінювався. Так, значно зменшилася площа у «HarvEast» Holding (на

52,76%), «Мрія» агрохолдинг – 44,6%, «Приват-АгроХолдинг» – 16,7%. Проте деякі агрохолдинги, навпаки, протягом останніх років збільшили свій земельний банк: «Агропросперис» (NCH) на 7,5%, ПАТ «Миронівський хлібопродукт» – на 2,8%, «Астарта-Київ» – 2%, «Агрейн» – 10%, «Укрпромінвест-агро» на 21,4 відсотків. У агрохолдинга «AgroGeneration» площа земель протягом п‘яти останніх років не змінилася.

ТОВ «Кернел-трейд» у червні 2017 року придбало 92,1% частки бізнесу агрохолдингу «Українські аграрні інвестиції», який управляє більш ніж 190 тис. га орендованих сільськогосподарських угідь і зерносховищ об'ємом близько 200 тис. Тому ТОВ «Кернел-трейд» є лідером серед поповнення земельного банку протягом досліджуваного періоду, а саме збільшення земельного банку відбулося у 2017 р. на 42,8%. Проте у 2018 р. земельний банк дещо зменшився і склав 560 тис. га сільськогосподарських угідь.

Велика площа сільськогосподарських угідь та висока врожайність сільськогосподарських культур не є гарантом отримання прибутковості, адже ціни на продукцію сільського господарства не є достатньо високими, а орендна плата підвищується.

Застосування інтенсивних факторів виробництва – підвищенняврожайності сортів та гібридів рослин; залучення інвестицій задля вдосконалення технологій виробництва та переробки аграрної продукції; підвищення продуктивності праці за рахунок підвищення кваліфікації працівників є запорукою успішного господарювання. Все частіше, орієнтуючись на міжнародні соціальні стандарти, аграрний бізнес долучається до соціальних чинників розвитку як суспільства, так і підприємства.

Розвиток локальної соціальної відповідальності аграрних підприємств залежить від наявності ресурсів (можливостей), місії та цінностей підприємства, розуміння та зацікавленості у веденні соціальної політики на підприємстві.

Аналізуючи локальну соціальну відповідальність аграрних підприємств України, слід звернути увагу на ТОВ «Кернел-трейд» – провідну диверсифіковану агропромислову компанію, яка орієнтується на збалансований

розвиток сільськогосподарського виробництва. Щорічно компанія експортує близько 5 млн тонн аграрної продукції, є одним із найбільших постачальників соняшникової олії та шроту на міжнародний ринок, а також одним із провідних експортерів зернових культур із Чорноморського регіону.

Основний підхід компанії до агровиробництва зосереджується на довгостроковому підвищенні родючості ґрунтів. Це досягається через впровадження сівозміни, застосування добрив у необхідних кількостях і заходів для збереження ґрунтової вологи. ТОВ «Кернел-трейд» активно впроваджує мінімальні та нульові технології обробітку ґрунту, що сприяє зменшенню ерозії ґрунтів і скороченню витрат пального. Компанія використовує сучасну техніку, яка мінімізує втрати продукції. Наприклад, новітні комбайни дозволяють заощаджувати до 7-10% насіння соняшнику під час збирання врожаю, аналогічні результати отримано і для інших культур.

Крім того, більшість маслоекстракційних заводів компанії використовують лушпиння соняшнику як паливо для виробництва пари та електроенергії, що не лише покриває потреби підприємств, а й забезпечує енергопостачання для місцевих громад. На підприємствах компанії працює близько 17 тисяч людей, для яких створено комфортні умови праці, а рівень заробітної плати перевищує середні показники в аграрному секторі України.

Компанія також інвестує у навчання працівників із питань безпеки, підтримує місцеві медичні заклади у сільській місцевості, допомагає сільським школам і фінансує розвиток критичної інфраструктури в регіонах, де розташовані її філії. Ці дії є важливим прикладом ефективного поєднання економічної діяльності з соціальною відповідальністю, спрямованою на розвиток сільських громад.

На розвиток соціальної відповідальності в агрохолдингах безпосередньо впливають фінансові результати їхньої діяльності (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Чистий прибуток найбільших агрохолдингів України протягом 2018-2023 рр., млн грн

Назва підприємства	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023 р. у порівнянні до 2018 р., %
ПАТ «Миронівський хлібопродукт»	310,	162,0	-412,0	-125,0	69,0	230,0	74,2
ТОВ «Кернел»	182,0	-1,6	16,0	171,0	226,0	178,0	97,8
«Астарта-Київ»	45,0	22,0	-68,0	15,0	86,0	74,0	164,4
«AgroGeneration»	-5,0	-20,0	-23,0	-7,0	-0,9	-15,0	-

Найприбутковішим підприємством є ПАТ «Миронівський хлібопродукт», яке отримало прибуток у 2023 р. у розмірі 230 млн грн. Другупозицію посідає ТОВ «Кернел» – 178 млн грн. Третє місце – «Астрата-Київ» (74 млн грн). Збитковим підприємством є «AgroGeneration», яке протягом 2018-2023 рр. наростило збиток втричі. Варто відмітити, що чистий прибутокв агрохолдингах зменшився протягом досліджуваного періоду, що свідчить про негативну динаміку, адже фінансові результати впливають на розвиток локальної соціальної відповідальності. Відповідно до досліджень міжнародної компанії Korn Ferry Hay Group, яка складає рейтинг кращих роботодавців України серед агрохолдингів, то найкращим роботодавцем 2023 р. визнано агрохолдинги, які володіють великою кількістю земель (ТОВ «Кернел-трейд», ПАТ «Миронівськийхлібопродукт, «Астарта-Київ», «Мрія» агрохолдинг) (рис. 3.3).

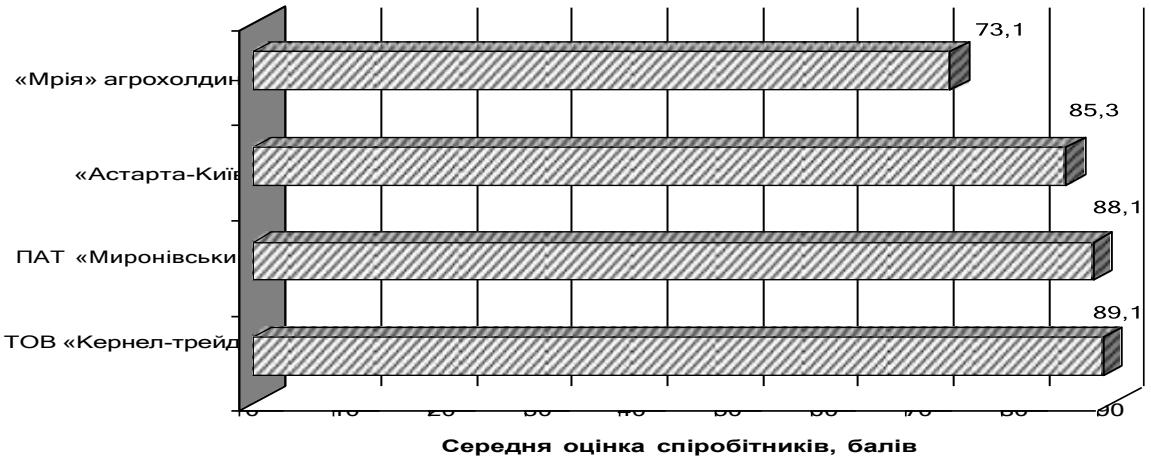

Рис. 2.5. Рейтинг найкращого роботодавця 2023 р. серед агрохолдингів

У трійку лідерів найкращих роботодавців України аграрного сектору потрапили: ТОВ «Кернер-трейд» – середня оцінка співробітників становить 89,1; друге місце посідає ПАТ «Миронівський хлібопродукт» – 88,1 відповідно та третє місце – «Астарта-Київ» – 85,1, четверту позицію займає «Мрія агрохолдинг». Варто відмітити, що, відповідно до досліджень, при пошуку роботи в аграрній сфері претендентам важливий не тільки розмір матеріальної винагороди, а й можливості для особистісного та кар‘єрного зростання, особливості управління компанією-роботодавцем, внутрішня корпоративна культура, організація дозвілля, про що і свідчить рейтинг найкращих роботодавців серед агрохолдингів України.

Соціально-активним є агрохолдинг «Монсанто» – один з провідних міжнародних компаній, що працює у сфері сільського господарства та пропонує сільгоспвиробникам високоякісне насіння товарних культур та овочів, засоби захисту рослин. Локальна соціальна відповідальність є частиною усього, чим займається компанія, прагне поліпшити життя людей – як за допомогою інвестицій у розвиток сільського господарства, так і через здійснення соціальних програм. «Монсанто» підтримує принципи сталого розвитку та зростання сільськогосподарської галузі. Ця підтримка характеризується щорічними витратами більш ніж 4 млн дол. США на дослідження та розробки, надання аграрних і наукових стипендій та співпраці з молодіжними організаціями й навчальними закладами, щоб допомогти розвивати лідерство в науці та сільському господарстві. Так, компанія «Монсанто» є партнером наукового парку Миколаївського національного аграрного університету «Агроперспектива», який створений з метою розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності, комерціалізації результатів наукових досліджень та їх впровадження на вітчизняному та закордонному ринках, на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів. У 2018 р. компанія Bayer придбала компанію «Монсанто», це придбання зміцнило сільськогосподарський підрозділ і розширило біопромислове портфоліо компанії [16].

У суспільстві здебільшого негативно сприймається діяльність

агрохолдингів в Україні і далеко не всі агрохолдинги можуть позиціонувати себе як соціально відповідальні. Проте, на нашу думку, соціальне несприйняття агрохолдингів, є перебільшеним, зважаючи на фінансовий ресурс, який вкладається у співробітників, навколишнє середовище, розвиток сільської інфраструктури, освіту, медицину тощо.

Отже, в аграрному секторі України прояви практик локальної соціальної відповідальності спостерігаються серед великих іноземних компаній зі своєю політикою та баченням. Тому, вважаємо, задля популяризації локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі необхідно перейняти досвід функціонування великих підприємств з іноземними інвестиціями.

2.3. Основні проблеми та бар'єри у впровадженні соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні

Впровадження соціальної відповідальності (КСВ) в аграрному бізнесі України є важливим елементом забезпечення сталого розвитку сільських громад і економіки загалом. Проте цей процес супроводжується численними проблемами та бар'єрами, які впливають на ефективність реалізації програм КСВ. Умови сучасної економіки, структурні проблеми аграрного сектору та низький рівень обізнаності про переваги соціальної відповідальності створюють складне середовище для впровадження таких ініціатив.

Однією з основних проблем є недостатній рівень фінансових ресурсів аграрних підприємств, особливо малих і середніх. Більшість аграрних компаній зосереджені на виживанні та вирішенні поточних економічних проблем, таких як високі витрати на паливо, добрива та техніку, що залишає мало можливостей для інвестування в соціальні програми. Крім того, нестабільність економічної ситуації в країні, зокрема в умовах війни, значно звужує фінансові можливості навіть великих підприємств.

Відсутність чіткого законодавчого регулювання та стимулів для впровадження КСВ є ще одним бар'єром. На сьогодні в Україні немає єдиного

законодавчого акта, який би регламентував механізми КСВ і визначав переваги для компаній, що впроваджують такі ініціативи. Натомість в багатьох країнах існують пільги, гранти чи податкові знижки для бізнесу, що займається соціальною відповідальністю. Це ставить українські компанії в менш вигідне становище порівняно з їхніми закордонними конкурентами.

Низький рівень обізнаності про значення та вигоди КСВ серед власників і керівників аграрних підприємств також є значною перешкодою. У багатьох випадках соціальна відповідальність сприймається як додатковий фінансовий тягар, а не як інструмент зміцнення репутації компанії, залучення інвесторів чи розширення ринків збуту. Це знижує зацікавленість бізнесу в реалізації відповідних програм.

Недостатній рівень інституційної підтримки з боку держави також ускладнює впровадження соціальної відповідальності в аграрному секторі. Відсутність консультативних центрів, програм навчання або інформаційної підтримки значно обмежує можливості підприємств в організації та реалізації КСВ. Сільські громади, які могли б стати активними партнерами у цих процесах, часто не мають достатньої організаційної спроможності чи ресурсів.

Ще одним важливим бар’єром є недосконаліть інфраструктури у сільській місцевості. Аграрні підприємства часто стикаються з проблемами, пов’язаними з недостатнім рівнем розвитку доріг, енергомереж, систем водопостачання та доступу до інтернету. Це не лише ускладнює діяльність бізнесу, але й знижує ефективність соціальних проєктів, таких як освітні чи медичні ініціативи.

Війна в Україні стала додатковим фактором, що суттєво вплинув на можливості аграрного бізнесу впроваджувати КСВ. Руйнування інфраструктури, втрата активів, переміщення працівників і загальна невизначеність змушують бізнес зосереджуватися на короткострокових цілях, відкладаючи реалізацію довгострокових соціальних програм. Водночас аграрний сектор став ключовим у забезпеченні продовольчої безпеки країни, що потребує значних ресурсів і концентрації зусиль.

Окремо слід відзначити недостатню координацію між бізнесом, громадами

та місцевою владою. Нерідко відсутність взаєморозуміння або спільного бачення розвитку регіону ускладнює реалізацію соціальних ініціатив. Місцеві громади можуть висловлювати недовіру до бізнесу, вбачаючи в його діяльності виключно прагнення до отримання прибутків.

Низький рівень екологічної культури та свідомості серед підприємців і громади також є важливим викликом. Незважаючи на те, що екологічні ініціативи є важливою частиною КСВ, їх реалізація часто ускладнюється через нерозуміння важливості захисту довкілля та раціонального використання ресурсів.

Попри численні бар'єри, існують позитивні приклади успішного впровадження соціальної відповідальності в аграрному секторі України, які демонструють її значний потенціал. Для подолання проблем необхідно запроваджувати комплексні заходи, зокрема створення сприятливих умов для бізнесу через податкові стимули, освітні програми, розвиток партнерства між бізнесом і громадами та державну підтримку інноваційних проєктів. Лише через спільні зусилля бізнесу, держави та громад можна забезпечити сталий розвиток аграрного сектору та підвищити його соціальну відповідальність.

Метою стратегії соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору є ґрунтовний аналіз об'єкта дослідження, формування місії з урахуванням основних стейкхолдерів (бізнес-організацій, органів державної влади, дослідницьких інститутів, профспілкових організацій, споживачів, громадських організацій, працівників та ін.), виявлення особливостей розвитку аграрного сектору (природнокліматичні умови, сезонність) та його можливих і неможливих тенденцій його розвитку Головним аспектом розробки стратегії соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки є аналіз потреб основних стейкхолдерів, тобто стратегія виступає проектом реалізації інтересів зацікавлених сторін. Формування цілей стратегії побудовано на основних принципах та механізмах розвитку соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки.

Доведено, що в аграрному секторі України відсутній єдиний підхід щодо

оцінки рівня соціальної відповідальності, тому вважаємо за необхідне виокремити чотири етапи системи оцінки рівня соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору: оцінка показників соціальної відповідальності, аналіз рівня розвитку соціальної відповідальності, інституційно-інституціональний аналіз соціальної відповідальності та структурно-компонентний аналіз розвитку соціальної відповідальності. Дані етапи є взаємоузгодженими і взаємопроникливими, адже при не дотриманні попереднього етапу можливий дисбаланс всієї системи оцінки [41].

Узагальнюючи існуючі напрацювання в якості оцінки рівня локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства з‘ясовано, що єдиних критеріїв щодо її оцінки в Україні не існує, хоча існують різні класифікації й методики. Тому, враховуючи вищезазначене нами запропоновано для ґрунтовної оцінки рівня локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства проводити її базуючись на трьох рівнях функціонування: глобальному, національному, локальному, враховуючи зовнішні (СВБ) та внутрішні (КСВ) фактори. На рівні аграрного підприємства вважаємо за необхідне оцінку рівня локальної соціальної відповідальності проводити за такими її складовими: економічна, кадрова, екологічна та соціального спрямування відповідальність, кожна з яких має свої показники та критерії оцінки.

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Стратегія розвитку соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору – це план розвитку, який включає комплексне поєднання принципів, інструментів, механізмів, що формують концепцію спрямовану на досягнення запланованих показників соціально-економічного, екологічного та духовного спрямування. Стратегічний план складається на перспективу, враховуючи специфіку функціонування аграрного сектору, передбачає залучення окремих компонентів до реалізації спільної мети. Формування стратегії розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі, враховує різні рівні функціонування (мега-, макро-, мезо-, мікро-), які мають можливість прогнозувати та планувати свою діяльність на довгострокову перспективу.

Для ефективного функціонування і розвитку соціальної відповідальності суб‘єктів аграрного сектору, а у її контексті частково ЛСВ, повинні виконуватися наступні умови (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Необхідні умови при реалізації соціальної відповідальності суб’єктів аграрного сектору України

Рівень запровадження соціальної відповідальності	Умови реалізації СВ
1. Глобальний	- дотримання міжнародних договорів (Глобальний договір, Кіотський протокол); - дотримання міжнародних прогресивних стандартів (SA 8000, ISO 9000, ISO 14001, ISO 26000 тощо); - дотримання принципів ООН із соціальної звітності інвесторів (PRI) та Глобальної ініціативи зі звітності (ГІЗ) тощо

2. Національний	- реалізація проголошених цілей, програм, стратегій, концепцій (Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу до 2020 р. в Україні, Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні, Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» (січень 2015 р.)); - підвищення рівня життя населення; - за рахунок нормативно-правової бази покращення рівня обізнаності щодо соціальної відповідальності; - відповідальність органів влади перед громадкістю за виконання делегованих їм повноважень та обов'язків; - прозорість та зменшення корупції; - реалізація Стратегії регіонального розвитку (включає напрями соціальної діяльності); - проведення політики підтримки підприємств у сфері соціальної відповідальності; - оцінка соціальної відповідальності в регіоні (необхідно розробити методику оцінки СВ) тощо
3. Рівень суб'єктів господарювання	- розроблення Стратегії розвитку локальної соціальної відповідальності підприємства; - дотримання стандартів соціальної відповідальності (SA 8000, ISO 9000, ISO 14001, ISO 26000 тощо); - складання нефінансової звітності та дотримання стандарту соціальної звітності (GRI, AA 1000) тощо
4. Особистіний рівень	- зміна парадигми мислення населення; - популяризація СВ та ЛСВ через освітній процес (дисципліни, конкурси)

Більшість розвинених країн світу при здійсненні політики соціальної відповідальності на рівні держави керуються національною Стратегією соціальної відповідальності за визначеними напрямами (додаток АХ).

Так, на початку 2001 р. Нідерландами проголошено перший політичний документ «СВБ – точка зору уряду», в якому визначено, що для розвитку соціальної відповідальності у країні, необхідна співпраця з групами впливу (уряд відігравав при цьому роль стимулятора та фасилітатора). Основною метою цього документа була активізація СВ в суспільстві та розумінні ролі й переваг від ведення СВ. У 2008-2011 рр. розроблено Національну стратегію СВ (візія уряду про СВ). Політика СВ уряду Нідерландів включає в себе 3 підходи та 7 напрямів щодо розвитку СВ [25].

План дій Данії включає в себе 4 напрями розвитку та популяризації СВ як в країні, так і за її межами. Ужовтні 2010 р. У Німеччині розроблено Національну стратегію СВ, яка містить близько 6 напрямів поширення СВ у країні.

Відповідно до Національної стратегії сприяння розвитку соціальної

відповідальності визначено напрями державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності в Україні:

1) роль держави полягає у сприянні розвитку СВ шляхом поєднання ініціативних заходів державної політики із застосуванням, у разі необхідності, засобів додаткового регулювання, як механізмів стимулюючого характеру;

2) виконання вищезазначених завдань може бути забезпечено організаційними та нормативними заходами за напрямами:

- забезпечення сприятливих правових, фінансових, податкових та організаційних умов для розвитку соціальної відповідальності в українському суспільстві;
- унормування механізмів стимулювання добровільних ініціатив суб‘єктів господарювання, що запроваджують політику соціальної відповідальності та реалізують соціально важливі програми;
- сприяння включенню заходів з поширення СВ до проектів Генеральної угоди, а також державних та галузевих програм розвитку відповідних сфер господарювання;
- забезпечення державної підтримки проведення публічнихзаходів з питань упровадження та результативності СВ;
- широке залучення засобів масової інформації, громадських організацій та академічних кіл до формування і запровадження механізмів стимулювання соціальної відповідальності;
- сприяння проведенню місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування просвітницьких заходів з поширення інформації про СВ, обміну досвідом і позитивними практиками у сфері СВ для суб‘єктів господарювання та влади малих міст, депрацює відповідальний бізнес;
- організаційна підтримка щорічного проведення бізнес-конкурсів за тематикою СВ, у тому числі у рамках Українського національного конкурсу якості, з відзначенням найкращих соціально відповідальних вітчизняних підприємств; сприяння оприлюдненню українськими суб‘єктами

господарювання добровільної нефінансової звітності, у тому числі через українські та міжнародні спеціалізовані портали і бази звітів;

- участь у підготовці рекомендацій для суб‘єктів господарювання щодо типової структури та показників нефінансового звіту;

- сприяння підготовці фахівців за кваліфікацією «Менеджер із соціальної та корпоративної відповідальності», «Експерт із соціальної відповідальності бізнесу», «Соціальний аудитор» (відповідно до Державного класифікатора професій ДК 003:2010);

- проведення навчальних семінарів, тренінгів для підприємців, підвищення рівня обізнаності про СВ серед державних службовців центральних та місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, зокрема шляхом включення Стратегії до програм підвищення кваліфікації державних службовців;

- залучення державних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських об‘єднань підприємців до участі в реалізації міжнародних проектів технічної допомоги з питань розвитку соціальної відповідальності; ініціювання проведення щорічних парламентських слухань з реалізації СВ в Україні;

- проведення державної інформаційної кампанії з метою роз‘яснення ролі соціальної відповідальності у розвитку суспільствашляхом публікації статей та підготовки тематичних телепрограм в державних засобах масової інформації тощо.

В аграрному секторі прийняття рішень щодо розвитку соціальної відповідальності також повинно базуватися на нормативно-правових документах, що розробляється Міністерством аграрної політики та продовольства України. Так, варто відмітити що в Стратегії розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 р. сформовано стратегічні цілі та принципи розвитку аграрного сектору, які базуються на досягненні збалансованого розвитку, ключовими елементами якого є економічність, екологічність та соціальний аспект. Хоча останнім часом базові принципи

суспільного добробуту спрямовані у бік відкритості, наше суспільство не є настільки прозорим, щоб механізм запровадження локальної соціальної відповідальності аграрних підприємств не зазнав ризиків та певних відхилень від поставлених цілей.

Не зважаючи на те, що аграрні підприємства України все частіше долучаються до соціальної діяльності, проте існує ряд проблем відповідно до яких спостерігається низький рівень розвитку локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі.

Відсутність пільгового оподаткування, кредитування, у результаті – витрати на соціальні заходи підвищуються й знижується прибутковість аграрного підприємства. Також важливим аспектом є низький рівень інформатизації щодо локальної соціальної відповідальності та досить мала кількість рейтингових оцінок у розрізі ЛСВ. Відсутність загальноприйнятих стандартів соціальних звітів призводить до неналежного рівня соціального звітування аграрних підприємств.

Запровадження локальної соціальної відповідальності на аграрному підприємстві відбувається на основі розробки стратегій розвитку, важливим аспектом якої є локальна соціальна відповідальність. За результатамидосліджень сформовано основні фактори впливу локальної соціальної відповідальності на ефективність та результативність господарювання аграрних підприємств (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Основні фактори, які спонукають аграрні підприємства формувати локальну соціальну відповідальність

Напрями	Характеристика
1. Підвищення родючості природних ресурсів	Система збереження та покращення природних ресурсів (земельних, лісових, водних) призводять до підвищення їх продуктивності
2. Імідж підприємства	Фахівці провідних підприємств світу вважають, що 20% репутації підприємства залежать від ЛСВ
3. Мінімізація фінансових ризиків	Допомагає зменшити конфлікти між різними стейкхолдерами, адже підприємство більшою мірою ознайомлене з цілями і пріоритетами своїх стейкхолдерів

4. Зменшення собівартості	Використання продуктів місцевого виробництва (для зменшення викидів в атмосферу) значно зменшує собівартість підприємства
5. Збільшення попиту на продукції (послуги) споживачів	Більшість споживачів обирають підприємства, які дотримуються принципів соціальної відповідальності («зелена економіка», соціальні інвестиції, благодійництво тощо)
6. Інновації	Запровадження новітніх еко-технологій
7. Відносини із працівниками	Взаємовідносини на основі корпоративної культури, мотивації, підвищення кваліфікації працівників тощо
8. Фінансові показники	Інвестування коштів відбувається, як правило, у соціально відповідальні підприємства, які формують свою діяльність на основі соціальної спрямованості та відповідальності

Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні є невід'ємною частиною стратегії сталого розвитку та інтеграції у світову економіку. Розвиток цього напрямку вимагає комплексного підходу, що враховує екологічні, економічні та соціальні аспекти. Актуальність вдосконалення соціальної відповідальності аграрних підприємств зумовлена потребою покращення якості життя населення, охорони навколишнього середовища та підвищення конкурентоспроможності українських аграріїв на міжнародних ринках.

Напрями вдосконалення соціальної відповідальності:

1. Підвищення екологічної відповідальності. Аграрні підприємства мають запроваджувати екологічно безпечні технології, які мінімізують негативний вплив на довкілля. Застосування сучасних методів обробки ґрунтів, збереження водних ресурсів та впровадження енергоефективних рішень є ключовими елементами цього напрямку. Наприклад, перехід на мінімальну або нульову обробку ґрунту дозволяє зменшити ерозію та витрати на паливо.

2. Розвиток партнерства з місцевими громадами. Підтримка місцевої інфраструктури, створення робочих місць та інвестування у розвиток сільських шкіл і медичних закладів сприяють підвищенню рівня життя населення. Важливо створювати довгострокові програми співпраці, які враховують інтереси громади та сприяють розвитку людського капіталу.

3. Створення умов для соціального захисту працівників. Особлива увага повинна приділятися забезпеченню гідних умов праці, своєчасній виплаті заробітної плати та наданню соціальних пільг. Крім того, підприємства мають

сприяти професійному розвитку працівників, організовуючи навчальні програми для підвищення їхньої кваліфікації.

4. Запровадження системи соціального звітування. Розробка прозорих механізмів звітування щодо реалізації соціально відповідальних проектів допоможе зміцнити довіру серед зацікавлених сторін, включаючи споживачів, інвесторів і партнерів. Наприклад, щорічні звіти про екологічну політику підприємства можуть включати дані про скорочення викидів або використання відновлюваних джерел енергії.

5. Забезпечення продовольчої безпеки. Аграрний бізнес відіграє ключову роль у забезпеченні доступності якісних і безпечних харчових продуктів. Запровадження систем контролю якості та сертифікації продукції відповідно до міжнародних стандартів є важливим кроком у цьому напрямку.

6. Підтримка малих фермерських господарств. Для посилення соціальної відповідальності необхідно розвивати програми підтримки малих і середніх агровиробників. Це може включати надання пільгових кредитів, грантів та консультаційних послуг, спрямованих на підвищення їхньої ефективності.

7. Використання цифрових технологій. Сучасні технології, такі як супутниковий моніторинг, автоматизація виробничих процесів та впровадження блокчейн-рішень, сприятимуть більш ефективному управлінню ресурсами. Вони також допоможуть знизити витрати, забезпечити прозорість та оптимізувати взаємодію з місцевими громадами [33].

8. Інтеграція у міжнародні ініціативи. Українські аграрні підприємства мають активно долучатися до міжнародних програм та ініціатив, таких як Глобальний договір ООН, що сприяє впровадженню принципів сталого розвитку. Це дозволить посилити конкурентні переваги на світових ринках.

9. Розширення програм благодійності. Благодійна діяльність залишається важливою складовою соціальної відповідальності. Підтримка культурних, освітніх та медичних ініціатив сприяє зміцненню позитивного іміджу підприємств у суспільстві.

10. Законодавче регулювання та державна підтримка. Для розвитку

соціальної відповідальності в аграрному секторі необхідно створити сприятливі умови на державному рівні. Це може включати запровадження податкових пільг для соціально відповідальних підприємств, надання грантів та інших форм підтримки.

11. Підвищення обізнаності про соціальну відповідальність. Організація семінарів, тренінгів та інформаційних кампаній сприятиме кращому розумінню принципів соціальної відповідальності серед аграріїв. Це також допоможе популяризувати успішні практики серед ширшої аудиторії.

Напрями вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні мають бути орієнтовані на створення збалансованого розвитку, який враховує економічні, соціальні та екологічні аспекти. Реалізація зазначених заходів сприятиме підвищенню ефективності аграрних підприємств, формуванню позитивного іміджу та забезпеченню сталого розвитку аграрного сектору країни.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило визначити теоретичні основи, сучасний стан, проблеми та напрями вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні. На основі поставлених завдань можна зробити наступні висновки:

1. Соціальна відповідальність бізнесу, зокрема аграрного сектору, є важливою складовою стратегії сталого розвитку підприємств. Вона передбачає гармонізацію інтересів бізнесу, суспільства та держави шляхом впровадження відповідальних практик, які враховують екологічні, економічні та соціальні аспекти. В аграрному секторі соціальна відповідальність проявляється у формі дотримання екологічних стандартів, підтримки місцевих громад, створення комфортних умов праці та інвестування в розвиток інфраструктури.

2. Аналіз сучасного стану реалізації соціально відповідальних практик аграрними підприємствами України показав, що більшість з них зосереджені на благодійній діяльності, сплаті податків, підтримці працівників і екологічних ініціативах. Водночас частка соціальних інвестицій, таких як підтримка освіти, науки та культури, залишається незначною. Найбільші агрохолдинги, як-от «Кернел», демонструють високий рівень соціальної відповідальності, але для середніх і малих підприємств вона є менш розвинутою через фінансові обмеження.

3. Вплив соціальної відповідальності на ефективність аграрного бізнесу підтверджується покращенням репутації, зростанням лояльності споживачів, розширенням ринків збуту та підвищенням інвестиційної привабливості. Разом із цим, соціально відповідальні практики позитивно впливають на соціально-економічний розвиток регіонів, у яких розташовані підприємства.

4. Основними проблемами у впровадженні соціальної відповідальності аграрного бізнесу є недостатній рівень обізнаності підприємств про переваги таких практик, відсутність чіткої державної політики підтримки соціально

відповідального бізнесу, обмежені фінансові можливості, особливо для малих і середніх підприємств, а також недосконалість інституційного середовища.

5. З урахуванням зарубіжного досвіду, вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні має ґрунтуватися на системному підході. Це включає створення стимулів на рівні держави, таких як податкові пільги для соціально відповідальних підприємств, розробку стандартів соціальної відповідальності, впровадження прозорих механізмів звітності та моніторингу.

6. Рекомендації щодо вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу включають:

- посилення екологічних ініціатив, зокрема інвестиції у відновлювальні джерела енергії та раціональне використання природних ресурсів;
- активізацію співпраці між бізнесом, місцевими громадами та органами державної влади;
- впровадження програм підтримки працівників, включаючи професійне навчання та покращення умов праці;
- розширення соціальних інвестицій у сферу освіти, медицини, культури та спорту.

7. Виконання цих рекомендацій дозволить підвищити рівень соціальної відповідальності аграрного бізнесу в Україні, сприятиме сталому розвитку підприємств, зміцненню довіри до бізнесу з боку громадськості та створенню сприятливого середовища для розвитку сільських територій.

Таким чином, розроблені напрями вдосконалення соціальної відповідальності аграрного бізнесу відповідають сучасним викликам і сприяють гармонізації взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою, забезпечуючи сталий соціально-економічний розвиток України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Agarwal R., Mehrotra A., Misra D. Customer happiness as a function of perceived loyalty program benefits-A quantile regression approach. *J. Retail Consum. Serv*. 2022. URL: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102770

2. Стандарт ISO 26000:2010. Керівництво з соціальної відповідальності. URL: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf (дата звернення: 20.09.2024).

3. García-Marzá D. Business Ethics: Towards an Ethical Management of Social Responsibility. In: Cortina, A., Correa Casanova, M. (eds) Applied Ethics from Medicine to Humor. *Integrated Science*, vol 21. 2024. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-59009-2_5

4. Hartmann M., V. Klink, J. Simons. Corporate Social Responsibility in Agribusiness: Literature Review and Future Research Directions. International Food and Agribusiness Management Review. 2010. 241 c.

5. Smith A., Lawrence A., Richards, H. Sustainability and Corporate Social Responsibility in the Agrifood Sector. 2010. 52 c.

6. Stepanenko S., Nemashkalo K., Salionovych L. Toolkit for social responsibility of business in the system of inclusive corporate management of sustainable development of ukrainian agricultural companies. *Baltic Journal of Economic Studies*, 9(5), 252-260. https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-252-260

7. You L. The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility. *J Bus Ethics* 190, 309–326 (2024). https://doi.org/10.1007/s10551-023-05417-w

8. Аграрний холдинг Авангард : офіційний сайт. URL: https://avangardco.ua/ (дата звернення: 28.10.2024).

9. Аграрні розписки – ефективний шлях залучення коштів в агробізнес. URL: http://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=ak-finansuvati- ukrainskih-silgospvirobnikiv-za-dopomogou-agrarnih-rozpisok (дата звернення: 26.10.2024).

10. Агрохолдинги України забезпечують понад третину експорту основних сільськогосподарських культур. URL: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/agrokholdingi_zabezpechuyut_ponad_tretinu_eksportu_osnovnikh_sg_kultur (дата звернення: 24.09.2024).

11. Антохов А. А. Регіональна економіка та інтелектуалізація суспільства : інноваційні аспекти взаєморозвитку : монографія. Львів : ПП «Видавництво «Бона»», 2016. 420 с.

12. Антощенкова В. В. Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. *Вчені записки*. Київ: КНЕУ, 2023. Вип. 30. С. 6–14.

13. Бутирська І. В. До питання про розуміння змісту «сталого розвитку». URL: http: // rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53733.doc.htm (дата звернення: 25.09.2024).

14. Визначення: корпоративна соціальна відповідальність. URL: http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-ta- ender.html (дата звернення: 24.09.24).

15. Волинець Н.А. Соціальна відповідальність бізнесу в країнах Європи та Україні: порівняльний аспект. URL: https://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/5788.

16. Гагалюк Т., Шафт Ф. Корпоративна соціальна відповідальність аграрного бізнесу. *Німецько-український агрополітичний діалог (АПД).* Київ, 2016. 63 с.

17. Герман Л. Т. Теоретичні основи соціалізації глобального економічного розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 4. С. 36-43.

18. Гребеннікова А. А., Чепчак Д. Р. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності аграрних формувань. *Ефективна економіка*. № 5. 2021. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.81.

19. Гріччіна А. В. Формування соціальної відповідальності майбутніх інженерів як складової їх професійної етики. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2014. Вип. 44. С. 281-287. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2014_44_39 (дата звернення: 15.10.2024).

20. Грішнова О. А., Міщук Г. Ю., Олійник О. О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків : монографія. Рівне : НУВГП, 2014. 216 с.

21. Грішнова О., Бех С. Соціальна відповідальність університетів України: порівняльний аналіз та основні напрями розвитку. *ВісникКиївського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. Вип. 5. С. 11-18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_5_4 (дата звернення: 28.09.2022).

22. Гудзинський О. Д., Судомир С. М. Соціальна відповідальність бізнесової діяльності аграрного сектора економіки. *Вісник ХНАУ ім. Докучаєва : Економічні науки*. 2018. №3. С. 220-226.

23. Зайчук О. В., Оніщенко Н. М. Теорія держави і права : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2006. URL: http://www.ebk.net.ua/Book/law/ zaychuk_tdp/part3/2401.htm (дата звернення: 24.10.2018).

24. Зелена книга Європейського Союзу. URL: http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=15524 (дата звернення: 16.10.2024).

25. Зелена революція в Україні: для всіх чи для обраних. *Економічна правда*. 2018. 16 лютого. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/ 2018/02/16/634141 (дата звернення: 18.09.2024).

26. Інвестиції, фінансування: ведення аграрного бізнесу в Україні. URL: https://dyvys.info/2018/01/30/kolonka-yurysta-agrarni-rozpysky-efektyvnyj-shlyah-zaluchennya-koshtiv-v-agrobiznes (дата звернення: 18.09.2024).

27. Колот А. М. Соціальна відповідальність : підручник. Київ : КНЕУ, 2015. 520 с.

28. Лункіна Т. І. Аналіз основних тенденцій сталого розвиткуУкраїни. *Економічний дискурс* : міжнародний збірник наукових праць. 2015. Вип. 4. С. 45-54.

29. Лункіна Т. І. Вплив соціальної відповідальності на формування навичок здобувачів вищої освіти. *Agricultural and Resource Economics:*

International Scientific E-Journal. 2016. vol. 2-4. С. 130-138.

30. Лункіна Т. І. Інноваційний розвиток України на засадах соціальної відповідальності. *Інноваційна економіка* : науково-виробничий журнал. 2015. № 3 (58). С. 17-21.

31. Лункіна Т. І. Міжнародний досвід формування соціальної відповідальності. *Наукові праці. Економіка*. 2017. Вип. 284. Т. 296. С. 15-19.

32. Лункіна Т. І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 12. № 2. С. 6-10.

33. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. *Трансформаційна економіка*. 2023. (2 (02), 34-37. https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-6

34. Мальований М. І., Осіпова А. А. Еволюція наукових поглядів на соціальну роль держави. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2023. № 1-2 (84-85). С. 9–22.

35. Назарук В. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL: http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/blog/entry/ chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryiemnytstvo/ (дата звернення: 23.10.2024).

36. Осіпова А. А. Ведення агробізнесу в умовах війни. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти* : матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 27-28 березня 2024 р. Львів: ЛНУП, 2024. С. 355–357.

37. Осіпова А. А. Державна політика соціального захисту. *The XXVII International Scientific and Practical Conference «Scientific research: a paradigm of innovative development of society»*, July 08-10, 2024, Lisbon, Portugal. С. 24-26.

38. Осіпова А. А. Оцінка впливу війни на систему соціального забезпечення в Україні. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин*: матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції

(м. Умань, 27 травня 2024). Умань : УНУС, 2024. С. 86-88.

39. Основні результати та досягнення реформи державноїрегіональної політики у 2014-2017 роках. *Стратегія розвитку: Часопис всеукраїнської мережі фахівців та практиків з регіонального та місцевого розвитку*. 2018. № 6. С. 8-11.

40. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.

41. Пасінович І. І., Сич О. А. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності банків в Україні в контексті сталого розвитку. *Інтелект XXI*. 2022. № 2. С. 43–50.

42. Про колективне сільськогосподарське підприємство : Закон України від 14.02.1992 № 2114-XII ; станом на 04.11.2018. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2114-12 (дата звернення: 26.10.2018).

43. Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві» Указ Президента України від 04.11.2018 р. № 2581-VIII : URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/400-12 (дата звернення: 28.11.2018).

44. Ревуцька А. О., Фротер О. С. Ефективність функціонування аграрних формувань як джерело їх соціальної відповідальності. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2019. Вип. 95. Ч. 2. С. 85–197.

45. Сіренко Н. М., Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Інституціональне забезпечення локальної соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора економіки. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Т. 1. № 32, 2020. С. 536-544.

46. Сіренко Н. М., Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність ведення бізнесу в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я України*. 2016. № 3 (91). С. 13-19.

47. Собко О. Соціальна відповідальність бізнесу та розвиток

підприємництва в Україні в умовах війни. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 1(13), 308-317. URL: https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/288 (дата звернення 05.10.2024).

48. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. *Соціальне підприємництво в Україні* : сайт. URL: http://www.socialbusiness.in.ua (дата звернення: 25.19.2024).

49. Соціально-відповідальний бізнес: спільнота : сайт. URL: http://www.svb.org.ua (дата звернення: 12.10.2024).

50. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text.

51. Теоретичні основи соціальної відповідальності. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0245&T=01&lng=1&st=0 (дата звернення: 18.09.2024).

52. ТОВ СП «Нібулон» : сайт. URL: http://nibulon.com (дата звернення: 12.09.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Основні критерії соціальної відповідальності в Україні

Критерії	Характеристика
1. Підвищення динаміки інноваційного розвитку	1.1 Підвищення прибутковості в умовах збереження суспільної вартості 1.2 Підвищення динаміки генерування знань, темпів впровадження нових технологій, створення нових товарів та послуг, прискорення інноваційних процесів 1.3 Розвиток та комерціалізація співпраці з групами впливу; співпраця з дослідницькими структурами, бізнес-партнерами, галузевими, регіональними та міжнародними бізнес-асоціаціями 1.4 Застосування підходів, спрямованих на покращення якості та безпеки продукту, проведення сертифікації на відповідність міжнародним стандартам, участь у програмах порівняльного тестування, рейтингах виробників з метою підвищення задоволеності споживачів 1.5 Збільшення кількості робочих місць зі збереженням гідних умов праці за рахунок створення нових продуктів та виходу на нові ринки 1.6 Лідерство державних підприємств як контрагентів; дотримання соціальних та екологічних стандартів під час закупівлі товарів, робіт тапослуг за державні кошти, своєчасне виконання майнових зобов_язань у рамках процедур закупівель 1.7 Нарощення капіталізації
2. Відповідальне корпоративне управління	2.1 Залучення власників, акціонерів та інвесторів у процес визначення СВБ, розуміння принципів діяльності та поширення принципів СВБ навсі напрями діяльності компанії: маркетинг, розробка, виробництво, продаж, перепрофілювання бізнесу тощо 2.2 Система інтегрованого управління СВБ – методи розробки та впровадження нових програм, основ діяльності та проектів задля забезпечення політики СВБ 2.3 Прозорість ведення бізнесу, зокрема прозора структура капіталу та надання інформації про безпосередніх власників. 2.4 Сприяння розвитку інвестиційних процесів, підвищення довіри інвесторів 2.5 Боротьба з корупцією та виведення бізнесу з тіні – безпосередньо на підприємстві, серед контрагентів та у ширших бізнес-колах; відстоювання принципів вільної конкуренції; уніфікація оподаткування доходу підприємств, уникнення маркетингових технологій, що порушують принцип вільної конкуренції 2.6 Мінімізація ризиків виникнення конфлікту інтересів, наявність механізмів вирішення подібних конфліктів; дотримання правил, встановлених кодексами ділової поведінки 2.7 Відповідність найвищим стандартам ведення бізнесу, процес переходу до цих стандартів, участь у визначенні стандартів 2.8 Захист прав власності, зокрема дотримання прав акціонерів, уникнення рейдерства тощо 2.9 Сприяння підвищенню зацікавленості працівників в ефективності діяльності підприємства та застосування принципів ціннісно орієнтованого управління 2.10 Соціальна та екологічна звітність; надання інформації про діяльність компанії, товари та послуги зацікавленим особам, оприлюднення матеріалів про шкідливі для суспільства та довкілля наслідки діяльності компанії
3. Співпраця з групами впливу	3.1 Система організації та систематичність роботи з різними групами впливу, наявність каналів комунікації та співпраці, відокремленняроботи з групами впливу від політичних процесів та маркетингових заходів 3.2 Залучення у процес обміну досвідом з групами впливу на комерційній основі та партнерських засадах 3.3 Співпраця з органами управління на усіх рівнях, етика представлення власних бізнес-інтересів 3.4 Робота з місцевою громадою, участь у культурному, громадському житті 3.5 Співпраця з освітніми та дослідницькими закладами. 3.6 Співпраця з органами колективного представництва інтересів працівників

Продовження додатку А

4. Розвиток людського капіталу	4.1 Розвиток освіти, освітніх і навчальних програм серед працівників, у громадах та у країні загалом, підвищення якості освіти 4.2 Підвищення якості знань, компетенцій та навичок працівників компаній 4.3 Забезпечення умов для якісної освіти «впродовж життя», покращення розуміння необхідності постійного підвищення рівня професійнихнавичок 4.4 Підвищення якості змістовного наповнення праці, підсилення ролі управлінських та аналітико-дослідницьких посад, забезпечення умов самореалізації для працівників 4.5 Сприяння поширенню гнучких форм зайнятості, зокрема для працівників з вразливих категорій 4.6 Участь роботодавців у професійній орієнтації випускників шкіл та інтернатних закладів, надання змістовних місць для проходженняпрактик, стажувань та інтернатур, працевлаштування фахівців, що пройшли професійну перепідготовку 4.7 Перенавчання і реінтеграція працівників приватизованих структур, а також військовослужбовців та мігрантів з сільської місцевості 4.8 Залучення компаній у процеси регулювання трудової міграції за кордон та дії компаній, спрямовані на вирішення проблем, пов_язаних з міграційними процесами всередині країни 4.9 Професійна перепідготовка та працевлаштування людей вразливих вікових категорій 4.10 Співпраця з навчальними закладами з метою визначення потреб ринку у фахівцях певної спеціалізації
5. Гідна праця та соціальний діалог	5.1 Роль компанії у забезпеченні гідної праці, відповідальність за робочі місця та робітників, залучення у діалог з працівниками та державою (соціальний діалог) є визначальними критеріями стану впровадження принципів СВБ та сталого розвитку на підприємстві 5.2 Забезпечення права на безпечні умови праці працівників на робочому місці та підвищення рівня правової культури. 5.3 Визнання права на ведення колективних переговорів; виконання зобов_язань генеральної, галузевої, регіональної угод та колективного договору на підприємстві 5.4 Забезпечення права на свободу асоціації та об_єднань, дотримання принципів трипартизму та застосування відповідних інструментів. 5.5 Безпека та охорона праці 5.6 Запобігання будь-яким видам дискримінації, зокрема за статевою, віковою, мовною та іншими ознаками. 5.7 Приведення заробітної платні у відповідність з гідним прожитковим рівнем 5.8 Турбота про працівників підприємства після досягнення ними пенсійного віку 5.9 Соціально відповідальна реструктуризація 5.10 Запобігання ненормованій тривалості робочого дня та нехтуванню приватним життям
6. Суспільний добробут	6.1 Поліпшення здоров‘я матерів та зниження рівня дитячої смертності, сприяння вирішенню питання демографічної кризи в Україні. 6.2 Сприяння подоланню бідності 6.3 Розбудова життєздатних громад та протидія соціальному вилученню 6.4 Покращення якості житла, сприяння покращенню комунальної інфраструктури та послуг 6.5 Залучення бізнесу до програм запобігання торгівлі людьми. 6.6 Доброчинність, зокрема розвиток, відтворення та збереження культурно-мистецьких здобутків та спадщин і соціальна допомога 6.7 Збереження, розвиток культурних традицій та їх інтеграція у новітні умови ведення бізнесу 6.8 Заохочення культурного, спортивного та мистецького життя, заходи щодо розширення присутності творчості у житті людей 6.9 Створення умов для можливості балансування сімейних та посадових обов‘язків, особливо серед молодих батьків. 6.10 Програми волонтерства для працівників

Продовження додатку А

8. Збереження та відтворення довкілля	8.1 Оцінка й управління екологічними ризиками виробничої діяльності 8.2 Внесок у боротьбу зі зміною клімату 8.3 Оптимізація використання природної сировини, водних, земельних та біологічних ресурсів 8.4 Заходи з енергозбереження та підвищення енергоефективності, у т.ч. використання та постачання енергії з відновлюваних джерел за конкурентними цінами, покращення енергоефективності будівель 8.5 Покращення екологічних характеристик товарів та послуг, у т.ч. відмова від небезпечних для здоров‘я людини та природного середовища компонентів, матеріалів, технологій тощо; відповідальність за продукт на різних стадіях життєвого циклу 8.6 Зменшення кількості відходів, утилізація і переробка відходів, використання вторинної сировини 8.7 Лідерство у програмах освіти з метою підвищення рівня обізнаності щодо цілей сталого розвитку серед громад, споживачів, працівників, партнерів, виховання навичок енергозбереження, ощадливого використання природних ресурсів 8.8 Відтворення природних ресурсів, у т.ч. сприяння створенню територій, що мають статус тих, що перебувають під охороною, вивільнення земельних ресурсів виробничого призначення, відновлення забруднених територій 8.9 Зменшення викидів і скидів, застосування екологічно дружніх технологій, у т.ч. створення замкнутих виробничих циклів 8.10 Включення екологічної компоненти у менеджмент та стратегію розвитку компанії, наявність екологічної політики компанії 8.11 Прийняття добровільних екологічних зобов_язань, підготовка до дотримання більш жорстких стандартів з охорони довкілля
9. Відповідальна інтеграція у міжнародні ринки	9.1 Забезпечення прав робітників та застосування найвищих стандартів корпоративного управління при веденні господарської діяльності за кордоном 9.2 Акредитація (сертифікація) згідно з міжнародними стандартами управління та виробництва (стандарти якості, соціальні, екологічні характеристики товарів (послуг) 9.3 Виконання інвестиційних зобов_язань під час залучення іноземного капіталу у статутний фонд. 9.4 Врахування соціальних та екологічних аспектів під час виходу на іноземні ринки, застосування принципів екологічно та соціально збалансованої торгівлі 9.5 Робота з іноземними постачальниками з метою перешкоджання нехтуванню останніми стандартами якості та стандартами соціального і екологічного характеру 9.6 Збереження гідних умов та стандартів оплати праці робітників українських підприємств, що є постачальниками іноземних компаній та в межах операцій з давальницькою сировиною 9.7 Підтримка міжнародних ініціатив у сфері СВБ 9.8 Ознайомлення керівництва підприємств, працівників із соціальними та екологічними проблемами в країнах ведення діяльності. 9.9 Розширення функцій українських офісів як регіональних та міжнародних головних офісів

Додаток Б

Характеристика досвіду впровадження СВ в агрохолдингах України

Напрями діяльності підприємства в межах локальної соціальної відповідальності	Характеристика напряму
ПАТ «МИРОНІВСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ» (МХП)	
1. Турбота про тварин 1.1 Турбота	Сприятливі умови утримання, високі стандарти біобезпеки, збалансоване харчування і свіжа чиста вода, постійний ветеринарний нагляд, своєчасне лікування, захист від навмисного насилля
1.2 Мінімізація негативних впливів під час забою	Безпечне транспортування, застосування заспокійливих методів до забою (темне освітлення, електрошок), застосування науково обґрунтованих методів забою, які забезпечують миттєву та безболісну смерть
2. Охорона довкілля, відповідальність перед споживачами	1) при кожному м‘ясопереробному підприємстві компанії функціонують свої заводи з утилізації відходів тваринного походження. Курячий послід компанія тимчасово зберігає на спеціально обладнаних майданчиках, а в подальшому розповсюджує його на рослинницьких полях даного підприємства; 2) не використовує ГМО у своїх продуктах чи кормах; 3) не використовує стероїди у процесі виробництва курятини; 4) використовує пестициди та отрутохімікати, дотримуючись відповідних норм
3. Спонсорство та соціальні програми 3.1. Розвиток місцевої інфраструктури, покращення умов для відпочинку та спорту	1) реконструйовано спортивно-розважальний центр в селі Мирному, де розташована Старинська птахофабрика; 2) у селі Мирному – реконструйовано парк Слави, встановлено нові огорожі, освітлення, урни, дитячий майданчик та відновлено пам‘ятник Невідомому Солдату; 3) спонсорство театральної постановки – комедії «Люкс для іноземців». Прем'єра відбулася в Національному академічному театрі російської драми ім. Лесі Українки
3.2. Соціальні проекти	1) на м‘ясопереробному комбінаті «Дружба народів» допомога у розвитку кінноспортивної бази високого класу (до 2014 р.), де з дотриманням високих стандартів підготовки проводилися регіональні та національні змагання; 2) у Вінницькій області виступило спонсором подвійного святкування в місті Ладижині, організувавши безкоштовний пікнік та розваги з нагоди Дня незалежності України та Дня Ладижина. 3) допомога місцевим школам і дитячим садкам, забезпечення їх харчування з продукції підприємства, фінансування ремонтних та відновлювальних робіт, зокрема при створенні сучасних дитячих ігрових майданчиків та закупівлі устаткування; побудовано високоякісні сучасні дороги тощо

4. Персонал 4.1. Здібності	Індивідуальні якості людини, які сприяють швидкому засвоєнню знань, вмінь та навичок, їх закріпленню та ефективному використанню на практиці
4.2. Мотивація	Сукупність спонукаючих факторів (мотиви, потреби, стимули, ситуативні фактори), які викликають активність особистості і визначають спрямованість її діяльності
5. Місцеві громади	Щороку фінансово підтримує низку сільськогосподарських освітніх навчальних закладів, де можуть навчатися діти працівників, а також пропонує роботу випускникам провідних аграрних університетів України з відповідною кваліфікацією, надає житло без орендної плати та готує молодих спеціалістів. Компанія допомагає місцевим школам та дитячим садкам, забезпечуючи їх харчуванням зі своєї продукції, фінансує ремонтні та відновлювальні роботи, зокрема при створенні сучасних дитячих ігрових майданчиків та закупівлі устаткування
6. Сучасні технології	Автоматизація більшої частини виробничих процесів підприємства ефективно й економно забезпечує незмінно високу якість продукції. Підприємство застосувало нову упаковку в захисному газі для цілої лінійкипродуктів із курятини, що подовжило термін їх придатності. Застосування прогресивних методів ведення сільського господарства і сучасної техніки у рослинницькому сегменті дозволяє підприємству збільшити врожайність, знизити втрати і споживання палива
7. Біобезпека	У складі підприємства працює виробничо-технічний центр контролю якості продукції, який наглядає за здоров‘ям птиці. Крім того, на кожному підприємстві є своя лабораторія. Підприємство також користується послугами незалежних ветеринарних лабораторій, сертифікованих Всесвітньою організацією з охорони здоров‘я тварин і Державним комітетом ветеринарної медицини України, постійно стежить за інноваціями в області біобезпеки і регулярно вдосконалює свої системи біобезпеки для реалізації найновіших та найбільш ефективних заходів
8. Контроль якості	Запроваджено ефективну систему контролю, що дозволяє точно визначити птахофабрику-виробника кожної партії курятини чи іншої продукції, що виробляється на підприємствах компанії. Ця система дозволяє підприємству контролювати виробничий процес на всіх його етапах: від вирощування зернових, виробництва комбікормів та інкубаційного яйця до вирощування поголів‘я та переробки
«АСТАРТА-КИЇВ»	
1. Персонал	1) проводяться навчання, професійна підготовка і підвищення кваліфікації працівників з питань охорони праці, промислової безпеки та охорони навколишнього середовища; 2) використання найкращого досвіду організації роботи щодо поліпшення умов і підвищення безпеки праці на основі міжнародного співробітництва; 3) адаптація трудових процесів до можливостей працівника з урахуванням його здоров‘я та психологічного стану

Продовження додатку Б

2. Місцеві громади	1) інформування і підтримка активного діалогу із зацікавленими сторонами, громадськістю та населенням з питань діяльності компанії у сфері екологічної безпеки; 2) розвиток співпраці з центральними та місцевими виконавчими органами влади та органами місцевого самоврядування в галузі охорони навколишнього середовища, а також розширення міжнародного співробітництва в галузі створення екологічно чистих, ефективних та економічно вигідних технологій та обладнання
3. Сучасні технології	1) пріоритетне впровадження передових наукових розробок і нових технологій з метою підвищення рівня корисного використання сировинних ресурсів, при максимально можливому випуску продукції, які сприяють зниженню забруднення навколишнього середовища; 2) комплексне розв‘язання завдань охорони праці на основі затверджених програм та з урахуванням інших напрямів економічної і соціальної політики, досягнень у галузі науки і техніки
4. Біобезпека та охорона навколишнього середовища	1) скорочення викидів забруднюючих речовин, зниження обсягів розміщення відходів поряд зі збільшенням обсягів виробництва за рахунок впровадження нових екологічно безпечних технологій, обладнання, матеріалів і підвищення рівня автоматизації управління технологічними процесами; 2) забезпечення відповідності діяльності компанії нормативним вимогам і законодавству України у сфері охорони праці, промислової безпеки та охорони навколишнього середовища; 3) підвищення рівня промислової безпеки шляхом забезпечення суцільного технічного контролю за станом виробництва, створення безпечних та нешкідливих умов праці
ТОВ СП «НІБУЛОН»	
1. Персонал	1) забезпечення належних умов для здобуття базової освіти; 2) покращення рівня медичного обслуговування; 3) рівні можливості та найкращі умови праці; 4) на підприємстві працюють висококваліфіковані фахівці, забезпечені належні умови для їх роботи
2. Місцеві громади	1) підприємство комплексно та системно співпрацює з місцевими громадами і системно реалізує великі інфраструктурні проекти у регіонах своєї присутності; 2) інвестує значні кошти у розвиток інфраструктури різних регіонів, виступає ініціатором нових підходів до освоєння коштів громадами, створюючи довірчі відносини між суспільством і бізнесом та успішно залучає громаду до активної участі у вирішенні тих чи інших соціальних проектів

Продовження додатку Б

3. Сучасні технології	1) впровадження енергозберігаючих новітніх технологій на виробництві; 2) наявність повного комплекту високопродуктивної сільгосптехніки, посівних матеріалів, засобів захисту рослин від провідних світових виробників, що гарантує забезпечення інтенсивної технології вирощування зернових та олійних культур і одержання стабільно високих врожаїв; 3) наявність мережі нових сучасних лінійних елеваторів і річкових перевантажувальних терміналів і укладення договорів безпосередньо з виробниками сільськогосподарської продукції у відповідних регіонах; 4) наявність власних переробних підприємств з виробництва кормів; 5) можливість починати експортну діяльність раніше інших трейдерів, безпосередньо після збирання врожаю, а також, завдяки наявності продукції власного виробництва у великих обсягах, укладати форвардні контракти; 6) наявність власного перевантажувального термінала із зерносховищами загальною ємністю 133 тис. тонн зерна; 7) наявність власного флоту
4. Біобезпека та охорона навколишнього середовища 4.1. Захист атмосферного повітря від забруднення	1) застосування закритої технології транспортування зернових вантажів; 2) встановлення мереж аспірації забрудненого повітря з очищенням на пилоочисному обладнанні; 3) використання пилоочисних установок вищого світового рівня (виробництва Данії, Німеччини); 4) використання енергозберігаючих технологій – зерносушарок (виробництва США); 5) транспортування зернових вантажів водним транспортом вплине на зменшення вантажопотоку по автомагістралям, що позитивно позначиться на стані атмосферного повітря
4.2. Захист водних ресурсів від забруднення	1) перехід на використання безфосфатних миючих засобів; 2) впровадження сучасного світового досвіду при будівництві флоту для транспортування зернових вантажів; 3) застосування технологій найвищого світового рівня для очищення господарсько-побутових і дощових стічних вод; 4) додержання режиму санітарної охорони підземних вод, що використовуються для водопостачання
4.3. Захист здоров‘я людини	1) контроль продукції, що випускається, за показниками безпечності для здоров‘я; 2) доведення підземної води до питної якості на устаткуванні світових стандартів; 3) забезпечення господарсько-питних потреб персоналу якісною водою
4.4. Скорочення утворення відходів виробництва і забезпечення безпечного поводження з ними	1) впровадження європейського підходу щодо роздільного збирання виробничих відходів з метою подальшої передачі їх ліцензованим організаціям для утилізації або повторного використання; 2) місця тимчасового зберігання відходів відповідають санітарним та екологічним стандартам. 3) підприємство має власну хіміко-технологічну лабораторію, яка, відповідно до галузі акредитації, веде моніторинг довкілля в межах діяльності підприємства та перевіряє продукцію

Продовження додатку Б

4.5 Спонсорство та соціальні програми	1) благоустрій та озеленення території підприємства, міст та сіл; 2) щороку спрямовує десятки мільйонів гривень на різні соціально значимі проекти, що становить 10% від фонду заробітної плати компанії; 3) 14 тис. дітей отримують щорічно допомогу в рамках програми «НІБУЛОНівський стандарт»; 4) покращення рівня медичного обслуговування; 5) розбудова інфраструктури українського села; 6) охорона та збереження навколишнього середовища; 7) відродження української духовності та інші