

8. Топ-20 агрохолдингів України: [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://ukrapk.com/news/ua/top_20_agroholdingov_ukrainy.html — 05.08.2015.

Максим КРОПИВКО

Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки», м. Київ

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТВАРИННИЦТВА У ГОСПОДАРСТВАХ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ Й УПРАВЛІННЯ

Враховуючи специфічні особливості функціонування господарств населення, особливо особистих селянських господарств, які є основними виробниками сільськогосподарської продукції цієї форми господарювання, найбільш реальним шляхом збільшення їхніх доходів є розвиток тваринницької галузі. Проте такий розвиток стримується наступними основними факторами:

а) великою трудомісткістю робіт по догляду за худобою та трудозатратністю їхньої відгодівлі;

б) недостатністю земельних площ у більшості господарств населення для вирощування необхідних кормів;

в) занадто низькими цінами на продукцію тваринництва, які встановлюють на продукцію господарств населення посередники та переробники;

г) нерозвиненістю та утрудненістю доступу до системи ветеринарного обслуговування, інфраструктури первинної переробки й збуту вирощеної господарствами продукції.

Враховуючи зазначене, а також приймаючи до уваги давні традиції українського селянства щодо гуртової праці, у т.ч. й випасання худоби на громадських пасовищах, чи не єдиним шляхом розвитку тваринництва у господарствах населення є об'єднання їхніх можливостей шляхом створення громадського кормовиробництва.

Разом з тим, як показало опитування, члени господарств населення у силу різних причин, у т.ч. й матеріальних чи психологічних, ще не готові або не в змозі об'єднати свої зусилля для реалізації задуму зі створення такого кормовиробництва. Тому, в умовах децентралізації влади й управління, ініціатором створення громадського кормовиробництва має стати орган самоврядування сільської територіальної громади, у розпорядженні якого знаходиться необхідний обсяг земель (землі запасу, невитребувані землі, неугіддя тощо) та, у разі створення відповідного господарюючого суб'єкта для надання виробничих послуг, може згуртувати членів домогосподарств для ведення спільної діяльності. При цьому місією такого господарюючого суб'єкта має бути, насамперед, забезпечення потреб членів домогосподарств у необхідних кормах і послугах, а також розвиток виробничої інфраструктури сільської територіальної громади.

Таке підприємство-інтегратор для своєї успішної діяльності має мати:

– вільні земельні площі та інші ресурси, у т.ч. й фінансові для розвитку кормовиробництва;

– довіру членів місцевої громади до керівного складу новостворюваного підприємства, а також можливість залучення цих членів для реалізації задуму зі спільної виробничої діяльності;

– соціальну направленість підприємницької діяльності;

– можливість надання додаткових послуг членам домогосподарств;

– направленість на розвиток виробничої інфраструктури території місцевої громади на якій підприємство-інтегратор провадитиме господарську діяльність.

Так однією з визначальних умов щодо реалізації задуму з розвитку кормовиробництва є, насамперед, наявність вільних земельних площ на яких вирощуватимуться культури, що необхідні для формування раціональних наборів кормів для худоби. В сучасних умовах вільні земельні площі знаходяться у власності місцевих громад і складаються з громадських пасовищ, відчужених або невитребуваних земель, а також різного виду неугідь які технологічно-оснащеним підприємствам, орієнтованим на досягнення високих і швидких економічних результатів, є малопривабливі. Окрім того, для виробництва кормів господарюючому суб'єкту необхідно мати можливість щодо залучення додаткових ресурсів, у т.ч. й людських.

Наступною вимогою, що суттєво впливає на можливість реалізації задуму із спільної діяльності господарств населення є рівень довіри членів цих господарств до керівного складу новостворюваного підприємства та можливість їхнього залучення до реалізації задуму з розвитку громадського кормовиробництва. Адже негативні наслідки «агрохолдинізації» сільськогосподарського виробництва і діяльності окремих приватних підприємців призвели до суттєвого невдоволення членів місцевих громад. Адже маючи суттєві фінансові й технологічні переваги ці господарські структури, як правило, проводять агресивну виробничу й кадрову політику, залучаючи до виконання технологічних операцій спеціально навчений персонал з-за меж сільського або селищного населеного пункту, підвищуючи градус соціальної напруги у відносинах з членами місцевих громад.

До того ж частина приватних підприємців чи голів фермерських господарств, реалізуючи попередні цілі та завдання, здобули негативного іміджу у членів місцевої громади, а отже й не мають їхньої поваги або довіри, що також ускладнює можливість інтеграції господарств населення до спільної виробничої діяльності.

Ще однією вимогою, що висуватиметься до підприємства-інтегратора розвитку громадського кормовиробництва, є соціальна спрямованість підприємницької діяльності. Адже, незважаючи на давні традиції які існують у нашій країні щодо меценатства, благодійності й добродійної діяльності, нині в науці та суспільстві лише формується розуміння особливостей соціального підприємництва. Так дослідження Роджера Л. Мартіна і Саллі Осберг доводять, що підприємець, який створив підприємство і провадить свою діяльність у сфері надання соціальних послуг не є соціальним підприємцем, хоча й виконує вагомі соціальні завдання. Водночас, соціальний підприємець веде активну соціальну

діяльність і впливає на інших членів суспільства з метою розвитку місцевих громад і підвищення соціальної активності їхніх членів [1, с. 10-12].

При цьому, як стверджують спеціалісти The Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, нині існують три види соціальних підприємств, а саме [2, с. 48-50]:

1. Заставне некомерційне підприємство, за якого підприємець створює некомерційну організацію з метою впровадження соціальних інновацій. Заставні некомерційні підприємства залежать від зовнішнього фінансування благодійними фондами чи організаціями, які кровно зацікавлені у виконанні соціально-значущих проектів.

2. Гібридне некомерційне підприємство, за якого підприємець створює некомерційну організаційно-економічну структуру, господарська модель якої передбачає деяку ступінь відшкодування витрат за рахунок продажу товарів і надання послуг установам, громадським і приватним організаціям, а також цільовим групам населення. При цьому, з метою забезпечення у повному обсязі необхідних потреб клієнтів, які відносяться до незабезпечених верств населення, підприємець повинен мобілізувати інші джерела фінансування з державного та / або благодійних секторів.

3. Соціальне ділове підприємство, за якого підприємець створює некомерційну організацію або підприємство, з метою забезпечення соціальних послуг чи виробництву екологічної продукції. При цьому, головна мета діяльності такого підприємства полягає не в максимізації фінансових результатів, а у впровадженні соціально-значущих проектів із залученням якомога більшої чисельності людей, які потребують результатів цих проектів. Накопичення багатства не є пріоритетом у діяльності такого підприємця, а прибуток реінвестується в підприємство для фінансування його розширення.

Четвертою умовою щодо реалізації задуму з розвитку громадського кормовиробництва є можливість розширення діяльності для надання додаткових послуг господарствам населення. Це обумовлено необхідністю надання господарствам населення послуг пов'язаних з обробіткою їхніх земель, первинної переробки й продажу вирощеної ними худоби або отриманої продукції, наданням консультаційних послуг чи ветеринарного обслуговування тварин, грошових взаєморозрахунків тощо, що потребує розвитку його виробничого персоналу.

П'ятою умовою щодо реалізації задуму з розвитку громадського кормовиробництва є направленість підприємства-інтегратора на розвиток виробничої сільської території на якій воно провадитиме свою господарську діяльність. Так реалізація задуму з розвитку громадського кормовиробництва потребуватиме не лише створення потужностей з продукування необхідних кормів, а й інших, супутніх, виробничих послуг які забезпечуватимуть більший економічний ефект від збуту виробленої господарствами населення продукції. При цьому розвиток такого підприємства впливатиме не лише на збільшення доходів членів господарств населення, а й буде локомотивом щодо розвитку виробничої і соціальної інфраструктури місцевої громади.

В цілому ж, враховуючи сучасні процеси щодо децентралізації влади й управління, ініціатором створення підприємства-інтегратора має виступати, насамперед, представник місцевого органу самоврядування, який має позитивне реноме у членів місцевої громади і протягом тривалого часу забезпечував збереження та розвиток соціальної інфраструктури території сільських громад.

Література

1. Roger L. Martin & Sally Osberg. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. Stanford Social Innovation Review. Spring 2007.- 39.
2. David Aikman & Katherine Milligan. Leadership in Social Enterprise: How to Manage Yourself and the Team. May 2014. – 56.

Степан КУЛИК, Андрій САВА, Ольга ДОВГАНЬ
Тернопільська державна сільськогосподарська
дослідна станція ІКСГП НААН

ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Реформування аграрного сектору економіки України значною мірою вплинуло на розвиток сільськогосподарських підприємств ринкового спрямування із потужним виробничим, технічним та фінансовим потенціалом. Та найбільшого поширення набули різноманітні форми дрібнотоварного виробництва, що виробляють близько 60% валової продукції сільського господарства, особливо в Тернопільській області. Поряд із нерівною конкурентною боротьбою між цими двома категоріями спостерігається також різне їх ставлення до вирішення соціальних питань. В більшості випадків соціальна відповідальність суб'єктів господарювання або бізнесу – один із найслабших напрямів їх діяльності.

Загалом соціальну відповідальність аграрного бізнесу необхідно розглядати як процес вирішення соціально значущих проблем як у самому бізнесі, так і на муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях. Соціально-відповідальними вважають підприємства, які мають добросовісну ділову практику, здійснюють розвиток персоналу, виділяють кошти на охорону здоров'я працівників і безпечні умови праці, використовують ресурсозберігаючих технології та інші заходи, що зменшують антропогенний вплив на довкілля, і т.д. Такий підхід до здійснення аграрного підприємництва забезпечує не тільки соціальну злагоду у суспільстві, але й підвищує імідж формувань, що, в кінцевому підсумку, позитивно відображається на їх прибутковості і можливостях подальшого використання соціально-відповідального інструментарію.

Дієвим інструментом реалізації соціальної відповідальності агробізнесу є багатофункціональний розвиток сільських територій, який відбувається шляхів залучення сільськогосподарських товаровиробників до розбудови соціальної