



NORWEGIAN JOURNAL OF DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL SCIENCE

№45/2020

Norwegian Journal of development of the International Science

ISSN 3453-9875

VOL.3

It was established in November 2016 with support from the Norwegian Academy of Science.

DESCRIPTION

The Scientific journal “Norwegian Journal of development of the International Science” is issued 12 times a year and is a scientific publication on topical problems of science.

Editor in chief – Karin Kristiansen (University of Oslo, Norway)

The assistant of the editor in chief – Olof Hansen

- James Smith (University of Birmingham, UK)
 - Kristian Nilsen (University Centre in Svalbard, Norway)
 - Arne Jensen (Norwegian University of Science and Technology, Norway)
 - Sander Svein (University of Tromsø, Norway)
 - Lena Meyer (University of Gothenburg, Sweden)
 - Hans Rasmussen (University of Southern Denmark, Denmark)
 - Chantal Girard (ESC Rennes School of Business, France)
 - Ann Claes (University of Groningen, Netherlands)
 - Ingrid Karlsen (University of Oslo, Norway)
 - Terje Gruterson (Norwegian Institute of Public Health, Norway)
 - Sander Langfjord (University Hospital, Norway)
 - Fredrik Mardosas (Oslo and Akershus University College, Norway)
 - Emil Berger (Ministry of Agriculture and Food, Norway)
 - Sofie Olsen (BioFokus, Norway)
 - Rolf Ulrich Becker (University of Duisburg-Essen, Germany)
 - Lutz Jäncke (University of Zürich, Switzerland)
 - Elizabeth Davies (University of Glasgow, UK)
 - Chan Jiang (Peking University, China)
- and other independent experts

1000 copies

Norwegian Journal of development of the International Science

Iduns gate 4A, 0178, Oslo, Norway

email: publish@njd-iscience.com

site: <http://www.njd-iscience.com>

CONTENT

ECONOMIC SCIENCES

Harbar Zh.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF
AGROHOLDINGS: IMPLEMENTATION AND
REGULATION IN UKRAINE 3

Glushchenko V.

MAIN SCIENTIFIC RESULTS (SCIENTIFIC DECLARATION,
PUBLICATION PROFILE) OF THE DOCTOR OF
TECHNICAL SCIENCES, ASSOCIATE PROFESSOR IN THE
DEPARTMENT OF "FINANCIAL MANAGEMENT"
VALERY V. GLUSHCHENKO (BORN SEPTEMBER 07,
1952) 12

Kozin O.

ROAD TRANSPORT COMPLEX OF THE REGION IN THE
CONCERN OF ENSURING THE ECONOMIC SECURITY
OF THE REGIONS 31

Kolesnik T.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF
MECHANISMS OF THE PARTICIPATION OF THE
TERRITORIAL COMMUNITY IN THE MANAGEMENT
SYSTEM AT THE LOCAL LEVEL.....36

Korol M.

FEATURES OF THE ISLAMIC BANKING SYSTEM.....45

Leontyev R.

A SLAPPY ATTEMPT TO GIVE OUT A GENERAL
CONTENT CHARACTERISTIC OF RESEARCH ABOUT
MVL AIRPORTS51

Samborska O.

DECENTRALIZATION IN UKRAINE: CURRENT STATE
AND PROSPECTS.....60

JURISPRUDENCE

Alexeeva A.

CRIMINOLOGICAL ASPECTS OF THE INFLUENCE OF
CRUELTY AND VIOLENCE IN THE MASS MEDIA ON
AGGRESSIVE BEHAVIOR OF MINORS..... 67

ECONOMIC SCIENCES

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGROHOLDINGS: IMPLEMENTATION AND REGULATION IN UKRAINE

Harbar Zh.

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Agrarian Management and Marketing,
Vinnytsia National Agrarian University*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРОХОЛДИНГІВ: ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Гарбар Ж.В.

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри аграрного менеджменту та маркетингу,
Вінницький національний аграрний університет*

Abstract

The article substantiates the need for introduction and regulation of corporate social responsibility of agricultural holdings. The main advantages of agricultural holdings are determined. The driving forces of agricultural holdings for the implementation of corporate social responsibility are considered. Forms of socio-economic interaction of agricultural holdings with government agencies have been clarified. Methods of state regulation of corporate social responsibility of agricultural holdings are described. The directions of realization of corporate social responsibility of agroholdings in Ukraine are outlined. The necessity of adopting the National Strategy of Corporate Social Responsibility and the program of its implementation has been proved.

Анотація

У статті обґрунтовано необхідність впровадження та регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів. Визначено основні переваги агрохолдингів. Розглянуто рушійні сили агрохолдингів для реалізації корпоративної соціальної відповідальності. З'ясовано форми соціально-економічної взаємодії агрохолдингів з державними структурами. Охарактеризовано методи державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів. Окреслено напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів в Україні. Доведено необхідність прийняття Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу та програми її реалізації.

Keywords: agricultural production, agricultural holding, corporate social responsibility, agrarian business, regulation.

Ключові слова: аграрне виробництво, агрохолдинг, корпоративна соціальна відповідальність, аграрний бізнес, регулювання.

Постановка проблеми. До недавнього часу сільськогосподарське виробництво мало стикалося з проблематикою корпоративної соціальної відповідальності, враховуючи глобальне переважання дрібного типу господарювання в аграрному секторі. Проте за останнє десятиліття сільське господарство активно розвинулось в технологічному та інформаційному плані, тим самим реагуючи на зростаючий глобальний попит на продовольство, корми та енергію. Нові технології і зростаюча спеціалізація створили потенціал для швидкого розвитку великих аграрних структур – агрохолдингів. Агрохолдинги наразі є драйверами розвитку вітчизняного аграрного виробництва та, в цьому сенсі, одним з основних ланцюжків розбудови української економіки в цілому.

Корпоративна соціальна відповідальність агрохолдингів в Україні знаходиться на стадії формування та її осмислення. Запровадження програм корпоративної соціальної відповідальності українськими агрохолдингами свідчить про те, що

корпоративна соціальна відповідальність стає невід'ємною частиною їхньої корпоративної політики і стратегії. Найбільш активними у формуванні сучасної політики корпоративної соціальної відповідальності є, насамперед, агрохолдинги з іноземними інвестиціями, які переносять в український бізнес світові практики, принципи і стандарти співпраці із сільським соціумом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження та регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів є об'єктом досліджень як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, серед яких: В. Андрійчук [1], Т. Гагалюк [4], А. Данкевич [6-8], Ю. Карпишин [10-12], М. Кропивко [14; 22], Ю. Луценко [14], О. Могильний [16-17], Н. Прокопенко [20], О. Ходаківська [16-17], Г. Черевко [27], Ф. Шахт [4] та ін. Зважаючи на те, що процес становлення агрохолдингів розпочато відносно недавно, слід акцентувати увагу на проблематиці їх розвитку з позицій збалансованого розвитку аграрної сфери та соціальної

спрямованості їх бізнес-стратегій, посилення позитивного впливу корпоративної соціальної відповідальності на результати їх господарювання.

Формування цілей дослідження. Метою статті є аналіз практик впровадження та напрямів регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Агрохолдинги – це об'єднання різних за розміром та організаційно-правовою формою сільськогосподарських підприємств, спрямовані на максимізацію економічного ефекту [8, с. 44].

Агрохолдинги характеризуються різними бізнес-портфелями з різним ступенем вертикальної інтеграції, але в основному спеціалізуються на вирощуванні сільськогосподарських культур та тварин. Обов'язковим в структурі агрохолдингу є присутність переробних підприємств. В структуру окремих агрохолдингів України включені власні торгівельні та постачальницькі компанії, фінансові організації – банки, страхові компанії тощо. При цьому кожному виду бізнесу надається статус юридичної особи з переходом на самоокупність.

Відтак, агрохолдинги є формою агропромислової інтеграції, які утворюються шляхом об'єднання капіталів різних секторів економіки для забезпечення технологічної єдності або економічної диверсифікації виробництва компаніями-інтеграторами. Серед існуючих в Україні агрохолдингів більшість утворилося з ініціативи несільськогосподарських організацій, в результаті чого аграрний сектор став більше спрямованим на підприємницькі аспекти і менше – на традиційно-соціальні.

Основними перевагами агрохолдингів є:

- зменшення податкового навантаження за рахунок об'єднання переробної галузі з сільськогосподарською та відкриття доступу до бюджетних програм на розвиток тваринництва або рослинництва;
- організація замкнутого виробничого циклу, що зменшує кінцеві витрати реалізації сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки;
- концентрація фінансових, матеріальних, енергетичних та трудових ресурсів, яка дає можливість агрохолдингам провадити великомасштабне промислово-переробне виробництво із залученням сільськогосподарських підприємств;
- вирішення питань дефіциту коштів, за рахунок власних фінансово-кредитних установ, за рахунок коштів інвесторів, які готові розміщати свої гроші в інтегровані структури та за допомогою оптимізації фінансових потоків між виробництвом сільськогосподарської сировини, переробкою та збутом [11, с. 65];
- мінімізація посередницького впливу на виробничі процеси, наслідком якого є зниження підприємницьких ризиків та підвищення конкурентоспроможності структурних підрозділів шляхом створення замкнутого циклу виробництва [11, с. 66];
- створення позитивного іміджу компанії на аграрному ринку, який підкреслюється наявністю власної брендової лінії виробництва продукції.

Більшість експертів вважають стрімкий розвиток агрохолдингів в Україні, або феномен корпоратизації аграрного виробництва, позитивним явищем. Врожайність в більшості агрохолдингів, якщо не втручається погода із форс-мажорними обставинами, мінімум на 30% вища за середні по країні показники. Саме агрохолдинги першими впроваджують інновації, оптимізують процеси виробництва, зменшують втрати зерна під час виробничих процесів завдяки придбанню нової техніки, систем обліку та контролю та підвищенню кваліфікації персоналу.

Вища ефективність агрохолдингів обумовлена тим, що порівняно з іншими категоріями сільськогосподарських виробників вони мають кращі можливості фінансування і, як результат, доступ до кращих ресурсів аграрного виробництва (техніки, технологій, агрохімії, кадрів тощо). Агрохолдинги мають можливість залучати щороку до \$2 млрд. фінансових коштів. І саме вони найчастіше це роблять, адже мають доступ до дешевого ресурсу завдяки таким інститутам, як ЄБРР та інші. Рейтинг деяких українських агрохолдингів оцінюється вище, ніж суверенний рейтинг держави. Серед таких компаній «Кернел», «Астарта», «Миронівський хлібопродукт», «UkrLandFarmingPLC» [24].

Взагалі, агрохолдинги вважаються привабливішими для інвестування та кредитування через свою багатопрофільність, яка дозволяє їм диверсифікувати ризики. Наявність значних ресурсів також надає змогу таким операторам успішно співпрацювати не лише з внутрішніми, але й із зовнішніми інвесторами.

Однак є й інший погляд на агрохолдинги та їхню ефективність. Своєю появою і розвитком агрохолдинги, по суті, компенсували в Україні відсутність ланцюжка розподілу товарів. Якщо в Україні розвиватиметься ринок капіталу і утвориться ланцюжок розподілу товарів, агрохолдинги зникнуть.

Агрохолдинги мають більше можливостей для експорту власної продукції за кордон, чим допомагають підтримувати рівень зовнішньої торгівлі України.

Входження України до СОТ, вихід на ринок ЄС вимагають дотримання певних стандартів якості продукції, що, в свою чергу, передбачає застосування сучасних технологій. Зрозуміло, що агрохолдинги одними з перших впроваджують ці стандарти та технології. Не можна відкидати те, що агрохолдинги певною мірою співпрацюють з владою, виступаючи свого роду рупором для привернення уваги до проблем АПК. Зрозуміло, великий агробізнес має можливості для лобювання своїх інтересів, чим активно користується.

Агрохолдинги спрямовані на оптимізацію процесів виробництва та підвищення ефективності. Урожайність ключових культур (пшениця, кукурудза, соя, ріпак, соняшник) протягом 10 років зростає з року в рік на 5% завдяки централізації закупівель виробничих матеріалів та агротехніки, управлінню ціновими ризиками через використання форвардів, використанню ІТ-інструментів та

централізованої бази даних, мотивації працівників участю в прибутку та партнерських програмах. Зокрема, програма участі у прибутку NCH (Агропросперіс) передбачає отримання працівниками відсотка від прибутку компанії, а партнерська програма – можливість для ключових спеціалістів вкласти власні кошти в агропромисловість своєї виробничої компанії – Агропросперісзаводу (зараз в компанії налічується 52 таких підприємств) [28].

Наразі агрохолдинги все більшу увагу звертають на пошук нових ринків збуту за межами країни і не лише звичних продуктів, якими є зернові та олійні, але й продуктів глибшої переробки. Це доволі правильні стратегії розвитку, бо вони спочатку вивчають нові ринки та їхні потреби, а потім інвестують у виробництво тих продуктів, на які в світі є достатній попит. Тобто це стратегія просування і прибутку, а не виробництва і росту заради виробни-

цтва. Наприклад, компанія «Астарта», в якій цукровий сегмент залишається основним напрямом розвитку бізнесу, зараз має стійку бізнес-модель і меншу залежність від волатильності цін на основну агропродукцію [2].

Агрохолдинги не лише підвищують продуктивність та нарощують експорт, але й розвивають нові напрями виробництва. Зокрема, «Астарта» за останній період побудувала і ввела в експлуатацію сучасний завод з переробки сої, що забезпечив додатково понад 16% загальних доходів компанії. Крім того, «Астарта» ввела в експлуатацію біогазовий завод, що поглибив рівень вертикальної інтеграції компанії [2].

Крім згаданих напрямів розвитку незмінною стратегією агрохолдингів тривалий час і особливо в останні декілька років залишається стратегія нарощення власних земельних ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг агрохолдингів України за розмірами земельного банку, 2017-2019 рр.

№ з/п	Назва компанії	Земельний банк, тис. га			Динаміка земельного банку (збільшення/зменшення)	Позитивний, нейтральний або негативний сумарний ефект
		2017	2018	2019		
1	KERNEL	602	560	600	↑	негативний
2	UkrLandFarming	605	570	470	↓	негативний
3	NCH (Агропросперіс)	430	430	410	↓	позитивний
4	Миронівський Хлібопродукт	370	370	370	↑	позитивний
5	Астарта	250	250	210	↓	нейтральний
6	HarvEast	97	123	147	↑	позитивний
7	Епіцентр Агро	44	110	127,5	↑	нейтральний
8	ІМК	137	137	123,9	↓	негативний
9	Мрія	180	165	119	↓	негативний
10	Укрпромінвест-Агро	122	122	116,5	↓	нейтральний

Джерело: складено за [23]

Протягом 2017–2019 рр. ТОП-10 лідерів на ринку оренди землі сільськогосподарського призначення була майже незмінною, підтверджуючи той факт, що великі агрохолдинги в переважній більшості зосереджуються на утриманні контролю над своїми землями та підвищенні ефективності їх використання.

Концентрація земель в межах однієї структури вважається негативною ознакою, оскільки створює умови для монополізації ринку земель або прямо, або опосередковано. Прямий вплив на ситуацію спричиняють безпосередньо створені холдингами агропромислові компанії (через механізм оренди), опосередкований – через контроль придбаних підприємств (контрольний пакет акцій, часток в уставі товариства) (механізм суборенди) [18, с. 297].

Діяльність агрохолдингів у окремих аспектах має негативний вплив на сільські громади, супроводжується розшаруванням за майном і доходами, безробіттям, загостренням інших соціально-економічних проблем у сільській місцевості. Відчутним стає поглиблення дисбалансу галузевої структури, нерациональне використання землі, поширення монокультурної структури, недостатньої участі холдингових

структур у вирішенні проблем сільського населення та розвитку сільських громад і територій.

Наразі більшість агрохолдингів мають задокументовану програму діяльності в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність має виключно позитивний вплив на сталий розвиток агрохолдингів у довготривалій перспективі, зберігаючи соціально-економічну і політичну стабільність у суспільстві. Проблема полягає в тому, що не всі агрохолдинги вбачають в корпоративній соціальній відповідальності дієвий інструмент підвищення їх інвестиційної привабливості.

Найпоширенішими напрямками реалізації корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів в Україні є:

- виробнича безпека (створення безпечних умов праці, підвищення енергоефективності);
- розвиток персоналу (якісний підбір і розвиток працівників, забезпечення їх соціального захисту та медичного страхування, спорудження житлових будинків для працівників);
- екологічна сталість (охорона довкілля шляхом підвищення родючості та захисту земельних

ресурсів, застосування органічних технологій в сільському господарстві, запровадження проєктів з альтернативних джерел енергії);

– співробітництво з регіонами (багатовекторна співпраця з аграрними навчальними закладами, porozуміння з представниками територіальних громад, органів місцевого самоврядування, іншими посадовими особами);

– розвиток інфраструктури на селі (доступність життєво необхідних послуг для сільських жителів шляхом реалізації інвестиційних проєктів з будівництва та ремонту доріг, шкіл, загальноосвітніх дошкільних закладів, фельшерсько-акушерських пунктів, спортивних й дитячих майданчиків, бібліотек, розширення мережі Інтернет тощо);

– благодійність (допомога у проведенні різного роду виставок, концертів, фестивалів, зустрічей щодо збереження й примноження місцевих традицій і культурної спадщини та відзначення державних свят і подій сільського значення, гуманітарна допомога, інша адресна підтримка тощо);

– забезпечення якості продукції (контроль якості вхідних ресурсів, що використовуються для виробництва кінцевих продуктів, максимальна вертикальна та/або горизонтальна інтеграція).

Проведення політики корпоративної соціальної відповідальності передбачає виділення декілька основних типів зацікавлених сторін, які є представниками внутрішньої сторони агрохолдингу, соціальних групи, владних структур, засобів масової інформації та інвесторів. Усі сторони мають різні сфери інтересів та ступені відповідальності й повноважень, які можуть змінюватися протягом життєвого циклу соціального проєкту. Участь цих сторін варіюється – від періодичної участі у вирішенні певних питань до надання спонсорської підтримки – фінансової, політичної, правової або будь-якої іншої [12, с. 165].

Сфера корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів крізь призму комунікацій зі стейкхолдерами наведена в табл. 2.

Таблиця 2

Сфера корпоративної соціальної відповідальності взаємодії агрохолдингів та стейкхолдерів

Сторони	Представники	Сфери відповідальності
Внутрішні сторони	Працівники агрохолдингу	Соціальний захист, соціальне забезпечення працівників
Соціальні групи	Сільське населення Школи, дитячі садки, лікарні	Благодійність та меценатство у напрямі покращення сільської інфраструктури
Владні структури	Державні установи та органи місцевого самоврядування	Соціально-економічна співпраця
Засоби масової інформації	Місцеві, державні міжнародні інформаційні компанії	Повна інформаційність напрямів діяльності й донесення її до стейкхолдерів
Інвестори	Акціонери Міжнародні організації	Інформування про операційну і фінансову діяльність та ключові події Організація спільних програм з підвищення якості продукції та контролю виробництва

Джерело: складено за [1; 8; 10]

Знання агрохолдингів про своїх стейкхолдерів значною мірою відповідають їх розумінню рушійних сил корпоративної соціальної відповідальності (рис. 1). Менеджери агрохолдингів визначають землевласників і співробітників підприємства, а також соціальні, культурні та релігійні організації як основних адресатів своєї діяльності в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Іншими важливими адресатами корпоративної соціальної відповідальності є місцеві органи влади та інвестори агрохолдингів, щодо яких важливим є питання комунікації про корпоративну соціальну відповідальність. Місцеві органи влади служать в якості проміжної ланки для донесення інформації про корпоративну соціальну відповідальність компаній до

сільських громад, в той час як зовнішні інвестори агрохолдингів приділяють все більше уваги корпоративній соціальній відповідальності, оскільки вона впливає на важливі фактори акціонерної вартості (наприклад, поліпшення доступу до банківських кредитів, вищі обсяги продажу тощо). Особливо це стосується агрохолдингів, акції яких котируються на біржах. У той же час інтереси кінцевих споживачів, ймовірно, будуть мати значення тільки для тих агрохолдингів, які, крім виробництва сільськогосподарських товарів, займаються їх переробкою. Інші зацікавлені групи, такі як неурядові організації, малі та середні підприємства і центральні органи влади виявляються менш значущими.

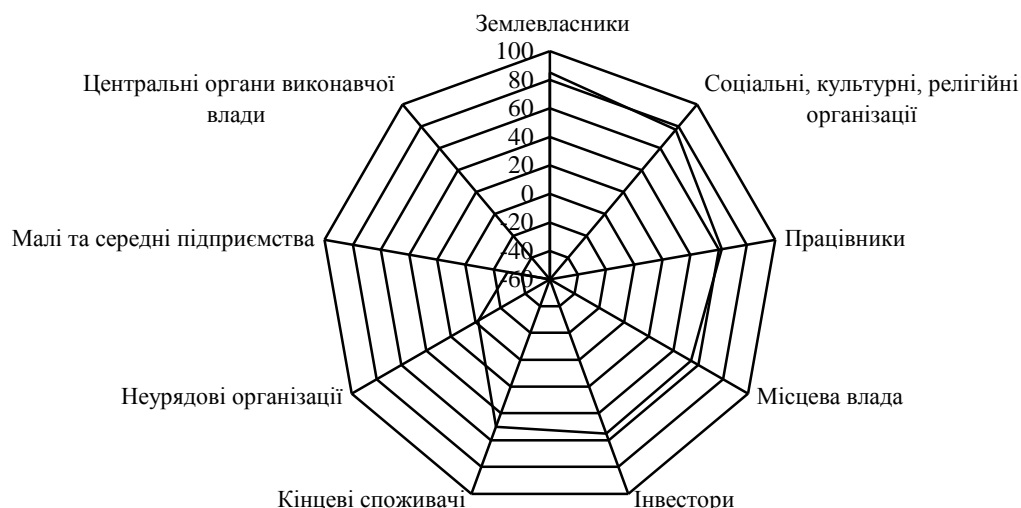


Рис. 1. Основні зацікавлені сторони корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів
Джерело: складено за [4]

Найважливіші рушійні сили агрохолдингів для реалізації корпоративної соціальної відповідальності:

лояльність сільських громад, моральні міркування, а також відданість працівників агрохолдингів (рис. 2).



Рис. 2. Рушійні сили корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів
Джерело: складено за [4]

Соціальне неприйняття агрохолдингів з боку сільських громад в значній мірі перебільшене, зокрема іншими стейкхолдерами агрохолдингів. Крім культурних особливостей сільських жителів, таких, як відсутність власних підприємницьких навичок і присутність патерналістських очікувань, існує інше можливе пояснення цього явища. А саме – лояльність громади агрохолдинги визнають в якості першочергового завдання корпоративної соціальної відповідальності і, відповідно, підтримують її за рахунок певних інвестицій. Можливою причиною подібного визначення пріоритетів є те, що агрохолдинги піклуються не тільки про своїх співробітників, але й про сільських жителів, які володіють сільськогосподарськими угіддями і здають їх в оренду агрохолдингам.

Менеджери агрохолдингів вважають основною рушійною силою корпоративної соціальної відповідальності необхідність зберегти прихильність землевласників, тобто сільських домогосподарств.

Моральний принцип («люди просто потребують допомоги») є ще однією основною причиною корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів. Подібний результат не є дивним, якщо взяти до уваги інший результат: обмежені можливості розвитку сільської місцевості з боку місцевого самоврядування також визнаються в якості однієї з головних рушійних сил корпоративної соціальної відповідальності. Цей так званий вакуум управління змінює сприйняття корпоративної соці-

альної відповідальності менеджерами агрохолдингів від більш економічного до більш етичного, що, як правило, є хорошим знаком. Проте зрушення в сприйнятті корпоративної соціальної відповідальності також може призвести до ситуації, коли юридична відповідальність агрохолдингу щодо дотримання закону, наприклад, сплата податків, сприймається і представляється громадськості в якості етичної поведінки, а не як щось, що повинно бути зроблено в будь-якому випадку.

Стосовно лояльності співробітників як рушійної сили корпоративної соціальної відповідальності, варто відзначити два аспекти.

По-перше, сільськогосподарські підприємства в Україні стикаються з величезним дефіцитом кваліфікованої робочої сили, особливо у виробництві. Агрохолдингам дуже важко знайти (і утримати) хорошого фахівця в галузі сільськогосподарського виробництва. Тому агрохолдинги пропонують додаткові переваги для своїх співробітників і постійно надають можливість участі в програмах підвищення кваліфікації. Зокрема, компанія «Кернел» надає співробітникам можливість освоювати суміжні спеціальності. Впроваджено проекти «Універсальний інженер» та «Універсальний механізатор». Також діє програма «Внутрішній Кернел Шанс» для співробітників компанії. Вона створена для розвитку ініціативних фахівців, які готові розвиватися і рухатися по кар'єрних сходах. Для студентів без досвіду в компанії, з 2011 р. діє освітній проект «Зовнішній Кернел Шанс». Він включає оплачуване стажування, навчання і практику на провідних підприємствах з перспективою постійного працевлаштування [13]. Компанія «Миронівський Хлібопродукт» постійно вдосконалює робоче середовище для співробітників, покращує умови їх праці, надає підтримку у формі найрізноманітніших додаткових переваг і послуг. Зокрема, це пільгове харчування, безкоштовний трансфер на роботу і з роботи, відпустка по догляду за дитиною до трьох років та інше. У компанії «Миронівський Хлібопродукт» роблять ставку на молодих спеціалістів, які хочуть працювати і розвиватися в агробізнесі. В рамках програми «МХП старт» компанія пропонує: відвідати виробничі потужності холдингу (екскурсія), пройти практику на найсучаснішому обладнанні, пройти стажування та стати професіоналом своєї справи. Взяти участь у проекті можуть студенти всіх спеціальностей аграрних і технічних вузів України [15]. Компанія «Ukrlandfarming» розробила програми, де враховують тенденції розвитку агробізнесу та базуються на оцінці індивідуальних планів розвитку співробітників. Свої особистісні навички співробітники розвивають завдяки роботі неформального Клубу вільного спілкування Ukrlandfarming «Антикафе». Там можна брати участь у дискусійних зустрічах, обговорення фільмів, бізнес-іграх, вчитися

новому у запрошених авторитетних спікерів. У компанії «Ukrlandfarming» також створено Інститут внутрішніх тренерів та наставництва. Беручи участь в тренінгах та інших подіях, співробітники знаходять відповіді на свої питання і розвивають кар'єру пліч-о-пліч з досвідченими фахівцями найбільшого українського аграрного холдингу. Існує також проєкт «Внутрішній кадровий резерв» – можливість рости паралельно із зростанням компанії. Завдяки цьому проєкту вже велика кількість співробітників агрохолдингу змогли розкрити свій лідерський потенціал, розвинути компетенції і побудувати успішну кар'єру в компанії [29].

По-друге, шахрайство працівників і надалі є проблемою в сільському господарстві. Деякі агрохолдинги зазначають, що їхні втрати врожаю можуть досягати 30% через шахрайство. Це комплексна проблема. Частково вона має культурне підґрунтя, успадковане з радянських часів, коли всі колгоспні/радгоспні активи були «спільні» у багатьох значеннях. І частково це також є наслідком несприятливих умов життя в сільській місцевості. Реакція агрохолдингів на дану проблему також є комплексною і включає в себе вищі за середній рівень заробітні плати та соціальний пакет, а також інноваційні технології моніторингу, які допомагають звести до мінімуму «непродуктивні» види витрат компанії.

Інші важливі рушійні сили корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів пов'язані з міркуваннями корпоративної репутації (позитивний імідж для суспільства та інвесторів), в той час, як тиск з боку суспільства, конкуренція з іншими агрохолдингами, а також міметичні процеси відіграють незначну роль.

Питаннями розвитку корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів мають перейматися не лише самі компанії і громадські об'єднання товаровиробників, експертні й міжнародні організації, але й органи державної влади, як це практикується в багатьох країнах світу.

Державне регулювання діяльності агрохолдингів має стати частиною механізму державної політики щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. При цьому регуляторна політика держави має бути спрямована на побудову соціального діалогу між владою та бізнесом для зближення позицій сторін та узгоджених рішень, які забезпечать інтереси сільської громади, працівників і роботодавців, державних органів управління з питань формування та реалізації державної соціально-економічної політики, регулювання соціально-трудових відносин [12, с. 166].

Удосконалення корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів потрібно віднести до сфери особливої уваги державних органів влади (табл. 3).

Форми соціально-економічної взаємодії агрохолдингів з державними структурами	
Форми взаємодії	Заходи
Регулярне інформування	Дошки оголошень і роздатковий матеріал Статистична звітність агрохолдингів щодо корпоративної соціальної відповідальності Інтернет-сайти та соціальні мережі Прес-релізи
Обмін думками та інтересами	Перемовини та експрес-консультації Конференції та круглі столи Анкетування та опитування Семінари та діалоги
Участь у заходах, організованих зацікавленими сторонами	Виставки та презентації Акції та конкурсні олімпіади Благодійність та меценатство
Спільна діяльність	Проекти та програми Меморандуми Наради Гранти

Джерело: складено за [6; 8; 12; 22]

Проявом цієї уваги є:

– регулярне інформування зацікавлених сторін щодо результатів інтеграції соціальної відповідальності у діяльність агрохолдингових компаній для сталого розвитку України, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах. При цьому надання інформації для цільової аудиторії має бути у зрозумілому форматі, шляхом надання інформації відповідними способами і каналами, а також в місцях, доступних сторонам, а також носити двохсторонній характер: по-перше, відображати позицію агрохолдингів щодо запровадження соціальної відповідальності у вигляді оприлюднення статистичної звітності соціальної відповідальності бізнесу; по-друге, висвітлювати роль держави в організації процесу сталого розвитку сільської місцевості та стимулюванні потенційно готового бізнесу до соціально відповідальної діяльності у вигляді прес-релізів, дошок оголошень тощо;

– обмін думками між сторонами шляхом проведення консультацій, конференцій тощо. Двосторонній діалог дає можливість обом сторонам обмінятися інформацією, думками, вислухати і висловити проблеми, а також прийняти відповідні рішення. Важливу роль відіграє формування репрезентативної точки зору сторін і/або груп населення та побудова прозорого механізму відповіді на питання, пропозиції або скарги з боку зацікавлених сторін. Принципи такої взаємодії виключають залякування, примус або переслідування власних матеріальних інтересів. Ця взаємодія переглядаються і адаптуються в залежності від масштабів проекту. Саме на цьому етапі відбувається зародження комунікацій між державою та бізнесом;

– організація спільної діяльності шляхом розроблення державних соціальних проектів розвитку села за участю агрохолдингів, або програм підтримки стимулювання бізнесу до соціально відповідальної діяльності. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає

компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, стимулює бізнес до соціально відповідальної поведінки тощо;

– участь у самостійно організованих заходах, або ж заходах організованих зацікавленими сторонами. На даному етапі передбачається мінімальний вплив держави на формування соціальної відповідальності бізнесу [12, с. 167-168].

В державі назріла необхідність прийняття Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу та програми її реалізації, яку було підготовлено спільно з Мережею Глобального договору ООН в Україні, Центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності та Українською спілкою промисловців і підприємців. Запропонований проект стратегії зазнав критики відносно нечіткого формулювання сценарію діалогу між владою, реальним сектором і суспільством.

Агрохолдинги підтримують сільські території, але ця допомога, як правило, має благодійний характер і здійснюється як одноразово, фрагментарно, так і систематично. Агрохолдингові структури можуть призупинити будь-які соціальні проекти, посилюючись на їх неонов'язковість. Для зміни таких поглядів необхідна виважена адміністративна, організаційна, інформаційна та фінансова підтримка державних та місцевих органів влади. Наразі в Україні модель ведення бізнесу агрохолдингами свідчить, що ключовою метою є одержання максимальної вигоди з сільськогосподарських земель за мінімальних витратах на підтримку збалансованого розвитку сільських територій.

Реалізація заходів, спрямованих на посилення соціальної відповідальності, потребує чіткого перерозподілу функцій держави та приватного аграрного бізнесу. Чіткий розподіл сфери соціальної відповідальності у вирішенні соціально-екологічних проблем сільської місцевості дасть можливість уникнути бюрократизації. Агрохолдинги можуть готувати з територіями присутності стратегії їх со-

ціального партнерства шляхом підписання меморандумів, створення проєктів, програм, започаткування грантів, олімпіад та інших соціальних угод з місцевими органами влади із залученням третьої зацікавленої сторони – сільського населення. Влада та аграрний бізнес при укладанні будь-яких угод або меморандумів мають враховувати стратегічні інтереси та знаходити шляхи до компромісу зі спірних питань.

Агрохолдинги наділені безсумнівними перевагами у порівнянні з іншими сільськогосподарськими підприємствами, але в більшості це стосується конкурентоспроможності агрохолдингів як бізнес-структур. Деструктивним чинником їх функціонування передусім відмічається негативний вплив на соціально-економічний розвиток сільських територій та на довкілля.

Важливість забезпечення державного регулювання діяльності агрохолдингів в Україні підтверджується необхідністю контролю за надмірною концентрацією ресурсів без прив'язки їх до розв'язання проблем сільських територій.

В Україні відсутня чітка стратегічна агросоціальна політика. Причина такого стану у переважанні інтересів одержання додаткового фінансового результату над інтересами соціуму, тому очевидно, що економічні результати виробництва досягаються за рахунок соціальної сфери. Відсутність продуманої державної аграрної політики на довгострокову перспективу підтверджується прив'язкою агробізнесу до експортної моделі розвитку. Відтак, цілком логічною вбачається необхідність державного регулювання діяльності агрохолдингів у напрямі розвитку сільських територій.

Аналіз існуючих тенденцій реалізації державного регулювання діяльності агрохолдингів свідчить, що державні цільові програми розмежовані на:

- соціальні, тобто на покращення якості і підвищення рівня життя сільського населення;
- комерційні, результатом яких може бути покращення фінансового-економічного стану агровиробника та підвищення його конкурентоспроможності.

Використання двоєдиного підходу, тобто вирішення в одній програмі соціальних (суспільних) і комерційних завдань, суттєво підвищить ефективність реалізації заходів та забезпечить репродуктивний характер регуляторного впливу держави на розвиток сільських територій.

Водночас, доцільно в період організації агрохолдингових формувань укладати угоди між материнською компанією, дочірніми сільськогосподарськими підприємствами і територіальними органами влади, які б закріплювали рівну економічну вигоду від суспільного виробництва, обумовлювали відповідальність сторін, можливість контролю за використанням земельних ресурсів, дотриманням екологічних норм, зобов'язували товаровиробників брати участь у розвитку соціальної сфери села.

Державне регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів має стимулювати впровадження нових практик соціальної відповідальності, підвищенню рівня обізнаності усіх зацікавлених сторін щодо даного виду діяльності, поширенню досвіду впровадження корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів, заохоченню агрохолдингів до розвитку нефінансової звітності (табл. 4).

Таблиця 4

Методи державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів

Методи	Характеристика
Організаційні	Інституція моніторингу корпоративної соціальної відповідальності Обмін досвідом і позитивними практиками компаній Підготовка фахівців з питань корпоративної соціальної відповідальності бізнесу
Адміністративні	Стратегія розвитку корпоративної соціальної відповідальності Єдині нормативні вимоги у сфері корпоративної соціальної відповідальності Стандарти і системи управління, що співвідносяться із корпоративною соціальною відповідальністю
Фінансові	Система преференцій у впровадженні нових соціальних проєктів Підтримка наукових досліджень у сфері корпоративної соціальної відповідальності на національному та регіональному рівні
Інформаційні	Нефінансова звітність на постійній основі Консультативно-інформаційний центр з питань корпоративної соціальної відповідальності та популяризація в ЗМІ принципів корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: складено за [12; 22]

Найбільш ефективними адміністративними методами є запровадження єдиних понять до розуміння корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів в Україні; уведення систем і стандартів управління, що співвідносяться із корпоратив-

ною соціальною відповідальністю; розробки нормативно-правової бази для запровадження екологічного та соціального маркування.

Організаційні та інформаційні методи регулювання корпоративної соціальної відповідальності мають бути спрямовані на формування інститутів, до компетенції яких належали б аналіз існуючого

стану корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів в Україні та сприяння її подальшого розвитку.

Інформаційні методи державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів мають спрямовуватися на розвиток системи нефінансового звітування для більшої обізнаності суспільства щодо різних аспектів корпоративної соціальної відповідальності. Важливу роль в цьому процесі відіграє популяризація принципів та напрямів корпоративної соціальної відповідальності як для бізнесу, так й для громадськості.

Потреба у розробці державної політики у сфері регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів актуалізована ще й сучасними інтеграційними процесами, оскільки провідні світові компанії, обираючи партнерів на ринках, що розвиваються, приділяють велику увагу дотриманню ними стандартів щодо забезпечення прав людини у соціально-трудовах відносинах, охорони навколишнього середовища тощо. Тому, було б цілком логічно, щоб агрохолдинги доносили свою позицію щодо корпоративної соціальної відповідальності у вигляді інформаційних соціальних звітів про свою роботу. Аналіз офіційних сайтів провідних агрохолдингів України дає можливість стверджувати, що інформаційне наповнення нефінансових соціальних звітів має рекламний характер. Кількісні показники результативності соціальних заходів не наводяться, що ускладнює проведення комплексної оцінки ефективності окремих заходів корпоративної соціальної відповідальності, а також унеможлиблює оцінку їх впливу [12, с. 169].

Фінансові методи державного регулятивного впливу на діяльність агрохолдингів не мають концентруватися виключно на бюджетних дотаціях та пільгах в оподаткуванні. Потрібно зазначити, що агрохолдинги сплачують податки за місцем реєстрації, а це переважно у містах. Тому сільськогосподарські підприємства, які перетворилися у філії або підрозділи агрохолдингів, не сплачують податки до місцевих бюджетів. Державна служба статистики України обліковує їх в категорії «підприємства інших форм власності». Це, на нашу думку, є недоліком для сільських територій.

Забезпечення стійкого соціально-економічного сільського розвитку вимагає застосування переважно адміністративних методів регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів, які переважно мають бути спрямовані на демонополізацію. Це стосується впорядкування земельних відносин, законодавчого обмеження максимальних розмірів земельних масивів для протидії процесу латифундизації, забезпечення бюджетів сільських громад достатніми джерелами фінансування через нормативно-правове удосконалення процесу адміністрування податкових платежів агрохолдингових структур (територіальна прив'язка), забезпечення всебічної підтримки державою розвитку кооперативів та механізмів спрощення виходу малого й середнього аграрного виробника на зовнішні ринки безпосередньо через асоціації, спілки, кооперативи тощо [19, с. 188–189].

Висновки. Процес створення та розвитку агрохолдингових формувань слід розглядати через призму їх впливу на соціальний розвиток сільських територій, майнових прав селян, збереження та підвищення родючості земель, екологічну безпеку тощо. Наразі агрохолдинги здійснюють свою діяльність на законних підставах, але окремі напрями їх діяльності потребують державного регулювання щодо їх функціонування та є вкрай необхідними не лише інтегрованим структурам, а й їхнім сільськогосподарським контрагентам та сільським жителям, які потерпають від соціально-економічної безвідповідальності агрохолдингів.

Позитивний ефект від державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів, зазвичай можна очікувати, коли відбувається гармонізація відносин між державою, представниками аграрного бізнесу і суспільством. Вирішуючи питання державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності агрохолдингів за принципом гармонізації інтересів потрібно враховувати також інтереси громадян, територіальних громад (особливо в сільській місцевості) і суспільства в цілому.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Андрійчук В.Г. Агрпроміслові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства. Економіка АПК. 2013. № 1. С. 3–15.
2. Астарта. URL : <http://astartakiev.com/ua>
3. Борщ А.Г. Фінансові аспекти організації діяльності вітчизняних агрохолдингів. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. 2012. № 2 (18). С. 42–49.
4. Гагалюк Т., Шафт Ф. Корпоративна соціальна відповідальність аграрного бізнесу. Київ : Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, 2016. 63 с.
5. Гирник Л.В. Діяльність агрохолдингів в Україні та їх вплив на розвиток сільського господарства. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2016. № 1 (20). С. 35–43.
6. Данкевич А.Є. Організаційно-економічні засади розвитку агрохолдингів. Економіка АПК. 2012. № 1. С. 139–147.
7. Данкевич А.Є. Особливості функціонування холдингів в аграрному секторі економіки. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. 2013. № 2 (5). С. 82–91.
8. Данкевич А.Є. Розвиток інтегрованих структур у сільському господарстві : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 350 с.
9. Єранкін О.О. Соціальна відповідальність агробізнесу в контексті вирішення проблем розвитку сільських територій. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2011. Вип. 2/6. С. 31–34.

10. Карпишин Ю.А. Особливості регулювання діяльності агрохолдингів в контексті аграрної політики України. Бізнес Інформ. 2018. № 4. С. 177–183.
11. Карпишин Ю.А. Теоретико-методологічні засади формування та функціонування агрохолдингів в Україні. Вісник ЖНАЕУ. 2016. № 2 (57), Т. 2. С. 59–70.
12. Карпишин Ю.А., Сус Л.В. Стратегія державного регулювання соціальної відповідальності агрохолдингів. Облік і фінанси. 2017. № 4 (78). С. 162–170.
13. Кернел. URL : <http://www.kernel.ua>
14. Лупенко Ю.О., Кропивко М.Ф. Агрохолдинги в Україні та посилення соціальної спрямованості їх діяльності. Економіка АПК. 2013. № 7. С. 5–21.
15. Миронівський Хлібопродукт. URL : <https://www.mhp.com.ua/ru/>
16. Могильний О.М., Хомаківська О.В. Агрохолдингизація сільського господарства України : аграрна політика та виклики майбутньому. Економіка АПК. 2017. № 6. С. 33–39.
17. Могильний О.М., Хомаківська О.В. Соціальна відповідальність агрохолдингів : теоретичні припущення та ринкові практики. Ринок праці та зайнятість населення. 2018. № 1. С. 32–41.
18. Ніценко В.С. Роль агрохолдингів у розвитку сільських територій. Формування ринкової економіки : збірник наукових праць. 2015. Вип. 33: Проблеми управління у великотоварних промислових формуваннях. С. 293-302.
19. Пилипенко В.В. Концептуальні засади формування державної аграрної політики в реформуванні аграрного сектора економіки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 11. С. 186–190.
20. Прокопенко Н.С. Податкові механізми регулювання аграрного сектору : монографія. Київ : ППК ДСЗУ, 2011. 548 с.
21. Рейтинг 20 найефективніших агрокомпаній України. URL : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1399408-rejting-20-najefektivnishih-agrokompanij-ukrayini#8>
22. Розвиток аграрних холдингових формувань та заходи з посилення соціальної спрямованості їхньої діяльності / за ред. М.Ф. Кропивка. Київ : ННЦ ІАЕ, 2013. 38 с.
23. ТОП-10 агрохолдингів за розміром земельного банку. URL : <https://agrorreview.com/news/top-10-ahroholdynhiv-za-rozmirom-zemelnoho-banku-0>
24. ТОП-10 агрохолдингів України. Основні акценти в інфографіці. URL : <http://agroportal.ua/ua/publishing/infografika/top10-agrokholdingovukrainy-aktsenty-2020-v-infografike/>
25. ТОП-5 роботодавців України у сфері АПК. URL : <https://agrorreview.com/news/top-5-robotodavciv-ukrayiny-u-sferi-apk>
26. Центр Розвитку корпоративної соціальної відповідальності. URL : <http://csr-ukraine.org>.
27. Черевко Г.В. Державне регулювання діяльності агрохолдингів в умовах конкуренції в сільському господарстві. Аграрна економіка. 2019. Т. 12, № 1/2. С. 67–78.
28. NCH (Агропросперіс). URL : <https://www.agroprosperis.com/>
29. Ukrlandfarming. URL : <https://www.ulf.com.ua/ru/>

УДК 001 : 004.91; 025.4.03

MAIN SCIENTIFIC RESULTS (SCIENTIFIC DECLARATION, PUBLICATION PROFILE) OF THE DOCTOR OF TECHNICAL SCIENCES, ASSOCIATE PROFESSOR IN THE DEPARTMENT OF "FINANCIAL MANAGEMENT" VALERY V. GLUSHCHENKO (BORN SEPTEMBER 07, 1952)

Glushchenko V.

*Dr. Techn. Sciences, associate Professor,
Moscow, Russia*

ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (НАУЧНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ, ПУБЛИКАЦИОННЫЙ ПРОФИЛЬ) ДОКТОРА ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТА ПО КАФЕДРЕ «ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ» ГЛУЩЕНКО ВАЛЕРИЯ ВЛАДИМИРОВИЧА (РОДИЛСЯ 07 СЕНТЯБРЯ 1952 ГОДА)

Глущенко В.В.

*Д-р техн. наук, доцент,
Москва, Россия*

Abstract

The subject of the article is a description of the key scientific results of a particular scientist (individual) in order to assess the significance of his personal contribution to the development of science, the object of the article is the methodology of scientometric and bibliometric assessments of research results of specific individuals (authors), the purpose of the work is to develop the methodology of scientometric and bibliometric assessments, including structuring and describing the most significant scientific results of Valery Glushchenko (doctor of technical Sciences, associate Professor, Moscow, Russia), to achieve this goal the following tasks are solved: a brief autobiographical descriptions of scientific activities of the individual; the development of bibliometric approach, scientometrics; a brief description of the main scientific results of specific scientists; methods of scientific research