

13. Kutsmus, N. (2015), "Methodological peculiarities of rural economy research from neoruralism standpoint", *Baltic Journal of economical studies*, no. 1 (2), pp. 69–76.

14. Schumpeter, J.A. (2003), *Capitalism, Socialism and Democracy*, NY, Routledge, 460 p.

15. World Bank (2008), *The Growth Report Strategies for Sustained Growth and Inclusive Development / Commission on Growth and Development*. – Washington, 198 p.

16. United Nations (2015), *The Millennium Development Goals Report*, NY, 75 p.

Рецензент : д.е.н., професор Житомирського національного агроекологічного університету Ю.Ю. Мороз

УДК 338.43:334.722

Левківська Л.М.,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри інноваційного підприємництва та інвестиційної діяльності
Житомирський національний агроекологічний університет

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Levkivska L.M.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., assistant professor at the
department innovative entrepreneurship and investment activities
Zhytomyr National Agroecological University

SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL BUSINESS IN THE CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність є передумовою та чинником реалізації концепції сталого розвитку. Такі фактори, як глобалізація, підвищення конкуренції, подальша інтеграція України, розвиток українських агропромислових формувань, а також громадський тиск на них роблять аналіз соціальної відповідальності досить актуальним для українського агробізнесу. Розвиток аграрного бізнесу характеризується значною неоднорідністю сільськогосподарських товаровиробників, від особистих селянських господарств, до великих агрокомпаній (агрохолдингів). Незважаючи на позитивний економічний вплив агрохолдингів, вони звинувачуються в експлуатації ресурсів, що не повною мірою сприяє охороні навколишнього середовища та сільському розвитку в цілому [9]. Кожного року з карти України зникає 20 сільських населених пунктів, а чисельність сільського населення зменшується в середньому на 200 тис. осіб [10]. Ці та інші фактори сприяють вивченню питань розвитку соціальної відповідальності, яка може стати інструментом для досягнення потреб зацікавлених сторін і для сталого розвитку сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження розвитку соціальної відповідальності бізнесу знайшли своє відображення в багатьох працях як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Цим проблемам присвятили свої праці такі вчені, як М. Альберт, Г. Боуен, К. Девіс, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Крамер, Н. Лі, М. Мескон та інші. Важливий внесок у розробку теоретико-прикладних аспектів соціальної відповідальності підприємств зробила також низка вітчизняних дослідників: О. Березіна, Т. Зінчук, О. Єранкін, С. Ілляшенко, С. Князь, А. Коноваленко, М. Саприкіна, Н. Супрун, О. Харчишина, М. Хорунжий, І. Царик, А. Чухно, В. Шаповал та інші. Більшість вітчизняних наукових досліджень базуються на досвіді зарубіжних країн і їх моделях соціальної відповідальності, але меншою мірою враховують особливості розвитку соціальної відповідальності агробізнесу.

Вважається, що основоположником теорії соціальної відповідальності став Г. Боуен, який зазначає у монографії «Соціальна відповідальність бізнесмена», що соціальна відповідальність бізнесу полягає у «реалізації тієї політики, прийнятті таких рішень або проведенні такої лінії поведінки, які б були бажані з позиції цілей і цінностей суспільства» [1]. Суттєвий внесок у формування базової концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) здійснив американський учений К. Девіс. Йому належить опрацювання комплексного підходу щодо аналізу зовнішніх сил, які детермінують

соціальної активності компаній [2]. Ф. Котлер та Н. Лі зазначають, що КСВ – це зобов'язання бізнесу сприяти економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя [8].

Постановка завдання. Мета статті – обґрунтувати та визначити роль і місце соціальної відповідальності агробізнесу у забезпеченні сталого розвитку та виявити фактори, що сприяють її розвитку. В процесі дослідження основними завданнями стали: систематизувати загальні тенденції, напрями і проблеми розвитку соціальної відповідальності агробізнесу в регіоні; визначити та обґрунтувати фактори, що сприяють чи перешкоджають розвитку соціальної відповідальності агробізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політика з корпоративної соціальної відповідальності тісно пов'язана зі стратегією сталого розвитку. Сталий розвиток суспільства – це модель, яка системно інтегрує три основні компоненти розвитку суспільства: економічну, екологічну та соціальну. У свою чергу концепція корпоративної сталості – це свого роду «мікроекономічний» рівень концепції сталого розвитку. Окремі дослідники розглядають її як модель управління корпорацією, яка охоплює економічну, соціальну та екологічну діяльність, оптимізує ризики та використовує можливості в цих трьох сферах свого розвитку [11; 3]. Слід зазначити, що соціальна відповідальність також є одним із чинників інклюзивного зростання, яка з позиції стратегії фактично ототожнюється із зростанням та перспективами рівномірного використання і розподілу суспільних благ і вигод від “досягнень зростання” між людьми [6].

За визначенням *Всесвітньої ділової ради за сталий розвиток*, соціальна відповідальність бізнесу – це постійно діюча вимога до бізнесу діяти в рамках етичних норм та забезпечувати економічне зростання, в тому числі шляхом покращення стандартів життя працівників та їх сімей тією самою мірою, що і покращення життєвих стандартів для жителів свого регіону, та суспільства в цілому” [5]. Початковий етап розвитку наукових досліджень соціальної відповідальності бізнесу у вітчизняній науці розпочався із приєднанням у 2006 р. України до Глобального договору ООН (UN Global Compact, 2000) [4]. У Глобальному договорі ООН фактично було відтворено принципи і правила ділової етики, які формувалися протягом XIX-XX ст. і здобули загальне визнання. Відповідні принципи стосуються прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Ці принципи є стандартом або кодексом поведінки так званого соціально відповідального бізнесу в усіх цивілізованих країнах і фактично реалізуються, наприклад, через впровадження на підприємстві екологічно безпечних технологій, відмову від використання дитячої праці, укладання колективних договорів, запобігання корупції тощо. Разом з тим практика соціальної відповідальності бізнесу орієнтується на потреби більш широкого кола заінтересованих осіб (зокрема, партнерів по бізнесу, споживачів, акціонерів та ін.), отже, виходить за межі принципів Глобального договору ООН.

Впровадження принципів соціальної відповідальності не є загальноприйнятою практикою в сфері агробізнесу. Вітчизняні суб'єкти агробізнесу недостатньо використовують сучасні підходи у цій сфері. Як свідчать дослідження, лише 20-25% компаній мають відповідний бюджет на соціальну відповідальність, розробляють відповідні програми та готують соціальні щорічні звіти. Найактивнішими в цій сфері є представники спільних підприємств, іноземних компаній та великих українських агрохолдингів і харчових корпорацій [12].

З метою виявлення напрямів розвитку соціальної відповідальності аграрного бізнесу та впливу цього процесу на розвиток сільських громад було проведено соціологічне опитування як сільських голів, так і керівників аграрних підприємств в Житомирській області. В результаті соціологічного опитування визначено, які напрями соціальної відповідальності здійснюють аграрні підприємства по відношенню до свого персоналу, до своїх споживачів та бізнес-партнерів, до своєї сільської громади, до соціально незахищених груп населення, а також які заходи здійснюються з метою зменшення впливу на навколишнє середовище.

Більшість опитаних сільських голів (понад 70%) лише дещо обізнані в питаннях соціальної відповідальності, 24% добре проінформовані в цих питаннях і лише 5% взагалі нічого не знають про соціальну відповідальність бізнесу. В той же час більшість керівників аграрних підприємств (56%) добре проінформовані в питаннях соціальної відповідальності. Хоча вищезазначений рівень є відносно високим, зробити висновок, що це поняття широко відомо всім суб'єктам було б не вірно, оскільки, як свідчать окремі проведені дослідження, кожне п'яте підприємство в Україні не інформовано про таку широко розповсюджену у світі практику.

Найбільш розповсюдженими джерелами отримання інформації з питань соціальної відповідальності стали засоби масової інформації, у т.ч. Інтернет-ресурси (майже 80% – сільські голови, 30% – керівники аграрних підприємств), канали міжособистісної комунікації (при спілкуванні з колегами, представниками органів державної влади, представниками переробних, аграрних підприємств чи бізнесу) – 61% і 53% відповідно, а також інформація, отримана під час участі у тренінгах, круглих столах, форумах (майже 2% і 16%). Слід зазначити, що саме останні джерела могли б стати ефективним засобом поширення практики розвитку соціальної відповідальності агробізнесу. В

той же час 11% сільських голів зазначили, що жодних джерел для отримання інформації про соціальну відповідальність не мають в регіоні.

В результаті дослідження було виявлено, що саме респонденти розуміють під терміном «соціальна відповідальність бізнесу (СВБ)». Сільські голови переважно відносять до СВБ впровадження соціальних програм поліпшення умов життя громади (67%), дотримання законодавства (37%), участь в регіональних програмах розвитку сільських територій та відповідальність за громаду, на території якої здійснюється господарська діяльність підприємств (по 26% респондентів), а також благодійну допомогу соціально незахищеним верствам населення (фінансова та матеріальна допомога тощо) (24%) (табл. 1).

Таблиця 1

Складові поняття «соціальна відповідальність бізнесу», %

Варіанти відповідей	Сільські голови	Керівники аграрних підприємств
впровадження соціальних програм поліпшення умов життя громади	67	47
впровадження соціальних програм та поліпшення умов праці власного персоналу	247	237
навчання та розвиток персоналу	13	20
дотримання законодавства	37	13
застосування в політиці бізнесу принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів та партнерів	15	67
благодійна допомога соціально незахищеним верствам населення (фінансова та матеріальна допомога тощо)	24	10
відповідальність за громаду, на території якої здійснюється господарська діяльність підприємств	26	23
участь в регіональних програмах розвитку сільських територій	26	30
раціональне використання ресурсів (водних, земельних, лісових ресурсів) та турбота про екологію	20	27

Джерело: результати соціологічного дослідження

Що стосується опитування керівників аграрних підприємств, то вони переважно відносять до СВБ застосування в політиці бізнесу принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів та партнерів (67%) та впровадження соціальних програм поліпшення умов життя громади (47%). Такі респонденти меншою мірою вважають, що соціальна відповідальність – це благодійна допомога соціально незахищеним верствам населення (фінансова та матеріальна допомога тощо) (лише 10% респондентів). Таким чином, отримані дані не співпадають з існуючою думкою про те, що СВБ асоціюється в суспільстві насамперед з добродійністю. Зміщення акцентів у бік внутрішніх соціальних програм аграрних підприємств, а також заходів, спрямованих на споживачів та партнерів, можна віднести до специфіки розвитку СВБ в Україні. Але разом з тим, можна зробити висновок про те, що в Житомирській області серед аграрних підприємств поширене уявлення про важливе значення участі агробізнесу в соціально-економічному розвитку сільських територій.

Сільські голови зазначили, що аграрні підприємства по відношенню до своєї громади лише за потребою здійснюють благодійну допомогу (70% респондентів), приймають участь у благоустрої сільської території (63%), здійснюють прибирання, вивіз сміття (28%), надають фінансову допомогу сільській громаді (26%), а також іноді організують масові акції, виступають спонсорами спортивних та культурних заходів (18%). В той же час майже 15% сільських голів відмітили, що аграрні підприємства жодних заходів по відношенню до розвитку сільської громади не здійснюють.

Майже всі опитані керівники аграрних підприємств зазначили, що вони іноді за потребою сільських громад сприяють їх розвитку. Найбільша частка респондентів зазначила, що переважно надає фінансову допомогу (91%), забезпечує благоустрій сільських територій (57%) та організацію масових акцій, спонсорство спортивних та культурних заходів на селі (46,6%).

Серед напрямів соціальної відповідальності по відношенню до свого персоналу аграрні підприємства: ніколи не затримують заробітну плату та регулярно її підвищують (90% респондентів); впроваджують програми покращення умов праці та відпочинку (60%); забезпечують додаткову освіту, підвищують кваліфікацію персоналу (47%) та впроваджують програми кар'єрного розвитку (23%).

Як зазначалося раніше, аграрні підприємства значної уваги приділяють напрямом соціальної відповідальності по відношенню до своїх споживачів та бізнес-партнерів. Понад 70% респондентів зазначили, що вони передусім застосовують принципи етичного ставлення до споживачів і партнерів (77%), дотримуються стандартів та нормативів (ДСТУ, ISO) (64%) та застосовують чесну конкуренцію (47%).

Що стосується відповідальності по відношенню до соціально незахищених груп населення, то аграрні підприємства в основному займаються благодійністю та спонсорством (65%), а також ініціюють безкоштовне надання товарів чи послуг (15%) і майже не здійснюють шефство над спеціалізованими закладами (5,5%). Разом з тим третина всіх опитаних сільських голів вважають, що підприємства взагалі не здійснюють жодних заходів по відношенню до соціально незахищених груп населення в регіоні (28%).

Необхідною умовою забезпечення сталого розвитку суспільства та важливою обов'язковою складовою соціальної відповідальності агробізнесу є екологічна відповідальність, яка реалізується через дотримання превентивного підходу до екологічних проблем, підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища, розвиток та поширення безпечних технологій. Тому на питання «Які заходи здійснюються на Вашій території з метою зменшення впливу на навколишнє середовище?» відповіді сільських голів розподілилися наступним чином: 48% респондентів зазначили, що жодних заходів не здійснюється, 31% вказали на те, що іноді підприємства займаються посадкою лісу, 17% – здійснюють заходи щодо захисту водних ресурсів, 16% – впроваджують енергозберігаючі технології і лише 7% застосовують заходи із зменшення викидів у навколишнє середовище. Разом з тим понад 7% опитаних взагалі не обізнані в тому, які заходи здійснюють суб'єкти агробізнесу щодо зменшення впливу на навколишнє середовище.

В той же час усі керівники аграрних підприємств зазначили, що вони здійснюють різні заходи для зменшення впливу на навколишнє середовище. Найбільше уваги вони приділяють захисту природних ресурсів (73%) та впровадженню енергозберігаючих технологій (30%), а от впровадження програм використання, утилізації відходів та застосування заходів із зменшення викидів у навколишнє середовище не є популярними заходами для підприємств.

Дослідивши ступінь розвитку соціальної відповідальності агробізнесу в Житомирській області, слід зазначити, що респонденти по різному її оцінили (рис. 1). Керівники аграрних підприємств вважають, що достатньо високий рівень розвитку соціальної відповідальності агробізнесу, що не співпадає з думкою сільських голів.

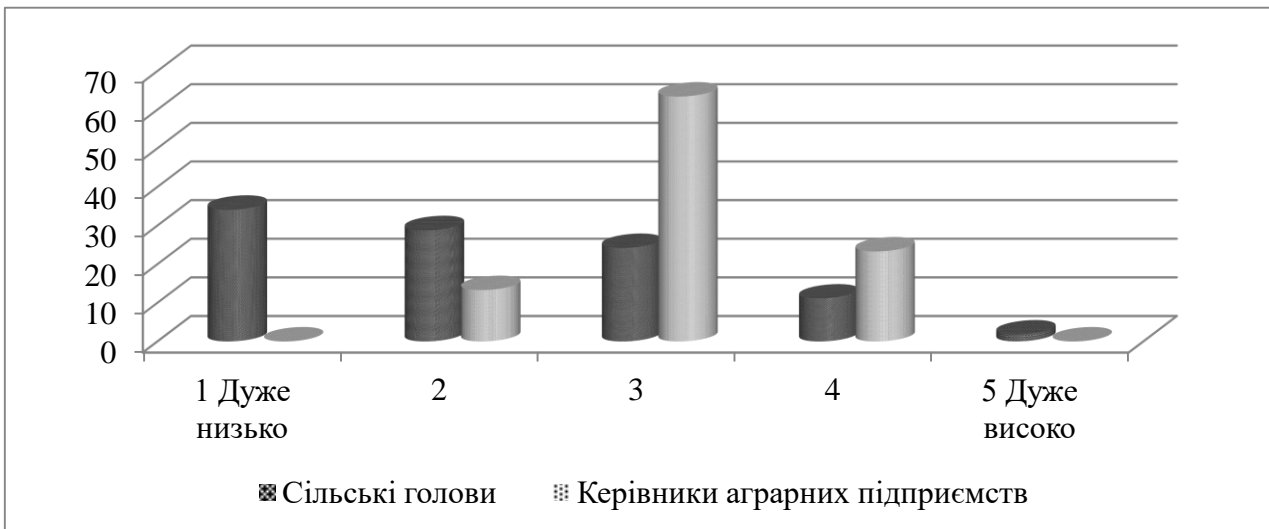


Рис. 1. Оцінка рівня розвитку соціальної відповідальності агробізнесу в Житомирській області (на основі соціологічного опитування), %

Джерело: результати соціологічного дослідження

На думку сільських голів, найкращими чинниками, що спонукають підприємства здійснювати соціально-відповідальні заходи, є: запити органів (місцевої) влади; запити з боку громади чи громадських організацій; це відповідає законодавству країни; підприємства самі визнають необхідність та проявляють ініціативу (табл. 2).

В той же час керівники аграрних підприємств вважають, що насамперед їх спонукають здійснювати соціально-відповідальні заходи власники підприємства чи материнської компанії, з моральних міркувань та запити з боку громади. Як свідчать дослідження, 60% респондентів (аграрні підприємства) зазначили, що зниження податкового тягаря може стати основним фактором, який сприятиме розвитку соціальної відповідальності аграрних підприємств (табл. 3).

Таблиця 2

Чинники, що спонукають суб'єктів аграрного бізнесу здійснювати соціально-відповідальні заходи в Житомирській області

Варіанти відповідей	Сільські голови	Керівники аграрних підприємств
це є вимогою власників підприємства чи материнської компанії	11	60
підприємства самі визнають необхідність та проявляють ініціативу з моральних міркувань	30	20
це відповідає законодавству країни	9	53
це сприяє зростанню їхніх продажів	24,0	10
їх конкуренти також це роблять	17	7
запити органів (місцевої) влади	15	3
запити з боку профспілкових організацій	30	30
запити з боку громади чи громадських організацій	4	0
тиск з боку органів (місцевої) влади	24	26
це висвітлюється в ЗМІ та сприяє покращенню іміджу підприємства	12	13
	7,5	7

Джерело: результати соціологічного дослідження

Таблиця 3

Фактори, що сприятимуть розвитку соціальної відповідальності в Житомирській області

Варіанти відповідей	Сільські голови	Керівники аграрних підприємств
міжнародний досвід	9	20
власні напрацювання та отриманий позитивний ефект	35	37
український досвід інших підприємств	18,5	26,6
зниження податкового тиску	20	60
зміни у законодавстві	48	46,6
вимоги партнерів та споживачів	18,5	16,6
потреби співробітників	7	10
потреби громади	22	13
зміни у суспільній свідомості	35,6	26,6
наявність на регіональному рівні банку соціальних програм	16,6	10

Джерело: результати соціологічного дослідження

Представлені результати відповідають дослідженням деяких українських науковців. Наприклад, Коноваленко А. в своїх дослідженнях зазначила, що "основними напрямками розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні повинні бути: розробка державних програм, впровадження комплексу податкових пільг з метою стимулювання соціально відповідальних дій підприємств; розповсюдження передового досвіду підприємців у сфері благодійної діяльності, меценатства й інших соціально відповідальних дій..." [7]. Разом з тим, слід зазначити, що і керівники аграрних підприємств, і сільські голови погодилися, що власні напрацювання й отриманий позитивний ефект разом зі змінами в законодавстві та суспільній свідомості (майже 50% від усіх опитаних) сприятимуть розвитку соціальної відповідальності.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, соціальній відповідальності аграрного бізнесу в регіоні не приділяється належна увага. Соціальний мінімум обмежується дотриманням законодавства, виплатою заробітної плати, благодійною діяльністю і не стосується вивчення впливу зацікавлених сторін та налагодження діалогу з ними. Відношення суб'єктів агробізнесу до питання розвитку соціальної відповідальності в Житомирській області та й в Україні в цілому відображає, що переважна їх більшість, як правило, намагається покласти відповідальність насамперед на державу, і що вони вбачають свою участь у вирішенні соціальних проблем шляхом отримання прибутку і сплати податків.

Результати дослідження свідчать, що в регіоні як представники агробізнесу, так і сільських громад не повною мірою обізнані з концепцією КСВ, більшість аграрних підприємств здійснюють соціальну відповідальність нерегулярно, а також не мають ні власної програми, ні соціального бюджету для реалізації соціально-відповідальних заходів. Однією з причин таких результатів є те, що майже відсутній зв'язок між аграрним бізнесом і сільською громадою. Прямий діалог між ними допоміг

би підприємствам орієнтуватися на громадські потреби, враховував би інтереси всіх зацікавлених сторін. Тому, в умовах сучасного ринкового середовища аграрних підприємств, що прагнуть до сталого розвитку, впровадження системи соціальної відповідальності є вкрай необхідним заходом, що може забезпечити досягнення конкурентних переваг.

Література

1. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R Bowen // Harper & Row. – N.Y. – 1953. – P. 284.
2. Davis K. Business and Society: Environment and Responsibility / K. Davis, R. Blomstrom // McGraw-Hill. – N.Y. – 1975. – P. 23
3. Kovalchuk O.D. The 2030 Agenda for Sustainable Development 2016 // Вісник ЖНАЕУ. Том 3. – 2016. – №1 (55). – С. 331-337.
4. UN Global Compact [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/>
5. WBCSD (2016): World Business Council on Sustainable Development, business solution for a sustainable world [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>
6. Зінчук Т.О. На початку пошуку стратегії інклюзивного зростання сільської економіки: світовий та європейський підхід / Т.О. Зінчук // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2016. – №4 (68). – С. 132-137.
7. Коноваленко А.С. Оцінка рівня соціальної відповідальності малого і середнього підприємництва: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. С. Коноваленко ; Ін-т економіки пром-сті НАН України. – Донецьк, 2010. – 20 с.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі. ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – С. 352.
9. Левківська Л.М. Формування та функціонування інтегрованих структур в агробізнесі / Л.М. Левківська, Т.В. Швець // Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. – 2015. – № 33. – С. 234-242.
10. Соціально-економічні проблеми розвитку сільських територій: регіональний аспект: кол. монографія / [В.І. Ткачук, А.О. Соколова, О.В. Голій та ін.]; за ред. В.І. Ткачука; Видавництво ПП «Рута», 2014. – 353 с.
11. Тарасенко І.О. Стратегічне управління соціальною відповідальністю в забезпеченні сталого розвитку підприємства / І.О. Тарасенко // Вісник КНУТД. – 2009. – № 2. – С. 167-173.
12. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія / В.М. Шаповал. – Дніпропетровськ. – Державний ВНЗ «НГУ». – 2011. – 357 с.

References

1. Bowen, H.R. (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper& Row: N.Y., 284 p.
2. Davis, K., Blomstrom, R. (1975), *Business and Society: Environment and Responsibility*, McGraw-Hill, N.Y, p. 23.
3. Kovalchuk, O.D. (2016), "The 2030 Agenda for Sustainable Development", *Visnyk ZNAU*, Vol. 3, no. 1 (55), pp. 331-337.
4. UN Global Compact, available at: <http://www.unglobalcompact.org/> (access date February 20, 2017)
5. WBCSD (2016): World Business Council on Sustainable Development, business solution for a sustainable world, available at: <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx> (access date February 20, 2017)
6. Zinchuk, T.O. (2016), "At the beginning of inclusive growth of rural economy strategy: world and European approaches", *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seria: Ekonomika i menedzhment*, no. (68), pp. 132-137.
7. Konovalenko, A. (2010), "Evaluation of the social responsibility of SMEs", Thesis abstract for Cand. Sc. (Econ.), Donetsk, Ukraine, 20 p
8. Kotler, F. and Li, N. (2005), *Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshе dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva* [Corporate Social Responsibility Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause], trans. from English by S. Yarynych, Standart, Kyiv, Ukraine, 352 p.
9. Levkivska, L.M. and Shvets, T.V (2015), "Forming and functioning of the integrated structures in agribusiness", *Formuvannia rynkovoї ekonomiky. Zbirnyk naukovykh prats*, no. 33, pp. 234-242.
10. Tkachuk, V.I., Sokolova, A.O., Holii, O.V. et al. (2014), *Sotsialno-ekonomichni problemy rozvytku silskykh terytorii: rehionalnyi aspekt* [Socio-economic problems of rural development: a regional perspective], monograph, Ruta, Zhytomyr, Ukraine, 353 p.

11. Tarasenko, I.O. (2009), "Strategic management of social responsibility for sustainable development of the company", *Visnyk KNUTD*, no. 2, pp. 167-173.

12. Shapoval, V.M. (2011), *Sotsialna vidpovidalnist biznesu v strukturі upravlinnia ekonomikoіu* [Social responsibility of business in the governance structure of the economy], monograph, Dnipropetrovsk, Ukraine, 357 p.

Рецензент: д.е.н., професор Житомирського національного агроекологічного університету О.В.Скидан

УДК 35.072.1

Прокопчук О.А.,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності
Житомирський національний агроекологічний університет

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Prokopchuk O.A.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., assistant professor
at the department of management of foreign economic activity
Zhytomyr National Agroecological University

DECENTRALIZATION AS A MECHANISM OF SOCIAL AND INCLUSIVE RURAL DEVELOPMENT

Постановка проблеми. В умовах розширення для національної економіки євроінтеграційних перспектив відбувається активна адаптація інституційних засад розвитку сільських територій до методологічних вимог європейської аграрної політики, стратегічним орієнтиром якої є забезпечення сталого та інклюзивного сільського розвитку. Основною ідеєю інклюзивного підходу є формування для кожного громадянина рівних можливостей та прав щодо активної участі у житті соціуму. Стратегічним напрямом забезпечення інклюзивного соціально-економічного розвитку сільських територій в Україні визначено децентралізацію як спосіб підвищення дотичності та розширення можливостей, прав та повноважень сільських громад у суспільному житті. Багатогранність проблем та відсутність досвіду ідентифікують необхідність розробки науково-обґрунтованих практичних рекомендацій щодо імплементації даного процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інклюзивного розвитку у вітчизняній науці є відносно новими і малодослідженими. Їх огляд стосується переважно застосування інклюзивного методологічного підходу у сфері освіти. Окремі аспекти інклюзивного розвитку соціально-економічних систем знайшли відображення у малочисельних працях таких науковців, як А. В. Базилук, О.В. Жулин [1], Т.О. Зінчук [2] та ін. Практично не висвітленими у науковій літературі залишаються питання інклюзивного розвитку сільських територій, що і визначило тему даного дослідження.

Постановка завдання. Зважаючи на актуальність проблем інклюзивного розвитку сільських територій, метою дослідження є обґрунтування практичних засад його імплементації, зокрема інституційних умов, результатів, стримуючих чинників та викликів децентралізації як способу активізації та реалізації ініціатив громад в процесі розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усвідомлення виключної ролі сільських територій у відтворенні економічного та соціального капіталу в Україні призводить до поступової актуалізації питань сільського розвитку. В умовах пріоритетності євроінтеграційних відносин процес інституціоналізації національної політики сільського розвитку відбувається з врахуванням методологічних засад політики Європейського Союзу (ЄС), однією з стратегічних цілей якої визначено формування соціально інклюзивного суспільства [3].

З етимологічної точки зору «інклюзія» являє собою процес активізації участі громадян у житті соціуму. Соціально інклюзивність, відповідно до визначення, задекларованого у стратегії розвитку