

*Лаєрив І.М.,  
к.е.н., ст. викладач кафедри міжнародних економічних відносин  
Львівського національного аграрного університету*

## **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ**

На сьогоднішній день соціальна відповідальність є складовою сталого розвитку бізнесу, зокрема розвитку аграрного сектору. Однак, незважаючи на велику кількість праць у сфері дослідження соціальної відповідальності та її впливу на економічні процеси, не існує єдиного визначення цього поняття. За визначенням, яке подає спільнота «Соціально відповідальний бізнес», під цим поняттям розуміють концепцію залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу). На нашу думку, соціальна відповідальність в аграрному бізнесі – це відповідальне ставлення виробників продукції до параметрів її якості, екологічності, безпечності з одночасним врахуванням соціальних інтересів як працівників підприємства, так і споживачів їх продукції.

При формуванні експортного потенціалу аграрних підприємств важливу роль відіграє якість продукції, яку вони виробляють. Тому питання забезпечення, а також постійного підвищення якості аграрної продукції на сьогодні є достатньо актуальним.

Перед аграрними підприємствами з постійним розвитком конкуренції на внутрішньому та світовому ринку постали такі проблеми:

- недосконалість чинних стандартів в Україні;
- повільні темпи впровадження міжнародних стандартів у сільськогосподарську галузь;
- велика тривалість і висока вартість послуг сертифікації.

Зважаючи на інтеграційні процеси, які закладені в зовнішньоекономічній стратегії України, необхідною є адаптація українських стандартів до європейських. До цього варто додати, що запроваджена в Європейському Союзі система безпеки харчових продуктів визнається більш ніж сотнею країн Америки, Африки та Азії, і тому це розширює коло ймовірних споживачів – імпортерів вітчизняної сільськогосподарської продукції.

Чинні в Україні державні стандарти на низку видів сільськогосподарської продукції значною мірою не збігаються з тими, що діють переважно на ринках зарубіжних країн. Тому в сертифікаті повинні відображатися дані відповідно до умов покупця. Для прикладу, при експорті зерна з використанням залізничного або водного транспорту виробник чи власник зернопродукції має отримати такі документи на підтвердження якості зерна: посвідчення якості елеватора (картка аналізу зерна), сертифікат якості (на кожну вагонну партію), фітосанітарний сертифікат, карантинний сертифікат, радіологічний сертифікат-протокол, ветеринарне свідоцтво (на вимогу країни-імпортера) та ветеринарний сертифікат на кожний вагон.

Сам процес сертифікації сільськогосподарської продукції є достатньо запутаним, адже за наявності великої кількості нормативно-правових актів, які регулюють ці питання, відсутні чіткі інструкції для товаровиробника з покроковим алгоритмом проходження процесу сертифікації та стандартизації.

Невисокий рівень гармонізації українських стандартів якості з європейськими породжує низку перешкод у зовнішній торгівлі сільськогосподарською продукцією, зокрема:

- підприємства недоотримують виручку, позаяк багато з них просто не може продати продукцію за вигідними цінами на внутрішньому ринку і водночас не може продавати її на зовнішньому ринку;
- продукція, яка виробляється для внутрішнього ринку, не є високоякісною, тому це впливає на здоров'я населення;
- звужуються можливості географічної диверсифікації експорту, що зумовлює високий рівень залежності зовнішньої торгівлі від однієї країни чи окремої групи країн.

З метою вирішення вищезазначених проблем необхідно на державному рівні стимулювати сільськогосподарські підприємства до запровадження систем управління якістю продукції.

Загалом, впровадження та сертифікація системи управління якістю надасть можливість підприємствам покращити якість власної продукції та послуг, вийти на новий рівень конкурентоспроможності та зміцнити свої конкурентні позиції на ринках. Керівництво вітчизняних підприємств повинно розуміти, що, незважаючи на всі фінансові, часові та інші витрати, впровадження та сертифікація систем управління якістю продукції має стати стратегічним рішенням організації з метою розвитку власного бізнесу. А світовий досвід успішних компаній є вагомим аргументом у необхідності запозичення та застосування методів управління якістю у вітчизняних підприємствах, що поліпшить соціально-економічний статус не тільки конкретної господарської одиниці, а й держави в цілому.