

Слід зазначити, що самостійна зайнятість серед трудових мігрантів теж доволі поширена, зокрема 207,7 тис. осіб, або 16,4 % загальної кількості трудових мігрантів, працювали не за наймом. Найбільша частка самозайнятих була у торгівлі (45,8 % загальної кількості трудових мігрантів, які працювали у цьому виді [3].

Перелік посилань:

1. Бурік М. Стан і тенденції розвитку освіти України в умовах глобалізації / М. Бурік. – К. : Четверта хвиля, 2007. – 48 с.
2. Конечна Й. Йшли на захід... Про міграційні плани українців. Українська трудова міграція у контексті змін сучасного світу / Й. Конечна – Львів : Манускрипт, 2005. – 120 с.
3. Пуригіна О. Г. Міжнародна міграція : навч. посіб. / О. Г. Пуригіна, С. Е. Сардак – К. : ВЦ «Академія», 2007. – 312 с.
4. Зовнішня трудова міграція населення України. – К. : Державний комітет статистики України, Український центр соціальних реформ, 2009. – С. 29.

СОЦІАЛЬНА ОРІЄНТОВАНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

М.М. Ігнатенко, д.е.н., доцент

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. Сковороди»

В останнє десятиріччя у передових ринкових країнах світу значного поширення набула концепція соціальної або корпоративної соціальної відповідальності (СВ і КСВ відповідно) підприємств і організацій. Необхідність її залучення в управління підприємствами або у стратегії їх розвитку у сучасних умовах сприймається по-різному. Насамперед, проблемним уявляється визначення критеріїв соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність для вітчизняних підприємств під час здійснення соціальної політики не завжди адекватно сприймається як інструмент поліпшення їх соціально-економічного стану.

Так, сучасні менеджери та власники підприємств за відношенням до соціальної відповідальності поділяються на дві групи. Перша група є достатньо поширеною. Розуміння сутності КСВ її представниками полягає в тому, що роль їх суб'єктів господарювання зводиться до використання енергії, сировини і ресурсів у діяльності. Вона спрямована на збільшення прибутків і доходів за умови, що суб'єкти господарювання дотримуються відповідних правил і норм: сплачують податки, приймають участь у відкритій конкурентній боротьбі, не вдаються до шахрайства, тіншової діяльності, корупції, рейдерства, інших методів та інструментів недобросовісної конкуренції.

Друга група менеджерів і власників підприємств та бізнесу є, порівняно, невеликою. Її розуміння соціальної відповідальності передбачає, що підприємства несуть відповідальність перед суспільством, в якому функціонують, на більш високому рівні [1, с. 167]. Крім і понад забезпечення ефективності, зайнятості, прибутку і законності, вони готові направляти частину своїх ресурсів і зусиль для вирішення соціальних та екологічних проблем, спрямовувати кошти на користь і вдосконалення демократичних засад громадянського суспільства. Таким чином, акцентується увага на соціальній відповідальності, яка має на увазі певний рівень добровільної участі у вирішенні соціальних, економічних, екологічних, освітніх проблем всього населення.

Звичайно, така соціальна орієнтованість і відповідальність має ґрунтуватися на двосторонньому зв'язку підприємств як суб'єктів господарювання й суспільства, тобто основних бенефіціарів і стейкхолдерів. Визначення потреб суспільства й підприємницьких можливостей їх добровільного задоволення понад обов'язкові виплати має сприяти послідовній соціальній діяльності підприємств і схвальній оцінці цих дій з боку суспільства [2, с. 5]. Поєднання певних правил, норм, вимог, елементів соціальної поведінки підприємств має бути свідомим, цілеспрямованим, носити системний характер і здійснюватися в межах єдиної концепції соціальної відповідальності.

Перспективи соціальної відповідальності бізнесу та розвитку системи соціального партнерства в Україні залежить від важливості вирішення соціальних питань власне для підприємств. Посилення ролі держави в інноваційній сфері національної економіки має бути націлене на підвищення ефективності державної інноваційно-інвестиційної політики при стимулюванні корпоративних інвестицій. Необхідно брати для використання досвід іноземних підприємств і корпорацій та адаптувати його до вітчизняних умов з метою підвищення ефективності програм і процесів соціального розвитку, громадських організацій та спеціальних фондів, які беруть участь у їх забезпеченні [3, с. 12].

Таким чином, концепція корпоративної соціальної відповідальності буде результативно впроваджуватися в стратегічному управлінні суб'єктів господарювання. Тому можна прогнозувати поступове поширення концепції соціальної відповідальності у сучасних стратегіях господарювання та соціально-економічного розвитку українського суспільства. Отже, тільки сталий розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання на засадах соціальної відповідальності, конкурентоспроможності, модернізації виробництва здатний забезпечити узгодження та реалізацію інтересів усіх учасників соціального, екологічного та виробничо-економічного аспектів процесів відтворення.

Перелік посилань:

1. Ігнатенко М. М. *Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки* / М. М. Ігнатенко. – Херсон : Айлант, 2015. – 375с.
2. Котлер Ф. *Корпоративна соціальна відповідальність* / Ф. Котлер, Н. Лі // *Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства*; [пер. з англ. С. Яринич]. – К. : Стандарт. – 2005. – С. 4-6.
3. *Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в Україні : експертний аналіз* // Centre Corporate Social Responsibility Development, 2007. – 32 с.

ВСТАНОВЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО МИТА НА СОЮ ТА РІПАК ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

*А.В. Казанджі, аспірант
Одеський державний аграрний університет*

Сучасні реалії розвитку національної економіки свідчать, що агропромислове виробництво України здатне не тільки вирішити проблеми продовольчого забезпечення, але і реалізувати надзвичайно потужний зовнішньоекономічний агропродовольчий потенціал країни. Виняткову роль у функціонуванні АПВ відіграє олійно-жировий підкомплекс. Демонструючи стійкий розвиток протягом останніх років олійно-жировий підкомплекс виступає надійним фундаментом зміцнення продовольчої безпеки країни, базисом розширення її експортного потенціалу та джерелом надходження валютної виручки до державного бюджету, обсяги якої у 2015 році зросли до 5,5 млрд. дол. США [1].

Серед чинників, що сприяють розвитку підкомплексу слід відзначити: належні природно-кліматичні умови вирощування олійних культур на території України, переорієнтація в структурі харчування населення на олії і жири рослинного походження, зростання світового виробництва біодизельного палива тощо.

Зростаюча роль олійно-жирового підкомплексу у забезпеченні економічної безпеки України вимагає формування дієвої системи державної підтримки розвитку його експортного потенціалу.

Ще до 1999 року Україна позиціонувала себе як держава-постачальник олійної сировини на світовий ринок, чому сприяло відсутність будь яких обмежень на експорт цього виду сировини. Унаслідок неналежного державного контролю більша частина соняшнику, який був чи не єдиною олійною культурою, що вирощувалась в державі, експортувалась за кордон. В Україні виникла проблема забезпечення внутрішнього ринку соняшником олією, а виробничі потужності олієдобувних підприємств були завантажені на 25-30 %.

Розвиток олійно-жирового підкомплексу України почався з прийняттям Закону України «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур» в 1999 році [2], який передбачав впровадження експортного мита на насіння соняшнику в розмірі 23 %. В подальшому з прийняттям Закону України «Про внесення змін до деяких Законів України» [3] у 2001 році експортне мито було зменшено до 17 % та заборонено переробку соняшнику за кордоном на давальницьких умовах.

А з 2008 року після набуття Україною членства у СОТ набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур» [4], за яким діюча 17 % ставка мита на експорт насіння соняшнику щорічно повинна зменшуватися на 1 % (до 10 % у кінцевому періоді, яка діє на сьогоднішній день), як одне з умов СОТ.

Такі заходи дозволили переорієнтувати структуру експорту олійно-жирового підкомплексу від сировинної до готової продовольчої продукції та зробити Україну світовим лідером з виробництва та експорту соняшникової олії. За підсумком 2015-2016 МР частка України у світовому виробництві насіння соняшнику становить 28 %, а у виробництві соняшникової олії – 54,1 % [1].

Однак, якщо на світовому ринку соняшникового насіння та продуктів його переробки домінує продукція з доданою вартістю – олія та шрот, то ринки сої та ріпаку мають здебільшого сировинний напрямок. Так, за 2013-2015 рр. з України щорічно експортувалося більше 60 % врожаю сої та більше 90% врожаю ріпаку, що є наслідком відсутності митного обмеження на експорт цих олійних культур.