

Кравчук І.І.,  
к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій  
Житомирський національний агроекологічний університет

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНОЇ СИСТЕМИ АГРОСФЕРИ

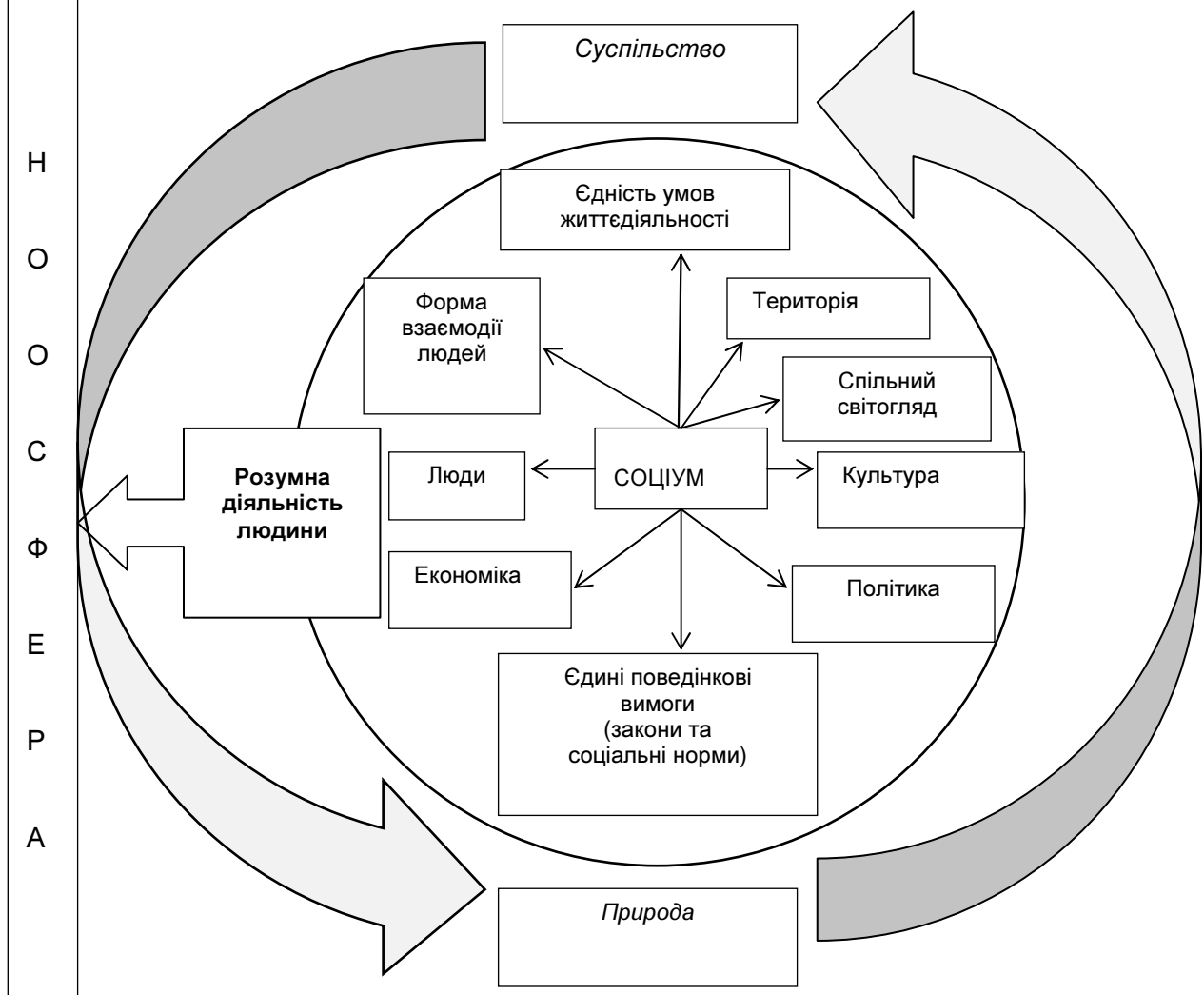
**Постановка проблеми.** Сучасний етап концептуального забезпечення соціально-економічного розвитку агросфери характеризується використанням методичного дослідницького інструментарію, який дозволяє інтегрувати класичні і сучасні концепції соціальної економіки, соціальної організації, соціального простору, соціальної географії, сталого розвитку та формувати новітні парадигми соціально-економічного розвитку системи агросфери. Системний підхід до вивчення проблем агросфери є найбільш популярним серед вчених економістів-аграрників, оскільки його використання дозволяє формувати нові концептуальні й прикладні засади розвитку у системній, ієрархічній та синергетичній взаємодії всіх її складових. Концептуальне забезпечення соціально-економічного розвитку локальної системи агросфери нині знаходиться у площині досліджень сільських територій, сільської економіки, сільського соціуму, диверсифікації, соціально-економічних аспектів управління аграрним сектором на різних рівнях ієрархії. Однак, концепція соціально-економічного розвитку локальної системи агросфери з урахуванням впливу сучасних інституційних та ринкових чинників тільки починає формуватись, що зумовлює потребу у поглибленні наукових розвідок у даному напрямку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомі напрацювання вітчизняних й зарубіжних науковців з питань соціально-економічного розвитку аграрного сектора, людського аграрного капіталу, села та сільських територій дозволяють вести мову про існування методологічної основи розвитку агросфери. Проблеми соціально-економічного розвитку аграрної сфери у контексті формування аграрної політики України є науковими інтересами Б. Буркинського, Л. Мельника О. Могильного, П. Саблука В. Юрчишина. Питання збалансованого соціо-еко-економіко-просторового розвитку села й сільських територій досліджують А. Аганебян, З. Герасимчук, Ю. Губені, Н. Іванова, Е. Крилатих,

Б. Пасхавер, О. Павлов, О. Попова, С. Юшин. Роль людського капіталу у соціально-економічному розвитку села, соціально-демографічні проблеми функціонування сільськогосподарських підприємств вивчають О. Бородіна, Л. Михайлова, М. Орлатий, І. Прокопа, Л. Шепотько, Г. Черевко, О. Шубравська, К. Якуба та ін. Разом із тим, ще не знайшли достатнього концептуального обґрунтування процеси соціально-економічного розвитку локальної системи агросфери, що свідчить про актуальність теми й обумовило вибір напряму дослідження.

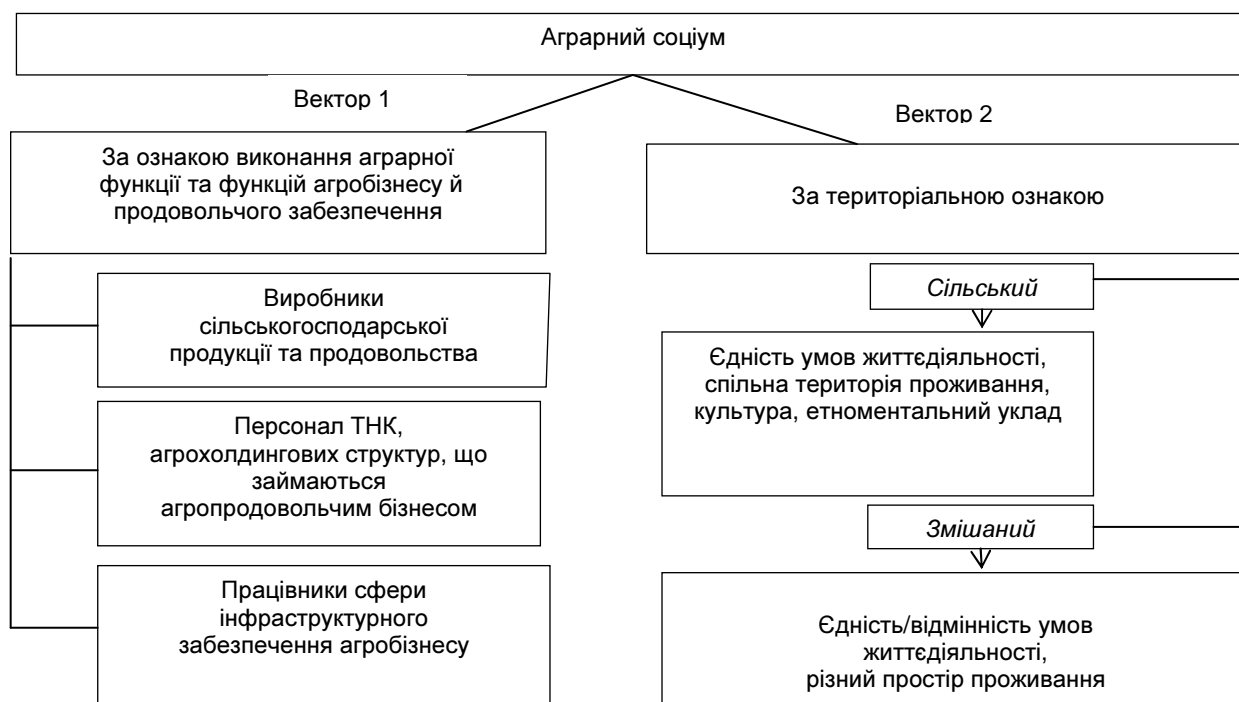
**Постановка завдання.** Метою дослідження є розробка концептуальних положень і прикладних рекомендацій щодо формування основ соціально-економічного розвитку локальної системи агросфери. В процесі підготовки статті були використані методи: історичний (для дослідження формування й розвитку соціально-економічних концепцій), абстрактно-логічний (для вивчення еволюції концепцій соціально-економічного розвитку, зокрема в аграрній сфері), аналізу і синтезу (для визначення сутності та особливостей формування теоретико-методологічних засад розвитку локальних систем агросфери).

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Концептуальне забезпечення соціально-економічного розвитку агросфери протягом тривалого часу здійснюється у площині визначення ступеню впливу різних чинників на економічне, соціальне, демографічне, екологічне становище села і селян як основних учасників аграрного виробництва, носіїв особливих функцій, пов'язаних із поєднанням власного життя з територіальними, природними, еко-ландшафтними благами. Науковий інтерес дослідників нині сфокусований на аналізі класичних концепцій соціального, природного, економічного, екологічного розвитку та адаптації їх до сучасних умов агросфери. Інтегруючим чинником усіх складових соціально-економічного розвитку вважається соціум, як система людей та форм їх взаємодії, єдності умов життєдіяльності, території, економіки, спільного світогляду, культури, політики, єдиних поведінкових вимог, що, згідно вчення В. Вернадського, формують сферу взаємодії суспільства і природи – ноосферу, в якій розумна людська діяльність є визначальним фактором розвитку [4, с. 23-24] (рис. 1).



**Рис. 1. Узагальнений концептуальний підхід до ролі соціуму у розвитку суспільства**  
Джерело: власні дослідження

З огляду на означене, сучасний концептуальний погляд на соціально-економічний розвиток агросфери варто формувати на засадах розгляду аграрного соціуму, як сукупності людей, що виконують аграрну функцію, функції агробізнесу й продовольчого забезпечення, мають спільні соціально-економічні й територіальні умови проживання. Узагальнення теоретико-методологічних поглядів на аграрний соціум у світі дозволяє виділяти два основні концептуальні вектори (рис. 2).



**Рис. 2. Вектори розвитку концепції аграрного соціуму у світі**

*Джерело: власні дослідження*

Як видно з рис. 2, вектор 1 вказує на економічні ознаки аграрного соціуму в умовах виконання ним аграрної функції та функцій агробізнесу. Вектор 2 вказує на територіальні ознаки із виділенням сільського і змішаного соціумів. Аналогічних позицій дотримуються вітчизняні економісти-аграрники, що дозволило сформулювати визначення сільського соціуму, який вважається типом соціальності, стійкою спільнотою людей, сукупністю соціальних груп, інституцій, окремих індивідів, що мають природні умови організації життя, сільський спосіб поселення та діяльності, проживають на спільній території, здійснюють економічну діяльність та формують власний добробут і ауру існування на території проживання. [11; 13, с. 45; 15, с. 35]. Ці дефініції вказують на те, що у вітчизняній аграрній економіці вектор формування концепції аграрного соціуму знаходиться у площині розгляду сільського соціуму, у якого спільні умови життєдіяльності, територія проживання, культура й етноментальний уклад. На наш погляд, перевага такого підходу вбачається у можливості розгляду сільського соціуму, як основи розвитку локальної системи агросфери.

Згідно системного підходу у концептуальному забезпеченні соціально-економічного розвитку агросфери, її локальна система ототожнюється із мікроекономічним рівнем ієрархії й вбачається такою, в якій формується соціально-економічне середовище розвитку сільського соціуму. Означений контекст орієнтує вектори концептуальних поглядів на інтеграційно-орієнтоване управління агросферою, в основі якого знаходиться модель „ефективної низхідної координації розвитку”, що дозволяє формувати й реалізовувати управлінські схеми у єдиному ланцюгу ієрархії – на макро-, мезо- та локальному рівнях координації (до того ж, це забезпечує можливість вимірювання, контролювання, оцінювання й оптимізації фінансових потоків (фіскальних, субвенційних, дотаційних, інвестиційних), що направлені на підтримку координації [7, с. 32]. Соціально-економічний розвиток локальних систем агросфери має стати передумовою формування сприятливого середовища для розвитку сільського соціуму. Локальні системи агросфери є базою для розвитку економічного, екологічного, соціально-культурного, просторово-територіального, демографічного середовища існування сільського соціуму.

До концепцій, що визначають соціально-економічний напрям розвитку локальних систем агросфери відносяться: концепція соціума К. Бруннера, концепція сталого розвитку, вчення про економічне зростання Е. Денісона та Р. Солоу. У концепції соціуму К. Бруннера закладено основи інтегрованого розвитку соціальної та економічної складових у соціумах, що детермінується як

одночасна мотивація різних континуумів у досягненні соціально-економічних цілей соціуму [16, с. 369-370]. Концептуальні засади сталого розвитку агросфери більше стосуються її локального рівня – сільського соціуму, в якому має забезпечуватись екологічна, економічна та соціальна сталість [1, с. 304]. Згідно вчення Е. Денісона та Р. Солоу, економічне зростання обумовлено чотирма факторами, що пов'язані із фізичною здатністю економіки до зростання – кількістю і якістю природних й трудових ресурсів, обсягом основного капіталу та технологією. [17, с. 87]. Щодо локального рівня агросфери сільського соціуму – можна вважати, що у ньому існують передумови розвитку факторів економічного зростання, а швидкість зростання залежить від сприятливих інституціональних та координаційних чинників. В нинішніх умовах, коли процеси формування основних суспільних інститутів на макрорівні проходять завершальну стадію, необхідним вбачається переведення інститутів сільського соціуму з режиму обслуговування людини у режим її саморозвитку (перетворення людського ресурсу села у людський і соціальний капітал локальної системи агросфери).

Нині у колах концептуалістів-методологів спостерігається використання інтегрованих підходів соціологічних та економічних наук до розвитку сільського соціуму та локальної системи агросфери. Проблематика досліджується у соціально-класовому, організаційно-виробничому, структурно-функціональному напрямках із виділенням первинності економічних, виробничих та підприємницьких факторів детермінації розвитку. Нерозривний зв'язок територіального аспекту і факторного потенціалу виробничої діяльності обумовлює закономірний розгляд соціального фактора локальної системи аграрної сфери в контексті архітектоники соціально-просторового порядку та у взаємозв'язку факторів спільного проживання в межах однієї території, виробничих, економічних, політичних, соціальних і культурних інтересів [10, с. 47].

Концептуальне забезпечення ефективного управління системами агросфери характеризується пошуком методологічного обґрунтування схем ієрархічної взаємодії об'єктів і суб'єктів управління на макро-, мезо- та локальному рівнях аграрного соціально-економічного простору. Основна проблема соціально-економічного управління в аграрному секторі вітчизняної економіки полягає у відсутності ефективних механізмів втілення державних, регіональних та стратегічних програм розвитку на локальному рівні – економічному просторі сільського соціуму, а також у відсутності дієвих мотиваційних схем формування економічної ініціативи сільського населення. Середовище соціально-економічного управління в аграрному секторі вбачається таким, що має класичну структуру – наявність виробництва (агробізнесових систем, несільськогосподарських видів діяльності, туризму та ін.), людей (учасників виробничих відносин), капіталу (відтворювальні і трансфертні джерела), „простору для діяльності”, управління.

До основних об'єктів соціально-економічного управління у локальному середовищі агросфери віднесені: „простір існування” сільського соціуму, сфера виробничої (підприємницької) діяльності, та інфраструктурні сфери розвитку (медицине, побутове, соціально-культурне обслуговування). При цьому людина є основним носієм економічної функції розвитку сільського соціуму. Не мотивований до розвитку економічний ресурс людини не здатний відтворювати ресурс розвитку території існування – соціуму.

З-поміж багатьох концепцій соціально-економічного розвитку агросфери, сільського соціуму в останні роки набуває актуальності використання концепції маркетингу, в якій багатоаспектність інтерпретації дефініцій маркетингового забезпечення розвитку економічних, соціальних, демографічних, територіальних, екологічних складових локальної системи агросфери формує перспективи розвитку концепції маркетингу сільського соціуму. Процес еволюції теоретико-методологічного обґрунтування використання маркетингових підходів у дослідженнях розвитку агросфери нині знаходиться на стадії вивчення проблем маркетингу територій та маркетингу соціально-економічного розвитку локальної системи агросфери.

Концепція маркетингу територій сформована на основі ринкової орієнтації концепцій управління і використовується у дослідницьких технологіях сталого розвитку села, сільських територій та їх потенціалів. Особливістю територіального маркетингу, на думку І.В. Арженовського, є те, що його об'єктом вбачається локальний соціум агросфери як соціо-еко-економіко-територіальна система, так і продукт зі своїми товарами і послугами [2]. В.П. Радченко вважає маркетинг територій системою, що складається з маркетингу землі, економічної діяльності, соціально-культурної і побутової інфраструктури, еко-маркетингу, метою якого є задоволення потреб економічних суб'єктів сільських спільнот, розвиток інвестиційно-ресурсного потенціалу сільського соціуму і наголошує на необхідності поглиблення наукових досліджень в сфері використання сучасних маркетингових концепцій для соціально-економічного розвитку сільських територій [14, с. 51].

Проблематика маркетингу сільських територій у працях вітчизняних і зарубіжних науковців представлена у контексті аналізу проблем просування аграрної продукції, що виробляється у сільських регіонах, маркетингу місць та технологій просування окремих елементів маркетингового потенціалу сільських територій (рекреаційного, туристичного, екологічного) [5; 8; 6, с. 24; 12; 9, с. 241; 18, с. 56].

Відтак, маркетинговим потенціалом сільського соціуму може вважатись сукупність територіального, економічного, демографічного, соціально-культурного, екологічного потенціалів, що за умов здійснення управління на засадах маркетингу забезпечує економічну, соціальну та екологічну

сталість локальної системи агросфери. Сільський соціум вважатиметься суб'єктом маркетингового регулювання локальної системи агросфери, а маркетингове середовище визначатиметься сукупністю складових від адміністративно-територіальної будови (в розрізі її складових: територіального розподілу, ієрархії та механізмів управління), розвитку ринкового механізму, факторної збалансованості та інформаційної відкритості, до залучення населення, підприємців, керівників і державних службовців у відносини, пов'язані з розвитком виробничих, соціальних, екологічних, культурних складових сільського соціуму. Такі позиції підтверджуються підходом А. Бравермана, згідно якого маркетинг є технологією, що забезпечує підтримку життєздатності, мобілізації та розширення ресурсного потенціалу, зниження соціальної конфліктності у внутрішньому і зовнішньому середовищі сільського соціуму [3, с. 29].

Концептуальні засади соціально-економічного розвитку системи агросфери мають покладатись в основу державних стратегій, програм, проектів та мати логічний базис для формування інструментарію їх реалізації. В останні роки в Україні спостерігалась суперечливість концептуального та інституційного чинників – уповільнення процесів імплементації новітніх наукових ідей у практику відродження агросфери; за останні десятиліття тричі змінювались вектори аграрної політики; земельна реформа, що нині знаходиться на завершальній стадії, виявила безліч додаткових ризиків регламентарного, нормативного й правового характеру; фінансова підтримка розвитку агросфери потребує удосконалення механізму її реалізації тощо. Вважаємо, що інноваційні ідеї концептуального забезпечення соціально-економічного розвитку агросфери мають втілюватись не тільки у державні стратегії і програми, а й у механізми їх реалізації на макро-, мезо- та локальному рівнях. Для цього необхідно, по-перше, здійснювати моніторинг формування та реалізації державних стратегій розвитку агросфери та її складових на основі використання сучасних концепцій; по-друге, формувати і використовувати адаптаційний механізм новітніх наукових розробок до локальних умов їх імплементації; розробляти інструментарій наукового забезпечення системного розвитку локальної систем агросфери – сільського соціуму.

#### **Висновки з даного дослідження.**

1. Концептуальне забезпечення соціально-економічного розвитку локальної системи агросфери формується на засадах інтеграції класичних і сучасних концепцій ноосфери В. Вернадського, соціальної економіки, соціальної організації, соціального простору, соціальної географії, сталого розвитку.

2. Концепція аграрного соціуму виділяє напрями його розвитку за ознаками виконання аграрної функції, функцій агробізнесу й продовольчого забезпечення та за територіальними ознаками.

3. Концептуальне забезпечення соціально-економічного розвитку локального рівня агросфери ґрунтується на концепціях соціуму, сталого розвитку, економічного зростання.

4. Сучасний етап концептуального забезпечення розвитку локальної системи агросфери має маркетинговий вектор і ґрунтується на концепції територіального маркетингу. Це зумовлює можливість формування концепції маркетингу сільського соціуму.

5. Згідно підходу до сільського соціуму як до основи локальної системи агросфери, його соціально-економічний розвиток сприятиме формуванню економічного, екологічного, соціально-культурного, просторово-територіального, демографічного середовища.

6. Концептуальні засади соціально-економічного розвитку локального рівня агросфери мають стати основою для розробки державних стратегій і програм розвитку агросфери, а інноваційні концептуальні ідеї мають втілюватись у механізм їх реалізації на макро-, мезо- та локальному рівнях.

#### **Література**

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / за ред. М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Федорова. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 1000 с.
2. Арженовский И.В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс] / И.В. Арженовский // Энциклопедия маркетинга. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>.
3. Браверманн А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика / А. Браверманн. – М. : Изд-во «Экономика», 1997. – 258 с.
4. Голубець М.А. Від біосфери до соціосфери. / М.А. Голубець. – Львів: Поллі, 1997. – 256 с.
5. Казачковська Г.В. Маркетингове забезпечення розвитку рекреаційно-туристичного сектора регіональної економіки [Електронний ресурс] / Г.В. Казачковська. – Режим доступу: <http://www.ariu.berdyansk.net/departments/conferences/2005/16t.pdf>.
6. Кетова Н. Незаритість маркетингового типа мышления как фактор ограничения производственно-коммерческого потенциала аграрной сферы / Н. Кетова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2002. – № 3. – С. 21-28.
7. Кравчук І.І. Інтеграційні виміри соціально-економічного управління в аграрній сфері України / І. І. Кравчук // Зб. матеріалів 11 конференції молодих вчених-економістів „Стратегічні напрями і

пріоритети формування конкурентоспроможності аграрного сектора". – Житомир: ЖНАЕУ. – 23-24 листоп. 2011 р. – С. 31-35.

8. Кудрявцев Ю.Н. Территориальный маркетинг в системе местного самоуправления муниципальных образований [Электронный ресурс] / Ю.Н. Кудрявцев. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.r>.

9. Матюхін В.О. Модель стратегії розвитку регіонального туризму / В.О. Матюхін, Я.М. Кашуба, О.В. Кобзева // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Ресурсне забезпечення інтелектуально-інноваційного розвитку регіону: Зб. наук.-пр. конф. / НАН України. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України. – 2007. – Вип. 3(65). – С. 235-247.

10. Морозова Т.В. Социально-экономическая адаптация сельских сообществ к рынку (на примере Республики Карелия): дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Татьяна Васильевна Морозова. – Москва, 2005. – 341 с.

11. Основні наукові досягнення та впровадження за результатами виконаних робіт Інституту економіки та прогнозування НАНУ (2007 р.) за тематикою «Сільський розвиток на сталій основі: теорія та методологія, індикатори оцінки, практика реалізації» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.ief.org.ua/new\\_page\\_11.htm](http://www.ief.org.ua/new_page_11.htm).

12. Панкрухин А.П. Исследования территорий: подход маркетолога [Электронный ресурс] / А.П. Панкрухин // Территория и планирование. – № 3 (27). – Режим доступа: [http://www.gradoforum.novo-sibirsk.ru/files/pankruhin\\_1.pdf](http://www.gradoforum.novo-sibirsk.ru/files/pankruhin_1.pdf).

13. Попова О.Л. Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми / О.Л. Попова. – К. : Ін-т екон. і прогнозів. НАН України, 2009. – 352 с.

14. Радченко В.П. Маркетинг сельских территорий в системе территориального управления: принципы, инструментальный аппарат : дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Валентина Петровна Радченко. – Ростов-на-Дону, 2011. – 341 с.

15. Шатохін А.М. Соціологія села / А. М. Шахотін. – К. : Науковий світ, 2000. – 225 с.

16. Brunner Karl. The Perception of Man and the Conception. Two Approaches to Understanding Society / Karl Brunner // Economic Inquiry. – July 1987. – v. 25. – P. 367-388.

17. Denison E.F. Accounting for Slower Economic Growth: The United States in the 1970's. / E.F. Denison // Brookings Institution Press. – Washington: DC. – 1979. – 560 p.

18. Erickson Bill. Marketing local identity / Bill Erickson, Marion Roberts // Journal of urban design. – 1997. – № 1. – Part 2. – 342 p.