

## ESG-СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОКРАЩЕННЯ ІМІДЖУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Коротков І.М., асп.**

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Безпрецедентні виклики та загрози, з якими стикнулися аграрні підприємства, вимагають забезпечення маркетингової стійкості, яка визначається як здатність підприємства успішно витримувати виклики та зміни на ринку, а також адаптуватися до них з метою забезпечення стабільного та довгострокового функціонування [2]. Серед інструментів забезпечення маркетингової стійкості особливу роль відіграє імідж аграрного підприємства. Він суттєво впливає на впізнаваність і сприйняття бренду та продукції, що сприяє довгостроковому розвитку, покращенню конкурентоспроможності та здатності адаптуватися до викликів сучасного ринку.

Покращення іміджу аграрного підприємства є необхідним кроком для зміцнення його позицій на ринку та забезпечення стабільного зростання. Серед каталізаторів інноваційного розвитку аграрних підприємств відзначають стратегію сталого розвитку, прогрес в біотехнологіях та біоінженерії, цифрову революцію, а також нові запити суспільства на розумне виробництво та споживання, які у сукупності визначають пріоритети їх інноваційного [1]. У зв'язку з означеним одним із напрямів, на який доцільно звернути увагу є впровадження принципів сталого розвитку і впровадження ESG-стратегії, відповідно – інвестувати необхідно в прозорість, соціальні ініціативи та екологічну відповідальність, що дозволить агропідприємству створювати та/або посилювати цінність для всіх зацікавлених сторін, покращувати імідж і забезпечувати собі довготривалу конкурентну перевагу.

Імплементация ESG-стратегії передбачає ініціацію і впровадження екологічних, соціальних та управлінських ініціатив. Особливої уваги для покращення іміджу аграрних підприємств потребують екологічні ініціативи, які слід реалізувати через спрямування зусиль на раціоналізацію використання ресурсів, що вимагає впровадження технологій, які оптимізують використання ресурсів (води, електроенергії, палива тощо) і допоміжних засобів (пестицидів і добрив). Наступним важливим кроком є зменшення викидів та відходів, зокрема через установлення систем для моніторингу та зниження викидів вуглекислого газу й токсичних відходів, що робить агропідприємство більш привабливим для екологічно свідомих інвесторів та споживачів. Демонстрація та намагання агропідприємства

дбати про довкілля у цілому позитивно впливатиме на репутацію та імідж, оскільки агробізнес часто звинувачують саме у негативному впливі на природу. Покращенню іміджу також буде сприяти отримання міжнародних екологічних сертифікатів (наприклад, ISO 14001).

У контексті соціальних аспектів покращення іміджу аграрного підприємства сприятиме забезпечення справедливих умов праці, на кшталт посилення підтримки безпеки праці, надання соціальних гарантій та забезпечення рівності. Такі ініціативи як, долучення і сприяння розвитку місцевих громад через участь у соціальних проєктах, на кшталт підтримки місцевих закладів соціальної сфери (шкіл, медичних закладів, спортивних, культурних закладів) або місцевої інфраструктури в цілому, демонструють внесок агропідприємства у розвиток громади. У сукупності наведені соціальні практики сприяють створенню позитивного іміджу агропідприємства і підвищенню лояльності перш за все місцевих громадян та усіх інших зацікавлених сторін.

Відповідно до управлінських практик ESG-стратегії покращенню іміджу будуть сприяти впровадження прозорих процедур звітності (наприклад, регулярні звіти про виконання ESG-цілей), що особливо важливо для довіри з боку інвесторів, партнерів та клієнтів. Крім того, на готовність агропідприємства діяти відповідально та стратегічно вказує ефективне управління ризиками через оцінку та мінімізацію, наприклад, екологічних, кліматичних або репутаційних його складових. Розробка кодексу поведінки та дотримання антикорупційних норм у межах дотримання принципу етичності створює враження надійного й чесного партнера, що впливає на репутацію.

У сукупності екологічні, соціальні та управлінські аспекти, які є стрижневими в ESG-стратегії, дозволять покращувати імідж агропідприємства та посилювати його впізнаваність і рівень довіри споживачів, інвесторів, партнерів, місцевих громад та державних органів.

#### Список використаних джерел

1. Жегус О., Давиденко В. Стратегічні імперативи інноваційного розвитку аграрного сектору України як основи його резильентності. *Економіка та суспільство*. 2024. (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-23>
2. Жегус О.В., Пахуча Е.В., Петріянчук К., Шиян Д. Особливості формування маркетингової стійкості підприємства в умовах сучасних викликів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. Т. 328. № 2.С.121-125. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-18>