

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-44>

УДК 005.35:631.11

**Яців Ігор Богданович**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри підприємництва та торгівлі,  
Львівський національний університет ветеринарної медицини та  
біотехнологій імені С.З. Гжицького  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2370-6351>

**Кушка Павло Андрійович**

аспірант,  
Львівський національний університет ветеринарної медицини та  
біотехнологій імені С.З. Гжицького  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4190-8747>

**Ihor Yatsiv, Pavlo Kushka**

Stepan Gzhytskyi National University of  
Veterinary Medicine and Biotechnologies of Lviv

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ  
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ  
ПІДПРИЄМСТВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ****PECULIARITIES OF THE FORMATION  
OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL  
ENTERPRISES IN THE LVIV REGION**

**Анотація.** У статті викладені результати дослідження особливостей формування соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств. Для виконання дослідження використані результати опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області. Проаналізовано інформацію про застосування цими підприємствами окремих практик соціальної відповідальності. Встановлено, що активнішими в розвитку відносин соціальної відповідальності є великотоварні сільськогосподарські підприємства (з річним обсягом чистого доходу більше 100 млн грн). Проаналізовано отримання сільськогосподарськими підприємствами економічних вигод від реалізації політики соціальної відповідальності. Опрацьовано отриману від респондентів інформацію про обставини, які перешкоджають впровадженню практик соціальної відповідальності, та про стимули для розвитку соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств.

**Ключові слова:** сільськогосподарські підприємства, соціальна відповідальність, опитування, великотоварне сільськогосподарське підприємство, соціальні проекти.

**Summary.** The aim of this article is a presentation of the results of the research of the features of the formation of social responsibility of agricultural enterprises. This research was used on the results of a survey of agricultural enterprises managers in the Lviv region. The importance of implementing a social responsibility policy for their enterprises was highly appreciated by the surveyed respondents. Information on the application of certain social responsibility practices by agricultural enterprises has been analyzed. These practices have been grouped by the types of enterprises relations as an employer, a user of natural resources, or a member of the business community. It has been found, that large-scale agricultural enterprises (whose annual net income exceeds UAH 100 million) are more active in developing social responsibility relations. The economic benefits that agricultural enterprises receive from implementing social responsibility policies are analyzed. The respondents most often associate such benefits with improving the reputation of enterprises. Most of them consider the application of social responsibility practices to be an effective tool in resolving the issue of concluding land lease agreements and increasing the loyalty of enterprise employees. Large-scale agricultural enterprises receive greater economic benefits from implementing socially responsible practices than smaller agricultural producers. The information received from respondents about the circumstances that hinder the implementation of social responsibility practices and about incentives for the development of agricultural enterprises social responsibility has been processed. Nearly one-third of the respondents noted that they do not see any fundamental obstacles to implementing social responsibility practices. A challenge for many enterprises is the lack of funding to support such activities. It has been established that the problem for many enterprises is the lack of funds to finance relevant activities. It was found that the managers of agricultural enterprises

associate the prospects for the development of social responsibility policy with institutional initiatives from state governments and local governments. The information obtained as a result of the study is important for substantiating measures aimed at promoting the adoption of social responsibility practices in the activities of agricultural enterprises.

**Keywords:** agricultural enterprises, social responsibility, survey, large-scale agricultural enterprises, social projects.

**Постановка проблеми.** Посилення соціалізації бізнесу є важливим світовим трендом розвитку підприємницької діяльності, який набуває поширення і в українській економіці. Цей процес відображає запит суспільства на очікування від бізнесу дотримання ним принципів чесної конкуренції, піклування про найманих працівників, відповідальності за екологічні наслідки своєї діяльності, участь у проєктах з вирішення соціальних проблем. Дотримання відповідних норм поведінки становить зміст соціальної відповідальності підприємств – як їхньої відповідальності за дії й учинки перед суспільством та його інститутами, відповідальності, що асоціюється з морально-духовним потенціалом, внутрішньою культурою [15, с. 3].

Ключовою ознакою соціальної відповідальності є добровільність суб'єктів господарювання в дотриманні визначених нею стандартів діяльності [13]. Ця ознака передбачає й добровільне здійснення витрат на соціальні проєкти, виходячи не з вимог закону, а з моральних, етичних міркувань [9, с. 7]. Тому перспективи впровадження відносин соціальної відповідальності в підприємницьку практику залежать насамперед від поглядів і переконань самих підприємців. З'ясування їхніх поглядів і намірів є актуальним завданням у рамках визначення перспектив розвитку соціальної відповідальності у вітчизняній практиці, зважаючи на відносно низький теперішній рівень поширення відповідних відносин.

Соціальна відповідальність є важливою інституційною складовою розвитку в Україні аграрного бізнесу. Її значимість визначається особливою роллю сільського господарства в забезпеченні продовольчої безпеки країни та її регіонів, у вирішенні соціальних проблем сільських територій, впливом системи аграрного виробництва на навколишнє природне середовище. Вивчення існуючої практики та проблем поширення засад соціальної відповідальності в діяльності сільськогосподарських підприємств дасть змогу з'ясувати перспективи соціалізації аграрного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Предметом уваги багатьох вітчизняних учених є теоретичні аспекти формування соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств України. Зокрема, Лункіна Т.І. та Широка А.І. розглядають напрями впровадження цими підприємствами соціальної відповідальності [8, с. 62]. Принципи і засади цієї діяльності зазначили у своїх працях Гудзинський І.Д. та Судомир С.М. [3, с. 214], Пахуча Е.В. та Пономарьова М.С. [12, с. 353], Трусова Н.В. та ін. [16, с. 76]. Автори

Гудзинський І.Д. та Судомир С.М. [2, с. 25], Лункіна Т.І. та Широка А.І. [8, с. 63], Миколенко І.Г. [10, с. 65], Нагорний В.В. та Козлова Н.О. [11, с. 35–36], Stepanenko S. та ін. [19, с. 257] доволі детально висвітлюють вигоди від впровадження відносин соціальної відповідальності, отримуваних як самими суб'єктами аграрного виробництва, так і їхніми стейкхолдерами. Дюк А.А. [4], Малік М.Й., Мамчур В.А. та Шпикуляк О.Г. [9, с. 11] розглядають методіку оцінки соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств.

Дослідники Лункіна Т.І. та Широка А.І. [8, с. 64], Миколенко І.Г. [10, с. 64–65], Пахуча Е.В. та Пономарьова М.С. [12, с. 354], Stepanenko S. та ін. [19, с. 259] відзначають труднощі, які гальмують впровадження відносин соціальної відповідальності в діяльності сільськогосподарських підприємств України. Вони вказують на низький рівень обізнаності суб'єктів господарювання з цих питань, відсутність координації та стимулювання відповідної діяльності з боку держави, проблеми з фінансуванням реалізації соціальних проєктів тощо.

Бержанір І.А. [1, с. 9], Грицаєнко М.І. [2, с. 22–24], Кислюк Л.В. [6, с. 137–139] описують приклади реалізації політики соціальної відповідальності представниками аграрного бізнесу, однак вони стосуються, як правило, великих аграрних компаній. Лункіна Т.І. на основі оглядів веб-сайтів підприємств аналізує наявність соціальної звітності серед найбільших землевласників України [7, с. 462]. Stepanenko S. та ін. вважають, що в управлінні діяльністю великих сільськогосподарських підприємств в Україні спостерігається високий рівень соціальної відповідальності, натомість цей рівень у малих і середніх підприємствах галузі оцінюється ними як низький [19, с. 257].

Переважно аналіз реалізації політики соціальної відповідальності автори здійснюють на основі вивчення сайтів аграрних компаній, монографічних оглядів окремих суб'єктів господарювання. Та особливо цінними є узагальнення на основі інформації, отриманої безпосередньо від суб'єктів аграрного бізнесу. Levkivska L. та Levkovych I. опублікували результати опитування стосовно впровадження соціальної відповідальності представників менеджменту сільськогосподарських підприємств Житомирської області [18], Пуртов В. та Деркач О. – суб'єктів аграрного бізнесу Харківської області [14]. Zamkova I. та ін. навели результати опитування представників вищого керівництва 30 великих сільськогосподар-

ських компаній України стосовно практик впровадження цими компаніями соціальної відповідальності в умовах воєнного стану. Ці практики серед іншого включають соціально-психологічну і фінансову підтримку їхніх працівників, забезпечення обороноздатності Збройних Сил України та пов'язаних з ними структур, гуманітарну допомогу внутрішньо переміщеним особам [20].

Водночас динаміка змін умов ведення аграрного бізнесу та запитів фактичних і потенційних стейкхолдерів відносин соціальної відповідальності за участю сільськогосподарських підприємств обумовлює актуальність продовження таких опитувань з охопленням різних за розмірами суб'єктів господарювання.

**Метою статті** є висвітлення за результатами опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області особливостей реалізації цими підприємствами політики соціальної відповідальності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У нашому дослідженні використані результати опитування представників менеджменту сільськогосподарських підприємств Львівської області. Опитування здійснили у квітні-травні 2025 року за допомогою Головного управління статистики у Львівській області. За сприяння управління розроблений авторами бланк опитування був надісланий різним за розмірами сільськогосподарським підприємствам області. Від респондентів отримали 85 заповнених бланків.

З'ясували відмінності в поглядах керівників та практичних діях з впровадження відносин соціальної відповідальності в різних за розмірами підприємствах. Для цього в досліджуваній сукупності виділили групу великотоварних сільськогосподарських підприємств – суб'єктів господарювання з обсягом чистого доходу від реалізації у 2024 році продукції (товарів, робіт, послуг) більше ніж 100 млн грн. Потужний фінансовий потенціал таких підприємств дає їм доволі широкі

можливості для застосування інструментів реалізації політики соціальної відповідальності за різними її напрямками. Загалом у рамках опитування отримано інформацію від представників менеджменту 23 великотоварних сільськогосподарських підприємств.

На початку анкети для респондентів було розміщене лаконічне роз'яснення щодо сутності соціальної відповідальності підприємств. Ця інформація була доцільною, що показали отримані відповіді на питання «Чи був відомий Вам раніше зміст поняття соціальна відповідальність?». Ствердну відповідь на це питання дали менше половини (43,5%) респондентів. Більше третини опитаних (38,8%) вказали, що мали лише приблизне уявлення про це поняття, для решти 17,6% респондентів воно було невідоме. У керівників великотоварних підприємств рівень обізнаності зі змістом розглядуваної дефініції є дещо вищим, однак загалом ненабагато.

Респондентам задали питання, наскільки важливими для їхнього підприємства вони вважають окремі напрями реалізації політики соціальної відповідальності. Опитуваним запропонували здійснити відповідну оцінку за 5-бальною шкалою, де максимальні 5 балів відображали критерій «дуже важливо». Загалом респонденти оцінили важливість зазначених в анкеті напрямів реалізації політики соціальної відповідальності високими балами (табл. 1). Оцінки, виставлені керівниками великотоварних підприємств, виявилися дещо вищими.

Важливим завданням опитування було отримання інформації про застосування сільськогосподарськими підприємствами окремих практик соціальної відповідальності. Ця інформація наведена в табл. 2. Респонденти могли відзначити більше ніж один варіант відповіді. Варіанти в анкеті були згруповані за основними функціями сільськогосподарських підприємств у рамках відносин соціальної відповідальності.

**Таблиця 1 – Оцінка респондентами важливості окремих напрямів реалізації політики соціальної відповідальності сільськогосподарськими підприємствами Львівської області (за 5-бальною шкалою)**

Напрямок політики соціальної відповідальності	Середня оцінка	
	загалом	за групою великотоварних підприємств
Враховання інтересів працівників (гідні умови й оплата праці, інші форми соціальної підтримки)	4,54	4,78
Відносини з бізнес-партнерами (етичне ведення бізнесу, прозорість і об'єктивність у наданні інформації тощо)	4,65	4,83
Екологічна відповідальність (запобігання негативного впливу на навколишнє середовище, збереження земельних ресурсів тощо)	4,71	4,78
Соціальні ініціативи на місцевому рівні (підтримка територіальних громад, благодійна діяльність)	4,38	4,65

Джерело: результати проведеного у 2025 році опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області

**Таблиця 2 – Застосування основних практик соціальної відповідальності сільськогосподарськими підприємствами Львівської області**

Варіант відповіді	За сукупністю		У тому числі у великотоварних підприємствах	
	кількість відповідей	частка респондентів, %	кількість відповідей	частка респондентів, %
Підприємство як роботодавець				
Поліпшення умов праці	67	78,8	20	87,0
Виплата премій за результатами праці	35	41,2	10	46,5
Премії чи подарунки до свят, матеріальна підтримка з причин особистого характеру	33	38,8	11	47,8
Відпуск продукції підприємства, надання послуг своїм працівникам за пільговими цінами	24	28,2	8	37,8
Фінансування підготовки кадрів, професійного розвитку працівників	22	25,9	10	43,4
Організація харчування за пільговими цінами чи безкоштовно	17	20,0	9	39,1
Інше	1	1,2	1	4,3
Нічого з переліченого	3	3,5	1	4,3
Підприємство як користувач природних ресурсів				
Заходи з недопущення забруднення довкілля, загроз для флори і фауни	51	60,0	15	65,2
Реалізація заходів з відновлення земельних ресурсів	33	38,8	12	52,2
Інформування громадськості про екологічні наслідки своєї діяльності	26	30,6	8	34,8
Використання альтернативних поновлюваних джерел енергії	17	20,0	8	34,8
Нічого з переліченого	8	9,4	1	4,3
Підприємство як представник бізнес-спільноти				
Благодійницька (волонтерська) діяльність	56	65,9	19	82,6
Відмова від контактів з суб'єктами із сумнівною діловою репутацією	41	48,2	14	60,7
Підтримка соціальної інфраструктури, спортивних та мистецьких колективів	36	42,4	15	65,2
Нічого з переліченого	8	9,4	–	–

Джерело: результати проведеного у 2025 році опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області

Сільськогосподарські підприємства як роботодавці в рамках соціальної відповідальності найчастіше практикують заходи з поліпшення умов праці на робочих місцях. Доволі частою є практика виплати премій, вручення подарунків, матеріальної підтримки працівників. Щотвертий респондент зазначив, що його підприємство виділяє кошти на підготовку кадрів для своїх потреб, професійний розвиток працівників. У групі великотоварних підприємств частка таких суб'єктів сягнула 43,4%. Відповідна практика є бізнес-процесом, спрямованим на формування людського капіталу, що дає змогу розглядати її як вид соціальної відповідальності.

Важливим аспектом виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств є їхній вплив на навколишнє природне середовище. Він зростає з підвищенням рівня концентрації виробництва, тобто є особливо помітним у великотоварних під-

приємствах. Тому останні частіше здійснюють певні заходи в рамках екологічної відповідальності. Близько третини великотоварних сільськогосподарських підприємств використовують у своїй діяльності поновлювані джерела енергії, а загалом про їх використання повідомив щоп'ятий респондент.

Доволі активно сільськогосподарські підприємства демонструють політику соціальної відповідальності як представники бізнес-спільноти. Переважна більшість респондентів зазначили, що здійснюють благодійницьку (волонтерську) діяльність. Майже половина респондентів вказали, що уникають контактів з суб'єктами із сумнівною діловою репутацією.

Кожен з респондентів відзначив принаймні кілька варіантів із запропонованого в анкеті переліку практик соціальної відповідальності. Серед великотоварних сільськогосподарських

підприємств частка тих, що застосовують окремі практики соціальної відповідальності, є більшою, аніж серед менших за розмірами агровиробників. Великі підприємства використовують більшу кількість інструментів у рамках відповідної діяльності. Оцінюючи наведені в табл. 2 показники, поділяємо думку дослідників, котрі вважають, що чимало сільськогосподарських підприємств постійно впроваджують проекти підвищення бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак часто не оцінюють їх як власне соціальну відповідальність [5, с. 16].

Формування соціальної відповідальності підприємств залежить від отримуваної суб'єктами господарювання мотивації. Серед мотивів, які спонукають впроваджувати практики соціальної відповідальності, важливу роль відіграють моральні переконання керівників підприємств [12, с. 259; 17, с. 688]. Однак у моделях аграрної економіки повинні бути задіяні й економічні вигоди від застосування сільськогосподарськими товаровиробниками таких практик. Ідентифікація останніх здійснена в рамках проведеного нами опитування (табл. 3). Респонденти мали змогу вибрати кілька варіантів відповідей.

Найпоширенішим варіантом вигод від застосування практик соціальної відповідальності є, на думку керівників сільськогосподарських підприємств, підвищення репутації суб'єкта господарювання. Воно в діяльності великотоварних підприємств тісно корелює з залученням додаткових партнерів, клієнтів. Для аграрних підприємств актуальним є укладання та продовження договорів оренди земельних паїв, і застосування практик соціальної відповідальності, на думку респондентів, сприяє у вирішенні цього питання. Серед респондентів майже щоп'ятий зазначив, що не отримував вигод від реалізації політики соціальної відповідальності чи не зміг їх ідентифікувати. Однак це стосується переважно малих

агровиробників. Із числа керівників великих підприємств відповідний варіант відповіді відзначив лише один.

Респондентам задали питання про обставини, які гальмують запровадження їхніми підприємствами практик соціальної відповідальності. Доволі велика частка (29,4%) опитаних вказали, що принципових перешкод для розвитку відносин соціальної відповідальності за участю їхніх підприємств немає. Серед представників великотоварних підприємств частка таких респондентів становила 39,1%.

Більше половини респондентів (56,5%) відзначили проблему відсутності коштів для фінансування відповідної діяльності. Серед них – і 39,1% керівників великотоварних підприємств, хоча фінансовий потенціал таких суб'єктів господарювання доволі потужний. Певна частка опитаних вбачають проблему у відсутності нормативних документів, які б заохочували до впровадження практик соціальної відповідальності. У загальній сукупності респондентів частка таких становила 20,0%, серед представників великих підприємств їх більше – 30,4%.

Окремі керівники сільськогосподарських підприємств вважають суттєвою проблемою відсутність очікуваної вигоди від впровадження практик соціальної відповідальності. У загальній сукупності опитаних частка таких становила 11,8%, серед керівників великотоварних підприємств їх 13,0%. Втім, це не означає, що всі вони повністю відмовляються від політики соціальної відповідальності. Про це, зокрема, свідчать дані, наведені в табл. 4. Респондентам запропонували відзначити, що могло би бути стимулом для розвитку практик соціальної відповідальності у їхньому підприємстві. Вони могли відзначити кілька варіантів відповідей. Лише 4,7% опитаних (серед них жодного представника великотоварних підприємств) зазначили, що не бачать перспектив такої діяльності у їхньому підприємстві.

**Таблиця 3 – Вигоди, що їх отримували сільськогосподарські підприємства Львівської області від застосування практик соціальної відповідальності**

Варіант відповіді	За сукупністю		У тому числі у великотоварних підприємствах	
	кількість відповідей	частка респондентів, %	кількість відповідей	частка респондентів, %
Підвищення репутації	49	57,6	18	78,3
Зміцнення (продовження) відносин оренди земельних паїв	36	42,4	14	60,9
Підвищення лояльності працівників	34	40,0	12	52,2
Залучення додаткових партнерів, клієнтів	23	27,1	18	78,3
Оптимізація витрат	15	17,6	7	30,4
Зниження підприємницьких ризиків	10	11,8	3	13,0
Не отримували вигод / важко відповісти	16	18,8	1	4,3

Джерело: результати проведеного у 2025 році опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області

Таблиця 4 – Стимули для розвитку практик соціальної відповідальності у сільськогосподарських підприємствах Львівської області

Варіант відповіді	За сукупністю		У тому числі у великотоварних підприємствах	
	кількість відповідей	частка респондентів, %	кількість відповідей	частка респондентів, %
Заохочення з боку державних органів (податкові пільги, подяки тощо)	50	58,8	15	65,2
Ініціатива з боку органів місцевого самоврядування, громадських організацій	41	48,2	13	56,5
Особисте бажання вирішити суспільну потребу, отримувати моральне задоволення	22	25,9	7	30,4
Приклад інших суб'єктів бізнесу	19	22,4	4	17,4
Не бачу перспектив такої діяльності для нашого підприємства	4	4,7	–	–
Інше	1	1,2	–	–

Джерело: результати проведеного у 2025 році опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області

Етичні міркування, бажання отримати моральне задоволення залишаються серед вагомих стимулів розвитку соціальної відповідальності в сільськогосподарських підприємствах, однак відповідний варіант відповіді відзначили лише чверть респондентів. Більшість керівників підприємств розраховують на заохочення з боку державних органів, майже половина – хотіли б отримати звернення до них від органів місцевого самоврядування, громадських організацій. Щоп'ятий респондент зазначив, що позитивно відреагував би на приклад інших суб'єктів бізнесу.

Респондентам запропонували висловитися щодо доцільності відображення елементів практики соціальної відповідальності у внутрігосподарських нормативних документах, спеціальних формах звітності. На думку майже половини респондентів (47,1%) таке відображення соціальних практик не є принциповим, і лише чверть опитаних вважають його важливим. Міркування представників великотоварних підприємств суттєво не відрізнялися від загальних по сукупності опитаних. Це, на нашу думку, свідчить про недостатнє розуміння керівниками сільськогосподарських підприємств змісту відносин соціальної відповідальності, їх значимості для суб'єктів господарювання.

**Висновки.** Значна частина представників менеджменту сільськогосподарських підприємств Львівської області недостатньо обізнані зі змістом концепції соціальної відповідальності. Та вони загалом високо оцінили важливість основних напрямів реалізації політики соціальної відповідальності для їхніх підприємств. За результатами опитування з'ясовано, що практично всі обсте-

жені сільськогосподарські підприємства Львівської області застосовували кілька варіантів практик соціальної відповідальності. Активнішими в цьому плані є великотоварні сільськогосподарські підприємства (з обсягом чистого доходу понад 100 млн грн).

Найчастіше економічні вигоди від застосування практик соціальної відповідальності сільськогосподарські підприємства пов'язують з підвищенням репутації суб'єктів господарювання, що серед іншого дає змогу залучати додаткових партнерів по бізнесу. Застосування практик соціальної відповідальності є дієвим інструментом у вирішенні питання укладання чи продовження договорів оренди земельних паїв, підвищення лояльності працівників підприємства. Великотоварні підприємства більшою мірою відчують економічні вигоди від впровадження практик соціальної відповідальності, аніж менші за розмірами агровиробники.

Майже третина респондентів відзначили, що не вбачають принципових перешкод для впровадження практик соціальної відповідальності. Очевидно, що масштаби такої діяльності залежать від фінансових можливостей суб'єкта господарювання. Водночас широкий асортимент заходів у рамках соціальної відповідальності за різними її напрямками дає змогу долучитися до відповідної діяльності практично кожному агровиробникові незалежно від його розмірів чи локації. Перспективи розвитку політики соціальної відповідальності представників аграрного бізнесу залежатимуть від інституційних ініціатив з боку органів державної влади, місцевого самоврядування.

#### Список використаних джерел:

1. Бержанір І.А. Впровадження принципів соціальної відповідальності в аграрному бізнесі. *Modern economist*. 2021. № 26. С. 6–11. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-01)
2. Грицаєнко М.І. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка АПК*. 2021. №5. С. 17–29. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202105017>

3. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Соціальна відповідальність бізнесової діяльності в аграрному секторі економіки. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2018. №3. С. 211–218. DOI: <http://doi.org/10.31359/2312-3427-2018-3-211>
4. Дюк А.А. Соціальна відповідальність у розвитку сільськогосподарських підприємств: значення і аспекти оцінки. *Агросвіт*. 2020. № 5. С. 11–16. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.5.11>
5. Ігнатенко М.М., Красноруцький О.О., Новак Н.П. Удосконалення інститутів та адміністрування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2024. № 24. С. 13–21. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.24.13>
6. Кислюк Л.В. Соціальна відповідальність бізнесу аграрних компаній України. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 51. С. 135–140. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct51-21>
7. Лункіна Т. Основні аспекти формування соціальної звітності: іноземний і вітчизняний досвід. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2021. №2(37). С. 458–466. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i37.230645>
8. Лункіна Т.І., Широка А.І. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Modern economics*. 2018. №9. С. 60–66. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V9\(2018\)-07](https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-07)
9. Малік М.Й., Мамчур В.А., Шпикуляк О.Г. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2017. №12. С. 5–13.
10. Миколенко І.Г. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. №4. С. 62–72.
11. Нагорний В.В., Козлова Н.О. До питання формування корпоративної соціальної відповідальності на сільськогосподарських підприємствах. *Сучасні питання економіки і права*. 2018. Вип. 2. С. 32–39.
12. Пахуча Е.В., Пономарьова М.С. Соціальна відповідальність аграрних підприємств: сучасний стан, проблеми і тенденції розвитку. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2018. №4. С. 350–361. DOI: <http://doi.org/10.31359/2312-3427-2018-4-350>
13. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р / Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text> (дата звернення: 04.06.2025).
14. Пуртов В.Ф., Деркач О.В. Оцінка дієвості механізмів управління соціальною відповідальністю суб'єктів аграрного виробництва. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 76. С. 123–128. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.76-17>
15. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А.М. Колот та ін. ; за ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.
16. Трусова Н.В., Гривківська О.В., Мельник Л.В., Мельник Л.М. Корпоративна соціальна відповідальність у формуванні результатів господарської діяльності аграрних підприємств у контексті їх сталого розвитку. *Економіка і управління*. 2021. № 3. С. 72–76. DOI: <https://doi.org/10.36919/2312-7812.3.2021.72>
17. Hajdu A., Daziano M., Visser O. Institutions and individual values motivating corporate social responsibility activities in large farms and agroholdings. *International Food and Agribusiness Management Review*. 2021. Vol. 24. Iss. 4. P. 669–696. DOI: <https://doi.org/10.22434/IFAMR2020.0103>
18. Levkivska L., Levkovich I. Social responsibility in Ukrainian agriculture: the regional issue. *Eastern Journal of European Studies*. 2017. Vol. 8. Iss. 1. P. 97–114. URL: [http://ajes.uaic.ro/EJES2017\\_vol8\\_issue1.htm](http://ajes.uaic.ro/EJES2017_vol8_issue1.htm)
19. Stepanenko S., Nemashkalo K., Salionovych L. Toolkit for social responsibility of business in the system of inclusive corporate management of sustainable development of Ukrainian agricultural companies. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2023. Vol. 9. Iss. 5. P. 252–260. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-252-260>
20. Zamkova I., Dubinina M., Luhova O., Syrtseva S., Cheban Yu., Kuchmiiiova T. Corporate social responsibility of agricultural companies of Ukraine under martial law. *Research for Rural Development*. 2024. Vol. 39. P. 220–226. DOI: <https://doi.org/10.22616/RRD.30.2024.034>

### References:

1. Berzhanir A. I. (2021). Vprovadzhennia pryntsyviv sotsialnoi vidpovidalnosti v ahrarnomu biznesi [Implementation of Social Responsibility Principles in Agricultural Business]. *Modern economist*, no. 26, pp. 6–11. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-01)
2. Hrytsaienko M. I. (2021). Rol sotsialnoho kapitalu ahrarnoho pidpriemstva v implementatsii zasad korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [The role of social capital of the agricultural enterprise in the implementation of the principles of corporate social responsibility]. *Ekonomika APK*, no. 5, pp. 17–29. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202105017>
3. Hudzynskiy A. D., Sudomyr S. M. (2018). Sotsialna vidpovidalnist biznesovoi diialnosti v ahrarnomu sektori ekonomiky [Social responsibility of business activity in the agrarian sector of the economy]. *Visnyk KhNAU. Seriya: Ekonomichni Nauky – Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences*, no. 3, pp. 211–218. DOI: <http://doi.org/10.31359/2312-3427-2018-3-211>
4. Diuk A. A. (2020). Sotsialna vidpovidalnist u rozvytku silskohospodarskykh pidpriemstv: znachennia i aspekty otsinky [Social responsibility in the development of agricultural enterprises: values and aspects of assessment]. *Agrosvit*, no. 5, pp. 11–16. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.5.11>

5. Ihnatenko M. M., Krasnorutskyi O. O., Novak N. P. (2024). Udoskonalennia instytutiv ta administruvannia sotsialnoi vidpovidalnosti ahrarnykh pidpryiemstv [Improving institutions and administration of social responsibility of agricultural enterprises]. *Agrosvit*, no. 24, pp. 13–21. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.24.13>
6. Kysliuk L. V. (2021). Sotsialna vidpovidalnist biznesu ahrarnykh kompanii Ukrainy [Social responsibility of business agricultural companies of Ukraine]. *Infrastruktura rynku – Market Infrastructure*, vol. 51, pp. 135–140. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct51-21>
7. Lunkina T. (2021). Osnovni aspekty formuvannia sotsialnoi zvitnosti: inozemnyi i vitchyzniani dosvid [Main aspects of social formation of social reporting: foreign and national experience]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii i praktyky – Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, vol. 2(37), pp. 458–466. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v2i37.230645>
8. Lunkina T. I., Shyroka A. I. (2018). Lokalna sotsialna vidpovidalnist v ahrarnomu sektori Ukrainy [Local social responsibility in the agrarian sector of Ukraine]. *Modern economics*, no. 9, pp. 60–66. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V9\(2018\)-07](https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-07)
9. Malik M. Y., Mamchur V. A., Shpykuliak O. H. (2017). Instytutsionalne seredovyshe ta formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti ahrarnykh pidpryiemstv [Institutional environment and forming of social responsibility in agrarian enterprises]. *Ekonomika APK*, no. 12, pp. 5–13.
10. Mykolenko I. H. (2017). Mekhanizm sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv ahrarnoho biznesu [The mechanism of social responsibility of subjects of agrarian business]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, no. 4, pp. 62–72.
11. Nahorni V. V., Kozlova N. O. (2018). Do pytannia formuvannia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na silskohospodarskykh pidpryiemstvakh [To question of forming corporate social responsibility at agricultural enterprises]. *Suchasni pytannia ekonomiky i prava – Modern questions of economics and law*, vol. 2, pp. 32–39.
12. Pakhucha E. V., Ponomarova M. S. (2018). Sotsialna vidpovidalnist ahrarnykh pidpryiemstv: suchasnyi stan, problemy i tendentsii rozvytku [Social responsibility of agrarian enterprises: current state, problems and trends of development]. *Visnyk KhNAU. Serii: Ekonomichni Nauky – Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences*, no. 4, pp. 350–361. DOI: <http://doi.org/10.31359/2312-3427-2018-4-350>
13. On approval of the Concept of implementation of state policy in the field of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period until 2030: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 24 January, 2020 No. 66-r / Official portal of the Verkhovna Rada of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text> [Accessed 04 June 2025].
14. Purto V. F., Derkach O. V. (2022). Otsinka diievosti mekhanizmiv upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu subiektiv ahrarnoho vyrobnytstva [Assessment of the effectiveness of social responsibility management mechanisms of agricultural production entities]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studies*, vol. 76, pp. 123–128. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.76-17>
15. Kolot A. M. (red.) (2012). *Sotsialna vidpovidalnist: teoriia i praktyka rozvytku : monohrafiia* [Social responsibility: theory and practice of development : monograph]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
16. Trusova N.V., Hryvkivska O.V., Melnyk L.V., Melnyk L.M. (2021). Korporativna sotsialna vidpovidalnist u formuvanni rezultativ hospodarskoi diialnosti ahrarnykh pidpryiemstv u konteksti yikh staloho rozvytku [Corporate social responsibility in shaping the results of economic activity of agricultural enterprises in the context of their sustainable development]. *Ekonomika i upravlinnia – Economics and Management*, no. 3, pp. 72–76. DOI: <https://doi.org/10.36919/2312-7812.3.2021.72>
17. Hajdu A., Daziano M., Visser O. (2021). Institutions and individual values motivating corporate social responsibility activities in large farms and agrohholdings. *International Food and Agribusiness Management Review*, vol. 24(4), pp. 669–696. DOI: <https://doi.org/10.22434/IFAMR2020.0103>
18. Levkivska L., Levkovich I. (2017). Social responsibility in Ukrainian agriculture: the regional issue. *Eastern Journal of European Studies*. 2017. Vol. 8. Iss. 1. P. 97–114. URL: [http://ejes.uaic.ro/EJES2017\\_vol8\\_issue1.htm](http://ejes.uaic.ro/EJES2017_vol8_issue1.htm).
19. Stepanenko S., Nemashkalo K., Salionovych L. (2023). Toolkit for social responsibility of business in the system of inclusive corporate management of sustainable development of Ukrainian agricultural companies. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 9(5), pp. 252–260. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-252-260>
20. Zamkova I., Dubinina M., Luhova O., Syrtseva S., Cheban Yu., Kuchmiiova T. (2024). Corporate social responsibility of agricultural companies of Ukraine under martial law. *Research for Rural Development*, vol. 39, pp. 220–226. DOI: <https://doi.org/10.22616/RRD.30.2024.034>

Стаття надійшла до редакції 11.06.2025