

УДК 631.1:330.87:339.9

JEL Classification: M14, M16, Q15

DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.24.2022.274828>**Копішинська К. О.**

кандидат економічних наук, доцент

ORCID ID: 0000-0002-1609-2902

Грабина А. Ю.

магістрант

ORCID ID: 0000-0003-2822-1780

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Kopishynska Kateryna, Hrabyna Anna

National Technical University of Ukraine

"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

MANAGEMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INTERNATIONAL BUSINESS TRANSFORMATION

У статті досліджено ключові засади управління соціальною відповідальністю аграрних підприємств в умовах міжнародної трансформації бізнесу. Проаналізовано підходи до визначення поняття «соціальна відповідальність». Досліджено тренди корпоративної соціальної відповідальності відповідно до цілей сталого розвитку. Проаналізовано фактори, що стимулюють підприємства до впровадження соціальної відповідальності. Визначено п'ять основних рівнів впровадження та розвитку соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору: нано-, мікро-, мезо-, макро-, метарівень. Сформовано модель управління соціальною відповідальністю для підприємств аграрного сектору. Запропоновано механізм управління соціальною відповідальністю аграрного підприємства на основі відповідних принципів, що передбачає використання визначених інструментів та реалізацію ключових функцій управління для досягнення результату в умовах впливу факторів зовнішнього середовища.

Ключові слова: соціальна відповідальність, аграрне підприємство, управління, рівні впровадження соціальної відповідальності, міжнародна трансформація бізнесу, механізм управління соціальною відповідальністю.

The exacerbation of social problems in society occurs as a result of the significant impact on it of such factors of the external environment as climate change, scarcity of resources, the emergence of new infectious diseases, social distancing, digitalization, etc. Under such circumstances, the responsibility of business increases not only for the results, but also for the consequences of its functioning. The activities of agricultural sector enterprises are directly related to the use of natural resources and affect the environment. Therefore, the implementation of socially responsible agrarian business and the development of appropriate tools for its management acquire special attention. During the research, the approaches to defining the concept of "social responsibility" were analyzed. The trends of corporate social responsibility in accordance with the goals of sustainable development were investigated and the factors stimulating enterprises to implement social responsibility were analyzed. The authors identified five main levels of implementation and development of social responsibility of the subjects of the agricultural sector: nano-level – the level of an individual, micro-level – enterprises and their stakeholders, meso-level – territorial communities and corporate associations, macro-level – the state and civil society as a whole, metalevel – international organizations and transnational corporations. A social responsibility management model for agricultural sector enterprises has been developed. As a result, a mechanism for managing the social responsibility of an agricultural enterprise based on the principles of openness and partnership, mutuality, environmental friendliness, social orientation, economy and sustainable development was proposed. This mechanism involves the use of defined tools and the implementation of key management functions to achieve results under the influence of social climate factors and subjects of higher levels of social responsibility.

Keywords: social responsibility, agricultural enterprise, management, levels of implementation of social responsibility, international business transformation, mechanism of social responsibility management.

Постановка проблеми. Перед сучасною світовою економічною спільнотою постійно виникають нові виклики. Питання кліматичних змін та непередбачуваність погодних умов, вичерпування природних ресурсів та суттєве їх дорожчання, поява нових інфекційних хвороб та соціальне дистанціювання, тотальна цифровізація та перехід до Четвертої промислової революції

(Індустрії 4.0.), зміни в ланцюгах постачання – все це та багато інших факторів вимагають від суб'єктів господарювання відповідних трансформацій та адаптації до функціонування в новітніх умовах. Разом з тим відбувається загострення соціальних проблем в суспільстві, пов'язаних, зокрема, із впливом вищезазначених факторів.

За таких обставин посилюється відповідальність бізнесу не лише за результати, а і за наслідки його функціонування. Діяльність підприємств аграрного сектору безпосередньо пов'язана з використанням природних ресурсів та впливає на навколишнє середовище. Тому провадження соціально відповідального аграрного бізнесу та розроблення відповідного інструментарію управління ним набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання соціальної відповідальності бізнесу досить широко представлено в науковій літературі.

Дослідженню сутності та особливостей корпоративної соціальної відповідальності присвятили свої праці ряд вітчизняних та зарубіжних учених, у тому числі: Білан О. [2], Длугопольський О., Коровицька О. [3], Чижишин О. [4], Кравцов С., Клімова А. [5], Малік М., Мамчур В., Шпикуляк О. [6], Мостепанюк А. [7], Станкевич Ю. [8]. Дослідниці Левківська Л., Левкович І. [11] та Мазур-Вірбіцька Е. [10] визначали умови реалізації соціальної відповідальності аграрними підприємствами. Незважаючи на вагомий внесок науковців у розвиток та обґрунтування теоретичних основ і практичних засад реалізації соціальної відповідальності аграрних підприємств, питання управління соціальною відповідальністю аграрних підприємств в умовах виходу на міжнародні ринки потребує подальшого уточнення.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження та аналіз теоретичних засад та розроблення науково-методичних рекомендацій щодо управління соціальною відповідальністю підприємств агро-сектору в умовах трансформації діяльності та виходу на міжнародні ринки.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Стандарту ISO 26000 «Настанова по соціальній відповідальності», соціальна відповідальність передбачає розуміння широких інтересів і очікувань суспільства. Вона базується на повазі до правових норм і виконанні юридично обумовлених обов'язків. Однак усвідомлення соціальної відповідальності вимагає також визнання обов'язків по відношенню до інших зацікавлених сторін, причому ці обов'язки не є юридично обов'язковими [1].

Соціальна відповідальність (СВ) є багатоаспектним поняттям та може розглядатись з різних позицій. У табл. 1 представлено деякі підходи до визначення поняття «соціальна відповідальність».

Представлені в табл. 1. визначення, без прив'язки до конкретного підходу, демонструють переважання відповідальності бізнесу за свою діяльність перед суспільством в цілому, що відповідає ключовим завданням сталого розвитку – необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі.

За прогнозами Центру «Розвиток КСВ», до трендів корпоративної соціальної відповідальності у 2022 можна віднести такі [9]:

– *корпоративна звітність зі сталого розвитку, як і due diligence з прав людини в мережах постачань, стаття обов'язковими для великих та публічних компаній.* Передбачається, що нові Директиви Європейської комісії вплинуть і на компанії в Україні. Це посилить вимоги до Звіту про управління, який наразі готують українські великі компанії та фінансові інституції,

Таблиця 1

Визначення «соціальної відповідальності» за різними підходами

Підхід	Автор	Визначення
Як соціальна інвестиція	Білан О. С.	«...соціальна відповідальність є своєрідною соціальною інвестицією, тим методом управління, який дозволяє підвищити рівень капіталізації без значних капітальних вкладень...»
Як інституційний підхід	Длугопольський О. В. Коровицька О. А.	«...є одним із найважливіших інститутів цивілізованої ринкової економіки та включає у себе відповідальність компанії у взаємовідносинах із партнерами та споживачами, а також відповідальну політику щодо працівників, екологічну відповідальність і сприяння розвитку бізнесу для сталого розвитку суспільства...»
Як зобов'язання / відповідальність	Чижишин О. І.	«...це зобов'язання щодо виконання тих чи інших моральних, етичних, економічних, екологічних норм, що встановлені державою, суспільством до підприємства, недотримання яких вимагає від порушника відповідати за свої помилки...»
	Кравцов С. С., Клімова А. М. Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г.	«...це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають...» «... з одного боку, соціальна відповідальність – це виконання підприємством соціальних зобов'язань, передбачених законодавством, через добровільне здійснення витрат на соціальні проекти, з іншого – понад встановлені податковим, трудовим, екологічним та іншим законодавством, виходячи не з вимог закону, а з моральних міркувань...»
Як свідомий підхід до ведення бізнесу	Мостепанюк А. В.	«... у широкому розумінні соціальна відповідальність – це ведення комерційної діяльності з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін (працівників, споживачів, постачальників, партнерів та довкілля) та в межах норм чинного законодавства; у вузькому розумінні – це участь бізнесу у проектах, спрямованих на вирішення нагальних соціальних (екологічних) проблем і підвищення рівня добробуту місцевих громад і суспільства в цілому...»
Як стратегія розвитку	Станкевич Ю. Ю.	«... під соціальною відповідальністю розуміється стратегія розвитку компанії, що передбачає впровадження в свою діяльність економічних, соціальних, екологічних очікувань суспільства...»

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 3; 4; 5; 6, с. 7; 7, с. 17; 8, с. 172]

а також постачальники, які працюють з компаніями Євросоюзу, мають прийняти політики з прав людини.

– корпоративні бізнес-стратегії включатимуть і фокус на захист довкілля, і кліматичну нейтральність. Значний вплив на формування таких корпоративних бізнес-стратегій чинитимуть Зелений курс Євросоюзу, останні зобов'язання урядів на COP-26 і запит від молодих співробітників та клієнтів в Україні.

– фокус на сталому розвитку через ESG стратегії збільшить можливості для фінансування. ESG (екологічний, соціальний та управлінський) фактори уособлюють форми управління компанією своїм сталим розвитком. Інвестиції в ESG фонди у 2020 році сягнули \$1 трлн, це у 20 разів більше, ніж у 2019-му. А ESG фонди інвестують в компанії з ESG стратегіями – в Україні налічується вже до п'яти таких компаній. Очікується збільшення кількості таких стратегій в українських компаніях, в тому числі й за сприяння розробленого в Україні ESG Transparency Index.

– цілі сталого розвитку (ЦСР) ООН закріпляться в діяльності компаній. В Україні лише 17,8% компаній у 2020-му році інтегрували Цілі сталого розвитку у свої стратегії, проте кількість компаній з фокусом на ЦСР у своїй діяльності збільшиться. В Україні ЦСР включено до розробки всіх стратегічних документів держави, що беззаперечно матиме вплив і на бізнес.

Підприємства аграрного сектору відносяться до тих, діяльність яких безпосередньо залежить від навколишнього середовища та впливає на нього. В Україні земля є ключовим та найбільш цінним ресурсом як з економічної точки зору, так і відповідно до ціннісно-моральних орієнтирів суспільства. А питання відповідальності за використання земельних та інших природних ресурсів країни є надзвичайно важливим. Тому впровадження соціальної відповідальності для аграрних підприємств є інструментом їх сталого розвитку. За допомогою реалізації екологічної складової соціальної відповідальності, зокрема у сфері охорони здоров'я тварин, компанії зміцнюють довіру покупців і наміри купувати. Впровадження природоохоронних заходів веде не тільки до

захисту навколишнього середовища, але й до зниження витрат і підвищення фінансових показників [10].

Впровадження та розвиток соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору в умовах міжнародної трансформації бізнесу реалізується на п'яти основних рівнях (рис. 1).

Рівень I – Нанорівень. Це найнижчий рівень соціальної відповідальності, суб'єктом якого є окремих індивід. Соціальна відповідальність на цьому рівні реалізується на основі морально-етичних принципів та ціннісних орієнтирів окремої особи.

Рівень II – Мікрорівень. Суб'єктами соціальної відповідальності на мікрорівні є підприємства аграрного сектору та організації, які можуть бути пов'язані з агропідприємствами (профспілкові організації, громадські організації, науково-дослідні та освітні установи та організації тощо). Впровадження соціальної відповідальності відбувається шляхом розроблення локальних стратегій та програм соціальної відповідальності, що повинні відповідати наявним стандартам соціальної відповідальності (ISO 26000, SA 8000, ISO 14001, тощо). Стратегії агропідприємств повинні враховувати положення та рекомендації організацій щодо всіх складових соціальної відповідальності.

Рівень III – Мезорівень. Передбачає впровадження соціальної відповідальності на відповідних територіях та підприємницьких об'єднаннях. Формується відповідно до конкретних вимог та особливостей регіону на основі затверджених стандартів, вимог органів державної та місцевої влади, а також з урахуванням наявних стратегій та можливостей підприємств. Територіальна громада, де провадить свою діяльність агропідприємство є однією з ключових його зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Цей суб'єкт може здійснювати контроль та нагляд за виконанням вимог стандартів соціальної відповідальності агропідприємствами. Тому вимоги територіальної громади підприємство враховує в тому числі й при розробленні власної стратегії соціальної відповідальності, адже фактично відповідальність воно несе саме перед цією громадою.



Рис. 1. Рівні впровадження соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору

Джерело: розроблено авторами

Рівень IV – Макрорівень. На цьому рівні впровадження соціальної відповідальності реалізується державою та громадянським суспільством в цілому. Держава визначає загальні цілі та на їх основі формує Стратегію розвитку соціальної відповідальності країни, розробляє необхідне для її реалізації законодавче та нормативно-правове забезпечення, визначає відповідальність органів державної та місцевої влади перед громадськістю за реалізацію Стратегії, здійснює аналіз та оцінку результатів впровадження соціальної відповідальності на мікро-, мезо- та макрорівнях, а також контроль за дотриманням загально державних та імplementованих міжнародних стандартів соціальної відповідальності, популяризує принципи соціальної відповідальності на національному рівні. Громадянське суспільство бере активну участь у формуванні Стратегії розвитку соціальної відповідальності країни шляхом проведення громадських обговорень та надання пропозицій державним та місцевим органам влади, здійснює нагляд та контроль за виконанням та дотриманням затверджених стандартів, норм та вимог соціальної відповідальності підприємствами, організаціями та органами місцевої та державної влади.

Рівень V – Метарівень. Передбачає впровадження соціальної відповідальності на міжнародному (транснаціональному) рівні. Формується відповідно до умов міжнародних договорів (Глобальний договір, Кіотський протокол, Зелена угода тощо) з урахуванням Цілей сталого розвитку суспільства, дотримання міжнародних стандартів(SA 8000, ISO 9000, ISO 14001, ISO 26000 тощо) та Глобальної ініціативи щодо звітності (Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022). Міжнародні організації здійснюють нагляд та контроль за виконанням та дотриманням затверджених

стандартів, норм та вимог соціальної відповідальності. Транснаціональні корпорації формують власні стратегії розвитку соціальної відповідальності на основі міжнародних стандартів, цілей сталого розвитку та відповідно до національних особливостей країн базування бізнесу.

Впровадження соціальної відповідальності відбувається не в ієрархічній послідовності зазначених рівнів, а у їх тісному взаємозв'язку та взаємозалежності. Адже соціальна відповідальність метарівня керується інтересами спільноти індивідів, а морально-етичні принципи та ціннісні орієнтири окремих осіб формуються відповідно до ситуації в навколишньому середовищі та національної повістки (економічної, екологічної, кліматичної, соціальної, технологічної тощо).

За результатами опитування голів територіальних громад (як представників однієї з ключових зацікавлених сторін) та керівників агропромислових підприємств було визначено фактори, що стимулюють підприємства до впровадження соціальної відповідальності (рис. 2).

Отже, найбільш вагомими факторами з точки зору менеджерів, що спонукають агропідприємства до впровадження соціальної відповідальності є вимога власників або материнської компанії та моральне спонукання. Дещо менший аніж попередні фактори, але достатньо значний вплив на впровадження соціальної відповідальності мають вимоги органів місцевої влади та суспільства і неурядових організацій.

Міжнародна діяльність сучасних українських аграрних підприємств передбачає необхідність відповідати не лише міжнародним стандартам якості продукції, виробничих процесів, технологічних та екологічних норм. Це і відповідність соціальним стандартам



Рис. 2. Фактори, що стимулюють агропідприємства до впровадження соціальної відповідальності, %

Джерело: [11]

ведення бізнесу. Управління соціальною відповідальністю за таких умов передбачає формування активної соціальної позиції. Управлінські рішення мають бути спрямовані не на одноразове застосування для окремого заходу чи проєкту, а як постійна співпраця з ключовими стейкхолдерами, зокрема владою та суспільством. Формами реалізації соціальної відповідальності можуть бути благодійність, спонсорство, долучення до екологічних проєктів, допомога соціально незахищеним верствам населення, застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій. Керівники компаній мають розробляти власну модель соціальної відповідальності в залежності від специфіки їх діяльності (рис. 3).

Існує близько двадцяти міжнародних стандартів, що регламентують соціальну відповідальність. Серед них слід виділити AA 1000 (Account Ability), GRI (Global Reporting Initiative), ISO 14000, SA 8000 (Соціальний захист), ISO 26000:2010 (Настанова по соціальній відповідальності) та інші. Спільними рисами всіх міжнародних стандартів є обов'язковість складання та публікація нефінансових звітів, відкритий діалог зі стейкхолдерами компанії, лояльність всіх підрозділів до підходів соціальної відповідальності. Застосування міжнародних стандартів соціальної відповідальності дозволяє виокремити напрями подальшої діяльності, методи управління, створення стратегії взаємодії з зацікавленими сторонами, що буде впливати на міжнародну конкурентоспроможність через трансформацію бізнесу [7].

Таким чином, управління соціальною відповідальністю аграрного підприємства передбачає формування відповідного механізму (рис. 4), що спрямований на досягнення цілей соціальної відповідальності, побудований на принципах та передбачає виконання функцій для отримання відповідного результату.

Цілями впровадження соціальної відповідальності на аграрному підприємстві в умовах виходу на міжнародні ринки відповідно до цілей сталого розвитку є: подолання голоду, підвищення добробуту населення, зміцнення здоров'я працівників та населення, а також їх благополуччя; забезпечення гідних умов праці та економічне зростання, розвиток соціальних інновацій та інфраструктури, розвиток міст та спільнот, відповідальне споживання та виробництво, захист екосистем суші, партнерство заради стійкого розвитку. До принципів соціальної відповідальності агропідприємств належать: відкритість та партнерство, взаємоузгодженість, екологічність, соціальна орієнтація, економічність та сталий розвиток. Інструментами управління соціальною відповідальністю є партнерство, енерго- та ресурсозберігаючі технології, а також нефінансова звітність підприємства.

Функції управління соціальною відповідальністю (планування, організація, мотивація, контроль) відповідають загальним функціям управління, однак мають відмінну спрямованість. **Планування** передбачає визначення мети для розвитку через соціальну відповідальність, постановку цілей та завдань, розробки соціальної програми. **Організація** передбачає спрямування зусиль за трьома напрямками: ефективне партнерство, у тому числі з громадами; впровадження та розвиток корпоративної соціальної відповідальності та піклування про екологію. **Мотивація** охоплює ефективну систему оплати праці, надання можливості працівниками розвиватися за допомогою навчання та підвищення професійної кваліфікації, застосування соціальних програм з охорони праці та безпеки.

Контроль дозволяє оцінити можливості виходу на нові ринки, залучення нових споживачів та утримання наявних, а також забезпечує долучення до соціальних та екологічних проєктів.



Рис. 3. Модель управління соціальною відповідальністю аграрного підприємства

Джерело: розроблено авторами

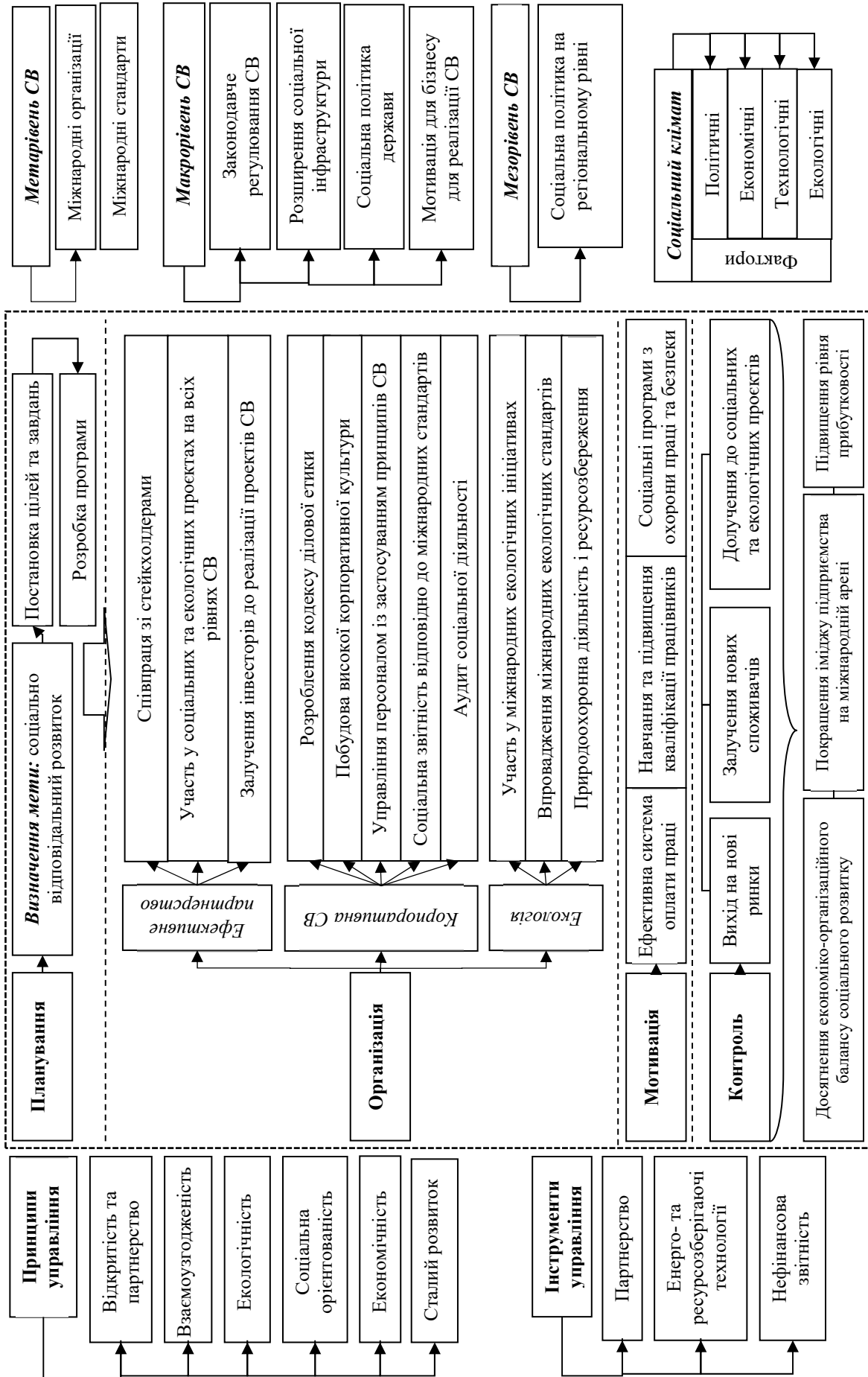


Рис. 4. Схема механізму управління соціальною відповідальністю аграрного підприємства

Джерело: розроблено авторами

Очікуваними результатами впровадження соціальної відповідальності є досягнення економіко-організаційного балансу соціального розвитку, покращення іміджу підприємства на міжнародній арені, а також підвищення рівня прибутковості. Управління соціальною відповідальністю аграрного підприємства відбувається під впливом суб'єктів мета-, макро- та мезорівнів, а також соціального клімату, сформованого політичними, економічними, технологічними та екологічними факторами.

Висновки. Питання соціальної відповідальності підприємств у аграрному секторі залишається актуальним, адже післявоєнне відновлення громад, де вони функціонують, є важливою складовою їх соціальної відповідальності. Пошук балансу соціальної відповідальності та економічної ефективності є невід'ємним

фактором функціонування сучасного бізнесу, особливо в умовах виходу на міжнародні ринки. Найбільш вагомими факторами, які спонукають до впровадження соціальної відповідальності з точки зору менеджерів є вимога власників підприємства чи материнської компанії та моральні причини; а з точки зору голів громад це вимоги місцевих органів влади та усвідомлення потреби взяття на себе ініціативи. Тому формування моделі управління соціальною відповідальністю аграрних підприємств та розроблення відповідного механізму управління на основі принципів соціальної відповідальності та з урахуванням впливу зовнішнього середовища сприятиме більш якісній та швидкій трансформації бізнесу відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Література:

1. Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності» [чинний від 28 жовтня 2010 р.], 3 с. URL: <https://aop.nmu.org.ua/ua/metodicki/specialist/opg/lzi/zakon/Стандарт%20ISO%2026000.pdf> (дата звернення: 18.10.2022).
2. Білан О. С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення вартості компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 54. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/54_2020/13.pdf (дата звернення: 18.10.2022).
3. Длугопольський О. В., Коровицька О. А. Емпіричні критерії оцінки політики соціальної відповідальності корпорацій. *Економіка та управління національним господарством*. 2020. № 1(24). URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/24_2020/10.pdf (дата звернення: 18.10.2022).
4. Чижисин І. О. Значення і сутність соціальної відповідальності в умовах функціонування ринкової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. № 6 (3). URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_3_2016ua/32.pdf (дата звернення: 18.10.2022).
5. Кравцов С. С., Клімова А. М. Корпоративна соціальна відповідальність туристичного підприємства: сутність та напрями впровадження. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7335> (дата звернення: 18.10.2022).
6. Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економіка АПК*, 2017. № 12. С. 5–13.
7. Мостепанюк А. В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13–22.
8. Станкевич Ю. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність: сутність та проблеми поширення в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 171–174.
9. Саприкіна М. Тренди корпоративної соціальної відповідальності у 2022. *CSR Ukraine, 2022*. URL: <http://csr-ukraine.org/articles/trendi-korporativnoi-socialnoi-vidp/> (дата звернення: 20.10.2022).
10. Mazur-Wierzbička, E. The application of Corporate social responsibility in European agriculture, *Miscellanea Geographica-Regional Studies of development*. 2015. Vol. 19. No. 1, pp. 19–23.
11. Levkivska, L., Levkovich, I. Social responsibility in Ukrainian agriculture: the regional issue. *Eastern Journal of European Studies*, ISSN2068-6633, Alexandru Ioan Cuza University Press, Iași, 2017. Vol. 8. Iss. 1, pp. 97–114. URL: http://ejes.uaic.ro/EJES2017_vol8_issue1.htm (дата звернення: 20.10.2022).

References:

1. International standard (2010), ISO 26000:2010: Guidelines for social responsibility [effective from October 28, 2010], 3 p. Available at: <https://aop.nmu.org.ua/ua/metodicki/specialist/opg/lzi/zakon/Стандарт%20ISO%2026000.pdf> (accessed 18 October 2022).
2. Bilan O. S. (2020), Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk pidvyschennia vartosti kompanii [Corporate social responsibility as a factor in increasing the company's value]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, no. 54. Available at: http://bses.in.ua/journals/2020/54_2020/13.pdf (Accessed 18 October 2022).
3. Dluhopolskyi O. V., Korovytska O. A. (2020), Empyrychni kryterii otsinky polityky sotsialnoi vidpovidalnosti korporatsii [Empirical criteria for evaluating the policy of social responsibility of corporations]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, no. 1 (24). Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/24_2020/10.pdf (accessed 18 October 2022).
4. Chyzhshyn I. O. (2016), Znachennia i sutnist sotsialnoi vidpovidalnosti v umovakh funktsionuvannia rynkovoї ekonomiky [The meaning and essence of social responsibility in the conditions of the functioning of the market economy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, no. 6(3). Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_3_2016ua/32.pdf (accessed 18 October 2022).
5. Kravtsov S. S., Klimova A. M. (2019), Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist turystychnoho pidpriemstva: sutnist ta napriamy vprovadzhenia [Corporate social responsibility of a tourist enterprise: essence and directions of implementation]. *Efektivna ekonomika*, no. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7335> (accessed 18 October 2022).
6. Malik M. Y., Mamchur V. A., Shpykuliak O. H. (2017), Instytutsionalne seredovyshche ta formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti ahramykh pidpriemstv [Institutional environment and formation of social responsibility of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*, no. 12, pp. 5–13.
7. Mostepaniuk A. V. (2019), Sutnist, pryntsyipy ta metody realizatsii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v suchasnyy rynkoviy ekonomitsi [The essence, principles and methods of implementing corporate social responsibility in the modern market economy]. *Biznes Inform*, no. 11, pp. 13–22.

8. Stankevych Yu. Yu. (2016), Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: sutnist ta problemy poshyrennia v Ukraini [Corporate social responsibility: essence and problems of distribution in Ukraine]. *Molodyi vchenyi*, no. 5, pp. 171–174.
9. Saprykina M. (2022), Trendy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u 2022 [Corporate social responsibility trends in 2022]. *CSR Ukraine*. Available at: <http://csr-ukraine.org/articles/trendi-korportivnoi-socialnoi-vidp/> (accessed 20 October 2022).
10. Mazur-Wierzbicka, E. (2015), The application of Corporate social responsibility in European agriculture, *Miscellanea Geographica- Regional Studies of development*, vol. 19, no. 1, pp. 19–23.
11. Levkivska, L., Levkovich, I. (2017), Social responsibility in Ukrainian agriculture: the regional issue. *Eastern Journal of European Studies*, ISSN2068-6633, Alexandru Ioan Cuza University Press, Iași, vol. 8, Iss. 1, pp. 97–114. Available at: http://ejes.uaic.ro/EJES2017_vol8_issue1.htm (accessed 20 October 2022).