

ОЦІНКА ДІЄВОСТІ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT MECHANISMS OF AGRICULTURAL PRODUCTION ENTITIES

У статті проведена оцінка дієвості механізмів соціальної відповідальності суб'єктів аграрного виробництва в Україні. Здійснено аналіз інтенсивності запровадження соціально-відповідальних заходів суб'єктів аграрного бізнесу Харківської області у 2020 р., а також визначено частку соціальних інвестицій цих суб'єктів. Виділено пріоритетні вектори спрямування соціальних інвестицій – підвищення кваліфікації працівників та їх професійний розвиток, а також запровадження ресурсозберігаючих заходів, у рамках співпраці з громадськістю це розвиток освіти, науки, технології та інновації, на жаль, одними із найменш популярних – охорона навколишнього середовища. Проведено опитування щодо факторів впливу на соціальні інвестиції суб'єктів аграрного бізнесу – законодавче середовище, суспільна думка щодо соціальних інвестицій, виконання державних обов'язків та функцій, розвиненість некомерційних та недержавних організацій, наявність ефективних методик та кваліфікованих спеціалістів для реалізації соціальних бізнес-програм. Обґрунтовано, що стратегічні завдання активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу мають бути поділені на економічні, соціальні та екологічні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, аграрне виробництво, соціальні інвестиції, програми соціальної відповідальності.

The article evaluates the effectiveness of the social responsibility management mechanisms of agricultural production entities in Ukraine. An analysis of the intensity of the introduction of socially responsible measures by agrarian business entities of the Kharkiv region in 2020 was carried out, and the share of social investments of these entities was also determined. The priority vectors for the direction of social investments have been identified – improving the qualifications of employees and their professional development, as well as the introduction of resource-saving measures, within the framework of cooperation with the public, this is the development of education, science, technology and innovation, unfortunately, one of the least popular – environmental protection. A survey was conducted on the factors influencing social investments of agrarian business entities – the legislative environment, public opinion regarding social investments, the performance of state duties and functions, the development of non-commercial and non-governmental organizations, the availability of effective methods and qualified specialists for the implementation of social business programs. The "beneficial effect" of the introduction of social investment flows for the representatives of the investigated subjects of agrarian business was determined – improvement of the attitude of employees to the enterprise; significant benefit to society; improves business performance and increases competitiveness; strengthens the company's reputation. The reasons for the collapse of social projects of medium-sized and small agrarian business entities are identified, among the main ones we can mention the insufficient financial support of social projects, the lack of innovative technologies and their transfer, the absence of a clearly defined competitive position on the market of agricultural products, insufficient provision of human resources, their unsatisfactory quality. Among the main obstacles to the development of social responsibility of agrarian business entities, the lack of funds, tax pressure, imperfection of the regulatory and legal framework that would facilitate the implementation of social responsibility programs are highlighted. It is substantiated that the strategic tasks of activating the social responsibility of agrarian business entities should be divided into economic, social and environmental.

Key words: social responsibility, agricultural production, social investments, social responsibility programs.

УДК 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.76-17>

Пуртов В.Ф.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та менеджменту
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

Деркач О.В.

аспірант
Сумський національний аграрний
університет

Purtov Volodymyr

V.N. Karazin Kharkiv National University

Derkach Oleksandr

Sumy National Agrarian University

Постановка проблеми. З виходом вітчизняних підприємств аграрного бізнесу на міжнародні ринки, а також запровадження міжнародних стандартів корпоративного управління, суб'єкти аграрного виробництва вирішують завдання підвищення їх конкурентоспроможності та нарощення ринкової вартості активів шляхом запровадження системи соціальної відповідальності в поточну діяльність, що сприяє нарощенню масштабів аграрного виробництва та посилення продажів продукції аграрної сфери, збільшення капіталу торгівельних марок вітчизняного аграрного виробництва, розкриває потенціал мотивації персоналу та набуття нових інноваційних компетенцій та новітні переваги.

До початку ринкових реформ аграрні підприємства та великі об'єднання, вимушені були утримувати соціальну інфраструктуру на селі, яка вклю-

чала житлово-побутову сферу, медичні послуги, установи культури і спорту тощо. В умовах ринкових перетворень соціальна політика держави кардинально змінилася та, в теперішній час, не відповідає суспільним вимогам. Власники аграрного бізнесу в умовах жорсткої економії ресурсів під впливом негативних світових тенденцій, мінімували обсяги спрямування фінансових потоків у соціальну діяльність, в наслідок чого соціальні об'єкти було приватизовано, переведено на комерційну основу або передано на баланс органам місцевого самоврядування. Це створило соціальну напругу та облічило сучасні соціальні конфлікти в аграрній сфері. На сьогодні не існує дієвих механізмів реалізації соціальної відповідальності в галузі, що досліджується. Хоча аграрна сфера є однією з пріоритетних для економіки України та

потребує не лише фінансової підтримки, а й розробки та впровадження дієвих практик щодо вдосконалення діяльності аграрних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню питань корпоративної соціальної відповідальності присвячені роботи таких авторів, як Бурмаки Т. [1], Варламова М. [2], Єнгоян Г. [2], Ладонько Л. [3], Лахунової І. [1], Медведчук О. [1], Мельникович О. [1], Мітал О. [3], Непомнящого О. [1], Орлової Н. [1,3], Філіпової Н. [3], Чупріни М. [4] та інших. Проблематикою механізмів соціальної відповідальності в аграрній сфері займаються Колосок А. М. [5], В. В. Нагорний [6], О. В. Четверик [6], Левківська Л. М. [7], Швець Т. В. [7], Лункіна Т. І. [8], Широка А. І. [8].

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка дієвості механізмів управління соціальною відповідальністю суб'єктів аграрного виробництва в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Протягом останніх років 90% великих компаній аграрного виробництва України здійснювали заходи соціальної відповідальності щодо клієнтів або партнерів по бізнесу (в середньому по 1,5 заходи на одне підприємство). Дуже часто звертали увагу на питання соціальної відповідальності щодо клієнтів або партнерів по бізнесу 12%, часто – 33%, деколи – 43% опитаних суб'єктів аграрного бізнесу. Найбільш поширеною формою соціальної відповідальності по відношенню до споживачів та партнерів є підтримка якості продукції (84% аграрних компаній), далі йдуть тренінги для персоналу щодо підвищення їх компетенцій та професіонального росту (37%).

Незалежно від відповіді на запитання про здійснення заходів соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу, практично всі аграрні підприємства, зокрема 99,7%, дали позитивну відповідь на подальші конкретні завдання щодо окремих заходів соціальних проектів. Це означає, що майже одна четверта суб'єктів аграрного бізнесу не усвідомлює те, що здійснює соціальні проекти

та заходи. Можна зробити висновок, що справжній рівень розуміння концепції соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу в Україні є далеко не таким високим, як це декларують. Статистика опрацьованих індексів показана в таблиці 1.

Для оцінки інтенсивності запровадження соціально-відповідальних заходів було визначено загальний індекс, що є сумою чотирьох індексів. Значення загального індексу коливаються між 1 та 27, а середнє значення дорівнює 7.5, показуючи, що інтенсивність соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу, у середньому, у представників агробізнесу нашого регіону не дуже висока.

Нині розвиток суб'єктів аграрного бізнесу на основі соціальної відповідальності є загальноприйнятим правилом, який застосовує переважна кількість суб'єктів аграрного бізнесу в усьому світі. Проте, їх соціальні напрямки реалізації суттєво різняться між собою. Так, за проведеним опитуванням суб'єктів аграрного бізнесу встановлено, що потоки соціальних інвестицій спрямовуються ними переважно на реалізацію внутрішніх соціальних програм, ціллю розробки яких є розвиток власного інтелектуального потенціалу та задоволення вимог працівників. (табл. 2).

Поряд з цим, пріоритетними векторами спрямування соціальних інвестицій є підвищення кваліфікації працівників та їх професійний розвиток, а також запровадження ресурсозберігаючих заходів.

Найпоширенішими видами допомоги громадськості є розвиток освіти, науки, технології та інновації, на, жаль, одними із найменш популярних - охорона навколишнього середовища. Серед тих суб'єктів аграрного бізнесу, які впроваджують екологічну відповідальність, більш визнаними є практики впровадження енергозберігаючих технологій та програми сортування й утилізації відходів. Проте, здійснення різноманітних заходів із екологічної відповідальності розповсюджене явище переважно серед великих за масштабом суб'єктів аграрної сфери.

Таблиця 1

Оцінка інтенсивності запровадження соціально-відповідальних заходів суб'єктів аграрного бізнесу Харківської області у 2020 р.

Показник	Групи за рівнем інтенсивності заходів здійснення соціальної відповідальності			Питома вага суб'єктів в загальній виборці, %
	Середня	Мінімум	Максимум	
Загальний індекс соціальної відповідальності бізнесу	7,5	1	27	99,7
Індекс заходів щодо відповідальності перед громадськістю	2,0	1	8	67
Індекс заходів щодо власних працівників	4,3	1	11	97
Індекс заходів щодо довкілля	1,3	1	4	52
Індекс заходів щодо покупців та бізнес-партнерів	1,5	1	4	90

Таблиця 2

Аналіз частки соціальних інвестицій суб'єктів аграрного бізнесу (Харківська обл., 2020 р.)

Внутрішні потоки соціальних інвестицій	%	Зовнішні потоки соціальних інвестицій	%
1. Розвиток персоналу	50,7	1. Інвестиції, спрямовані на розвиток місцевих громад	21,4
В тому числі:		В тому числі:	
Підвищення безпеки праці	2,1	Розвиток освіти, науки, технологій та інновацій	6,2
Охорона здоров'я	3,1	Підтримка культури і спорту	2,5
Підвищення кваліфікації та професійний розвиток	37,3	Розвиток місцевого самоврядування	10,1
Можливості гармонійного розвитку та дозвілля	6,2	благодійна допомога бідним верствам населення	1,6
Оздоровлення	2,0		
2. Ресурсозбереження	27,8	2. Охорона навколишнього середовища	1,1

Джерело: розраховано автором за даними опитувань та монографічних досліджень

Головну небезпеку для соціальних бізнес-програм зовнішнього спрямування сьогодні представляє неоднозначність та недосконалість законодавчої діяльності держави: низка нормативно-правових нововведень, як правило, спрощує реалізацію ефективних соціальних програм, тоді як інші нововведення, навпаки, їх ускладнюють. Це пояснює розбіжності в очікуваннях підприємців подальших дій від держави, тому перевага в цілому на боці саме тих, хто сумнівається в позитивній дії нормативно-правової державної ініціативи (табл. 3).

Встановлений факт недовіри суб'єктів аграрного бізнесу до держави, перш за все, має бути адресований органам законодавчої та виконавчої влади, які несуть відповідальність за прийняті інновації нормативно-правового характеру. Це вимагає від влади зваженості та ретельності при розробці нормативно-правових документів, тому як негативні наслідки будуть відбиватися не тільки на вітчизняному аграрному бізнесі, а й на різноманітних верствах населення.

Одночасно суб'єкти аграрного бізнесу сподіваються на певні позитивні зрушення з боку громадськості щодо сприйняття ролі соціальної бізнесу в їх повсякденному житті. Проте, найбільші очікування щодо активізації механізмів соціального інвестування суб'єкти аграрного бізнесу поклада-

ють тільки на себе, розробляючи методичне забезпечення та підвищуючи кваліфікацію спеціалістів, що необхідно для реалізації соціальних бізнес-програм та підвищення їх конкурентоспроможності

Оцінюючи «корисний ефект» від впровадження потоків соціальних інвестицій, представники досліджених суб'єктів аграрного бізнесу надали такі відповіді:

- 73,4% – поліпшення відношення працівників до підприємства;
- 54,3% – суттєва користь для суспільства;
- 61,3% – поліпшує бізнес-показники та підвищує конкурентоспроможність;
- 53% – зміцнює репутацію підприємства.

Таким чином, позитивні сторони практики використання соціальних інвестицій, як одного з напрямку реалізації соціально-орієнтованого бізнесу, сьогодні усвідомлюються переважною більшістю вітчизняних суб'єктів аграрного бізнесу, адже інвестування коштів на реалізацію соціальних бізнес-програм підпорядковується не лише досягненню конкретної «іміджевої» мети, а й виступає складовою конкурентоспроможності та довгострокового стратегічного розвитку.

На нашу думку, основним мотивом, що обумовлює згортання проектів соціальної відповідальності суб'єктів малого та середнього аграрного бізнесу в Україні є їх недостатнє фінансове

Таблиця 3

Фактори впливу на соціальні інвестиції суб'єктів аграрного бізнесу, %

Фактори формування соціальних інвестицій	Сприяє	Стримує	Не впливає
Законодавче середовище	40,51	55,7	30,8
Суспільна думка щодо соціальних інвестицій	70,51	6,41	23,08
Виконання державних обов'язків та функцій	57,5	25,0	17,5
Розвиненість некомерційних та недержавних організацій	44,16	7,79	48,05
Наявність ефективних методик та кваліфікованих спеціалістів для реалізації соціальних бізнес-програм	86,25	1,25	12,5

Джерело: за результатами проведеного опитування

забезпечення. Ще однією вагомою причиною для суб'єктів з меншими масштабами аграрного виробництва проблематичною в контексті реалізації соціальних проектів є недостатня якість та забезпеченість людським капіталом (табл. 4).

На думку сучасних науковців [9–10; 11], активізація механізмів соціальної відповідальності бізнесу безперечно залежить від масштабу виробництва та розміру суб'єкту аграрного бізнесу, що безпосередньо пов'язане з потенціалом формування інвестиційних потоків, проте середні та малі аграрні підприємства в міру своїх можливостей також долучаються до деяких форм соціально відповідальної діяльності внаслідок розуміння вимог до розвитку інфраструктури аграрної сфери, орієнтування на отримання соціального ефекту при спрямуванні соціальних інвестицій у розвиток персоналу, сертифікацію власної продукції,

розвиток місцевої спільноти, переходу на інноваційні моделі. Суспільну думку формують суб'єкти аграрного бізнесу, що виконують суспільні функції відповідно до обсягів власних ресурсів, це знижує ризики та перешкоди впровадження принципів соціальної відповідальності в діяльність суб'єктів аграрного бізнесу.

Головною перешкодою у здійсненні заходів із соціальної відповідальності для 72% українських компаній є брак коштів, для третини підприємств (33%) – податковий тиск, для 31% – недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла впровадженню програм із соціальної відповідальності. Для 28% українських підприємств основними перешкодами є недостатність інформації (38,5%) і досвіду (28%) впровадження соціальної відповідальності, відсутність підтримки з боку державних та недержавних організацій (18%) [12] (рис. 1).

Таблиця 4

Причини згорання соціальних проектів середніх та малих суб'єктів аграрного бізнесу

Частка відповідей	%
Недостатність фінансового забезпечення соціальних проектів	37,3
Нестача інноваційних технологій та їх трансферу	14,7
Відсутність чітко визначеної конкурентної позиції на ринку аграрної продукції	13,7
Недостатнє забезпечення людськими ресурсами , незадовільна їх якість	10,8
Відсутність економічного ефекту від соціального проекту	7,8
Невмотивованість та необізнаність працівників	5,9
Відсутність підтримки заохочення з боку менеджменту та власників	3,9
Інше	5,9

Джерело: за результатами опитування

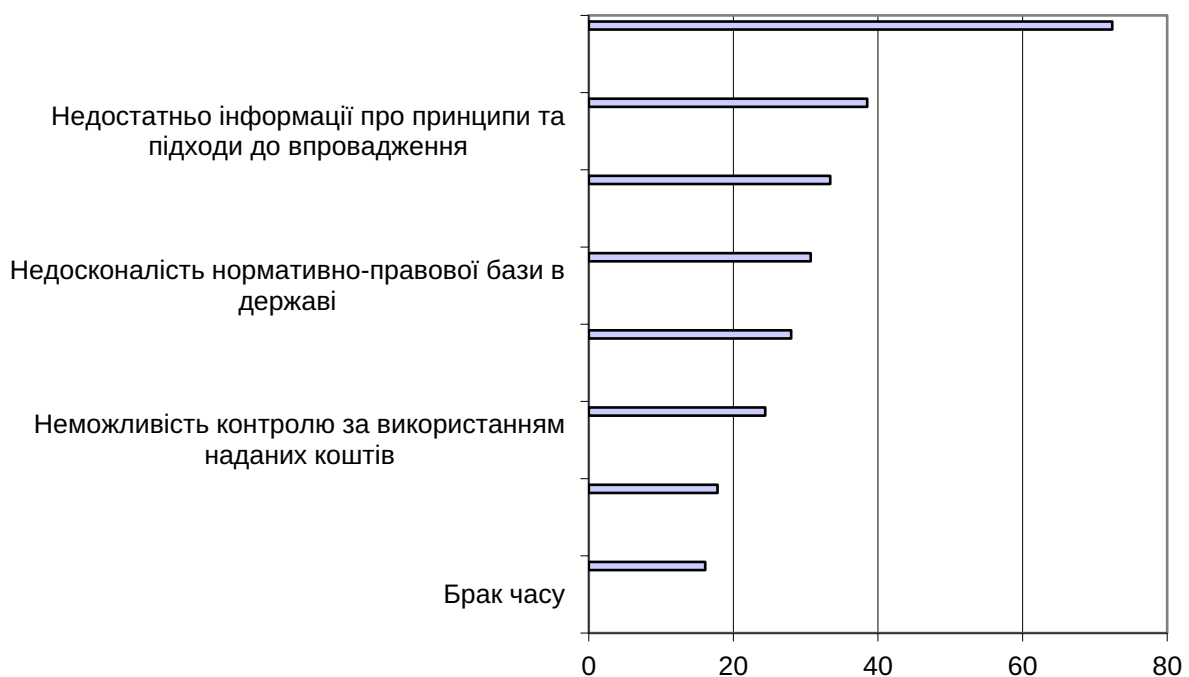


Рис. 1. Перешкоди розвитку соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу у 2020 р., %

Джерело: систематизовано автором

З метою оптимізації процесу активності та результативності програм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу наведені показники необхідно об'єднати шляхом розрахунку узагальнюючого комплексного інтегрального показника, який надасть характеристики окресленої підсистеми соціальної відповідальності аграрного бізнесу в цілому в органічному єднанні її елементів. В науковій літературі розкрита велика кількість узагальнюючих показників. На наш погляд заслуговує на увагу метод формування інтегрального показника шляхом застосування наукового підходу аналізу ієрархії.

Науковий підхід до аналізу ієрархії передбачає виконання трьох етапів:

- декомпозиція проблеми;
- порівняльні судження;
- синтез пріоритетів і вибір альтернатив.

Декомпозиція дозволяє представити проблему у вигляді складових і провести подальшу обробку послідовних суджень для оцінки. В результаті може бути виражена відносна інтенсивність взаємодії елементів в ієрархії. Науковий підхід аналізу ієрархій зміщує процедури синтезу суджень, отримання пріоритетів і знаходження альтернативних рішень. З допомогою цього методу вирішуються задачі як особистого вибору, так і об'єданого вибору групи осіб на основі логіки суджень, визначення подій і встановлення відносин між ними.

В результаті використання наукового підходу ієрархії можна встановити показники, які отримали широке розповсюдження :

1. Зміна потенціалу соціальної відповідальності суб'єкту аграрного бізнесу:

- приріст обсягу соціальних інвестицій на 1 працівника;
- приріст обсягу соціальних інвестицій на 1 гривню прибутку від реалізації;
- приріст обсягу соціальних інвестицій на 1 гривню чистого прибутку.

2. Фінансово-виробнича ефективність процесу соціального інвестування суб'єкту аграрного бізнесу:

- позитивні зміни значень показників ефективності використання персоналу;
- приріст обсягу продукції аграрного виробництва на 1 гривню фонду заробітної плати;
- приріст виручки від реалізації продукції аграрного виробництва на 1 гривню фонду заробітної плати.

3. Зміна еколого-економічного потенціалу суб'єкту аграрного бізнесу:

- збільшення потоків затрат на природоохоронні заходи в собівартості продукції;
- скорочення викидів забруднюючих засобів;
- спрямування інвестиційних потоків в охорону навколишнього середовища і зниження рівня шкідливих впливів.

Висновки з проведеного дослідження.

З метою удосконалення методичного підходу трансформації структури соціально-економічних зв'язків суб'єктів аграрного бізнесу, обґрунтовано економічний ефект, який буде одержаний як на рівні регіональної економіки та державному рівні, так і на рівні носіїв соціально-відповідальних ініціатив (підприємницьких структур та інших суб'єктів аграрного бізнесу). Економічним ефектом для в такому випадку постає підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкту господарювання, покращення кінцевих результативних економічних показників та максимізація ринкової вартості бізнесу.

Розробка ефективного механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу зумовлює необхідність чіткого визначення його структури та цілей функціонування. До зазначеного механізму було включено концептуальні засади, цілі, напрями, методи та інструменти впливу, стану та динаміки соціальних складових економічного потенціалу на конкурентоспроможність суб'єктів аграрного бізнесу. Стратегічні завдання активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу були умовно поділені на економічні (зростання конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, людського капіталу, забезпечення стабільності розвитку соціально-економічної сфери, згладжування економічних проблем аграрної сфери, забезпечення чесної конкуренції, зниження корупції), соціальні (соціальний захист населення, зниження соціальної напруги у суспільстві, покращення здоров'я та подовження тривалості життя громадян країни, забезпечення зайнятості) та екологічні (покращення стану довкілля, досягнення високого рівня екологічності продукції національної економіки; мінімізація шкідливого впливу виробництва на працівників, мешканців, які проживають поблизу них; захист від негативного екологічного впливу закордонних підприємств).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Burmaka T., Orlova N., Nepomnyashchyu O., Melnykovych O., Medvedchuk O., Lahunova I. Social investment as a tool of corporate social responsibility realization in Europe. 35th IBIMA International Business Information Management Conference. Spain, 1–2 april, 2020.
2. Варламова М., Єнгоян Г. Світові тренди розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 5 (60). URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/60/752.pdf>.
3. Орлова Н. С., Ладонько Л. С., Філіпова Н.В., Мітал О. Г. Репутація соціально відповідальних корпорацій на світовому фінансовому ринку. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2020. № 4 (35). С. 144–151

4. Чуприна М. О., Жалдак Г. П. Світові тренди у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8365>.

5. Колосок А.М. Становлення соціальної відповідальності в аграрному бізнесі. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 1(175). С. 231–235.

6. Нагорний В.В., Четверик О.В. Роль соціальної відповідальності в розвитку аграрного бізнесу. *Науковий вісник НУБіП України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2018. № 290. С. 209–219.

7. Левківська Л. М., Швець Т. В. Соціальна відповідальність у контексті формування стратегічного розвитку сучасного агробізнесу. *Економіка АПК*. 2018. № 7. С. 74.

8. Лункіна Т. І., Широка А. І. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2018. № 9. С. 60–66.

9. Гнат'єва Т. М. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на конкурентоздатність підприємств аграрного сектору. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2014. № 4(76). С. 151–158.

10. Кужель В. В. Еволюція концептуального розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2014. № 1(8). Т.2. С. 128–139.

11. Красноручський О.О. Екологічні проблеми розширеного відтворення капіталу виробників сільськогосподарської продукції. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Екологічне підприємництво в агропромисловому виробництві», 12–14 червня 2008 року. Мелітополь : ТДАТУ, 2008. С. 70–72.

12. Шабатура Т.С. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально-орієнтованого бізнесу. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. Випуск 4, 2014. С. 183–187.

REFERENCES:

1. Burmaka T., Orlova N., Nepomnyashchyy O., Melnykovych O., Medvedchuk O., Lahunova I. (2020). Social investment as a tool of corporate social responsibility realization in Europe. 35th IBIMA International Business Information Management Conference. Spain. pp. 10151-10162. (in English)

2. Varlamova Mariia, Yengoian Hoar (2019). Svitovi trendy rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu [World trends of business social responsibility. Development]. *Galician economic journal*, no. 5 (60), pp. 58–65. (in Ukrainian)

3. Orlova N., Ladonko L., Filipova N., & Mital O. (2021). Reputatsiia sotsialno vidpovidalnykh korporatsii na svitovomu finansovomu rynku [Reputation of socially

responsible corporations in the world financial market]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, no. 4(35), pp. 144–151. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcapt.v4i35.221855>. (in Ukrainian)

4. Chuprina, M. and Zhaldak, H. (2020). Svitovi trendy u sferi korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [New trends in the sphere of corporate social responsibility]. *Efektivna ekonomika*, vol. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8365>. (in Ukrainian)

5. Andriy M. Kolosok (2016) Stanovlennia sotsialnoi vidpovidalnosti v ahrarnomu biznesi [Formation of social responsibility in agrarian business actual problems of economics]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 1(175), pp. 231–235. (in Ukrainian)

6. Nahorni V. V., Chetveryk O. V. (2018) Rol sotsialnoi vidpovidalnosti v rozvytku ahrarnoho biznesu [The role of social responsibility in the development of agrarian business]. *Naukovyi visnyk NUBiP Ukrainy. Serii: Ekonomika, ahrarnyi menedzhment, biznes*, no. 290, pp. 209–219. (in Ukrainian)

7. Levkivska L. M., Shvets T. V. (2018) Sotsialna vidpovidalnist u konteksti formuvannia stratehichnoho rozvytku suchasnoho ahrbiznesu [Social responsibility in context of forming of strategic development of the modern agricultural business]. *Ekonomika APK*, no. 7, pp. 74. (in Ukrainian)

8. Lunkina T., Shyroka A. (2018) Lokalna sotsialna vidpovidalnist v ahrarnomu sektori Ukrainy. *Modern Economics*, no. 9, pp. 60–66. (in Ukrainian)

9. Hnatieva T. M. (2014) Vplyv sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu na konkurentozdatnist pidpriemstv ahrarnoho sektoru. [The impact of social responsibility of business on the competitiveness of enterprises in the agrarian sector]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, no. 4 (76), pp. 151–158. (in Ukrainian)

10. Kuzhel V. V. (2014) Evoliutsiia kontseptualnoho rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu [Evolution of the conceptual development of social responsibility of business]. *Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii*, no. 1(8), pp. 128–139. (in Ukrainian)

11. Krasnorutskyi O. O. (2008) Ekolohichni problemy rozshyrenoho vidtvorennia kapitalu vyrobnykiv silskohospodarskoi produktsii [Environmental problems of the extended reproduction of the capital of producers of agricultural products]. Proceedings of the *Ekolohichne pidpriemnytstvo v ahrpromyslovomu vyrobnytstvi (June 12–14, 2008)*. Melitopol: TDAU. P. 70–72 (in Ukrainian).

12. Shabatura T. S. (2014) Sotsialni investytsii yak instrument realizatsii sotsialno-orientovanoho biznesu [Social investments as a tool for the implementation of socially oriented business]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii «Ekonomika i menedzhment»*, no. 4, pp. 183–187. (in Ukrainian)