

УДК 338.43:005.35

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.201.350-354>**Липовий Д.В.**

кандидат економічних наук

Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Lypovyi Dmytro

PhD in Economic Sc.

Livestock Farming Institute of National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

<https://orcid.org/0009-0008-5560-9864>

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Стаття присвячена дослідженню проблем оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності.

Визначено, що попри зростаюче усвідомлення важливості соціальної відповідальності, існуючі підходи до оцінювання ефективності агробізнесу часто є недостатніми, оскільки традиційно орієнтуються переважно на економічні показники, ігноруючи або мінімізуючи соціальні та екологічні аспекти діяльності.

Встановлено, що в Україні стан соціальної відповідальності агробізнесу характеризується нерівномірністю впровадження, декларативністю окремих ініціатив, фокусом на обмеженому колі аспектів та недостатнім рівнем обізнаності.

Доведено, що на державному рівні розвиток соціальної відповідальності бізнесу розглядається саме як добровільна діяльність, спрямована на підвищення стандартів, зміцнення довіри та покращення довгострокової ефективності бізнесу.

Ключові слова: агробізнес, ефективність, індикатори розвитку, соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, стандарти.

PROBLEMS OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF AGRIBUSINESS DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The article is devoted to the study of the problems of assessing the effectiveness of agribusiness development in the context of social responsibility.

It is determined that despite the growing awareness of the importance of social responsibility, existing approaches to assessing the effectiveness of agribusiness are often insufficient, since they are traditionally focused mainly on economic indicators, ignoring or minimizing social and environmental aspects of activity. Scientific research in this area, although making a significant contribution, often focuses on general forms of corporate social responsibility, not sufficiently taking into account the specifics of agricultural production and the socio-economic characteristics of rural areas.

It is established that in Ukraine the state of social responsibility of agribusiness is characterized by uneven implementation, declarative nature of individual initiatives, focus on a limited range of aspects and insufficient level of awareness. The lack of unified standards and assessment methods complicates comparison, identification of best practices and stimulation of more active implementation of the principles of social responsibility of business.

It is proven that the state policy in the field of promoting the development of socially responsible business determines the importance of integrating social and environmental aspects into the activities of enterprises. The development of social responsibility of business is considered as a voluntary activity aimed at raising standards, strengthening trust and improving long-term business efficiency.

It is substantiated that in order to ensure the sustainable development of agribusiness in Ukraine, there is an urgent need to develop and implement comprehensive, scientifically based methods of assessing efficiency, which would take into account not only economic, but also social and environmental results of the activities of agricultural enterprises. This will allow a more objective assessment of their contribution to social development, stimulate responsible business conduct and contribute to the harmonious development of rural areas.

Keywords: agribusiness, efficiency, indicators, business social responsibility, sustainable development, standards.

JEL Classification: Q13; Q56; M14; O13; L31

Постановка проблеми. У сучасному світі, де питання сталого розвитку набувають дедалі більшої ваги,

проблема оцінювання ефективності агробізнесу вже не може обмежуватися лише фінансовими показниками.

Соціальна відповідальність стає невід'ємною складовою успішного та довгострокового функціонування аграрних підприємств. Саме тому дослідження проблем оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті його соціальної відповідальності є надзвичайно актуальним.

З одного боку, зростає усвідомлення суспільством важливості етичного ведення бізнесу, зокрема в аграрному секторі, який безпосередньо впливає на продовольчу безпеку, екологію та добробут сільських громад. Споживачі дедалі частіше віддають перевагу продукції агропідприємств, які демонструють високий рівень соціальної відповідальності. Це створює як виклики, так і нові можливості для агробізнесу.

З іншого боку, існуючі підходи до оцінювання ефективності часто не враховують або недостатньо враховують соціальні та екологічні аспекти діяльності суб'єктів агробізнесу. Це ускладнює ухвалення обґрунтованих управлінських рішень, що спрямовані на збалансований розвиток. Відсутність чітких та уніфікованих методик оцінювання соціальної відповідальності в агробізнесі призводить до складнощів у порівнянні різних підприємств, визначенні найкращих практик та залученні інвестицій, орієнтованих на сталий розвиток.

Таким чином, дослідження проблем оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності є своєчасним і необхідним для формування більш цілісного розуміння успішності аграрних підприємств, підвищення їхньої конкурентоздатності та забезпечення сталого розвитку сільських територій і суспільства в цілому. Розробка ефективних інструментів оцінювання дозволить агробізнесу не лише демонструвати свою соціальну відповідальність, але й використовувати її як стратегічну перевагу для досягнення довгострокових економічних цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у вивчення соціальної відповідальності бізнесу, в тому числі в аграрному секторі зробили такі науковці, як О. Балабанова [1], О. Деркач [2, 3], М. Ігнатенко [4], В. Колесников [5], К. Комарова [6], Н. Ковальчук [6], М. Поленкова [8] та інші. Попри активне вивчення цієї проблематики, концептуалізація становлення та еволюції соціальної відповідальності аграрного сектору залишається предметом дискусій і вимагає сучасного переосмислення. Це нове осмислення повинно поєднувати теоретичні знання з дослідженням практичного досвіду застосування соціальної відповідальності в роботі сучасних суб'єктів агробізнесу.

Мета статті полягає у дослідженні проблем оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності.

Виклад основних результатів дослідження. Сучасні тенденції розвитку вітчизняного підприємництва актуалізують нову парадигму соціальної відповідальності бізнесу, що інтегрує управлінські стратегії, спрямовані на забезпечення операційної стійкості через пріоритет людського капіталу. Зокрема, йдеться про формування стабільного кадрового ядра шляхом гарантування зайнятості кваліфікованих працівників, що є

ключовим елементом створення сприятливого організаційного клімату [1].

Впровадження дієвих економічних механізмів соціально відповідального ведення бізнесу розглядається як фактор підвищення конкурентоздатності національних підприємств. Це досягається через посилення мотивації персоналу та впровадження прогресивних управлінських систем, що корелює з фундаментальним завданням сучасної економічної науки – посилення соціальної детермінанти в управлінні економічними процесами, що є відповіддю на тенденції дегуманізації в економічній сфері. За умов інституціоналізації відповідних механізмів, соціальна відповідальність набуває потенціалу каталізатора інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, стимулюючи пошук нових рішень та технологій.

Соціальна відповідальність бізнесу як категорія економічного характеру є багатограним поняттям, що відображає не лише етичні та соціальні зобов'язання підприємств перед суспільством, але й їхній вплив на економічні процеси та результати діяльності [2]. Розглядаючи соціальну відповідальність бізнесу з економічної точки зору, важливо виділити кілька ключових аспектів, а саме:

1. Вплив на фінансові показники, в тому числі:

– *покращення репутації та іміджу.* Соціально відповідальні суб'єкти агробізнесу часто мають кращу репутацію серед споживачів, інвесторів, партнерів та працівників. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню лояльності клієнтів, залученню нових інвестицій, зміцненню партнерських зв'язків та полегшенню найму кваліфікованого персоналу, що безпосередньо впливає на прибутковість;

– *зниження ризиків.* Впровадження успішних практик соціальної відповідальності бізнесу зараз може допомогти агропідприємствам уникнути або мінімізувати різноманітні ризики, такі як екологічні катастрофи, трудові конфлікти, судові позови та репутаційні скандали, що можуть призвести до значних фінансових втрат;

– *підвищення ефективності.* Оптимізація використання ресурсів, впровадження екологічно чистих технологій та покращення умов праці, що є складовими соціальної відповідальності бізнесу, можуть призвести до зниження витрат, підвищення продуктивності та інноваційної активності;

– *доступ до нових ринків та інвестицій.* Соціально відповідальні суб'єкти агробізнесу часто мають переваги при виході на нові ринки, особливо в країнах з високими вимогами до екологічних та соціальних стандартів. Крім того, інвестори все більше звертають увагу на ESG (екологічні, соціальні та корпоративні стандарти) фактори при прийнятті рішень.

2. Вплив на стійкий розвиток, в тому числі:

– *зовнішні ефекти та соціальні витрати.* Соціальна відповідальність бізнесу передбачає обов'язкове врахування суб'єктами агробізнесу зовнішніх ефектів своєї діяльності, таких як забруднення навколишнього середовища або соціальна нерівність. Інвестуючи в соціальні та екологічні ініціативи, агропідприємства

можуть зменшувати негативні зовнішні ефекти та сприяти сталому розвитку суспільства;

– *створення спільної цінності*. Концепція створення спільної цінності (CSV) передбачає, що суб'єкти агробізнесу можуть досягати економічного успіху, одночасно вирішуючи соціальні та екологічні проблеми. Це означає інтеграцію соціальних та екологічних цілей у бізнес-модель таких підприємств.

3. Еволюцію розуміння соціальної відповідальності бізнесу, яка спочатку часто розглядалася як добровільна діяльність, що виходить за межі юридичних зобов'язань. З часом її розуміння еволюціонувало, і сьогодні вона все частіше розглядається як невід'ємна частина стратегічного управління та фактор конкурентоздатності. Сьогодні зростає усвідомлення того, що соціальні та економічні цілі не є взаємовиключними, а можуть бути взаємопов'язаними та підсилювати одна одну.

Отже, соціальна відповідальність бізнесу є не просто етичним імперативом, а й важливою категорією економічного характеру, що має значний вплив на фінансові результати суб'єктів агробізнесу, стійкий розвиток та їхню довгострокову конкурентоздатність. Врахування соціальних та екологічних аспектів стає все більш важливим для успішного ведення бізнесу в сучасному світі.

Оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності вимагає комплексного підходу, що охоплює різноманітні аспекти діяльності аграрного підприємства. Аналіз наукових праць щодо теми дослідження [1, 3, 4, 6, 8] дозволяє виокремити індикатори для такого оцінювання, які можна поділити на кілька основних груп, кожна з яких відображає певний вимір соціальної відповідальності, а саме:

1. Економічні індикатори, що враховують соціальний аспект, в тому числі:

– *створення робочих місць та їх якість* (кількість створених робочих місць, рівень заробітної плати, наявність соціальних пільг та гарантій для працівників, можливості для професійного розвитку та навчання);

– *внесок у місцеву економіку* (обсяг інвестицій у місцеву інфраструктуру, підтримка місцевих постачальників та підприємств, сплата податків до місцевих бюджетів);

– *продовольча безпека та доступність* (забезпечення населення якісною та доступною сільськогосподарською продукцією, участь у програмах продовольчої підтримки);

– *ефективне використання ресурсів* (оптимізація використання природних ресурсів, енергоефективність, зменшення відходів виробництва, впровадження ресурсозберігаючих технологій, що впливає як на економічну ефективність, так і на екологічну та соціальну стійкість).

2. Соціальні індикатори, в тому числі:

– *умови праці та охорона здоров'я* (рівень безпеки праці, наявність програм охорони здоров'я для

працівників, дотримання трудового законодавства, створення сприятливого та інклюзивного робочого середовища);

– *взаємодія з місцевими громадами* (участь у соціальних проєктах та ініціативах, підтримка розвитку місцевої інфраструктури, налагодження діалогу з місцевим населенням, врахування їхніх потреб та інтересів);

– *розвиток сільських територій* (інвестиції в соціальну інфраструктуру села, підтримка освітніх та культурних програм, сприяння зайнятості сільського населення);

– *якість продукції та відповідальність перед споживачами* (безпечність та якість сільськогосподарської продукції, надання достовірної інформації про продукцію, врахування відгуків споживачів).

3. Екологічні індикатори, в тому числі:

– *вплив на біорізноманіття та екосистеми* (збереження природних екосистем певних територій, мінімізація негативного впливу на їх флору та фауну, підтримка екологічно чистих методів ведення сільського господарства);

– *управління земельними ресурсами* (ощадне та раціональне використання земельних ресурсів, відновлення родючості земель, запобігання деградації ґрунтів);

– *використання водних ресурсів* (ефективне використання води, запобігання забрудненню водних джерел);

– *зменшення викидів та забруднення* (контроль та зменшення викидів парникових газів, а також забруднюючих речовин у повітря, воду та ґрунт, утилізація відходів виробництва).

Для комплексної оцінки ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності необхідно використовувати комбінацію цих індикаторів, враховуючи специфіку діяльності підприємства, його розмір та регіональні особливості. Важливим є не лише кількісне вимірювання, але й якісний аналіз впроваджених соціально відповідальних практик та їхнього впливу на різні зацікавлені сторони. Для глибшого розуміння цього процесу розглянемо специфіку такого оцінювання (табл. 1).

Вітчизняна Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р. [7] «соціально відповідальний бізнес» визначає як відповідальну поведінку підприємств щодо суспільства та довкілля. Це передбачає, що їхні рішення та дії мають сприяти сталому розвитку, зокрема добробуту громадян, враховувати потреби як самого бізнесу, так і суспільства, відповідати законодавству та міжнародним нормам і бути невід'ємною складовою їхньої діяльності. Тож, розвиток соціально відповідального бізнесу стає добровільною ініціативою підприємств, спрямованою на високі стандарти роботи, соціальну підтримку працівників, мінімізацію негативного впливу на природу, налагодження довіри між бізнесом, державою та суспільством, а також на покращення ефективності та прибутковості в довгостроковій перспективі [8].

Таблиця 1

Система оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності

Напрямок соціального розвитку	Групи індикаторів	Проблеми оцінювання
1. Економічна відповідальність (з соціальним аспектом)	– створення робочих місць та їх якість (кількість, оплата, пільги, розвиток); – внесок у місцеву економіку (інвестиції, підтримка постачальників, податки); – продовольча безпека та доступність продукції; – ефективне використання ресурсів (енергія, вода, відходи).	– складність кількісного вимірювання якісних характеристик робочих місць; – визначення прямого впливу на місцеву економіку; – оцінка внеску в продовольчу безпеку на різних рівнях; – порівнянність різних показників ресурсоефективності.
2. Соціальна відповідальність	– умови праці та охорона здоров'я (безпека, програми, законодавство, середовище); – взаємодія з місцевими громадами (участь у проєктах, підтримка інфраструктури, діалог); – розвиток сільських територій (інвестиції, підтримка освіти та культури, зайнятість); – якість продукції та відповідальність перед споживачами (безпечність, інформація, відгуки).	– суб'єктивність оцінки умов праці та корпоративної культури; – визначення ефективності соціальних інвестицій та їхнього впливу на громади; – складність вимірювання внеску в розвиток сільських територій; – оцінка рівня задоволеності споживачів та їхньої довіри.
3. Екологічна відповідальність	– вплив на біорізноманіття та екосистеми (збереження, мінімізація впливу, підтримка екологічних методів); – управління земельними ресурсами (раціональне використання, запобігання деградації, відновлення); – використання водних ресурсів (ефективність, запобігання забрудненню); – зменшення викидів та забруднення (контроль, утилізація відходів).	– складність кількісної оцінки впливу на екосистеми та біорізноманіття; – довгостроковий характер наслідків використання земельних та водних ресурсів; – необхідність спеціалізованих знань та інструментів для вимірювання викидів та забруднення; – порівнянність різних екологічних показників та стандартів.

Джерело: складено автором на основі [1, 3, 4, 6, 8].

На нашу думку, на сьогодні в Україні стан соціальної відповідальності агробізнесу характеризується такими рисами:

– *нерівномірний розвиток*. Соціальна відповідальність переважно проявляється в окремих ініціативах великих агрохолдингів, часто у формі благодійності та підтримки місцевих громад через фінансування інфраструктури чи соціальних проєктів. Малі та середні агропідприємства часто залишаються поза цими процесами через брак ресурсів та усвідомлення важливості соціальної відповідальності бізнесу;

– *перевага декларативності над системністю*. Значна частина суб'єктів агробізнесу публікує соціальні звіти, але часто вони носять показовий характер і не містять конкретних кількісних показників ефективності соціальних ініціатив. Відсутня системність у підходах до соціальної відповідальності бізнесу та інтеграція соціальних цілей у стратегічне управління;

– *фокус на окремих аспектах*. Найчастіше увага приділяється підтримці сільських територій (ремонт доріг, шкіл, лікарень), створенню робочих місць та сплаті податків. Екологічна відповідальність та питання умов праці часто залишаються менш пріоритетними;

– *недостатній рівень обізнаності та розуміння*. Серед частини керівників агропідприємств існує недостатнє розуміння сутності та складових соціальної відповідальності, яке часто обмежується спонсорством та благодійністю, а не розглядається як стратегічний підхід до ведення бізнесу;

– *відсутність уніфікованих стандартів та оцінки*. В Україні поки що не сформовано єдиної системи стандартів та показників для оцінки соціальної відповідальності агробізнесу, що ускладнює порівняння різних підприємств та визначення кращих практик;

– *вплив війни*. Повномасштабне вторгнення Росії внесло значні корективи в діяльність агробізнесу, і питання соціальної відповідальності часто змістилися на підтримку армії, постраждалих та забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнних дій;

– *повільне впровадження ESG-принципів*. Концепція ESG (екологічні, соціальні та корпоративні стандарти) починає проникати в український агробізнес, проте її впровадження відбувається досить повільно і потребує більшої підтримки та стимулювання.

В цілому, стан соціальної відповідальності агробізнесу в Україні перебуває на етапі становлення. Попри окремі позитивні приклади, бракує системності, глибокого розуміння та широкого впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу у діяльність більшості аграрних підприємств.

Висновки. Узагальнюючи, слід підкреслити, що проблема оцінювання ефективності розвитку агробізнесу в контексті соціальної відповідальності є багатогранною та надзвичайно актуальною для сталого розвитку як окремих виробничих підприємств, так і аграрного сектору України в цілому.

Для забезпечення сталого розвитку агробізнесу в Україні виникає нагальна потреба у розробці та впровадженні комплексних, науково обґрунтованих

методик оцінювання ефективності, які б враховували не лише економічні, але й соціальні та екологічні результати діяльності аграрних підприємств. Це дозволить більш об'єктивно оцінювати їхній внесок у суспільний розвиток, стимулюватиме відповідальне ведення бізнесу та сприятиме гармонійному розвитку

сільських територій.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на розробку практичних інструментів оцінювання, адаптованих до специфіки аграрного сектору та соціально-економічних реалій України.

Список використаних джерел:

1. Балабанова, О. І. (2012). Оцінка ефективності реалізації принципів соціальної відповідальності підприємствами. *Ефективна економіка*. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1663>
2. Деркач, О.В. (2021). Формування механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. *Український журнал прикладної економіки*. Том 6. № 2. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-2-41>
3. Деркач, О.В. (2022) Вектори розвитку соціально відповідальних суб'єктів аграрного бізнесу в контексті підвищення своєї конкурентоспроможності. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/35343/1/mk_10-11-22-76-78.pdf
4. Ігнатенко, М.М. (2015). Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія. Херсон: Айлант, 470 с.
5. Колесников, В. (2016). Соціальна відповідальність агрохолдингів як фактор розвитку сільських територій. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/10975/%D0%9A%D0%9E%D0%9B%D0%95%D0%A1%D0%9D%D0%98%D0%9A%D0%9E%D0%92%20%D0%92..pdf>
6. Комарова, К.В., & Ковальчук, Н.В. (2016). Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. № 5-6. С. 25-30.
7. Кабінет Міністрів України. (2020). Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
8. Поленкова, М. В. (2020). Формування соціальної відповідальності аграрних підприємств в умовах сталого розвитку. *Проблеми економіки* № 4(46), DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-4-195-200>

References:

1. Balabanova, O. I. (2012). Otsinka efektyvnosti realizatsii pryntsypiv sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv [Assessment of the effectiveness of implementing the principles of corporate social responsibility by enterprises]. *Efektivna ekonomika [Effective Economy]*, no. 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1663> [in Ukrainian]
2. Derkach, O. V. (2021). Formuvannya mekhanizmu aktyvizatsii sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv ahrarnoho biznesu [Formation of a mechanism for activating the social responsibility of agribusiness entities]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky [Ukrainian Journal of Applied Economics]*, vol. 6, no. 2. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-2-41> [in Ukrainian]
3. Derkach, O. V. (2022). Vektory rozvytku sotsialno vidpovidalnykh subiektiv ahrarnoho biznesu v konteksti pidvyshchennia svoiei konkurentospromozhnosti [Development vectors of socially responsible agribusiness entities in the context of improving their competitiveness]. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/35343/1/mk_10-11-22-76-78.pdf [in Ukrainian]
4. Ihnatenko, M. M. (2015). Stratehii ta mekhanizmy upravlinnia rozvytkom sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv hospodariuvannya ahrarnoi sfery ekonomiky: monohrafiia [Strategies and mechanisms of managing the development of social responsibility of agribusiness entities: monograph]. Kherson: Ailant, 470 p. [in Ukrainian]
5. Kolesnykov, V. (2016). Sotsialna vidpovidalnist ahrkoholdynhiv yak faktor rozvytku silskykh terytorii [Social responsibility of agroholdings as a factor of rural development]. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/10975/%D0%9A%D0%9E%D0%9B%D0%95%D0%A1%D0%9D%D0%98%D0%9A%D0%9E%D0%92%20%D0%92..pdf> [in Ukrainian]
6. Komarova, K. V., & Kovalchuk, N. V. (2016). Sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehii rozvytku biznesu na pidpriemstvakh Ukrainy [Corporate social responsibility as a component of business development strategy at Ukrainian enterprises]. *Innovatsiina ekonomika [Innovation Economy]*, no. 5–6, pp. 25–30. [in Ukrainian]
7. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2020). Kontseptsiia realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spriyannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24.01.2020 № 66-r [Concept of implementation of state policy in the field of promoting socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated January 24, 2020 No. 66-r]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text> [in Ukrainian]
8. Polenkova, M. V. (2020). Formuvannya sotsialnoi vidpovidalnosti ahrarnykh pidpriemstv v umovakh staloho rozvytku [Formation of social responsibility of agricultural enterprises in the context of sustainable development]. *Problemy ekonomiky [Problems of Economy]*, no. 4(46). DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-4-195-200> [in Ukrainian]