

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-75>

УДК 332.012.2: 658.014.1

ЧИННИКИ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, ЯКІ ПРОВАДЯТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

FACTORS AND MECHANISM OF FORMATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES CONDUCTING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Мей Фей

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4388-7695>**Mei Fei**

Lviv Polytechnic National University

Метою цього дослідження є виділення головних чинників, які справляють вплив на формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, та з'ясування механізму такого формування. Здійснено групування чинників, які справляють вплив на формування корпоративної соціальної відповідальності. Представлено модель, що описує механізм такого формування. Встановлено вплив здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств на корпоративну соціальну відповідальність. Показано, що за більшістю груп чинників формування корпоративної соціальної відповідальності середній їх рівень для тих підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, несуттєво перевищує середній рівень відповідних чинників для тих компаній, які цю діяльність не провадять. Водночас, рівень компетентності власників та менеджерів у підприємств першої групи значно перевищує цей рівень у підприємств другої групи. Це ж стосується чинників економічної ефективності заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Розроблені у процесі проведеного дослідження теоретичні та методичні положення можуть бути впроваджені у практику діяльності підприємств при складанні стратегій та планів здійснення заходів щодо корпоративної соціальної відповідальності. Це дасть можливість покращити обґрунтованість цих стратегій та планів.

Ключові слова: підприємство, корпоративна соціальна відповідальність, зовнішньоекономічна діяльність, економічна ефективність, компетентність працівників.

The purpose of this study is to identify the main factors that influence the formation of corporate social responsibility of enterprises – subjects of foreign economic activity, and to clarify the mechanism of such formation. The relevance of the study is determined by the need to improve the management of the formation of corporate social responsibility. This, in turn, requires the selection of factors and the study of the mechanism of such formation. To achieve the goal and solve the research tasks, the following general scientific and special methods are used in the work: theoretical generalization – when determining the features of the formation of corporate social responsibility; grouping – when distinguishing separate groups of factors that influence the process of such formation; modeling – when building a mechanism for the formation of corporate social responsibility of enterprises that conduct foreign economic activity; economic analysis – when assessing the level of factors that influence the formation of corporate social responsibility, etc. Factors influencing the formation of corporate social responsibility have been grouped. A model describing the mechanism of such formation is presented. The influence of foreign economic activities of enterprises on corporate social responsibility has been established. It is shown that for most groups of factors of the formation of corporate social responsibility, their average level for those enterprises that carry out foreign economic activity is insignificantly higher than the average level of the corresponding factors for those companies that do not carry out this activity. At the same time, the level of competence of owners and managers in enterprises of the first group significantly exceeds this level in enterprises of the second group. The same applies to the economic efficiency

factor of corporate social responsibility measures. The theoretical and methodological provisions developed in the course of the research can be implemented in the practice of enterprises when drawing up strategies and plans for the implementation of measures regarding corporate social responsibility. This will provide an opportunity to improve the validity of these strategies and plans.

Key words: enterprise, corporate social responsibility, foreign economic activity, economic efficiency, competence of employees.

Постановка проблеми. На теперішній час перед багатьма країнами, зокрема і перед Україною, гостро постає необхідність вирішення цілого комплексу проблем економічного, соціального, екологічного та іншого характеру. Досвід господарювання показує, що значну роль у вирішенні цих проблем можуть та повинні відігравати виробничі підприємства за наявності у них належного рівня корпоративної соціальної відповідальності. Управління формуванням цієї відповідальності потребує попереднього виділення головних чинників, які справляють вплив на таке формування, та з'ясування його механізму. При цьому необхідно враховувати і специфіку функціонування підприємств, зокрема обсяги, структуру та зміст їх зовнішньоекономічної діяльності. Таке врахування дасть змогу краще зрозуміти складні закономірності, які лежать в основі формування корпоративної соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Багатьма науковцями зазначається нагальна потреба у покращенні екологічної ситуації [1], зменшенні обсягів споживання енергоресурсів [2] та підвищенні енергоефективності [3], зростанні соціальних стандартів тощо [4]. Низка вчених розглядають розвиток корпоративної соціальної відповідальності як один з важливих інструментів вирішення перелічених завдань. При цьому питання планування, оцінювання та формування такої відповідальності розглядалися у значній кількості публікацій. Зокрема, значних результатів у вирішенні цих питань досягли такі науковці, як Д. Баюра [5], О. Білан [6], М. Деліні [7], О. Зінченко [8], І. Ігнатенко [9], В. Кужель [10], Л. Марчук [11], Н. Резнік [12], Л. Селіверстова [13], Г. Тарасюк [14] та ін. Цими та іншими науковцями докладно проаналізовано сутність соціальної відповідальності бізнесу, встановлено її різновиди та чинники впливу на неї, запропоновано ефективні інструменти оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, розроблено обґрунтовані механізми реалізації заходів з неї тощо. Водночас, питання визначення чинників та з'ясування механізму формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах, які провадять

зовнішньоекономічну діяльність, на теперішній час не є остаточно вирішеним. Враховуючи актуальність цього питання, існує потреба в проведенні його подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виділення головних чинників, які справляють вплив на формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, та з'ясування механізму такого формування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність як складне та багатогранне явище формується під впливом значної кількості різноманітних чинників. Ці чинники варто поділити на дві великі групи, а саме:

1) чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Зазначені чинники, своєю чергою, можуть бути поділеними на такі основні підгрупи:

– наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Насамперед, це стосується обсягів людських, матеріальних, фінансових, інформаційних та інших ресурсів, які підприємства мають у своєму розпорядженні або які вони можуть залучити додаткового з метою реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності;

– споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Маються на увазі ресурси, які є у розпорядженні підприємств або які вони можуть залучити додатково на припустимих для цих підприємств умовах. Для прикладу, до чинників, які належать до даної підгрупи, можна віднести актуальність, повноту та точність інформації, на підставі якої розробляються та реалізуються заходи з корпоративної соціальної відповідальності; рівень кваліфікації працівників, які безпосередньо задіяні у здійсненні цих заходів; величина позикового відсотка, за яким підприємства можуть узяти позики для фінансування заходів з корпоративної соціальної відповідальності, тощо;

– компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильність до такої реалізації. Ці чинники включають наявні в управлінських працівників знання та вміння щодо здійснення зазначених заходів, а також особисті уподобання власників та менеджерів;

– організаційне забезпечення реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Насамперед, це стосується рівня пристосовуваності наявних на підприємствах організаційних структур управління до здійснення таких заходів;

2) чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити заходи з корпоративної соціальної відповідальності. Зазначені чинники, своєю чергою, можуть бути поділені на такі основні підгрупи:

– чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Рівень зазначеної ефективності може визначатися, зокрема, прибутковістю інвестицій у здійснення цих заходів. За таких умов до чинників, які впливають на економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності, потрібно віднести фактори, які визначають величину фінансових результатів від провадження цих заходів, а також обсяги інвестиційних витрат, які необхідно понести підприємствам для

того, щоб реалізувати ці заходи;

– чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності. До чинників цієї підгрупи належать, насамперед, фактори, що утворюють імідж суб'єктів підприємництва. Тоді опосередкованим економічним ефектом від реалізації на підприємствах заходів з корпоративної соціальної відповідальності виступатиме, зокрема, приріст ринкової вартості компаній внаслідок покращення їхнього іміджу, викликаний, своєю чергою, здійсненням зазначених заходів;

– чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності. До чинників цієї підгрупи належать, насамперед, очікувані покращення добробуту, умов праці, екологічної ситуації тощо внаслідок реалізації підприємствами заходів з корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1).

Необхідно відзначити, що процес формування корпоративної соціальної відповідальності має ієрархічний характер. Це відображається у тому, що існують чинники нижчих рівнів, які справляють вплив на чинники названих вище двох груп. Одним з чинників більш низького рівня можуть виступати види діяльності, яку провадять підприємства. Зокрема, це стосується і такого виду діяльності компаній як зовнішньоекономічна діяльність. Її можливий вплив на формування кор-

Таблиця 1

Групування чинників формування корпоративної соціальної відповідальності

Групи чинників	Підгрупи чинників
Чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності	Наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з корпоративної соціальної відповідальності
	Споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з корпоративної соціальної відповідальності
	Компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильність до такої реалізації
	Організаційне забезпечення реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах
Чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити заходи з корпоративної соціальної відповідальності	Чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності
	Чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності
	Чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором

поративної соціальної відповідальності варто відобразити у схематичному представленні механізму такого формування, як це наведено на рис. 1. При цьому зазначений механізм враховує ту обставину, що чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності, справляють вплив не лише на формування остаточного переліку таких заходів, але й на їх початкову сукупність. Зокрема, склад попереднього переліку можливих заходів з корпоративної соціальної відповідальності значною мірою залежить від компетентності управлінських працівників компанії щодо відбору цих заходів.

Потрібно відмітити, що наявність впливу здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств на корпоративну соціальну відповідальність потребує попереднього встановлення. З цією метою нами було сформовано дві вибірки промислових підприємств, що розташовані у західному регіоні України, а саме – вибірка підприємств, які впродовж 2020-2023 рр. провадили зовнішньоекономічну діяльність, та вибірка підприємств, які

впродовж цього періоду таку діяльність не провадили. Кожна з вибірок містила 30 компаній приблизно однакового розміру (належали до групи середніх підприємств).

З метою оцінювання рівня більшості чинників формування корпоративної соціальної відповідальності, представлених у табл. 1, використовувалася п'ятибальна шкала (чим більшою є кількість балів, тим більш високим є рівень відповідних чинників). Встановлення рівня таких чинників виконувалося власниками та менеджерами досліджуваних підприємств. Водночас, оцінювання рівня такого чинника, як компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильність до такої реалізації здійснювалося за спеціальною п'ятибальною шкалою на засадах анкетного опитування. Ця шкала представлена у табл. 2.

Результати усереднених за обома групами досліджуваних підприємств рівнів чинників формування корпоративної соціальної відповідальності наведені у табл. 3.



Рис. 1. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Пропоноване бальне оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації

Рівні	Опис рівнів	Кількість балів
Дуже низький	Власники та менеджери мало володіють компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та (або) мало схильні до такої реалізації	1
Низький	Власники та менеджери володіють окремими компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	2
Середній	Власники та менеджери володіють більшістю компетенцій у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	3
Високий	Власники та менеджери володіють майже усіма компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	4
Дуже високий	Власники та менеджери володіють усіма компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	5

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3

Результати усереднених за обома групами досліджуваних підприємств рівнів чинників формування корпоративної соціальної відповідальності

Назви чинників	Усереднені рівні чинників за групами підприємств, балів	
	Підприємства, які не здійснювали зовнішньоекономічну діяльність	Підприємства, які здійснювали зовнішньоекономічну діяльність
Наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з корпоративної соціальної відповідальності	2,9	3,1
Споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з корпоративної соціальної відповідальності	3,5	3,6
Компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильність до такої реалізації	2,8	3,9
Організаційне забезпечення реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах	3,0	3,3
Чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності	2,4	2,8
Чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності	1,9	2,5
Чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності	3,3	3,4

Джерело: сформовано автором

Як випливає з даних, наведених у табл. 3, за більшістю груп чинників формування корпоративної соціальної відповідальності середній їх рівень для тих підприємств, які здійснюють

зовнішньоекономічну діяльність, несуттєво перевищує середній рівень відповідних чинників для тих компаній, які цю діяльність не провадять. Водночас, рівень компетентності

власників та менеджерів підприємств у підприємств першої групи значно перевищує цей же рівень у підприємств другої групи. Це ж стосується чинників економічної ефективності заходів з корпоративної соціальної відповідальності, що може бути викликано більш високою компетентністю у відборі цих заходів. Отже, за досліджуваними підприємствами здійснення зовнішньоекономічної діяльності позитивно впливає на формування корпоративної соціальної відповідальності. Серед іншого, це може бути пов'язано з отриманням власниками та менеджерами підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, позитивного досвіду щодо реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності у процесі співробітництва із іноземними компаніями. Також корпоративна соціальна відповідальність може виступати як важливий чинник формування іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Чинники формування корпоративної соціальної відповідальності варто поділити на дві великі групи, а саме: чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності, та чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити ці заходи. При цьому процес формування корпоративної соціальної відповідальності має ієрархічний характер. Це відображається у тому, що існують чинники нижчих рівнів, які справляють вплив на чинники названих вище двох груп. Одним з чинників більш низького рівня можуть виступати види діяльності, яку провадять підприємства. Зокрема, це сто-

сується і такого виду діяльності компаній як зовнішньоекономічна діяльність. Проте, вплив здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств на корпоративну соціальну відповідальність потребує попереднього встановлення. З цією метою було сформовано дві вибірки промислових підприємств, що розташовані у західному регіоні України, а саме – вибірка підприємств, які впродовж 2020-2023 рр. провадили зовнішньоекономічну діяльність, та вибірка підприємств, які впродовж цього періоду таку діяльність не провадили. Як свідчать результати проведеного дослідження, за більшістю груп чинників формування корпоративної соціальної відповідальності середній їх рівень для тих підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, несуттєво перевищує середній рівень відповідних чинників для тих компаній, які цю діяльність не провадять. Водночас, рівень компетентності власників та менеджерів у підприємств першої групи значно перевищує цей же рівень у підприємств другої групи. Це ж стосується чинників економічної ефективності заходів з корпоративної соціальної відповідальності, що може бути викликано більш високою компетентністю у відборі цих заходів. Отже, за досліджуваними підприємствами здійснення зовнішньоекономічної діяльності позитивно впливає на формування корпоративної соціальної відповідальності. Подальші дослідження повинні передбачати розширення вибірки підприємств та виявлення головних причин, які визначають позитивну роль зовнішньоекономічної діяльності підприємств у формуванні корпоративної соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Hussain J., Khan A., Zhou K. The impact of natural resource depletion on energy use and CO2 emission in Belt & Road Initiative countries: A cross-country analysis. *Energy*. 2020. Vol. 199. P. 117409. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.117409> (Accessed 9 Sept 2024).
2. Lesinskiy V., Yemelyanov O., Zarytska O., Symak A., Petrushka T. Devising a Toolset for Assessing the Potential of Loan Financing of Projects Aimed at Implementing Energy-Saving Technologies. *East. Eur. J. Enterp. Technol.* 2021. Vol. 4. P. 15–33.
3. Lesinskiy V., Yemelyanov O., Zarytska O., Petrushka T., Myroshchenko N. Designing a Tool-Set for Assessing the Organizational and Technological Inertia of Energy Consumption Processes at Enterprises. *East. Eur. J. Enterp. Technol.* 2022. Vol. 6. С. 29–40.
4. Schulten T., Müller T. A paradigm shift towards Social Europe? The proposed Directive on adequate minimum wages in the European Union. *Italian Labour Law E-Journal*. 2021. Vol. 14(1). P. 1–19.
5. Баюра Д. Розвиток соціально відповідального корпоративного управління в контексті інтересів стейкхолдерів. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 4. С. 39–44.
6. Білан О. С. Дослідження особливостей формування програми корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 1(22). С. 49–52.

7. Деліні М. М. Індексний метод в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва: міжнародний та український досвід. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 6 (62). С. 63–69.
8. Зінченко О. І., Хімченко А. М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 281–286.
9. Ігнатенко М. М. Планування і прогнозування соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. *Агросвіт*. 2015. № 17. С. 31–37.
10. Кужель В. В. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 3. С. 98–105.
11. Марчук Л. П. Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 5(2). С. 51–56.
12. Резнік Н. П. Соціальна відповідальність бізнесу у контексті стратегічного розвитку економіки агропродовольчої сфери. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 31–37.
13. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. *Економіка та держава*. 2019. № 7. С. 13–16.
14. Тарасюк Г. М., Лагута Я. М. Організаційні аспекти планування корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 4. С. 35–38.

REFERENCES:

1. Hussain J., Khan A., Zhou K. (2020). The impact of natural resource depletion on energy use and CO2 emission in Belt & Road Initiative countries: A cross-country analysis. *Energy*, vol. 199, p. 117409. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.117409> (Accessed 9 Sept 2024).
2. Lesynskyi V., Yemelyanov O., Zarytska O., Symak A., Petrushka T. (2021). Devising a Toolset for Assessing the Potential of Loan Financing of Projects Aimed at Implementing Energy-Saving Technologies. *East. Eur. J. Enterp. Technol.*, vol. 4, pp. 15–33.
3. Lesynskyi V., Yemelyanov O., Zarytska O., Petrushka T., Myroshchenko N. (2022). Designing a Tool-Set for Assessing the Organizational and Technological Inertia of Energy Consumption Processes at Enterprises. *East. Eur. J. Enterp. Technol.*, vol. 6, pp. 29–40.
4. Schulten T., Müller T. (2021). A paradigm shift towards Social Europe? The proposed Directive on adequate minimum wages in the European Union. *Italian Labour Law E-Journal*, vol. 14(1), pp. 1–19.
5. Baiura D. (2017). Rozvytok sotsialno vidpovidalnoho korporatyvnoho upravlinnia v konteksti interesiv steikkholderiv [Development of socially responsible corporate governance in the context of stakeholders' interests]. *Ekonomichnyi chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, vol. 4, pp. 39–44.
6. Bilan O. S. (2017). Doslidzhennia osoblyvostei formuvannia prohramy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Study of the peculiarities of the formation of the program of corporate social responsibility]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*, vol. 1(22), pp. 49–52.
7. Dielini M. M. (2017). Indeksnyi metod v otsyntsi sotsialno-ekonomichnoi vidpovidalnosti pidpriemnytstva: mizhnarodnyi ta ukraïnskyi dosvid [The index method in assessing social and economic responsibility of entrepreneurship: international and Ukrainian experience]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, vol. 6 (62), pp. 63–69.
8. Zinchenko O. I., Khimchenko A. M. (2013). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist v Ukraini: suchasni realii ta perspektyvy rozvytku [Corporate social responsibility in Ukraine: modern realities and development prospects]. *Biznes-inform*, vol. 4, pp. 281–286.
9. Ihnatenko M. M. (2015). Planuvannia i prohnozuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky [Planning and forecasting of social responsibility of economic entities in the agrarian sphere of economy]. *Ahrosvit*, vol. 17, pp. 31–37.
10. Kuzhel V. V. (2014). Rehuliatyvni instrumenty posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu na pidpriemstvakh ahroprodovolchoi sfery [Regulatory tools for strengthening social responsibility of business at agro-food enterprises]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seria: Ekonomichni nauky*, vol. 3, pp. 98–105.
11. Marchuk L. P. (2014). Sotsialna vidpovidalnist yak vyznachalna stratehiia rozvytku suchasnoho biznesu [Social responsibility as a defining strategy of modern business development]. *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho derzhavnoho universytetu imeni V.O. Sukhomlyns'koho. Seria: Ekonomichni nauky*, vol. 5(2), pp. 51–56.

12. Reznik N. P. (2014). Sotsialna vidpovidalnist biznesu u konteksti stratehichnoho rozvytku ekonomiky ahroprodovolchoi sfery [Social responsibility of business in the context of strategic development of the agro-food economy]. *Ekonomichnyi forum*, vol. 3, pp. 31–37.
13. Seliverstova L. S., Losovska N. V. (2019). Pidkhody do formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu biznesu [Approaches to the formation of an organizational and economic mechanism for managing the social responsibility of business]. *Ekonomika ta derzhava*, vol. 7, pp. 13–16.
14. Tarasiuk H. M., Lahuta Ya. M. (2017). Orhanizatsiini aspekty planuvannia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva [Organizational aspects of corporate social responsibility planning]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 4, pp. 35-38.